

KUNTA JA KULTTUURIN TALOUS

Kunta ja kulttuurin talous
Tulkintoja kulttuuripääoman ja festivaalien
aluetaloudellisista merkityksistä

Kimmo Kainulainen



AKATEEMINEN VÄITÖSKIRJA
Tampereen yliopisto
Yhdyskuntatieteiden laitos

Copyright © 2005 Tampere University Press ja tekijä

Myynti
Tiedekirjakauppa TAJU
PL 617
33014 Tampereen yliopisto
puh. (03) 3551 6055
fax (03) 3551 7685
taju@uta.fi
www.uta.fi/taju
<http://gran.um.uta.fi>

Sähköinen väitöskirja
Acta Electronica Universitatis Tamperensis 475
ISBN 951-44-6439-7
ISSN 1456-954X

Taitto
Minna Virtanen

Kansi
Maaret Young

ISBN 951-44-6437-0

Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print
Tampere 2005

Eslpuhe

Kipinä tutkimustyöhön syttyi osaltani jo 1990-luvun alussa Joensuun yliopistossa. Näin jälkikäteen ajateltuna Joensuussa vietyt vuodet ovat olleet aivan ratkaisevia myös tämän tutkimuksen valmistumisen kannalta. Ilman maantieteen ja aluesuunnittelun laitokselta saatuja oppeja ja kannustusta en olisi päätenyt jatko-opiskelijaksi. Erityinen merkitys tutkimustyöhön orientoitumisen kannalta oli silloisella laitoksen johtajalla, Joensuun yliopiston rehtorilla Perttu Vartiaisella, jonka myötävaikutuksella sain tutustua akateemiseen työympäristöön tutkijana ja opettajana.

Vuosien kuluessa suhteeni tutkimusmaailmaan on vaihdellut. Toisinaan tutkimus on ollut päätyö, joskus taas olen tehnyt jotakin ihan muuta. Kului vuosia, jolloin väitöskirja ei kuulunut millään lailla suunnitelmiini. Onneksi kuitenkin tuo kipinä ei sammunut lopullisesti missään vaiheessa.

Joensuun vuosien jälkeen tutkimustyö palasi elämäni vasta 1990-luvun lopussa Seinäjoella Helsingin yliopiston maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskuksessa. Tuolloin sain mahdollisuuden perehtyä kulttuuritoiminnan ja aluekehityksen vuoropuheluun lukuisten tutkimus-, koulutus- ja kehittämisprojektien yhteydessä. Erityisen arvokkaana kokemuksena pidän kehittämistyön ja tutkimuksen välimaastossa toimimista. Lämmin kiitos koko Hy-Makesin (nykyisen Ruralia-instituutin) henkilökunnalle antoisista vuosista! Monista teistä tuli paitsi työtovereita myös ystäviä. Yksittäisten nimien esille nostaminen on vaikeaa. Kulttuuritutkimusten osalta haluan kuitenkin mainita seuraavat henkilöt arvokkaina yhteistyökumppaneina: Petri Kahila, Sami Kurki, Timo Lakso, Terttu Poranen ja Kaj Zimmerbauer. Erityisesti kiitän Timo Suutaria, jonka kanssa yhteistyö sujui jouhevasti monissa projekteissa, ja joka on osal-

listunut myös väitöskirjan haastatteluaineiston keruuseen. Lisäksi mieleeni on jäänyt Seinäjoella tehty projektiyhteistyö Tampereen yliopiston täydennyskoulutuskeskuksen kanssa. Kiitän Timo Särkijärveä kulttuuriverstastyöskentelystä lakeuksien keskellä. Illat kyläläisten, fläppitaulujen ja tussien kanssa antoivat vihiä siitä, mitä kulttuurin kehittäminen voi aidoimmillaan olla.

Varsinaisen väitöskirjatyön olen tehnyt Tampereen yliopiston Alueellisen kehittämisen tutkimusyksikössä (Sentessä). Kiitän tutkimuksen ohjaajaa, professori Markku Sotarautaa antoisasta yhteistyöstä, asiantuntevasta palautteesta sekä mahdollisuudesta työskennellä Sentessä. Samoin kiitän kommentista ja kahvihetkestä koko tutkimusryhmää; Leena Helenius-Mäkeä, Jari Kolhmaista, Kati-Jasmin Kososta, Nina Mustikkamäkeä, Mika Rauniota, Anna Vilhulaa ja Kimmo Viljamaata. Minna Virtasta kiitän myös tutkimuksen huolellisesta taittotyöstä sekä Minnaa, Marjaana Korhosta ja Maija Niskavirtaa haastattelujen litteroinnista. Mielestäni Sentessä yhdistyi innostavalla tavalla leikki ja vakava suhtautuminen tutkimukseen.

Tutkimuksen esitarkastajina ovat toimineet professori Kari Ilmonen ja tutkimusprofessori Harry Schulman. Kiitän molempia osuvista ja rakentavan kriittisistä huomioista, joiden ansiosta sain muokattua työstäni paremman.

Väitöskirjan laatimisen mahdollisti kaksi toisiaan täydentävää projektikokonaisuutta. ”Maaseudun kulttuuritapahtumien alueellinen vaikuttavuus” -hankkeen rahoittajana toimi maa- ja metsätalousministeriön Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä. Vastavasti ”Kulttuuriteollisuus luovan kaupungin menestystekijänä” -hankkeen taustayhteisöinä ja rahoittajina olivat Turun ja Tampereen seudun aluekeskusohjelmat sekä Jyväskylän, Oulun ja Porin kaupungit.

Tampere University Pressiä kiitän tutkimukseni julkaisemisesta. Lisäksi haluan mainita opetusministeriön sekä maa- ja metsätalousministeriön hallinnoiman kulttuurin teemaryhmän, jonka jäsenenä olen oppinut paljon kulttuurityön käytännön reunaehdoista.

Väitöskirjan tekeminen voidaan monessa mielessä rinnastaa urheilusuoritukseen. Onnistuminen edellyttää, että elämän perusasiat ovat kunnossa. Pään on pysyttävä kylmänä myös niiden vaikeiden hetkien aikana. Kotijoukot Rajapatsaalla ovat antaneet vuosia korvaamatonta taustatukea kaikissa pyrkimyksissäni. Elämäni erityinen valopilkku on ollut Johanna: kiitos Myllynkulman tunnelmista ja käsikirjoitusta parantaneista punakynän jäljistä.

Harvialassa lokakuussa 2005

Kimmo Kainulainen

Sisällys

TIIVISTELMÄ	12
ABSTRACT	14
1 JOHDANTO	16
Tavoitteet	21
Kulttuuritapahtumien tarkastelu lähtökohtana	24
2 TUTKIMUKSEN RAKENNE JA SISÄLTÖ	27
3 HAVAINTOJA KULTTUURIALOJEN TALOUDELLISISTA VAIKUTUKSISTA	32
Häilyvä kulttuurin talous	32
Tunnuslukuja ja arvioita	45
Kasvuennusteita ja tulevaisuuden trendejä	54
4 KULTTUURITAPAHTUMAN JA -FESTIVAALIN KÄSITTEET	62
5 TUTKIMUSAINEISTO JA -MENETELMÄT	72
6 KULTTUURITAPAHTUMIEN TALOUDELLISET VAIKUTUKSET	84
Kulttuurin julkisen tuen perustelut vaikutustutkimusten lähtökohtana	84
Alustava kurkistus tapahtumien taloudellisiin vaikutuksiin	89
Tapahtumatutkimusten metodologiset sitoumukset	94
Talousvaikutusten ulottuvuudet	94
Kulutuksen kerroinvaikutukset	100
Vaikutustutkimusten kritiikki	105
Talousvaikutusten mittaaminen ja kontekstuaaliset prosessit	111
Epäselvien käsitteiden tarve	121
Festivaali, symbolitalous ja kulttuurisesti luova alue – kohti uutta synteesiä	126

7	TALOUDEN, KULTTUURIN JA ALUEKEHITYKSEN DYNAAMINEN SUHDE	133
	Talouden ja kulttuurin dikotomia	134
	Talousmaantieteen kulttuurinen käänne	137
	Talouden ja kulttuurin hybridinen suhde	142
	Kulttuurin merkitysvälitteisyys ja uusi aluetiede	147
	Kulttuurin käsite	150
8	KULTTUURITAPAHTUMIEN DISKURSIIVINEN LUONNE	161
	Diskurssien rakentuminen	161
	Tiedon poliittisuus ja aluetalouden relationaalisuus	179
	Diskurssien poliittisuus ja valta	180
	Kulttuuripolitiikka ja aluekehitystyö	183
9	KULTTUURIFESTIVAALIN ARVOT	191
	Latistava kulttuuriteollisuus	193
	Tuotannon standardoituminen	196
	Subjektin passivoituminen	200
	Talouden hegemonia?	204
	Adornon kritiikki ja postfordistinen kulttuurin talous	206
	Autonominen taide ja kulttuuri	211
	Koskemattomuusdiskurssit	214
	Markkina- ja sulautumisdiskurssit	225
	Maaseudun festivaalien erityispiirteitä	229
	Sulautumisdiskurssin tulkinta ja käsitteellistäminen	240
	Käyttöarvo, vaihtoarvo ja merkkiarvo	240
	Alueen kulttuuripääoma	246
	Kulttuurin ja talouden kohtaaminen elämystaloudessa	250
10	ALUEEN KULTTUURIPÄÄOMA SYMBOLITALOUDESSA	256
	Lähtökohta ja peruskäsitteet	256
	Merkkiarvot ja symbolitalous	256

Hybridiset teemaympäristöt ja paikkojen kesyttäminen	265
Merkkiarvojen globalisoituminen	273
Alueen imago	276
Alueen kulttuuri-imago	281
Kulttuuri-imagojen hallinta ja paikkojen markkinointi	281
Kaupungit ja kulttuurivetoinen kehittämissyö	291
Kulttuurikohteet kaupunkien uudistamisprosesseissa	298
Kulttuuri-imagot ja suomalaiset kaupungit	311
Festivaalit ja maaseutukuntien imagot	323
Kulttuuri ja alueen vetovoima	330
Elämänlaatu ja osaavan työvoiman houkuttelu	332
Alueen kulttuuripääoma yritysten vetovoimatekijänä	341
Vetovoimadiskurssit	353
11 KULTTUURIPÄÄOMAN ALUEELLINEN JUURTUMINEN	365
Kulttuuritoimintojen alueellinen keskittyminen	366
Kulttuuri ja institutionaalinen tiheys	375
Kulttuurifestivaalien alueellinen juurtuminen	380
Relationaalinen juurtuminen	385
Rakenteellinen juurtuminen	398
Synteesi: kulttuuripääoman strukturoituminen	415
Kulttuurisen luovuuden territoriaalisuus	426
12 PÄÄTELMIÄ	436
LÄHTEET	445
LIITE	476

TIIVISTELMÄ

Kulttuurin talous on nähty yhä useammin kaupunkien ja alueiden uutena menestystekijänä. Viime vuosina on ollut silmiinpistävää huomata, kuinka kulttuurin tuotannosta tai väljemmin ilmaistuna luovasta taloudesta on muodostunut – ainakin retoriikan ja strategioiden tasolla –mediassa ja poliittisissa ohjelmajulistuksissa uusi alueiden kehitystä mahdollistava kokonaisuus. On puhuttu siirtymisestä teknologiavetoisesta informaatiotaloudesta kulttuurin talouden aikakauteen.

Tutkimuksen tavoitteena on analysoida suomalaisten kulttuurifestivaalien aluetaloudellisia merkityksiä. Teoreettinen tarkastelu perustuu kolmeen näkökulmaan; kulttuuriteollisuuden, symbolitalouden ja kulttuuri-instituutioiden alueellisen juurtumisen käsitteisiin, jotka sitovat kulttuurin, talouden ja alueiden kehityksen moniulotteisesti toisiinsa.

Tutkimuksen teoreettis-metodologinen ote kyseenalaistaa objektiivisen tiedon tuottamisen mahdollisuuden. Kulttuurifestivaalien aluetaloudellinen merkitys on paitsi yksiselitteisesti laskettavissa oleva suure myös tulkinnallinen sosiaalinen konstruktio. Mittaamisen ulottumattomissa olevien tertiääristen merkitysten tarkastelu edellyttää paitsi operationalisoitavissa olevien käsitteiden käyttöä myös joissakin aluetieteellisissä keskusteluissa epäselviksi luonnehdittujen teoreettisten horisonttien tarkastelua. Epäselvät käsitteet eivät ole sellaisenaan pilkottavissa yksittäisiksi muuttujiksi, koska ne kuvaavat kulttuurin ja aluetalouden kehityksen dynaamista suhdetta.

Empiirinen tarkastelu perustuu konstruktionistiseen lähestymistapaan ja diskurssianalyysiin. Kulttuurifestivaalien arvoja tarkastellaan kulttuuriteollisuuden käsitteen valossa. Arvolähtökohtien osalta tutkimuksen haastatteluaineistosta on tunnistettu kolme erilaista diskurssityyppiä. Koskemattomuusdiskurssit puolustavat tapahtumien käyttöarvoa ja taiteen sisäistä autonomiaa. Markkinadiskursseissa kulttuuritapahtumien merkitykset liitetään ensisijaisesti kuntien imagojen kohentamiseen, paikal-

listen palveluiden markkinointiin ja yritystoiminnan edistämiseen. Yleisin kulttuurifestivaalien arvoja kuvaava diskurssityyppi on sulautumisdiskurssi, jolloin tapahtumien sisällöistä ja tehtävistä voidaan tunnistaa sekä kaupallisia että taiteellisia kerrostumia.

Symbolitalouden osalta tarkastelu kiinnittyy kuntien veto-voiman ja kulttuuri-imagojen analysoimiseen. Tutkimuksen keskeinen havainto on se, ettei alueen kulttuuripääoma muodosta yrityksille ja työvoimalle sellaisenaan itsenäistä vetovoimatekijää. Pikemminkin kyse on imagollisesta täydentävyydestä. Alueen kulttuuripalvelut sekä luova ja moniarvoinen ilmapiiri (tai materiaallinen ja immateriaalinen kulttuuripääoma) ovat kompleksisen alueellisen imagon ja veto-voiman osa-alueita. Näitä kysymyksiä tutkimuksessa tarkastellaan empiirisesti komplementaarisuus-, elämänlaatu- ja luovuusdiskurssien valossa.

Tutkimuksen lopussa kulttuurifestivaalien tertiäärisiä aluetaloudellisia merkityksiä analysoidaan organisaatioiden ja instituutioiden kehityksen näkökulmasta. Teoreettinen viitekehys perustuu relationaalisen ja rakenteellisen juurtumisen käsitteisiin. Relationaalinen juurtuminen viittaa alueen kulttuuri-ilmapiiriin (tai immateriaaliseen kulttuuripääomaan), erityisesti asukkaiden kulttuurimyönteisyyden ja paikallisen identiteetin rakentamiseen, kulttuurisen osaamisen ja luovuuden kehittymiseen sekä alueen innovatiivisuuteen. Rakenteellinen juurtuminen kuvaa puolestaan festivaalien yhteyttä paikallisten kulttuuriorganisaatioiden kehitykseen. Tulosten mukaan festivaalit olivat juurruttaneet tapahtumapaikkakunnille sellaista kulttuurista osaamista ja oppimisprosesseja, joiden myötä kuntiin oli syntynyt uusia kulttuurialan organisoitumisen muotoja.

Avainsanat: kulttuurin talous, festivaalit, aluetalous, kulttuuri-teollisuus, symbolitalous, juurtuminen, diskurssit

ABSTRACT

Municipalities and Cultural Economy. Interpretations of the meanings of cultural capital and festivals for regional economy

The success factors of cities and regions have increasingly often been related to cultural economy in the last decades. It is noteworthy how cultural economy – or more broadly creative economy – has been regarded as a new enabling element of regional development at least in the media, regional strategies and rhetoric. There has also been discussion about the ongoing transformation from technology-led information economy to the era of cultural economy.

The main purpose of the research was to analyze the meanings of Finnish cultural festivals for the local economy. My theoretical approach is based on three points of view that are linked with the concepts of cultural industry, symbolic economy and embeddedness of local institutions. In these perspectives, culture, economy and regional development are multidimensionally intertwined with each other.

In this study, the objective knowledge formation has been called into question. The economic impacts of culture are not only unambiguously calculable quantities, but also interpretative social constructions. These tertiary economic meanings can be analyzed by using concepts and theories conceived of as "fuzzy" in some regional development studies. Fuzzy concepts cannot always be strictly broken into empirical parts or variables, because they describe the dynamic relationship between culture and regional economy.

The empirical research was conducted by using the constructive approach and discourse analysis. The values of festivals were analyzed in the light of the concept of cultural industry. Three different types of discourses were recognized in discussions and interviews. In the "discourse of integrity", interviewees defended the use value of culture and the intrinsic autonomy of artistic endeavours. In the "discourse of market",

meanings of festivals were related to images of municipalities, marketing of local services and promoting of local business life. The most common discourse type describing the values of cultural festivals was the "discourse of assimilation", in which the contents and functions of festivals were related to both commercial aims and artistic endeavours.

Analysis of symbolic economy was connected to the attractiveness and cultural images of Finnish municipalities. The central finding of the research was that cultural capital is not a self-reliant location factor in the location decisions made by enterprises. Culture is more like a complementary element in the wholeness of regional images. Cultural services, creative atmosphere and cultural pluralism (or material and immaterial forms of cultural capital) form only one part of the complexity of regional attractiveness. These considerations were illustrated empirically by the "discourse of complementary", "discourse of quality of life" and "discourse of creativity".

At the end of the research, the tertiary regional economic meanings of cultural festivals were examined from the perspective of the development of local organizations and institutions. The theoretical framework was based on the concepts of relational and structural embeddedness of the festivals. The relational embeddedness refers to the cultural ambience of area (or immaterial cultural capital), particularly to inhabitants' favourable attitudes towards culture, construction of local identity, development of cultural capabilities, creativity and local innovativeness. On the other hand, structural embeddedness illustrated the relationships between festivals and the development of local cultural organizations. According to the results, festivals have created the kind of know-how and learning processes along with which new organization forms have emerged in the municipalities.

Keywords: cultural economy, festivals, cultural industry, regional economy, symbolic economy, embeddedness, discourses

1

Johdanto

Yhä useammassa seminaareissa, tutkimuksissa, poliittisissa puheenvuoroissa sekä arkisissa keittiöpöytäkeskusteluissa on viime aikoina pohdittu osin huolestuneena ja toisaalta innostuneen toiveikkaina sitä, miten Suomelle ja suomalaisille kunnille käy kansainvälisen kilpailutalouden puristuksessa. Onko edessä pelätty osaavan työvoiman poismuutto ja itseensä sulkeutuneen yhteiskunnan kurjistumis- tai taantumiskehitys vai kykenevätkö suomalaiset innovatiivisuudellaan ja ahkeruudellaan kohtaamaan menestyksellisesti edessä olevat haasteet? Suuria kysymyksiä, jotka tavalla tai toisella palautuvat alueiden kehityksen dynamiikkaan. Miten ja millä eväin alueet kehittyvät? Miksi toiset alueet kehittyvät nopeammin, toiset hitaammin?

Tarkastelen tässä kirjassa yhteiskunnan ja alueiden selviytymisen edellytyksiä kulttuurin talouden näkökulmasta. Tutkimukseni kohteena on se, miten erilaiset kulttuuritoiminnot vaikuttavat alueiden kehitykseen. Viime vuosina on ollut silmiinpistävää huomata, kuinka kulttuurin tuotannosta tai väljemmin ilmaistuna luovasta taloudesta on muodostunut – ainakin retoriikan ja strategioiden tasolla – mediassa ja poliittisissa ohjelmajulistuksissa uusi alueiden kehitystä mahdollistava kokonaisuus. On puhuttu siirtymisestä teknologiavetoisesta informaatiotaloudesta kulttuurin talouden aikakauteen. Samalla kulttuurin tuotannossa on nähty yhä enemmän kasvupotentiaalia alueiden taloudellisen kehityksen osa-alueena.

Monissa kansainvälisissä ja kotimaisissa strategioissa ja tutkimuksissa kulttuurille on annettu aivan uudenlainen painoarvo alueiden kehittämisen voimavarana. Keskustelua on vauhdittanut osaltaan esimerkiksi Euroopan neuvoston (1998) 1990-luvun lopulla julkaisema *Syrjästä esiin* -raportti. Sen mukaan kulttuurisen, sosiaalisen, taloudellisen ja alueellisen kehityksen välillä vallitsee monikerroksinen vuorovaikutussuhde. Kulttuuri on tärkeä alueellisen kehityksen voimavara, ja siksi se on vedettävä ”syrjästä esiin” sekä saatettava poliittisten ja hallinnollisten päätöksentekoprosessien ytimeen.

Viime vuosina yhteiskunnallinen tahtotila kulttuurin ja alueellisen kehityksen yhteyksien ymmärtämiseen on entisestään voimistunut. Uutena lisämausteena keskustelussa on noussut esille luovuuden ja aluekehityksen välisten yhteyksien tarkastelu. Eri-tyisen paljon huomiota on saanut yhdysvaltalaisen talousmaantieteilijän Richard Floridan (2002) teos *The Rise of Creative Class*. Floridan mukaan elämme aikakautta, jossa luovuus ilmenee paitsi yksilöllisenä neroutena myös talouselämän ja alueiden kehityksen ytimessä vaikuttavana alkuvoimana. Luovuudesta on muodostunut ikään kuin alueiden ja kaupunkien selviytymisen ja kilpailukyvyyn tukipilari, joka synnyttää kollektiivisena oppimisprosessina alueille uusia innovaatioita ja houkuttelee kaupunkeihin luovissa ammateissa toimivia globaalitalouden osaajia – luovaa luokkaa.

Myös Suomessa luovuuden ja yhteiskuntien kehityksen vuorovaikutuksen tarkastelu on noussut entistä korostuneemmin esille. Julkista keskustelua ovat vauhdittaneet osaltaan muun muassa Markku Wileniuksen (2004) teos *Luovaan talouteen* sekä Pekka Himasen (2004) eduskunnan tulevaisuusvaliokunnalle tekemä katsaus *Välittävä, kannustava ja luova Suomi*. Sekä Florida, Wilenius että Himanen ovat kuvanneet niitä yhteiskunnallisia ehtoja ja keinoja, joiden avulla moniarvoisuus, kulttuuriosaaminen ja luovuus on nostettavissa kansakuntien strategiseksi voimavaraksi.

Kulttuurin, luovuuden ja talouden yhteydestä on viime vuosina tullut ikään kuin uusi yhteiskunnallinen kehittämisen eetos.

Kehittämällä luovaa taloutta turvaamme yhteiskuntien ja alueiden sosiaalisen ja taloudellisen kehityksen. Samalla on syntynyt entistä suurempi yhteiskunnallinen tarve jäsentää tutkimuksen keinoin luovuuden, kulttuurin ja aluekehityksen välistä suhdetta. Näyttää siltä, että ikään kuin tiedämme mihin kehittämisvoimavaroja pitäisi suunnata, mutta samalla emme oikein tiedä, miten luovuuden ja kulttuurin olemukseen voisi alueiden kehittämisen yhteydessä tarttua. Toisin sanoen, peruskysymykseksi on muodostunut se, miten luovaa taloutta tai kulttuurin taloutta tulisi vahvistaa, jotta alueiden kehitysedellytykset paranevat.

Mitä enemmän olen kuullut puhetta luovista alueista ja kulttuurista, sitä enemmän minulle on vahvistunut näkemys aihepiirin monikerroksellisuudesta ja kompleksisuudesta. Luova alue tai luova kulttuurin talous ovat käsitteinä kuin saippuan palasia, jotka lipeävät helposti jäsentäjiensä käsistä. Mitä enemmän määrittelemme kulttuurin, luovuuden ja alueiden kehityksen yhteyksiä, sitä helpommin koko aihepiiri on taipuvainen hajoamaan epämääräiseksi ja abstraktiksi kokonaisuudeksi. Tämä häilyvyyden, ajankohtaisuuden ja tieteellisyyden mutkikas suhde on kuitenkin tarjonnut kiintoisan ja haasteellisen lähtökohdan käsillä olevan tutkimuksen suorittamiselle. Työn yleisenä tavoitteena on jäsentää kulttuurin, luovuuden ja aluekehityksen ympärillä käytävää keskustelua. Lähtökohdana on pohtia sitä, miten ja minkälaisen ulottuvuuksien kautta kulttuurin talous heijastuu alueiden kehitykseen. Empiirisessä tarkastelussa tutkimus pureutuu erityisesti kulttuurifestivaalien aluetaloudellisiin merkityksiin.

Tutkimuksen peruskysymyksenä on se, miten kulttuuri-toimintojen aluetaloudellinen vaikuttavuus ja merkittävyys ilmenivät. Onko kysymys työllisyysvaikutuksista, bkt-osuudesta, kulttuuriyritysten lukumäärästä vai kulttuuriviennin volyymistä? Vai tulisiko pikemminkin pohtia kulttuuristen symbolien, brandien ja alueiden imagojen rakentumista tai kulttuuri-instituutioiden klusteroitumisen dynamiikkaa? Ensin mainitut tekijät ovat laskennallisia ja mitattavia tekijöitä, jälkimmäiset puolestaan usein mittaamisen ulottumattomissa olevia aluetaloudellisia

prosesseja. Nähdäkseni tarvitsemme molempia näkökulmia, mikäli haluamme ymmärtää kokonaisvaltaisesti kulttuurin asemaa alueiden taloudellisessa kehityksessä.

Yhden tutkimuksen raameihin emme voi kuitenkaan sisällyttää kaikkea. Olen tässä työssä rajannut näkökulman erityisesti mittaamattomien ulottuvuuksien jäsentämiseen. Keskustelu kulttuurin taloudesta rinnastuu tällöin elämysyhteiskunnan ja symbolitalouden logiikkaan. Kulutamme ja ostimme yksilöinä yhä enemmän immateriaalisia tuotteita ja palveluita, elämyksiä tai merkityksiä, kuten Pine II ja Gilmore (1999) ovat painottaneet. Myös kunnat ja alueet haluavat menestyä kasvavilla elämysmarkkinoilla, mikä näkyy kuntien markkinoinnissa, imagoissa, palvelutuotannossa ja elämysteollisuuden kasvussa. Samalla erilaisista kulttuurin muodoista, esimerkiksi kulttuurifestivaaleista, on muodostunut elämysten tuotannon tai ”luovien toimintaympäristöjen” symbolisia rakennusaineiksia.

Elämysten ja symbolien tuotannon sekä luovien alueiden rakentumisen yhteydessä kulttuurin, talouden ja aluekehityksen rajapinnat ovat tulleet häilyviksi ja hybridisiksi. Siksi kulttuurin aluetaloudellisia merkityksiä on ollut numeroiden ja laskelmien valossa yhä vaikeampi osoittaa. Puhunkin tässä työssä aluetalouden prosessuaalisesta luonteesta sekä alueen kulttuuripääomasta, joka luo kunnille kehitystä mahdollistavan toimintaympäristön. Näkökulma kytkeytyy kulttuuri-imagojen ja luovien toimintojen alueellisen keskittymisen merkitysvälitteiseen ja tulkinnalliseen luonteeseen; aluetalouden relationaaliseen toimintadynamiikkaan.

Tutkimusnäkökulman valinnan taustalla on oma työhistoriani. Aikoinaan Joensuun yliopistossa laatimani lisensiaatin tutkielma käsitteli aivan eri teemaa (Kainulainen 1995; 1996), mutta myöhemmät tehtäväni soveltavien ja käytännönläheisten kulttuuri-alan kehittämis-, koulutus- ja tutkimushankkeiden parissa ovat ohjanneet ongelmanasettelua (Kainulainen 1999, 2000a, 2000b, 2001, 2004a, 2004c; Kainulainen & Lakso 2001; Kainulainen & Suutari 2002; Hirvonen & Kainulainen 2002). Kaikkia hankkeita yhdistävänä tekijänä ja eräänlaisena punaisena lankana on ollut kulttuurin alueellisen vaikuttavuuden näkökulma.

Vaikka käsillä oleva tutkimus on tietynlainen tilinpäätös ja vuosien kuluessa kertyneen näkemyksen tulos siitä, miten kulttuuri heijastuu alueiden kehitykseen, muodostaa kirja kuitenkin rajaukseltaan ja lähestymistavaltaan täysin itsenäisen kokonaisuuden. Kysymys ei siis ole aiempien tutkimusten ja raporttien synteesistä. Pikemminkin tavoitteenani on syventää aihepiiriä koskevaa ymmärrystäni ja avata keskusteluun uusia ajantasaisia näkökulmia. Väitöskirjan eräänlaisena runkona ja lähtölaukauksena on erityisesti ollut vuonna 2004 valmistunut raportti *Elämyksistä elinkeinoja – kulttuuritapahtumien paikallistaloudelliset merkitykset maaseutukunnille ja kaupungeille* (Kainulainen 2004b).

Kulttuurin merkitys aluekehitykselle voidaan nähdä hyvin erilaisessa valossa. Toisaalta kulttuurin arvoa voidaan puolustaa itseisarvona esimerkiksi kansakunnan sivistyksen ja alueen identiteetin vahvistumisen näkökulmista. Toisaalta kulttuuri voidaan nähdä enemmän välineellisessä, instrumentaalisessa, roolissa, jota ilmentää puhe kulttuurin työllisyys-, talous- ja/tai imagovaikutuksista. Jo tällä tavoin kategorisesti ilmaistujen (todellisuudessa kuitenkin päällekkäisten) vaikutusulottuvuuksien valossa on selvää, että kyseessä on laaja-alainen ilmiökokonaisuus. Kulttuurin ja aluekehityksen välinen suhde onkin läpeensä poikkitieteellinen tutkimusongelma. Tämä on tutkijalle sekä suuri haaste että mahdollisuus. Toisaalta vaarana on sortuminen pinnalliseen eklektismiin pyrittäessä suuren ilmiökokonaisuuden monipuoliseen tulkintaan. Tutkija voi tällöin syödä ainoastaan rusinat pullasta, mutta aiheeseen liittyvä tutkimusperinne ja eri lähestymistapojen väliset suhteet jäävät vaille ymmärrystä.

Poikkitieteellisyys on tämänkin tutkimuksen kannalta riski, joka altistaa tekijänsä helposti eklektismiin. Kysymys on siitä, miten perusteellisesti tutkija jäsentää, suodattaa ja yhdistelee eri tieteenalojen traditioita ja teorioita. Eklektismi perustuu tutkimusperinteiden mekaaniseen rinnastamiseen ilman, että tutkija rakentaa traditioiden ja teorioiden rajapinnoille uutta käsitteellistä synteesiä (Kilminster 1991, Sandersonin 1987 mukaan).

Tässä tutkimuksessa tavoitteenani on laaja-alaisuudesta huolimatta välttää eklektismin sudenkuopat ja luoda uudenlainen syn-

teesi aihepiiristä käytävästä keskustelusta. Tutkimus on ammentanut sisältöä monilta eri tieteenaloilta ja monista erilaisista tutkimussuuntauksista. Sosiologia, aluetiede, maantiede, kulttuurin taloustiede ja kulttuuripolitiikka ovat niistä keskeisimmät. Viime kädessä tarkastelun viitekehys nojautuu kuitenkin alue-tieteelliseen keskusteluun.

Tavoitteet

Ajatus alueiden, kuntien tai kaupunkien kehityksestä rinnastuu suorasti tai epäsuorasti alueiden taloudelliseen kehitykseen, mikä tulee selvästi esille tarkasteltaessa alueiden kilpailukyyn määrittelyn lähtökohtia. Alueiden kilpailukyky on aluetieteellisissä keskusteluissa vahvasti – tai voisi sanoa läpeensä – taloudellisesti latautunut käsite. Toisin sanoen, alueiden taloudellinen kehitys on ikään kuin kilpailukyyn sisäänrakentunut näkökulma. Alueiden kilpailukykyä vahvistamalla myös alueiden taloudellinen kehitys paranee – tai kuten Begg (1999, 795) on provokatiivisesti todennut: *”Improved competitiveness, as we all know, is the path to economic nirvana.”* Tästä taloudellisen kehityksen ja alueiden kilpailukyyn erottamattomuudesta johtuen myös käsillä olevan tutkimuksen lähtökohtana on pohtia sitä, miten kulttuurisektori vaikuttaa tai heijastuu alueiden taloudelliseen kehitykseen. Päättelmäni ja oletukseni on, että ainoastaan tätä kautta – taloudellisin argumentein – kulttuurin alat voivat lunastaa paikkansa alueiden kilpailukyyn kokonaisuudessa uskottavana ja varteenotettavana elementtinä. Toisaalta tulen tutkimuksessani myös osoittamaan, että taloudellisten, sosiaalisten ja psykologisten merkitysten erottaminen on kulttuurista puhuttaessa ongelmallista ja todellisuutta pelkistävää. Pikemminkin ne kietoutuvat alue-taloudellisten prosessien yhteydessä moniulotteisesti toisiinsa.

Kulttuurin ja alueiden taloudellisen kehityksen yhteyksien tarkastelu on monimuotoinen kokonaisuus. Siksi kulttuurin alue-taloudellisia vaikutuksia koskevan näkökulman rajaus on ollut keskeinen osa tutkimusprosessia. Näitä valintoja ovat ohjanneet

paitsi tutkimuksen ongelmanasettelun ehdot ja aluetieteellinen mielikuvitus myös omaan työelämäni liittyneet käytännönläheiset pakot ja mahdollisuudet. Erityisesti tavoitteiden asettelua ovat suunnanneet kaksi toteuttamaani projektikonaisuutta.

Tutkimuksen liikkeelle saamisen kannalta avainasemassa on ollut Helsingin yliopiston Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskuksen Seinäjoen yksikössä vuosina 2002–2004 toteutettu *Maaseudun kulttuuritapahtumien alueellinen vaikuttavuus* -hanke (Kainulainen 2004a). Kyseinen, näkökulmaltaan maaseutupainotteinen hanke ohjasi tutkimuksen näkökulman nimenomaan kulttuuritapahtumien tarkasteluun. Siksi tutkimukseni kohteena on erityisesti kulttuurifestivaalien paikallistaloudellisten merkitysten erittely. Olen hyödyntänyt kyseisen hankkeen aikana kerättyä empiiristä aineistoa myös väitöskirjan laatimisen yhteydessä. Hankkeen rajauksesta johtuen tutkimuksen kohteena ovat viiden maaseutukunnan alueella (Ikaalisissa, Kuhmossa, Sodankylässä, Rääkkylässä ja Urjalassa) järjestettävät kulttuuritapahtumat.

Maaseutufestivaalien rinnalla empiirisen tarkastelun kohteena on viisi kaupunkitapahtumaa. Maaseutu–kaupunki-asetelman yhdistämisen mahdollisti Tampereen yliopiston Alueellisen kehittämisen tutkimusyksikössä vuosina 2004–2005 toteutettu *Kulttuuriteollisuus luovan kaupungin menestystekijänä* -hanke. Sen tavoitteena oli pohtia kulttuurin talouden strategista asemaa viiden kaupungin (Jyväskylän, Oulun, Porin, Tampereen ja Turun) kehittämistyössä. Hankkeen yhtenä osa-alueena oli festivaalien alueellisten vaikutusten tarkastelu.

Tutkimuksen empiirinen osuus koostuu näin ollen yhteensä kymmentä suomalaista kuntaa/kaupunkia koskevasta tapahtumaineistosta. Tutkimuksen tavoitteena on jäsentää niiden valossa kulttuurin, talouden ja aluekehityksen dynamiikkaa sekä maaseutu- että kaupunkikonteksteissa. Mainittujen hankkeiden viitoittamina olen muotoillut väitöskirjan tavoitteet seuraavasti:

- Miten voimme jäsentää kulttuurin, talouden ja aluekehityksen välistä yhteyttä?
- Mihin arvolähtökohtiin kulttuurin asema aluekehitystyössä perustuu?

- Miten kulttuurifestivaalien aluetaloudelliset merkitykset ilmenevät suomalaisten kuntien ja kaupunkien kehityksen yhteydessä?
- Miten voimme analysoida erityisesti kulttuurifestivaalien välillisiä ja mittaamattomia ulkoisvaikutuksia, jotka realisoituvat pitkällä aikavälillä?
- Miten kulttuurin ja aluetalouden kehityksen moniulotteinen yhteys hahmottuu paikallisissa diskursseissa? Miten kuntien ja kaupunkien toimijat sekä festivaalien eri sidosryhmät mieltävät kulttuuritapahtumien aluetaloudelliset merkitykset? Miten kulttuurin merkityksiä kuntien kehittämisen osa-alueena perustellaan?

Vaikka tutkimukseni fokus on erityisesti kulttuuritapahtumien paikallisten merkitysten diskursiivisessa tarkastelussa, on työn tavoitteena tuottaa myös yleisemmällä tasolla tietoa siitä, miten kulttuurin talous heijastuu alueiden kehitykseen. Katson, että kulttuurin muodosta tai sisällöistä riippumatta voimme tunnistaa myös yleisiä aluetaloudellisia merkitysulottuvuuksia, joiden nojalla voimme perustella esimerkiksi kulttuurin julkisen tuen tarpeellisuutta.

Pureudun tutkimuksessa erityisesti kulttuuritoimintojen välillisiin paikallistaloudellisiin ulottuvuuksiin. Tämä on nähdäkseen ajankohtainen lähtökohta pohdittaessa esimerkiksi luovuuden tai imagojen merkitystä alueiden kehityksessä. Esimerkiksi kulttuurifestivaalit paitsi työllistävät ja lisäävät paikallisten palveluiden ja tuotteiden kysyntää myös heijastuvat välillisesti kunnan imagoon. Lisäksi ne generoivat paikallistalouteen uusia toimintamuotoja ja uutta osaamista tai luovuutta erilaisten oppimisprosessien välityksellä. Tutkimukseni tavoitteena on jäsentää näitä mittaamisen ulottumattomissa olevia ”näkymättömiä” merkityksiä.

Korostaessani mittaamisen ja mittaamattomuuden eroja viitataan myös tutkimuksen teoreettis-metodologiseen pohjavireeseen. Välittömien ja välillisten vaikutusulottuvuuksien monikerroksellisuus heijastuu siihen, miten ja millä menetelmin voimme ylipäänsä tutkia kokonaisvaltaisesti festivaalien alueellisia merkityksiä. Siksi työn yleistavoitteena on tuoda esille myös niitä

teoreettis-metodologisia ehtoja ja rajoituksia, jotka mahdollistavat tai estävät kulttuuritapahtumien välillisten tai prosessuaalisten ulottuvuuksien tarkastelun.

Kulttuuritapahtumien tarkastelu lähtökohtana

Sisällöllisestä moniaineisuusudesta johtuen kulttuuritapahtumia on vuosien saatossa tutkittu monien eri tieteenalojen piirissä ja monia eri tarkoituksia varten. Uskontotieteilijät, antropologit, sosiologit, kansantieteilijät, sosiaalipsykologit, kulttuuripolitiikan tutkijat, taloustieteilijät sekä aluetieteilijät ovat kukin tarkastelleet festivaaleja omista teoriaperinteistään ja lähestymistavoistaan käsin. Yhteiskuntatieteiden piirissä tarkastelun kohteina ovat olleet muun muassa tapahtumien yleisön rakenne ja osallistumismotiivit, musiikkimakutottumukset sekä paikallistaloudelliset, yhteisölliset ja imagolliset vaikutukset. Lisäksi tapahtumia on tutkittu ainakin niiden symbolisten merkitysten, karnevalismin, alueellisen levinneisyyden, toteutuskustannusten, julkisen tuen perusteiden, teemojen ja sisältöjen valinnan, johtamisen, organisoimisen ja hallinnon, matkailun ja markkinoinnin näkökulmista sekä poliittis-historiallisen vaikuttavuuden ja kaupunkitilan valankäytön perspektiiveistä.¹ Tutkitut kulttuuritapahtumat ovat usein olleet erilaisia musiikkifestivaaleja. Tämä on ollut ymmärrettävää, sillä esimerkiksi Suomen tapahtumien valtakunnallisen etu- ja yhteistyöjärjestön Finlands Festivals ry:n jäsenistä 71 prosenttia edusti vuonna 2000 säveltaidetta (Kukkonen 2001, 2). Seuraavaksi yleisempiä FF:n tapahtumia olivat suuruusjärjestyksessä monitaide-, kuvataide-, näyttämötaide- ja tanssitaidetapahtumat sekä kirjallisuuden festivaalit (emt.).

¹ Tapahtumatutkimuksia on tehty kuluneen neljän vuosikymmenen aikana runsaasti monilla eri tieteen aloilla (esim. Duvignaud 1976; Isar 1976; Vaughan 1980; Frey 1986, 1994; Gillespie 1987; Sairanen 1988; Frisby & Getz 1989; Mitchell & Wall 1989; Karjalainen 1991; O'Hagan 1992; Aldskogius 1993; Faulkner 1993; Mitchell 1993; Roche 1994; Ilmonen, Kaipainen ja Tohmo 1995; Schuster 1995; Ropo & Erikson 1996; Gazel & Schwer 1997; Getz 1997; Jago & Shaw 1998; Waterman 1998; Cantell 1993, 1995, 1996, 1998, 1999b, 2003; Mossberg 2000a ja 2000b; Tohmo 2002; Prentice & Andersen 2003).

Viime vuosikymmenten kuluessa, erityisesti 1980-luvun puolivälistä lähtien, erilaisiin tapahtumiin ja festivaaleihin kohdistuvat tutkimukset ovat lisääntyneet. Samalla tapahtumien alueellisiin vaikutuksiin liittyvät näkökulmat ovat saaneet entistä enemmän huomiota osakseen (Mossberg 2000a; Jago & Shaw 1998). Ei ole sattumaa, että samanaikaisesti myös kulttuurisektorin ja taiteen talousvaikutuksiin kohdistunut tutkimuksellinen, yhteiskunnallinen ja poliittinen kiinnostus alkoi kasvaa. Juuri 80-luvulla kulttuuri liitettiin entistä kiinteämmäksi osaksi kaupunkien ja alueiden kehittämistyötä ja markkinointistrategioita, mistä tunnetuimpana klassisena esimerkkinä on Glasgown muutosprosessi taantuvasta teollisuuskeskuksesta kulttuurisesti vetovoimaiseksi ja vireäksi kaupungiksi. Myös kulttuuripoliittikan hegemoniset diskurssit ovat myötäilleet näitä muutosprosesseja. Hyvinvointivaltiollisen, tasa-arvoon ja sivistykseen nojautuvan kulttuurin ja taiteen tukemisen puolustamisen retoriikan rinnalle ja vähitellen myös hallitsevaan asemaan on tullut vaatimus kulttuuritoimintojen ja taloudellisen rationaliteetin synteisistä (Luttinen 1997; Ilmonen 1998; Kangas 1999). Kulttuurilaitoksilta ja erilaisilta tapahtumilta on odotettu yhä konkreettisemmin taloudellisia hyötyjä. Samalla puhe kulttuuriin investoimisesta, hyödykkeistämisestä ja tuotteistamisesta on yleistynyt (Bianchini 1993, 13; Cantell 1994, 15).

Instrumentaalisen asenteen vahvistuminen kulttuurin merkityksistä käytävässä keskustelussa on heijastunut osaltaan myös kulttuuritapahtumia koskeviin tutkimuksiin. Julkisen sektorin tukemilta tapahtumilta on odotettu yhä enemmän suoria ja epäsuoria talousvaikutuksia. Samalla poliittinen ja yhteiskunnallinen paine arvioida tai laskea festivaalien vaikutuksia on kasvanut. Tämän seurauksena tapahtumien taloudellista vaikuttavuutta koskevien (tilaus)tutkimusten määrä on lisääntynyt. Tuloksia ovat odottaneet niin kaupunkien ja alueiden poliittiset päätöksentekijät kuin tapahtumien järjestäjätkin, jotka ovat käyttäneet tapahtumatutkimuksia poliittisen päätöksenteon legitimoijina, talousvaikutusten todistusaineistona sekä tapahtumien organisoinnin ja taloudellisen tehokkuuden parantamisen työkaluina.

Lukuisissa tutkimuksissa on todettu, että kulttuuritapahtumista aiheutuu alueille erilaisia sosiaalisia, kulttuurisia ja taloudellisia vaikutuksia. Merkille pantavaa uusimmissa tutkimuksissa on ollut eri vaikutusulottuvuuksien yhteenkietoutuminen ja keskinäinen sekoittuminen tavalla, joka on tehnyt alueellisen vaikuttavuuden tai merkittävyuden tunnistamisen entistä kompleksisemmaksi tieteelliseksi haasteeksi. Tämä on ilmennyt esimerkiksi kulttuurin taloudellisten merkitysten, imagojen, kulttuuristen koodien, tyylien, luovuuden ja innovatiivisuuden monilotteisissa vuorovaikutussuhteissa. Tutkimukseni perusargumenttina onkin se, ettei jälkiteollisessa symboliyhteiskunnassa voida erotella ja tunnistaa yksiselitteisesti kulttuuritapahtumien kulttuurisia, taloudellisia ja sosiaalisia vaikutuksia toisistaan. Yhteiskuntien symboliskaupallinen todellisuus on läpikotaisin kulttuurisesti ja sosiaalisesti välittynyt tai latautunut, minkä vuoksi kulttuurin, talouden ja aluekehityksen suhdetta on tarkasteltava paitsi mitattavissa olevien aluetaloudellisten mallien ja laskettavien euromäärien valossa myös tulkinnallisten ja merkitysvälitteisten näkökulmien kautta.

Nostan tutkimuksessani esille näkökulman, jonka mukaan taloudellinen todellisuus on jälkiteollisissa yhteiskunnissa läpeensä kulttuuristunut. Kulttuuritapahtumat tarjoavat tälle väitteelle empiirisen lähtökohdan sekä teoreettis-metodologisen heijastuspinnan. Tutkimukseni kiintopisteinä ovat näin ollen paitsi kulttuuritapahtumien taloudellinen vaikuttavuus sellaisenaan myös laajemmat yhteiskunnan ja talouden kulttuuristumiseen liittyvät prosessit, joiden ytimessä ja alkuvoimana näen kulttuurin hyötyjä ja merkityksiä koskevan arvokeskustelun.

2

Tutkimuksen rakenne ja sisältö

Olen jäsentänyt tutkimuksen rakenteen siten, että kukin kappale pureutuu omasta näkökulmastaan kulttuurin talouden ja erityisesti kulttuuritapahtumien aluetaloudellisiin vaikutusolosuhteisiin (kuva 1). Aluksi (luvussa 3) luon yleisen katsauksen kulttuurin talouden ja kulttuuriteollisuuden käsitteisiin. Samalla nostan esille kansainvälisiä ja kotimaisia tutkimuksia, joissa on tarkasteltu kulttuurin ammattien ja toimialojen taloudellisia merkityksiä. Tällöin perustelen paitsi tutkimusteeman ajankohtaisuutta myös sen yhteiskunnallista merkittävyyttä. Osoitan, että kulttuurialojen taloudellinen merkitys on kasvanut monissa jälkiteollisissa yhteiskunnissa. Toisaalta kuvaan myös kulttuurin ammatteihin ja toimialoihin liittyvää operationalisoinnin vaikeutta, mikä heijastuu myös aluetaloudellisten vaikutusten arviointiin.

Jotta voin konkreettisesti tarkastella kulttuurisektorin alueellisia merkityksiä, olen rajannut tutkimuksen empiirisen näkökulman kulttuuritapahtumiin (luku 4), jotka edustavat yhtä kulttuurin talouden muotoa tai kulttuuriteollisuuden osa-alueetta (Uusitalo 1999, 137–139). Luvussa 6 kuvaan ne lähestymistavat ja peruskäsitteet, joiden nojalla aiemmat tutkimukset ovat tarkastelleet kulttuuritapahtumien taloudellisia vaikutuksia. Jaan talousvaikutukset analyttisesti kolmeen eri osa-alueeseen, jolloin puhun primäärisistä ja sekundäärisistä vaikutuksista sekä tertiäärisistä merkityksistä. Vaikka kyse on ensisijaisesti tapahtumien aluetaloudellisen dynamiikan erittelystä ja vaikutusten arvioin-

nista, on mainitulla kolmijaolla myös laajempi funktio tutkimuksen kokonaisuuden kannalta. Primääriset, sekundääriset ja tertiääriset ulottuvuudet muodostavat koko tutkimuksen läpileikkaavan teoreettis-metodologisen heijastuspinnan.

Primääriset ja sekundääriset talousvaikutukset muodostuvat tapahtuman järjestämisen ja tapahtumavieraiden aiheuttamasta kulutuksesta, joka suuntautuu lähinnä paikallisiin yrityksiin. Tällöin aluetaloudelliset vaikutukset kuvaavat paikallisten yritysten ja niissä toimivien ihmisten ostovoiman lisääntymistä. Tutkimuksen ensisijaisena kiintopisteenä ovat kuitenkin tertiääriset merkitykset. Ne ilmentävät kulttuuritapahtumien aluetaloudellisten merkitysten prosessuaalista, mittaamatonta ja tulkinallista luonnetta. Tertiääriset merkitykset realisoituvat välillisesti pitkällä aikavälillä. Liitän festivaalien tertiääriset ulottuvuudet erityisesti kuntien imagojen rakentumisen sekä luovien toimintojen alueelliseen juurtumisen problematiikkaan. Juurtumisen näkökulma viittaa prosessiin, jonka myötä alueille syntyy uusia kulttuuri-aktiviteetteja ja kulttuurialojen toimintamuotoja.

Tarkastelen myös luvussa 6 mitattavien ja mittaamattomien talousvaikutusten ja merkitysten teoreettis-metodologista suhdetta. Erityisesti nostan esille kulttuuritapahtumien talousvaikutuksia käsitelleiden tutkimusten empiristisen luonteen.

Luvussa 7 laajennan tutkimuksen teoreettis-metodologista näkökulmaa korostamalla aluetalouden kehityksen ja kulttuuri-toimintojen hybridistä yhteenkietoutuneisuutta, mikä heijastuu myös kulttuuritapahtumien taloudellisten vaikutusten arviointiin. Kulttuurin ja talouden moniulotteinen yhteys on tullut esille esimerkiksi talouden kulttuuristumista ja kulttuurin ekonomisoitumista koskeissa keskusteluissa. Lähtökohtana on tällöin ollut ensinnäkin se, että talouselämä vaikuttaa moniulotteisesti esimerkiksi kulttuuritapahtumien järjestämisen motiiveihin, mikä ilmenee muun muassa tapahtumien kaupallistumisena tai viihteellistymisenä. Toiseksi kulttuuritapahtumat vaikuttavat moniulotteisesti alueiden taloudelliseen toimintakykyyn, esimerkiksi alueiden imagojen rakentumiseen. Molemmissa näkökulmissa koros-

tuu talouden ja kulttuurin analyttinen erottamattomuus ja yhteenkietoutuneisuus.

Myös talousmaantieteellisissä keskusteluissa on viime vuosina kiinnitetty yhä enemmän huomiota kulttuuristen prosessien merkitykseen talouselämän osa-alueena. Tämä on heijastunut monin tavoin tutkimusten teoreettis-metodologisiin lähtökohtiin. Kulttuurin ja talouden vuorovaikutus on noussut eksplisiittisesti tai implisiittisesti esille esimerkiksi tarkasteltaessa sellaisia käsitteitä kuten oppiva alue, institutionaalinen tiheys tai tutkittaessa yritysverkostojen toimivuutta ja klustereiden rakentumisen dynamiikkaa (luku 11). Myös ei-taloudellisilla tekijöillä on tällöin katsottu olevan huomattavia vaikutuksia aluetalouksien toimintakykyyn. Siksi talousmaantieteellisessä kontekstissa on viime vuosina puhuttu ”kulttuurisesta käänteestä”, jonka seurauksena kulttuuriset ja sosiaaliset prosessit ovat tulleet yhä keskeisempään asemaan aluetaloudellisten kehitysprosessien tulkinnoissa.

Sovellan tässä tutkimuksessa kulttuurisen käänteen mukanaan tuomia lähestymistapoja kulttuuritapahtumien aluetaloudellisten merkitysten erittelyyn. Maantieteen kulttuurista käännettä koskevat näkökulmat toimivat johdantona ja perusteluna sille, että tapahtumien talousvaikutukset voidaan liittää alueiden imagoja ja kulttuuri-instituutioiden alueellista juurtumista koskeviin pohdintoihin. Molemmat käsittehorisontit siirtävät huomion kulttuuristen, taloudellisten ja alueellisten todellisuuksien hybridiseen luonteeseen. Hybridisyys puolestaan asettaa tutkimuksen metodologialle erityisvaatimuksia. Emme voi suoraan mitata tai laskea taloudellisia vaikutuksia, vaan pikemminkin kyse on tulkinnallisesta ja prosessuaalisesta kokonaisuudesta. Juuri tästä syystä olen päättänyt tutkimuksessa diskurssianalyysin käyttöön, joka nojautuu konstruktionistiseen lähestymistapaan. Tutkimuksen metodologisia valintoja ja sisältöjä kuvaan tarkemmin luvussa 8.

Diskurssien analysoinnin ytimessä ja lähtökohtana on arvon käsite. Tutkimuksen ensimmäinen empiirinen vaihe (luku 9) käsittelee siksi arvokeskustelua; mitä arvolähtökohtia kulttuuritapahtumien aluetaloudellisiin merkityksiin voidaan liittää, ja mi-

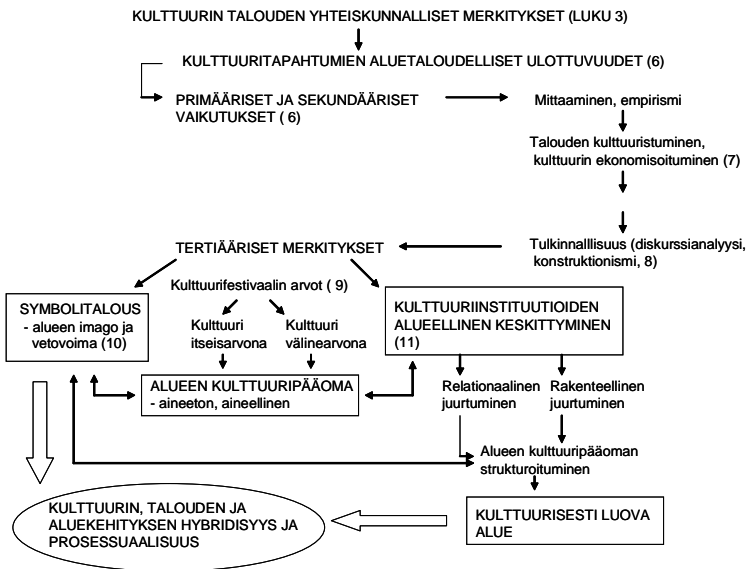
ten kyseisiä arvoja tulkitaan paikallisissa toimintaympäristöissä? Nojaudun tällöin Theodor Adornon klassiseen kulttuuriteollisuuskritiikkiin, jota sovellean kulttuuritapahtumien tarkastelussa. Kysyn: ovatko tutkimuksen kohteena olevat tapahtumat säilyttäneet paikallisten diskurssien valossa taiteellisen ja kulttuurisen autonomiansa vai leimaako niitä alueellisten merkitysten korostuessa pikemminkin taloudellisen rationaliteetin puolustus ja kaupallisuutta painottavat arvolähtökohdat? Kyseiset arvoasetelmat eivät ole alueiden kehityksen yhteydessä välttämättä toisilleen vastakkaisia. Osoitan käsitteellisesti ja empiirisesti, että taloudellisten ja kulttuuristen arvojen jyrkkäräinen erottaminen toisistaan on problemaattista. Samalla muodostan kulttuuritapahtumien taloudellisia hyötyjä ja merkityksiä koskevasta arvokeskustelusta synteesin, jonka kiteytän alueen kulttuuripääoman käsitteeseen. Alueen kulttuuripääoma ilmentää tapahtumiin liitettyjen arvojen moninaisuutta, jossa sosiaaliset, taloudelliset, psykologiset ja spirituaaliset ulottuvuudet kietoutuvat toisiinsa.

Luvussa 10 tarkastelen kulttuuritapahtumien tertiäärisiä merkityksiä symbolitalouden käsitteen valossa. Näkökulma kiinnittyy tällöin erityisesti kuntien imagojen rakentumisen problematiikkaan. Jäsenän toisaalta paikallisia imagodiskurseja, jotka ilmentävät sitä, miten kulttuuritapahtumat ja kuntien imagojen rakentuminen kytkeytyvät tulkinnallisesti toisiinsa. Toisaalta pohdin merkkiarvojen ja yhteiskunnan estetisoitumisen merkityksen kasvua osana kaupunkien ja kuntien kehityksen dynamiikkaa, mikä on nostanut kaupunkien kulttuuri-imagot aivan uudella tavalla aluetalouksien kehityksen strategiseksi voimavaraksi.

Kulttuuri-instituutioiden alueellisen juurtumisen ja keskittymisen tematiikka muodostaa symbolitalouden käsitteen ohella tutkimuksen toisen lähtökohdan, johon nojautuen osoitan teoreettisesti ja empiirisesti kulttuuritapahtumien aluetaloudellisten merkitysten hybridisen ja prosessuaalisen luonteen. Luvussa 11 tarkastelen kulttuuritoimintojen alueellisen keskittymisen tai klusteroitumisen dynamiikkaa. Kuvaan empiirisen aineiston valossa, miten kulttuuritapahtumat ovat heijastuneet kuntien in-

stitutionaaliseen tiheyteen; kulttuurialan organisaatioiden kehitykseen ja kulttuurisesti luovaan ilmapiiriin.

Tutkimuksen lopussa luon yhteenvedonomaisten katsauksen kulttuuritapahtumien aluetaloudellisten merkitysten hybridiseen ja prosessuaaliseen luonteeseen. Esitän, että aluetaloudellisten merkitysten hybridisyyden tunnistamisella on paitsi teoreettis-metodologisia merkityksiä myös poliittis-hallinnollisia heijastusvaikutuksia. Näkemys laajentaa ensinnäkin konventionaalisten kulttuuritapahtumatutkimusten peruslähtökohtaa, joiden mukaan tapahtumavieraiden tai tapahtuman järjestäjien kuluttama rahamäärä on keskeinen aluetaloudellisen vaikuttavuuden konstituentti. Toiseksi symbolitalouden ja luovuuden juurtumisen näkökulmat nostavat esille kulttuuritapahtumien aluetaloudellisten merkitysten kokonaisvaltaisen luonteen, mikä olisi huomioitava esimerkiksi määriteltäessä kulttuuritapahtumien julkisen tuen perusteita tai pohdittaessa vaikkapa kulttuurin asemaa paikallisessa elinkeinopolitiikassa.



KUVA 1. Tutkimuksen eteneminen ja käsitteellinen kehys.

3

Havaintoja kulttuurialojen taloudellisista vaikutuksista

Häilyvä kulttuurin talous

Kytken kulttuuritapahtumien aluetaloudellisten merkitysten tarkastelun aluksi laajempaan yhteiskunnalliseen kehykseen – kulttuuriammattien ja kulttuurin toimialojen alueellisiin ja taloudellisiin kehitysnäkymiin. Tällöin voimme nähdä kulttuuritapahtumien aluetaloudelliset merkitykset osana laajempaa kulttuurin talouden kasvua, jonka perusominaisuutena on kulttuuristen symbolien tuotanto. Tapahtumat voidaan ymmärtää erääksi symbolitalouden kehityksen johdannaiseksi ja vallitsevien elämishakuisien arvomaailmojen, elämäntapojen ja kulutustottumusten peiliksi.

Keskustelu erilaisten kulttuuri- ja taidepalveluiden taloudellisesta arvosta on viime vuosikymmenten aikana ollut vilkasta. Tähän kulttuuria välineellistävään (instrumentaalisen kulttuuripoliitiikan) aikakauteen tai hegemoniseen diskurssiin siirryttiin Suomessa sekä muualla Euroopassa 1980-luvun aikana (esim. Luttinen 1997; Ilmonen 1998; Kangas 1999; Ahponen 1999). Tuolloin kulttuurisektorin ja taiteen talousvaikutuksiin kohdistunut tutkimuksellinen, yhteiskunnallinen ja poliittinen kiinnostus alkoi kasvaa. Samalla kulttuurinäkökulma liitettiin yhä useammin alueiden kehittämistyön osa-alueeksi esimerkiksi eurooppalais-

ten suurkaupunkien markkinointistrategioiden yhteydessä. Kulttuurin talous ja kulttuuri-imagot tuotiin monissa kaupungeissa strategisen kehittämistyön ytimeen. Kehitys ilmensi teollista rakennemuutosta ja palveluyhteiskunnan kasvua, joiden myötä monet perinteiset teollisuusalueet muuttuivat elinkeinorakenteeltaan ja imagoiltaan jälkiteollisiksi kasvukeskuksiksi.

Kaksikymmentä vuotta sitten myös perinteinen keskustelu kulttuurin ja taiteen julkisen tuen perusteluista kääntyi päälaelleen – nimenomaan alueellisen kehittämistyön kontekstissa. Enää ei kysytty niinkään, miten talouselämä voi tukea tai palvella kulttuurisia ja taiteellisia pyrkimyksiä, vaan yhä useammin haluttiin tietää, miten kulttuuri voi tukea talouselämää (Cwi 1980; Shanahan 1980). Myös tämän päivän poliittis-hallinnollisissa retoriikassa ja ohjelmajulistuksissa kulttuurilta odotetaan nimenomaan alueiden työllisyyttä ja taloutta kohentavia vaikutuksia (Kangas & Hirvonen 2001; Kainulainen & Suutari 2002).

Kuluneiden vuosikymmenten aikana on tehty huomattava joukko erilaisia kulttuurin talousvaikutusanalysejä, jotka ovat osoittaneet kulttuurilla olevan merkittäviä aluetaloudellisia vaikutuksia. Kulttuurin toimialat on havaittu monissa tutkimuksissa kasvaviksi talouden sektoreiksi. Kulttuuripalvelujen taloudellisia heijastusvaikutuksia on laskettu muun muassa verotulojen, tekijänoikeuksien, bkt-osuuksien, työpaikkojen sekä kulttuurialan yritysten määrien näkökulmista ja erilaisten kulttuurituotteiden kulutusta kuvaavien tunnuslukujen tai kerroinvaikutusten valossa.

Kulttuurisektorin taloudellisten vaikutusten esille nousun rinnalla kulttuuritoimintojen ja talouselämän välisten rajojen tunnistaminen on tullut entistä vaikeammaksi tehtäväksi. Kehitys on johtanut siihen, että yhä enemmän valmistetaan kulttuurin tuotteita, jotka ovat teollisesti valmistettuja ja kaupallisesti hyödynnettäviä. Lisäksi talouselämä ammentaa tuotteiden ja palveluiden brandeihin ja merkkeihin yhä enemmän sisältöä kulttuurisista symboleista. Samalla kulttuurista on muodostunut monessa mielessä talouselämälle merkittävää lisäarvoa tuottava elementti. Siksi

luonnollisesti on käyty vilkasta kulttuuripoliittista keskustelua siitä, mitä tämän kaiken seurauksena on tapahtunut itse kulttuurille ja kulttuurisille sisällöille. Onko kulttuuri muodostumassa vain talouselämän välikappaleeksi, taloudellisen lisäarvon ja voiton maksimoimisen välineeksi? Vai ovatko kulttuuri ja taide talouselämään kiinnittymisestä huolimatta onnistuneet säilyttämään sisäisen subjektiviteettinsa? Tai voimmeko ajatella, että kulttuurin elinvoimaisuus, sen luova ja elämyksellinen tenho-voima, on jopa vahvistunut alan taloudellisen painoarvon kasvun myötä?

Kulttuurin ja talouden rinnakkaiselo sekä toisiinsa kietoutuminen on konkretisoitunut kulttuuriteollisuuden käsitteessä. Sen yhteydessä kulttuurin tuotanto ja kulutus on kytkeytynyt laajempaan talousjärjestelmään ja teolliseen toimintalogiikkaan. Kulttuuriteollisuuden näkökulmasta kulttuurin tuotteet ja palvelut muodostavat omia tuotannonaloja, koska ihmiset osallistuvat näihin toimintoihin tuottajina, vaihtajina ja kuluttajina (Throsby 1999a, 79–81).

Kulttuuriteollisuuden käsitteen käyttötarkoitukset ja sisällöt ovat historian kuluessa vaihdelleet. Sen määrittelyn perustaksi on muodostunut kaksi toisilleen vastakkaista lähtökohtaa (esim. Loisa 2003). Alun perin teollisuuden (*industry*) käsitettä on sovellettu kulttuuriin ja taiteisiin yhteiskuntakritiikkinä, jolloin huomio kiinnittyi erityisesti kulttuurin kaupallistumisen turmiollisiin sivuvaikutuksiin. Termin kulttuuriteollisuus (*cultural industry*) ottivat ensimmäistä kertaa käyttöön Frankfurtin koulukuntaa edustaneet Max Horkheimer ja Theodor Adorno vuonna 1947 kritisoidessaan massakulttuurin (*mass culture*) vaikutuksia. Tähän historialliseen keskusteluun palaan yksityiskohtaisemmin luvussa 9. Nykyisessä kielenkäytössä kulttuuriteollisuuden käsitteellä on positiivisempi lataus, ja sillä viitataan tavallisesti taloudelliseen potentiaaliin, joka liittyy kulttuurin tuotantoon, kulttuurisektorin työllisyysvaikutuksiin sekä kuluttajien tarpeiden tyydyttämiseen (Throsby 2001, 111; O'Connor 2003).

Kulttuurituotannon taloudellisen painoarvon kasvun myötä kulttuuriteollisuuden käsitteen käyttö on yleistynyt Suomessa

myös julkisen hallinnon piirissä. Samalla käsitettä on ryhdytty käyttämään väljästi kulttuuritoimintoja kuvaavana yleiskäsitteenä. Kulttuurin taloudellisia hyötyjä korostavien diskurssien yleistyessä kulttuuriteollisuus on ikään kuin hiipinyt kulttuurin ja taiteen käsitteiden rinnalle ja viime vuosina jopa niiden yläpuolelle. Esimerkiksi kulttuurisektorin työllisyys- ja talousvaikutusten tilastoinnissa kulttuuriteollisuutta on käytetty kattokäsitteenä, joka kattaa perinteiset kulttuuriammatit sekä taiteen alat (Karttunen 2001, 7). Voidaankin päätellä, että kulttuuriteollisuuden käsitteen yhteiskunnallisen aseman vahvistuminen on itsessään legitimoinut kulttuurisektorin hyötyjen tarkastelua nimenomaan taloudellisten perustelujen valossa. Herättäessään konnotaatioidensa (ja myös suoraan denotaatioidensa) kautta mielikuvia teollisesta ja tuotannollisesta toiminnasta, kulttuuriteollisuus on itsessään toiminut kulttuurin taloudellista rationaliteettia koskevien argumenttien ja diskurssien uusintajana. Käsitettä on käytetty yli puoli vuosisataa kestäneen historiansa kuluessa paitsi tutkimusten teoreettisena konstruktiona myös poliittisena lyömäaseena, jonka avulla on perusteltu kulttuurin yhteiskunnallista arvoa ja tehtäviä.

Vaikka kulttuuriteollisuus on käsitteenä vakiintunut myös suomalaisen kulttuuripoliittiseen keskusteluun ja hallinnolliseen retoriikkaan, on sen suoraa rinnastamista suomen kielen teollisuus-sanaan pidetty myös käännösvirheenä. Kulttuurialan taloudellista volyyymia koskevissa tilastotarkasteluissa on esimerkiksi Alasen (2004a, 3) mukaan täsmällisempää puhua esimerkiksi kulttuurin toimialoista.

Käytän tässä tutkimuksessa kulttuuriteollisuuden käsitettä ainoastaan Theodor Adornon yhteiskuntakritiikin yhteydessä yleiskäsitteenä (luku 9). Muissa yhteyksissä puhun pääsääntöisesti kulttuurin toimialoista tai kulttuurin taloudesta, jotka kuvaavat kulttuurin taloudellista volyyymia, vaikka englanninkielisissä alkuperäislähteissä kantasanana voi näissäkin yhteyksissä olla termi *cultural industry*.

Viime vuosina kulttuuriteollisuuden käsitteeseen on liitetty uusia tulkintoja ja näkökulmia, jotka ovat heijastelleet tuotannollisessa toiminnassa, teknologian kehityksessä ja elämäntavoissa tapahtuneita muutoksia. Uudet merkitykset ovat osaltaan myös hämärtäneet käsitteen sisältöä. Toimialaluokitteluisissa ja teoreettisissa keskusteluissa käsitettä on toisaalta venytetty, ja siihen on sisällytetty uusia ja kasvavia elämystuotannon muotoja. Kulttuuriteollisuuden rinnalla on käytetty erilaisia sukulaiskäsitteitä, jotka ovat limittyneet toisiinsa osin päällekkäisiksi kerrostumiksi. Tällaisina lähikäsitteinä on pidetty ainakin vapaa-ajan teollisuutta (*leisure industry*), populaarikulttuuria (*popular culture*), informaatioteollisuutta (*information industry*), viihdeteollisuutta (*entertainment industry*), luovaa teollisuutta (*creative industry*), luovaa taloutta (*creative economy*), kulttuurin taloutta (*cultural economy*), symbolitaloutta (*symbolic economy*), sisältötuotantoa (*content industry*), tajuntateollisuutta (*consciousness industry*), tekijänoikeusteollisuutta sekä mediateollisuutta (*media industry*) (Zukin 1995; Heiskanen 2002; Hesmondhalgh 2002, 14; Loisa 2003, 15–17.). Kaikilla rinnakkaiskäsitteillä on ollut yhteys kulttuurin taloudelliseen potentiaaliin, vaikka niiden sisällölliset painotukset ovat vaihdelleet.

Jäsennän tässä tutkimuksessa kulttuurin, talouden ja aluekehityksen moniulotteista vuorovaikutusta ensisijaisesti kulttuurin talouden käsitteen avulla (esim. Scott 1997; 2000a; 2000b; Gibson, Murphy & Freestone 2002). Kulttuurin talous voidaan määritellä monin eri tavoin tutkimuksen tavoitteista riippuen. Se voidaan ensinnäkin rinnastaa kulttuurialoihin ja tuotannon muotoihin. Kulttuurin talouteen liittyy tällöin ajatus kulttuuriyrittäjyydestä (ks. esim. Cliche & Mitchell & Wiesand & Heiskanen & Pozzolo 2002, 135–136). Suppeimman määritelmän mukaan kulttuurin talous viittaa yrittäjyyteen ja kauppaan, jota käydään kulttuurisilla sisällöillä olivatpa tuotteet sitten materiaalisia tai immateriaalisia palveluita tai tavaroita. Esimerkiksi O'Connor (2003, 16) on rinnastanut kulttuurin talouden nimenomaan ”kulttuuriliiketoimintaan” tai ”kulttuuriyrittämiseen”, jotka kä-

sitteinä kuvaavat hänen mukaansa paremmin alan luonnetta kuin termi *cultural industry*. Myös Uusitalo (1999, 137–139) on painottanut kulttuuriteollisuuden määrittelyssä yrittäjyyttä. Hänen mukaansa kulttuuriteollisuuteen kuuluvat (1) editoriaalinen teollisuus (kirjankustannus, elokuva, äänitteet), (2) ohjelmavirtateollisuus (radio, televisio), (3) kirjoitetun informaation tuotanto (sanoma- ja aikakauslehdet) ja (4) sähköinen viestintäteollisuus (uusmedia). Ala määritellään Uusitalon (emt.) mukaan väljästi, mikäli siihen sisällytetään esimerkiksi esittävät taiteet tai tapahtumatuotanto (teatteri, tanssi, ooppera, konserttimusiikki, näytelyt).

Monissa kulttuurin toimialojen ja ammattien määrittelyissä on viime vuosina korostettu jyrkkien rajojen sijaan asteeroja. Yhtäältä luokittelujen kriteerinä on pidetty sitä, missä määrin tuotanto ja jakelu sisältävät ainutkertaisia ja monistettavia piirteitä (Miege 1989; Hall 2000, 640). Toisaalta kulttuurin talouden tuotteita ja palveluita on jaoteltu sen mukaan, missä määrin niiden tuottaminen edellyttää taiteellista luovuutta ja kulttuuristen symbolien manipulointia (O'Connor & Wynne 1996a, 7; Throsby 2001, 112–114; Gibson, Murphy & Freestone 2002, 175–179; O'Connor 2003, 22; Turok 2003, 552). Lisäksi alan tilastoinnissa on nojaututtu arvoketjunäkökulmaan. Tällöin kulttuurin toimialoja on ryhmitelty niiden erilaisten funktioiden perusteella, jolloin luokittelun perusteena on käytetty tuotteiden luomiseen ja tuotantoon, jakeluun ja välitykseen, vastaanottoon ja kulutukseen, säilyttämiseen ja tallentamiseen sekä erilaisiin osallistumisen muotoihin liittyviä tuotannon arvoketjun vaiheita ja ominaisuuksia.²

² Siksi kulttuurin toimialojen tilastointiin on saatettu sisällyttää esimerkiksi sekä valokuvaajat ja valokuvataitelijat että valokuvaustarvikkeiden tuotantoon ja jakeluun liittyvät palvelut (Karttunen 2001, 5–6). Arvoketjun mukainen toimialojen jäsenyys on kuitenkin ollut tilastoinnissa siinä mielessä kirjavaa, että kulttuurialan tilastoihin on saatettu sisällyttää joko tietyn toimialan arvoketju kokonaisuudessaan tai sen osia (Alanen 2004b, 17). Ongelmia toimialaluokitteluihin on aiheuttanut myös arvoketjujen eri vaiheiden tunnistaminen ja kulttuuristen osien erottaminen muusta toiminnasta (emt.).

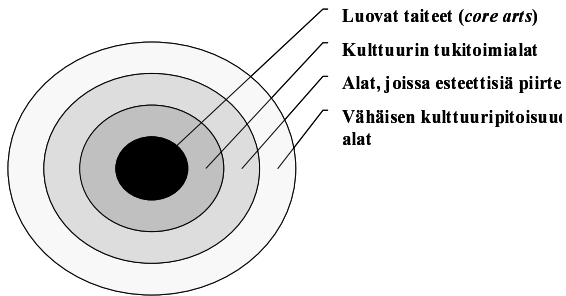
Miege (1989, 26) on käyttänyt kulttuurin talouden määrittelyn perusteena sitä, missä määrin taiteilijat ja kulttuurityöntekijät ovat osa teollista tuotantoprosessia. Hän on jaotellut kulttuuriset tuotteet kolmeen kategoriaan. Ensimmäiseen luokkaan kuuluvat teollisesti monistettavat tuotteet, joiden tuotanto ei edellytä taiteilijoiden tai kulttuurin toimijoiden työpanosta (esimerkiksi äänentoistoon ja elokuvien tekemiseen liittyvät audiovisuaaliset laitteet). Toisessa kategoriassa ovat monistettavat kulttuurituotteet, jotka edellyttävät taiteilijoiden tai kulttuurin toimijoiden työpanosta (kuten kirjankustannustoiminta, äänilevy- ja elokuvateollisuus). Kolmanteen luokkaan kuuluvat puoleksi monistettavat tuotteet ja palvelut, joiden syntyprosessi edellyttää eniten taiteellista luovuutta (esimerkiksi käsi- ja taideteolliset tuotteet, kuvataide ja esittävä taide).

Throsby (2001, 112–114; 2004) on puolestaan luokitellut kulttuurin talouden aloja taiteellisen ja luovan toiminnan pitoisuuksien valossa. Hän on erotellut luokittelussaan kulttuurin ydin- alat, muut kulttuurin talouden muodot sekä näihin liittyvät teollisuuden sektorit. Kuvaamalla kulttuurin taloutta kehämällin avulla Throsby on halunnut korostaa kulttuuripitoisuuden ja luovuuden aste-eroja eri ammateissa ja eri toimialoilla. Siksi hän on visualisoinut toimialat sisäkkäisiksi ympyröiksi, joilla on yhteinen keskus (kuva 2).

Kehien ytimessä ovat luovat taiteet (*core arts*), kuten teatteri, tanssi, ooppera, musiikki, kirjallisuus ja kuvataiteet. Taiteilijoiden puhtaat ja alkuperäiset taiteelliset piirteet ja ideat sekoittuvat, suodattuvat ja kietoutuvat eri pitoisuuksina kulttuurin talouden muille kehille. Mitä lähempänä kehämällin ydintä toimiala sijaitsee, sitä enemmän se ammentaa sisältöä taiteellisesta luovuudesta. Luovan taiteen kehän ulkopuolella ovat toisen ja kolmannen asteen alat, joissa kulttuurinen ja taiteellinen elementti suodattuu tuotteeksi tai taloudelliseksi toiminnaksi ydinaloja laajemmassa kaupallisessa, teollisessa ja tuotannollisessa kontekstissa. Kulttuurin talouden ”ulkokehälle” (*related activities*) Throsby on sijoittanut muun muassa elokuvataiteen, televisio- ja radiotoi-

minnan sekä kustannustoiminnan. Kolmas kulttuurin talouden kehä muodostuu vastaavasti toimialoista, jotka toimivat kulttuurin talouden ydinalojen ulkopuolella, mutta niiden tuotteissa on kulttuurisia (ts. semioottisia ja/tai esteettisiä) piirteitä. Näihin aloihin kuuluvat muun muassa muoti- ja mainosteollisuus sekä arkkitehtuuri. (Throsby 2001, 112–114; 2004.)³

Throsbyn määrittelyn valossa kulttuuriset tuotteet ja palvelut ovat sellaisia, jotka ilmentävät enemmän tai vähemmän henkisiä ja/tai symbolisia arvoja. Niiden tuottaminen ja valmistaminen edellyttää kulttuurista tai taiteellista luovuutta. Samalla tuotteiden taloudellinen arvo perustuu suurelta osin niiden symboliseen sisältöön eli kulttuuriarvoon (O'Connor 2003, 22). Kyky tuottaa symbolisia arvoja eli kulttuurinen kapasiteetti on tässä valossa kulttuurin talouden ja luovien teollisuudenalojen keskeinen menestystekijä, käyttövoima ja innovaatioiden lähde (O'Connor & Wynne 1996, 7).



KUVA 2. Kulttuurialojen kulttuuripitoisuus (Throsbya 2001, 112–114 ja Alasta 2004a soveltaen).

Kulttuurin talouden rajojen ja kehien häilyvyys on ollut ongelmallista esimerkiksi alan työpaikkojen tilastoinnin yhteydessä. Kulttuurisektori kytkeytyy moniulotteisesti muun muassa design-intensiivisiin toimialoihin, kuten mainos-, muoti- ja mediateolli-

³Toisaalta taiteet voidaan nähdä myös kulttuurin talouden ulkokehällä, mikäli kulttuurin talouden käsitteen ydin rinnastetaan kulttuurialan liiketoimintaan tai yritykseen (vrt. O'Connor 2003).

suuteen, joiden sisältö määrittyy olennaisilta osiltaan myös kulttuuristen symbolien manipuloinnin kautta. Tuotantoprosesseissa teknologiset innovaatiot, taiteellinen ja kulttuurinen toiminta sekä markkinoiden logiikka kietoutuvat toisiinsa, minkä vuoksi kulttuurin taloudellisen toiminnan jyrkkärajainen kategorisointi erikseen luokiteltaviksi toimialoiksi on kompleksista (Miege 1989, 10). Teräväpiirteisten toimialaluokittelujen sijaan usein on aiheellisempaa puhua kulttuurin pitoisuuseroista. Kulttuurin talouden eri toimialoilla ja eri ammateissa kulttuuripitoisuuden osuus vaihtelee.⁴

Käsitteiden määrittelyjen kirjavuus on heijastunut siihen, ettei kulttuurialojen taloudellisesta volyymistä ole ollut helposti saatavissa kansainvälisesti vertailukelpoista tietoa. Esimerkiksi kulttuurialoilla toimivien ammattilaisten lukumäärää on ollut vaikea yksiselitteisesti arvioida, sillä eri tilastoissa nämä ammatit on ryhmitelty toisistaan poikkeavalla tavalla. Moniulotteisuudesta johtuen kulttuuriammatit ovat identifioituneet eri tilastoissa erilaisen logiikan perusteella. Karttunen (2001, 6) on todennut, ettei kulttuurisektorille ole olemassa yleisesti hyväksyttyä ja vaikiintunutta määritelmää, jonka perusteella alaan kuuluvia toimialoja ja ammattiryhmiä luokitellaan.⁵

Tilastoinnin yhteydessä erityisesti kulttuurin talouden ulkokehälle jäävien ”harmaiden alojen” osalta on havaittu kirjavuutta ja käsitteellistä sekavuutta. Esimerkiksi luovan taiteellisen toiminnan ja korkean teknologian tuottamiseen (kuten uusmedia-alaan) liittyvän luovuuden välistä eroa on ollut vaikea empiirisesti osoittaa ja kategorisoida (Myerscough 1988, 50). Sisältö-

⁴ Kulttuurin toimialan tarkastelu kulttuuripitoisuuden näkökulmasta on olennaista pohdittaessa myös kulttuuritoimintojen aluetaloudellisia merkityksiä. Kulttuurisektorin taloudellisia heijastusvaikutuksia ei voida arvioida kokonaisvaltaisesti esimerkiksi toimialapohjaisten työllisyystilastojen perusteella.

⁵ Tilastointia on monimutkaistanut esimerkiksi se, että kulttuuriammateissa toimivat henkilöt voivat harjoittaa ammattiaan ei-kulttuurisella toimialalla (esim. tuotesuunnittelijat uusmedia-alalla). Vastaavasti ei-kulttuuriammateissa toimivat henkilöt voivat toimia kulttuurin toimialoilla (esim. tarjoilija oopperatalon kahviossa). Suomessa ”puhtailla kulttuurialoilla” (kulttuuriammatit kulttuurin toimialalla, esim. näyttelijä laitosteatterissa) työskenteli vuonna 1995 kulttuurisektorin työvoimasta ainoastaan 36 prosenttia. (Karttunen 2001, 22.)

tuotannon rajausongelmista sekä uusien teknologiapainotteisten kulttuurin ammattien kasvun seurauksena kulttuurin ja taiteen ammattilaisesta on muodostunut entistä epäselvempi käsite. Kulttuurin talouden, taiteen, joukkoviestinnän ja sisältötuotannon lisääntyvän vuorovaikutuksen sekä digitaalisen vallankumouksen (*digital revolution*) myötä työmarkkinoille on syntynyt joukko uusia ja entistä monipuolisempia ammattikuvia, joilla on eri painoituksin hankalasti määriteltävä yhteys kulttuurin talouden eri muotoihin (Ellmeier 2003, 9–10). Tätä on toisaalta pidetty myös kulttuurin talouden vahvuutena. Kulttuurin talouden alat toimivat eri ammattiryhmien ”luovilla rajapinnoilla”, joissa eri osaa-misalojen kohtaaminen altistaa uusien toimintatapojen ja ideoiden synnyttämiseen (Wilenius 2004, 106). Tulevaisuudessa juuri luovilla rajapinnoilla toimivien kulttuurialojen on arvioitu omaavan eniten taloudellista kasvupotentiaalia.

Erilaisista käsitteistä johtuen kulttuurin toimialojen ja ammattien tilastollinen luokittelu on siis ollut kirjavaa. Yhtä yksiselitteistä ja täsmällistä rajausta tai kattokäsitettä ei ole olemassa. Pratt (1997b) onkin kritisoinut sektoriajattelua alan talousvaikutusten määrittelyssä. Kulttuurin toimiala- tai ammattipohjaisten luokittelujen sijaan hän on puhunut kokonaisesta tuotantojärjestelmästä (*cultural industries production systems*), joka kattaa sekä alan organisatoriset rakenteet, tuotteet että teknologiset yhteydet. Alueiden kehityksen yhteydessä kulttuurin tuotantojärjestelmä muodostaa Prattin (emt.) mukaan monimuotoisen kokonaisuuden tai klusterin, joka voi toimia osaltaan innovatiivisten toimintaympäristöjen kasvualustana. Täten kulttuurin talous viittaa sellaisten paikkasidonnaisten tuotannollisten ja teknologisten toimintojen vuorovaikutuksen ja riippuvuussuhteiden kokonaisuuteen, jonka yhteisvaikutuksesta alueille syntyy uusia kulttuuripitoisia tuotteita ja palveluja (Scottia 2000a, 11 soveltaen). Käytän tässä tutkimuksessa kulttuurin taloutta eräänlaisena kulttuuriammattien ja -toimialojen kattokäsitteenä, joka kuvaa paitsi kulttuurin tuotannon volyyymia myös toimintaympäristön dynamiikkaa, joka mahdollistaa kulttuuritoimintojen

kehityksen tietylle alueelle. Laaja, aluekehityksen prosessuaalisuutta korostava, kulttuurin talouden määritelmä on välttämättömän pohdittaessa kokonaisvaltaisesti kulttuurin ja aluetalouden kehityksen välistä suhdetta.

Kulttuuritapahtumien rinnastaminen kulttuurin talouteen ei ole kuvattujen määrittelyjen valossa yksiselitteistä. Tapahtumien järjestäminen ei ole esimerkiksi sellaisenaan kulttuuriyrittäjyyttä, koska niiden toteutuksesta vastaavat pääasiassa taloudellista voittoa tavoittelemattomat yhdistykset (Kainulainen 2004a, 37). Ne eivät myöskään ole monistettavia tuotteita, koska festivaalit tarjoavat usein ainutkertaisia elämyksiä. Nähdäkseni kulttuuritapahtumien ja kulttuurin talouden yhdistävänä tekijänä on ensinnäkin taiteellinen luovuus ja kulttuuristen symbolien tuottaminen ja esittäminen tavalla, johon usein liittyy myös kaupallisia päämääriä. Kulttuuritapahtumat myyvät ohjelmistonsa välityksellä yleisölle symbolisia/taiteellisia maksullisia tuotteita, joita kulutetaan. Symbolien tuotannon ja kulutuksen kautta kulttuuritapahtumia voidaan tarkastella osana kulttuurin taloutta.

Tämän tutkimuksen kannalta olennaisempaa on se, että kulttuuritapahtumat ovat osa aika- ja paikkasidonnaista kulttuurin tuotantojärjestelmää, jolloin ne osaltaan muokkaavat kuntien toimintaympäristöjä. Festivaalit voivat toimia esimerkiksi kuntien imagojen rakentajina ja luovien prosessien (tai innovaatioiden) kasvualustana, mikä heijastuu välillisesti kuntien taloudelliseen toimintakykyyn. Tässä mielessä festivaalit voidaan rinnastaa laajaan (toimintaympäristöjen dynamiikkaa kuvaavaan) kulttuurin talouden määritelmään.

*

Kulttuurin ja talouden uutta liittoa on kuvattu viime vuosina myös luovan teollisuuden tai luovan toimialan (*creative industry*) käsitteellä (esim. Caves 2000; Hall 2000; Bilton & Leary 2002; Cliche ym. 2002, 161; Alanen 2004c), jonka on katsottu toimivan aluetalouksien uudistumisprosessien ja kehityksen uudenaikaisena dy-

namona. Myös luovan teollisuuden käsite sitoo toisiinsa kaupalliset ja kulttuuriset aktiviteetit, ja tässä mielessä sillä on yhtymäkohtia kulttuurin talouden käsitteeseen. Käsitteet ovatkin monessa suhteessa päällekkäisiä. Suurimpana erona voidaan pitää sitä, että luova teollisuus on toimialojen ja ammattien kirjon suhteen kulttuurin taloutta laajempi kokonaisuus. (Bilton & Leary 2002; Turok 2003.)

Myös luovan teollisuuden ytimessä on yksilöllisen luovuuden ja lahjakkuuden soveltaminen tuotannollisissa prosesseissa. Se sisältää sellaisten palveluiden ja hyödykkeiden tuotannon ja jakelun, joilla on yhtymäkohtia taiteelliseen, viihteelliseen tai intellektuaaliseen toimintaan tai erilaisten kulttuuristen aktiviteettien ylläpitoon. Tyypillisesti luova teollisuus on rinnastettu elokuvateollisuuden, televisiotoiminnan, videotuotannon, musiikkiteollisuuden, visuaalisen ja esittävän taiteen, mainosteollisuuden, julkaisutoiminnan, muotoiluteollisuuden, ohjelmistotuotannon sekä uusmedian aloihin. Määrittelyt ovat kuitenkin kulttuurin talouden tavoin vaihdelleet (vrt. Caves 2000, 1; Turok 2003, 552.)

Myös luovat teollisuudenalat tuottavat symbolisia hyödykkeitä (ideoita, elämyksiä, imagoja), joiden arvo riippuu ”merkitysten leikistä” eli siitä relationaalisesti määrittyvästä yhteiskunnallisesta arvostuksesta, joiden kautta symbolit saavat ajan henkeä vastaavan sisältönsä. Symbolisten, materiaalisten tai funktionaalisten hyödykkeiden erotteluja ja rajanvetoja ei ole kuitenkaan yksinkertaista tehdä. Pikemminkin kyse on tuotteen sisällön aste-eroista, ei niinkään toisensa poissulkevista ja erillisistä laadullisista ominaisuuksista. Olennaista on tuotteen ydinbизнесalueen ja sen symbolisen luonteen suhteen tarkastelu. Esimerkiksi Niken juoksukenkien ydinbизнесalueena ovat paitsi itse kengän materiaaliset ominaisuudet myös mainonnan brandille ja logolle antama sisältö. Täten luovia teollisuudenaloja voidaan jaotella sen mukaan, koostuuko niiden sisältö lähes yksinomaan symbolisista merkityksistä (kirjat, videoelokuvat, musiikin tuotteet) vai onko tuotteiden sisällöissä symboliarvojen lisäksi mu-

kana myös funktionaalisia käyttöarvoja (esim. Niken tuotteet). (Bilton & Leary 2002, 50.)⁶

Luovien teollisuudenalojen on todettu monissa tutkimuksissa kasvaneen ja niiden on todettu olevan yhä merkittävämpiä aluetalouden menestystekijöitä. Tepper (2002) on kuitenkin suhtautunut skeptisesti tilastopohjaisiin kasvukäyriin. Hänen mukaansa alan heterogeenisuudesta ja laaja-alaisuudesta johtuen luovien teollisuusalojen luokittelussa ja tunnistamisessa tulee olla eksplisiittinen ja täsmällinen, sillä luoviin teollisuudenaloihin sisältyy kasvun ohella myös joukko sellaisia toimintoja, joiden merkitys yhteiskunnissa vähenee. Hän kysyykin: mikä tuotannonala itse asiassa kasvaa, jos luova teollisuus kasvaa? Myös Bilton ja Leary (2002, 50) ovat pohtineet, mikä on tunnusomaista luoville teollisuudenaloille. He ovat aivan oikein todenneet minkä tahansa tuotannonalan sisältävän yksilöllistä luovuutta, taitoa ja lahjakkuutta. Siksi pragmaattiset luovien teollisuudenalojen luettelot eivät pysty heidän mukaansa selkeästi rajaamaan ja määrittelemään alan tunnusomaisia piirteitä.

Käsillä olevan tutkimuksen tehtävänä ei ole luovan teollisuuden tai kulttuurin talouden käsitteiden empiirisen rajauksen tai tilastollisen luokittelun yksityiskohtaisempi pohtiminen. Edellä esitetty kuvaus alan moninaisuudesta ja häilyvyydestä toimii taustana ja johdantona kulttuuritapahtumien talousvaikutusten analyysille. Kulttuuritapahtumat ovat osa laajenevaa kulttuurin taloutta.

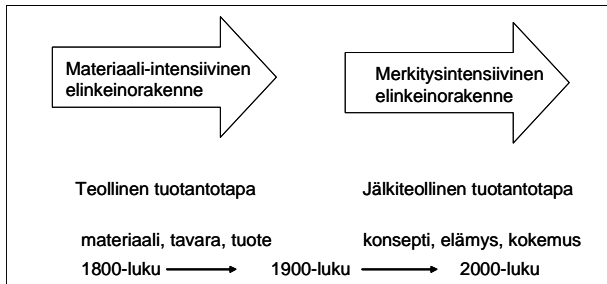
Seuraavassa kappaleessa luon numeroiden valossa tiivistetyn katsauksen kulttuurin talouden ja tapahtumien kasvunäkymiin.

⁶ Florida (2002) on paljon julkisuutta saaneessa tutkimuksessaan tarkastellut luovaa teollisuutta luovan luokan käsitteen valossa. Luovan luokan ammattilaisiin sisältyvät hänen mukaansa kulttuurin taloutta laveammin sellaiset ammattiryhmät, joille on leimallista luova ongelmanratkaisu sekä kompleksisen tiedon soveltaminen. Floridan mukaan Yhdysvalloissa työskenteli vuonna 1999 noin 38 miljoonaa ihmistä luovissa ammateissa. Hänen (2002, 328) arvionsa perustuu Yhdysvaltojen virallisiin työvoimatilastoihin, joista hän on erotellut luovan luokan ammatit, työväen luokan ammatit sekä palvelualojen ammatit. Mivat osaajat). Luovan luokan osalta ”superluovaan ytimeen” hän on sisällyttänyt tietotekniikkaan, matematiikkaan, arkkitehtuuriin, insinöörin toimenkuvaan, tieteeseen, koulutukseen, kirjastoihin, taiteisiin, muotoiluun, viihteen, urheiluun ja mediaan liittyviä ammatteja. Muita luovan luokan ammattilaisia edustavat erilaisissa johtotehtävissä olevat henkilöt (liiketoiminnan ja rahoituksen, juriikan, terveydenhoidon, teknisten alojen ja myyntitoiminnan parissa toi.

Kuvaan alan yhteiskunnallis-taloudellisen painoarvon kehitystä samalla kuitenkin tiedostaen, että kuvatuista määrittelyongelmista johtuen alan taloudellisen potentiaalin arviointi on vaikeaa.

Tunnuslukuja ja arvioita

Lukuisat tutkimukset ovat osoittaneet, että kulttuurin taloudella on kasvava merkitys jälkiteollisten kaupunkien ja alueiden kehityksessä. Kulutustutkimusten mukaan kulttuurin talous on ollut 1980-luvulta lähtien Euroopassa ja Pohjois-Amerikassa nopeimmin kasvava talouden sektori (Miege 1989, 11). Tuoreissa puheenvuoroissa on ennakoitu, että inhimilliseen osaamispääomaan ja luovuuteen perustuva kulttuurituotannon kasvu on tulevaisuuden megatrendi globalisoituvilla markkinoilla, ja se tulee ylittämään taloudellisen merkityksensä osalta perinteisen aineellisen tuotannon osuuden (Himanen 2004; Wilenius 2004, 25). Arviot perustuvat kulutustottumusten muutoksiin ja elämysmarkkinoiden kasvuun. Jälkiteollisissa yhteiskunnissa kulutuksen on havaittu perustuvan yhä enemmän dematerialisoituaan tuotantoon (kuva 3). Aineettomien ja inhimillisten pääomien merkityksen on arvioitu kasvavan sekä tuotannossa että kulutuksessa. Kehityksen taustalla on elämystuotteiden kysynnän lisääntyminen (Pine II & Gilmore 1999; Koivunen 2004, 32).



KUVA 3. Kulutuksen dematerialisoituminen jälkiteollisissa yhteiskunnissa (Koivunen 2004, 31).

Elämysten tuottajina myös kulttuurifestivaalien yleistymisen on rinnastettavissa edellä kuvattuihin megatrendeihin. Kulttuuri-tapahtumat ovat osa yhteiskuntien hegemonista elämishakuisuuden projektia, joka palvelee myös markkinatalouden tarpeita. Tapahtumat tarjoavat kuluttajille samastumisen kohteita, elämyksiä ja taidenautintoja, millä on yhteys aikamme arvomaailmojen muutoksiin.

Esitän seuraavaksi joitakin tutkimustuloksia ja tunnuslukuja kulttuurin toimialojen ja ammattien taloudellisen volyymin kasvusta. Arviot toimivat taustana ja lähtökohtana kulttuuritapahtumien yhteiskunnallisten merkitysten tarkastelulle.

Monet tutkimukset ovat osoittaneet, että kulttuurin toimialoilla on huomattavia kokonaistaloudellisia merkityksiä. Vuosina 1993–1998 kulttuurin talouden kansainvälisen kaupan arvon on laskettu kasvaneen 95 miljardista dollarista 388 miljardiin dollariin (Koivunen 2004, 35). Taloudellisen potentiaalinsa johdosta kulttuurilla on nähty olevan huomattavia vaikutuksia muun muassa alueiden kilpailukyvyn ja erityisesti matkailuelinkeinon kehitykseen.

Alan vaikutusvaltaisena pioneiritutkimuksena on pidetty John Myerscoughin vuonna 1988 julkaisemaa teosta *The Economic Importance on the Arts in Britain* (Cantell 1994, 41–48; 2001). Britanniaa koskeneessa tutkimuksessaan hän päätyi seuraaviin tuloksiin:

- Kulttuurin suorat työllisyysvaikutukset olivat huomattavia. 1980-luvun puolivälissä alan työpaikkoja tilastoitiin Britanniassa lähes 500 000, mikä oli yli 2 prosenttia kokonaistyövoimasta.⁷
- Kulttuuri on kasvava talouden sektori. Museoihin, gallerioihin, teattereihin ja konsertteihin kohdistunut kulutus ja sitä kautta syntyneet työllisyysvaikutukset ovat lisääntymässä.
- Kulttuurialat ovat tuottava talouden sektori ja kulttuuriin investoiminen kannattaa.

⁷ Vertailun vuoksi todettakoon, että vuonna 1991 kulttuurin talouden työpaikkojen määrä oli Prattin (1997b) tutkimuksen mukaan 970 000, mikä oli 4,5 prosenttia Britannian kokonaistyövoimasta.

- Kulttuurisektori on merkittävä vientitulojen tuoja.
- Kulttuuri- ja taidepalvelut luovat lisääntyneen kulutuksen ja kerrannaisvaikutusten kautta kasvun ja työllistämisen edellytyksiä myös muille toimialoille.
- Kulttuuri houkuttelee matkailijoita ja toimii matkailun vetovoimatekijänä.
- Kulttuuritoiminnot toimivat kaupunkien uudistamisprosessien katalyyttinä. Erilaiset kulttuurilaitokset ja kulttuuripalvelut vahvistavat ja parantavat kaupunkien imagoa, identiteettiä sekä elinvoimaisuutta asuin- ja työympäristöinä.
- Julkisesti tuettu kulttuuri tukee myös kaupallista viihde- ja kulttuuriteollisuutta. Taiteen luomia ideoita voidaan myöhemmin muuntaa kaupallisiksi tuotteiksi.
- Yritykset huomioivat sijoituspäätöksensä yhteydessä alueen kulttuuritarjonnan.

Referoin Myerscoughin (1988) esittämiä tutkimustuloksia näinkin laajasti, koska ne sisälsivät jo tuolloin aluetaloudellisten vaikutusten kannalta keskeisiä osa-alueita; työllisyysvaikutukset, luovan toiminnan generointi- ja kerrannaisvaikutukset sekä vetovoima- ja imago-merkitykset. Tämän tutkimuksen kannalta tulokset toimivat erinomaisena johdantona. Tutkimukseni tarkoituksena on problematisoida kyseisten vaikutusulottuvuuksien sisältöjä sekä koetella niitä teoreettisesti ja empiirisesti.

Myerscoughin (1988) työn lähtökohtana oli Britanniassa tahtaunut julkisen sektorin toimintojen yksityistämiskehitys, joka nähtiin uhkana taiteen tuottamiselle ja kulttuuripalvelujen järjestämiselle. Tutkimuksessaan hän osoitti, että taide on yksi tärkeimmistä teollisuudenaloista Britanniassa (vrt. Pratt 1997b; Bryan & Hill & Munday & Roberts 2000). Myös muut tutkimukset ovat tukeneet Myerscoughin tuloksia. Euroopan komission tilastojen mukaan kulttuurivetoisuus kasvoi Britaniasa vuosina 1981–1991 selvästi, yhteensä 34 prosenttia. Myös 2000-luvun taitteessa luovat toimialat (*creative industries*) ovat kasvaneet suhteellisesti nopeammin maan muihin toimialoihin verrattuna kattaen noin 5 prosenttia Britannian bruttokansan-

tuotteesta, työllistäen 1,3 miljoonaa ihmistä ja ollen edelleen merkittävä vientitulojen lähde (Turok 2003). Arviot ja lukemat ovat kuitenkin vaihdelleet sen mukaan minkä toimialaluokittelun valossa kulttuurin taloudellista potentiaalia on tarkasteltu.⁸ Joidenkin tutkimusten mukaan kulttuurialojen on nähty muodostavan jopa 9,1 prosenttia Ison Britannian bkt:sta, ja vuosina 1997–2000 alan keskimääräisen kasvun on laskettu olleen 10 prosenttia, kun talouden kokonaiskasvu oli samaan aikaan kahden prosentin luokkaa (Koivunen 2004, 35; vrt. Alanen 2004c, 13). Kasvun suhteen kulttuurialojen välillä on kuitenkin havaittu myös huomattavia vaihteluita ja laskukausia, kuten esimerkiksi Prattin (1997b) tutkimus on osoittanut.

Britannian lisäksi kulttuurisektorilla on havaittu olleen myös monissa muissa maissa merkittäviä taloudellisia vaikutuksia. Tutkimuksia on tehty muun muassa kansantalouksien, kaupunkien, kulttuuritapahtumien, taidelaitosten ja yksittäisten taiteenalojen näkökulmista (Cantell 1994, 49–53). Kulttuurin talouden kasvu on osoitettu muun muassa Saksassa, Itävallassa, Hollannissa, Yhdysvalloissa, Kanadassa, Australiassa, Espanjassa, Ruotsissa, Tanskassa, Norjassa sekä Suomessa (Chartrand 1984, 56; Scanlon & Longley 1984; National Assembly of Local Agencies 1994; Scott 1997; Cantell 1994; Dziembowska-Kowalska & Funck 1999; Gibson & Murphy & Freestone 2002; Garcia & Fernandez & Zofio 2003; Power 2003). Esitän vielä joitakin yksittäisiä maa-kohtaisia esimerkkejä näistä havainnoista.

Saksassa jokaisen kulttuuriin sijoitetun markan on laskettu tulevan 1.20–5.00 kertaisesti yhteiskunnalle takaisin (Cantell 1999b, 268; vrt. Bryan ym. 2000). Kanadassa taiteiden (*fine arts*) työvoimaosuuden on puolestaan arvioitu moninkertaistuneen vuosien 1971–1981 aikana (Chartrand 1984, 56). Yhdysvalloissa kulttuurin talouden piiriin kuuluneita työpaikkoja arvioitiin

⁸ Esimerkiksi suomalaisista tilastointikäytännöistä Isossa Britanniassa käytetty toimialaluokittelu on poikennut muun muassa siinä mielessä, että tekstiili- ja vaatealaluokitus on laskettu yhdeksi kulttuurin toimialaksi. Suomessa se ei sitä sellaisenaan ole ollut. (Alanen 2004a, 3; Koivunen 2004, 35.)

vastaavasti olleen vuonna 1992 yhteensä yli 3 miljoonaa, ja määrän katsottiin olevan jatkuvassa kasvussa (Scott 1997). Leimallista kehitykselle oli kulttuurin talouden työpaikkojen keskittymisen suurimmille metropolialueille, erityisesti Los Angelesiin ja New Yorkiin.

Gibson, Murphy ja Freestone (2002) ovat havainneet kulttuurin olevan merkittävä työllistäjä ja talouden sektori Australiassa. Espanjassa puolestaan kulttuurityövoiman osuus kasvoi Euroopan komission tilastojen perusteella vuosina 1987–1994 yhteensä 24 prosenttia ja Ranskassa 37 prosenttia vuosina 1982–1990 (Karttunen 2001, 9). Espanjassa kulttuurituotteiden kysynnän kasvu jatkui Garcian ym. (2003) mukaan tasaisesti myös vuosien 1992–1997 välillä. Kulttuuri- ja vapaa-ajanteollisuuden bkt-osuus (4,46 %) oli Espanjassa monia muita suuria teollisuudenaloja korkeampi ylittäen muun muassa sähköntuotannon, polttoaineteollisuuden sekä vaateteollisuuden vastaavat lukemat. Myös yritys- ja työntekijävertailussa alan osuus on ollut 1990-luvulla jatkuvassa kasvussa kokonaistalouteen suhteutettuna. Vuonna 1997 kulttuuri- ja vapaa-ajanteollisuus työllisti maassa lähes 800 000 ihmistä. (emt.)⁹

Kulttuurin taloudellinen ja työllistävä merkitys on tutkimusten perusteella kasvussa koko Euroopan unionin alueella. Tilastointitavasta ja luokittelusta riippuen kulttuurisektorin piirissä arvioitiin työskennelleen vuonna 1995 unionin 15 maassa noin 2,5–3,4 miljoonaa ihmistä. Vuonna 2001 vastaava luku oli 7,2 miljoonaa henkilöä. EU:n tilastoviraston Eurostatin selvitysten mukaan vuonna 2002 kulttuurin ammateissa ja kulttuurin toimialoilla työskentelevien osuus työvoimasta oli 15 EU-maassa 2,6 prosenttia (vrt. taulukko 1). Erityisenä kasvualana on pidetty turismin ympärille rakentunutta kulttuurista yritystoimintaa. Myös musiikkiteollisuuden, esittävän taiteen, elokuva-alan, televisiotoiminnan, radion, kirjastojen, multimedian ja erilaisten

⁹ On huomattava, että mainitut yhtä toimialaa tai ammattiryhmää koskevat tulokset eivät sellaisenaan kerro alan suhteellisen aseman muutoksista esimerkiksi maan kokonaistyövoiman kehitykseen nähden. Siksi esittämäni esimerkit ovat lähinnä suunta-antavia.

on”line-palveluiden työllistävät vaikutukset on nähty Euroopan mittakaavassa huomattaviksi. Esimerkiksi sähköinen kauppa on tarjonnut kulttuurin talouden pk-yrittäjille jatkuvasti uusia markkinoita ja työllistymisen mahdollisuuksia. (Niskanen, Pirinen & Kotro 1998, 74–75; Koivunen 1999, 293 ja 2004, 35–36; Karttunen 2001, 9.)

TAULUKKO 1. Kulttuurin ammateissa ja kulttuurin toimialoilla työskentelevien osuus työvoimasta eräissä EU-maissa vuonna 2002 Eurostat-tilastojen mukaan (Koivunen 2004, 35).

Maa	Osuus työvoimasta %	Työvoiman määrä
Tanska	3,1	80 000
Suomi	3,5	79 000
Ranska	2,1	434 000
Irlanti	2,7	43 000
Italia	2,2	453 000
Ruotsi	3,3	140 000

Myös Pohjoismaiden tasolla kulttuurin talous on nähty merkittävaksi talouden sektoriksi. Powerin (2003) tekemän vertailututkimuksen mukaan kulttuurin talouden piiriin kuuluneiden työpaikkojen määrä kasvoi vuosina 1997–1999 sekä Ruotsissa, Norjassa, Tanskassa että Suomessa. Karttusen (2001, 9) laskelmien mukaan Suomessa työskenteli *kulttuurin ammateissa ja kulttuurin toimialoilla* vuonna 1995 yhteensä noin 106 000 henkilöä, mikä oli 5,5 prosenttia työllisestä työvoimasta. Vuonna 2000 kulttuurin toimialoilla ja kulttuurin ammateissa puolestaan työskenteli väestölaskennan ja tilastokeskuksen työssäkäyntiaineiston perusteella yhteensä lähes 115 000 henkilöä, mikä oli 5,1 prosenttia työllisestä työvoimasta (Koivunen 2004, 37).

Pelkkien toimialatarkastelujen valossa luvut ovat hiukan pienempiä. Karttusen (2001) mukaan kulttuurin *toimialoilla* työskenteli vuonna 1995 noin 75 000 henkilöä, vuonna 1998 noin 86 000 ja vuonna 1999 noin 85 000 henkilöä. Vuonna 2000 vastaava luku oli Koivusen (2004, 37) arvion mukaan lähes 90 000. Kulttuurin toimialojen työvoiman osuus oli koko työllisestä työvoimasta vuosituhannen lopussa noin neljä prosenttia.

Suurimpia toimialoja olivat sanoma- ja aikakauslehdet, radio- ja televisiotoiminta sekä kirjastot, arkistot ja museot. Luvut perustuivat uudistettuun toimialaluokitukseen, johon oli koottu seuraavat toimialaryhmät:

- arkkitehti- ja taideteollinen suunnittelu sekä taide
- taidelaitokset
- taide- ja antiikkiliikkeet sekä antikvariaatit
- kirjastot, arkistot ja museot
- kirjojen tuotanto ja jakelu
- sanoma- ja aikakauslehtien tuotanto ja jakelu
- mainonta
- valokuvaus
- radio ja televisio
- elokuvien ja videoiden tuotanto ja jakelu
- musiikin ja äänitteiden tuotanto ja jakelu sekä
- huvipuistot ja pelit sekä muut virkistys- ja viihdepalvelut.

Vastaavasti *kulttuuriammatteja* tarkasteltaessa kulttuurisektorilla työskenteli vuonna 1995 noin 69 100 henkilöä (3,6 prosenttia työllisestä työvoimasta). Luku perustui vuoden 1980 väestölasennan luokitteluun. Vuonna 1997 käyttöön otettu uusi luokittelu antoi puolestaan luvuksi 57 200. (Karttunen 2001, 9.) Vuonna 2000 vastaava lukema oli 65 760 (Koivunen 2004, 37). Karttunen (2001, 9) laskelmien pohjana käytetyssä luokittelussa kulttuuriammatit oli jaettu kuudeksi ryhmäksi, jotka olivat ¹⁰

- taide, muotoilu ja taidekäsityö
- toimitustyö
- valokuvaus, elokuvat sekä radio- ja tv-tekniikka
- graafinen työ

¹⁰ Luokittelu ei huomioi esimerkiksi kulttuuritapahtumien kerrannaisvaikutusten merkityksiä työllisyysvaikutusten osalta, mikä osaltaan osoittaa sen, että kulttuurialojen tai -toimintojen taloudellista volyyymiä on kokonaisuudessaan vaikea tilastollisesti osoittaa (Koivunen 2004, 37).

- mainonta
- kulttuurihallinto sekä kirjasto-, arkisto- ja museotyö.

Karttusen (2001, 16–17) mukaan kulttuuriammatin harjoittajien osuus kasvoi 65 prosenttia vuodesta 1970 vuoteen 1995. Koko työvoima supistui vastaavana ajankohtana 9 prosenttia. Kasvusta huolimatta on huomattava, että kulttuurisektorin sisällä eri ammattiryhmien välillä kehityksessä on ollut eroja. Monien kulttuuriammattien määrä myös väheni tarkasteluajankohtana.

Lopuksi kulttuurialojen taloudellista merkitystä kuvaavana kotimaisena esimerkkinä mainittakoon Heiskanen (2002, 144) laskelmat, joiden mukaan joukkoviestinnän ja kulttuuriteollisuuden kokonaisliikevaihto oli Suomessa vuonna 1997 noin 26 miljardia markkaa. Osuudet jakautuivat seuraavasti:

- lehdistö ja perinteinen sähköinen viestintä 13 miljardia markkaa
- kirjankustannus ja kauppa 3,8 miljardia mk
- elokuva- ja videoala 1,6 miljardia mk
- musiikkiteollisuus (äänitetuotanto/kauppa, konserttitoiminta) 3,0 miljardia mk
- luova ja esittävä taide (kuvataide, teatteri ja ooppera) 1,2 miljardia mk
- arkkitehtuuri, muotoilu ja valokuvaus 2,1 miljardia mk
- yleiset kirjastot 1,6 miljardia mk.

Mainittujen lukujen lisäksi Heiskanen (emt., 144–145) on nostanut kasvualana esille uusmedian ja multimediatuotannon, jonka liikevaihto oli vuonna 1998 yli 700 miljoonaa markkaa ja vuonna 2000 yli miljardi markkaa.

Kulttuurin toimialojen toimintaedellytyksiin sekä työllisyys- ja talousvaikutuksiin vaikuttavat maantieteellinen läheisyys ja toimijoiden keskinäinen verkottuminen, jotka ovat strategisia tekijöitä kilpailukykyisten osaamisklustereiden muodostumiselle. Kulttuurin talouden työpaikat ovatkin keskittyneet Suomessa erityisesti pääkaupunkiseudulle (Kaivo-Oja & Kuusi 1999, 100; Opetusministeriö 1999, 13–14; Karttunen 2001, 19; Power

2003). Esimerkiksi Kainuun aluetta koskevan tutkimuksen mukaan kulttuurin työllistävyys katsottiin olevan alueella melko vähäistä ja perustuvan lähinnä kulttuuritapahtumiin ja välillisiin työllisyysvaikutuksiin (Poranen & Karppinen & Airo-Karttunen 2001). Työllistämismahdollisuuksien arvioitiin myös Kainuun alueella tulevaisuudessa kasvavan. Erityisinä kasvualoina tuotiin esille sisältötuotanto sekä kulttuurin harrastuspohjalta syntyvä yritystoiminta ja matkailun oheispalvelumahdollisuudet.

Myös kansainvälisesti tarkasteltuna kulttuurin talouden työpaikat ovat keskittyneet suurimmille kaupunkiseuduille, jotka tarjoavat monipuolisia mahdollisuuksia luoda ja ylläpitää yhteyksiä kulttuurin tuottajiin, kuluttajiin sekä viihdeteollisuuteen (esim. Bianchini 1993, 4; Scott 2000a; Gibson ym. 2002; Garcia ym. 2003). Pohjoismaiden tasolla kulttuurin talouden on havaittu agglomeroituvan voimakkaasti pääkaupunkialueille, joissa alan työvoimaosuudet ovat huomattavan suuria. Esimerkiksi Oslolla kulttuurin talouden piirissä työskenteli vuonna 1999 noin 52 200 henkilöä, Helsingissä 43 700 ja Kööpenhaminassa 42 600 (Power 1997, vrt. taulukko 2). Kulttuurin talouden keskittyminen implikoi Powerin (2003) mukaan alan hyötyvän erilaisista agglomeroitumisen eduista; kulttuuristen osaamisverkostojen, asiakkaiden, alihankkijoiden ja luovan ilmapiirin läheisyydestä sekä etäisyystekijöiden ja tuotantokustannusten aiheuttamista hyödyistä.

TAULUKKO 2. Joukkoviestinnän ja kulttuurin toimialan työpaikat eräissä suomalaisissa kaupungeissa vuosina 1993, 1997 ja 2001 (Lähde: Tilastokeskus/Työssäkäyntitilasto)

	Työpaikkojen määrä vuonna 1993	vuonna 1997	vuonna 2001
Jyväskylä	1869	2074	2623
Pori	1461	1434	1511
Oulu	2143	2342	3186
Tampere	5093	5514	6776
Turku	4626	5675	6088

Lopuksi on vielä todettava, että mainituista kasvuluvuista huolimatta tutkimustulokset kulttuuritoimialojen taloudellisesta merkityksestä ovat olleet vaihtelevia eikä kulttuurialojen kasvusta valitse yksimielisyyttä. Suomessa Alanen (2004b, 17) on laskenut, että kulttuuritoimialojen bkt-osuus on ”laskenut selvästi” 1990-luvun lopussa. Hänen mukaansa kyseinen luku oli vuonna 1995 4,1 prosenttia ja vuoden 2002 ennakkotietojen mukaan 3,8 prosenttia. Lopullisten johtopäätösten teko alan taloudellisesta volyyminä edellyttää kuitenkin tulosten suhteuttamista bkt:n kokonaiskehitykseen, koska kyseessä on suhdeluku. Tässä tutkimuksessa tarkempien tilastollisten analyysien tekeminen ei ole tarkoituksenmukaista. Joka tapauksessa ristiriitaisten ja osin epäselvien tulosten valossa kulttuurin taloudellisia vaikutuksia koskeva tilastopohjainen keskustelu näyttää tällä hetkellä varsin kirjavalta, mikä liittyy kulttuurin toimialojen ja ammattien luokitteluongelmiin.

Kasvuennustelta ja tulevaisuuden trendejä

Kulttuurin talouden eri alojen on arvioitu olevan koko EU:n alueella huomattavassa kasvussa. Tärkeimpänä kasvualana on pidetty sähköistä tiedonsiirtoa ja sisältötuotantoa, uusmediateollisuutta, joka on tarjonnut perinteisille kulttuurituotannon sektoreille diversifiointimahdollisuuksia uusine vuorovaikutteisine audiovisuaalisine tuotetyypeineen. (Niskanen & Pirinen & Kotro 1998, 80–81; Puurula 1998, 30; Dziembowska-Kowalska & Funck 1999, 1387–1389; Uusitalo 1999, 137–139; Heiskanen 2002, 146; Kiuru & Pulkkinen & Tiilikka 2002; Opetusministeriö 2002.)

Erityisesti sisältötuotantoon on ladattu viime vuosina runsaasti kasvuodotuksia. Suomessa sisältötuotanto on suhteellisen uusi käsite, sillä se vakiintui yhteiskunnalliseen keskusteluun vasta 1990-luvun lopussa. Suomessa sisältötuotannon yleisin määrittely on perustunut kauppa- ja teollisuusministeriön sisältötuotantohankkeen rajaukseen, jonka yhteydessä alaa on kuvattu seuraavasti (Kiuru ym. 2002, 28):

Sisältötuotannolla (content creation industry) tarkoitetaan sekä perinteisille jakelukanaville että sähköisille viestimille laaditun dokumentti-, kulttuuri-, opetus-, viihde- tai markkinointiviestinnällisen ohjelmasisällön tuottamista ja liiketoimintaa. Siihen liittyy yhteistyö kulttuuriteollisuuden, software- ja hardware-tuottajien, kustannusyhtiöiden, teleoperaattoreiden ja televisiokanavayhtiöiden sekä toisaalta soveltavien toimialojen, esim. matkailun, rahoituksen ja kaupan kanssa.¹¹

Suomessa on viime vuosina puhuttu myös digitaalisen median sisällön tuotannosta työllisyyttä lisäävänä ja uusia toimeentulon mahdollisuuksia luovana alana. Laadukas sisällön tuotanto tarvitsee kuitenkin jatkuvasti uudenlaista koulutusta ja uuden median ammattilaisia. Klaus Oeschin (1999, 195) mukaan olemme Yhdysvaltoihin ja Keski-Eurooppaan nähden ”kymmenen vuotta jäljessä” alan koulutuksessa ja mahdollisuuksien hyödyn-

¹¹ Käsitteenä sisältö viittaa kulttuurisen sisältötuotannon yhteydessä tekstiin, kuvaan, ääneen ja muuhun viestittävään ainekseen, joka pyritään viestittämään kulloinkin valittavan välineen avulla. Sisältötuotannolla tarkoitetaan puolestaan pääasiassa sähköisille viestimille laaditun kulttuurin, dokumenttien, opetuksen, tutkimuksen, viihteen tai markkinoinnin ohjelmasisällön tuottamista ja siihen liittyvää palvelu- ja liiketoimintaa (Poranen ym. 2001). Uusmedian sisältötuotanto on jaettu kulttuuriin sisällyttävään sisältötuotantoon, ydinsisältöön ja ohjelmoituun sisältöön (ks. Heiskanen 2002).

Jounelan (1999, 169–170) mukaan kulttuurin toimialan yhteydessä on syytä erottaa varsinainen sisältö, substanssi ja toisaalta sen tuottaminen, oli se sitten teollista, ammatinharjoittamista tai taiteilijan tekemää taidetta. Toimialana hän määrittelee sisältöteollisuuden digitaalisessa muodossa julkaistavaksi tarkoitettua kulttuuri-, dokumentti-, opetus-, viihde- tai markkinointisisältöjen tai näiden yhdistelmien tuottamiseksi. Sisältötuottamiseen keskittynyt yritys vastaavasti tuottaa dokumentti-, kulttuuri-, opetus-, viihde-, viestintä- ja markkinointiaineistoa tai näiden yhdistelmiä, jotka on tarkoitettu julkaistavaksi perinteisessä tai digitaalisessa muodossa.

Digitaalituote viittaa puolestaan numeerisessa muodossa olevaan hyödykkeeseen, jonka sisältö toimitetaan elektronisten kanavien kautta. Keskeistä kyseisissä tuotteissa on, että itse tuote ja sen jakelu perustuu digitaaliseen tiedon välitykseen. Digitaalituotteissa numeroista ja biteistä muodostuu yhteinen kieli tiedolle ja samalla tiedosta itsessään muodostuu tuotteiden raaka-aine. Digitalisoitua tietoa voi sisältää sanoja, kuvia, ääniä, puhetta, kosketusta jne. Kirjallisuudessa digitaalisuuden rinnalla puhutaan usein myös informaatio- ja virtuaalituotteista. (Koiso-Kanttila 2002, 103–104.)

Tiivistetysti sisältötuotannossa on kyse digitaalisen kulttuurituotannon kehittämisestä. Verkottuva tietoyhteiskunta ja digitaalista mediateknologiaa käyttävä multimedia luovat uudenlaisia telemaattisia sovellutuksia, joihin ammennetaan sisältöä kulttuurista. Näitä ovat muun muassa virtuaaliset yritykset ja verkkokauppa, mediataide, interaktiiviset mediat jne. (Varis 1999, 80). Sisältötuotannon, viestintäinfrastruktuurin ja informaatioteknologian toimialat ovat digitalisoituvan tuotannon myötä lähenemässä toisiaan. Yhdenyttyä toimialaa kutsutaan nimellä *Infocom Industry*. Infocomin kokonaisliiketoiminnan arvioitiin olleen Suomessa vuonna 1997 lähes 50 miljardia markkaa. (Jounela 1999, 172.)

tämisessä, vaikka Suomi on teknologiamaana maailman huipumaiden joukossa. Tulevaisuuden megatrendinä on kuitenkin pidetty kulttuurisen tietoyhteiskunnan vahvistumista. On ennakoitu, että se alue tai maa, joka tietoyhteiskunnassa hallitsee media-, viihde-, tieto-, tele- ja informaatioverkkomarkkinoita, hallitsee todennäköisesti myös kansainvälistä talouskilpailua (Puurula 1998, 37; Kaivo-Oja & Kuusi 1999, 25).

Lash ja Urry (1994, 306–307) ovat pitäneet sähköisten tietoliikennevälineiden kautta kulkevaa symbolivirtaa aikamme keskeisenä kulttuurin muotona. Sähköinen kommunikaatio mahdollistaa heidän mukaansa uudenlaisen vuorovaikutuksen, mitä he ovat nimittäneet tekniikan välittämäksi kvasi-interaktioksi (*technically mediated quasi-interaction*) (emt., 307). Mielonen (1999, 108–109) on ennakoanut, että uusissa digitaalisissa soveluksissa on nähtävissä kokonainen joukko uudenlaisia sisältötuotteita, joiden tarkoituksena ei ole niinkään välittää kuluttajalle tiettyä informaatiota (kuten musiikkia, pörssikursseja, elokuvaa), vaan auttaa häntä muokkaamaan identiteettiään ja lähettämään ympäristöönsä erilaisia viestejä. Hänen mukaansa sisältötuotteiden symboliarvo muuttuu yhä tärkeämmäksi osaksi digitaalista kuluttajakauppaa.

Mauri Ylä-Kotola (1999, 251) on kytkenyt sisältötuotannon symboliarvon toiseuden käsitteeseen. Hänen mukaan uusi mediakulttuuri tarjoaa käyttäjilleen mahdollisuuden nähdä itsensä Toisen, vieraan, tuntemattoman silmin, mahdollisuuden olla joku muu kuin ”arkipäiväiseksi ja ikävystyttäväksi latistettu minä”. Samalla mediateknologiat toimivat ikään kuin aistiemme ja minuutemme jatkeina tai laajentumina (Karvonen 1999, 197).

Symbolisen tuotannon ja estetiikan kasvu näkyy talouselämässä laajemminkin. Se vahvistuu omana toimialanaan ja luo samalla uutta kulttuuria mainoksiin, kauppoihin, kauppaeskuksiin, ravintoloihin, työympäristöihin ja kokonaisten kaupunkiympäristöjen yleisilmeeseen. Samalla esteettiseen muotoon saatettujen hyödykkeiden tuotanto kasvaa voimakkaasti. (Uusitalo 1999, 135.)

Kaiken kaikkiaan symbolien tuotantoon perustuva kulttuurin talous on nähty tulevaisuuden kasvualaksi sekä yrittämisen että työllistymisen kannalta. Alan piiriin laskettavien työpaikkojen määrin on osoitettu olleen Euroopassa kasvussa jo 1970- ja 1980-luvuilla, ja myös tulevaisuudessa kulttuurin talouden työpaikkojen määrän on ennakoitu lisääntyvän merkittävästi. Osaltaan tähän ovat vaikuttaneet vapaa-ajan lisääntyminen sekä arvojen ja elämäntapojen muutokset, joiden myötä erilaisten kulttuuriharrastusten, -toimintojen ja -palvelujen suosio on kasvanut. Taiteen ja kulttuurin kulutuksen kasvun taustalla on nähty postmodernien elämäntyylien yleistymisen, mitä ilmentää kulttuurinen monimuotoistuminen, fragmentoituminen sekä uusiin esteettisten ja symbolisten makutottumusten kehittyminen (Basset 1993, 1776–1777). Taustalla on myös yhteiskunnan rakennemuutos ja siirtyminen teollistuvasta yhteiskunnasta tietoyhteiskuntaan, jonka yhteydessä juuri uusmedian alan ja sisältötuotannon on arvioitu kasvavan voimakkaasti.

Kulttuurin talouden kasvu voidaan nähdä myös markkinoiden reaktiona yhteiskunnassa tapahtuneisiin arvomaailman muutoksiin. Perhe- ja työelämän sisällöissä, eri elämänvaiheiden jakottumisessa ja yksilöllisen identiteetin rakentumisessa on korostettu yhä enemmän refleksiivisyyttä ja vaihtuvuutta (Hoikkala 1998; Karisto 1998). Yksilöllisten valinnanvapauksien lisääntyessä kulttuurin talouden tuotteet ja palvelut eivät ole ainoastaan vastanneet arvojen ja tarpeiden muutoksiin, vaan samalla ne ovat myös luoneet uusia ja moninaistuvia tarpeita eri kohderyhmien identiteetin rakennukselle. Miegen (1989, 24) mukaan kulttuurin talouden kasvussa on kyse juuri tästä. Kulttuurin talous on nimenomaan luonut tuotteidensa kysynnän kohdemarkkinoinnin avulla. Samalla kulttuurin kulutus on vapaa-ajan lisääntyessä muodostunut yhä keskeisemmäksi osaksi ihmisten arkielämää (Hesmondhalgh 2002, 96–97). Arkielämä on tullut yhä enemmän kulttuuristen koodien, symbolien ja merkkien kyllästäväksi. Estetisoituneessa arjessa materiaalistien hyödykkeiden kulutus on muuttunut yhä enemmän kulttuurin kulutukseksi, mikä on liittänyt identiteetin rakentamisen ja kulutuksen yhä kiinteämmin

toisiinsa (O'Connor 2003, 20). Seurauksena kulutushyödykkeiden kulttuurinen ulottuvuus on muodostunut niiden taloudellisen arvon kannalta yhä keskeisemmäksi (emt.).

Myös jatkossa tarkasteltavien kulttuurifestivaalien yleistymisen on tulkittavissa mainittujen megatrendien ja symbolitalouden kehityksen johdannaiseksi. Kulttuurin talouden voimistuessa myös kulttuuritapahtumien määrän on arvioitu kasvaneen kuluneiden vuosikymmenien aikana niin Suomessa kuin muuallakin maailmassa. Festivaalit ovat samalla tulleet osaksi globaalia matkailulinkeinoa. Tapahtumien yleistymisen taustalla on monia syitä. Selityksiksi on tarjottu sekä kysyntään että tarjontaan liittyviä tekijöitä. Kysynnän kasvun osalta kehitystä on selitetty muun muassa keskimääräisen tulotason nousulla, keskimääräisen työajan laskulla, kulttuurimatkailun lisääntymisellä ja koulutustason kasvulla. Myös sponsoreille ja esimerkiksi äänilevyteollisuudelle festivaalit ovat tarjonneet merkittävän markkinointikanavan ja uusien tähtien synnyttämisen foorumin. Lisäksi suuria kulttuuritapahtumia on käytetty myös poliittisen näkyvyyden estradeina. Eri maiden eturivin poliitikot ovat olleet tuttu näky tapahtumien suojelijoiden roolissa, ikään kuin ”pyhimyksen kaavussa”. (Frey 1994; Prentice & Andersen 2003, 8.)

Tapahtumien järjestämistä ovat helpottaneet myös monet taloudelliset ja hallinnolliset tekijät. Ensinnäkin tapahtumista ja muusta kulttuuritoiminnasta¹² on tullut yhä keskeisempi osa kuntien ja kaupunkien strategista kehittämistyötä. Toiseksi yhdistystai yritystoiminnan kautta toteutettavien festivaalien toimintavapaudet ovat pääsääntöisesti julkisin varoin ylläpidettäviä kulttuurilaitoksia suuremmat. Tapahtumien rahoitusrakenne on vaihtellut, mutta esimerkiksi Suomessa opetusministeriön ja kunnan/kaupungin tuen lisäksi niiden tulon muodostus on koostu-

¹² Viitataan kulttuuritoiminnan käsitteellä taiteellista toimintaa laaja-alaisemmin kulttuurielämän eri ilmenemismuotoihin, jotka tyydyttävät esimerkiksi ihmisten sosiaalisia, tiedollisia ja esteettisiä tarpeita (Kangas 1988, 10). Kulttuuritoiminta on ollut eräs kulttuuripolitiikan peruskäsitteistä, jolla on tarkoitettu esimerkiksi kulttuuripalvelujen vastaanottoa, kulttuuriluonteista harrastustoimintaa ja omaehtoista luovaa toimintaa (emt., 60). Yksityiskohtaisemmin palaan kulttuurin määrittelyyn tuonempänä.

nut tavallisesti yritysten sponsoroinnista sekä lipputuloista. Yksityisen rahoituksen johdosta festivaalien organisointi ei ole ollut valtion ja kuntien taidelaitoksiin nähden yhtä tiukasti säädöksiin ja erilaisiin hallinnollisiin rajoitteisiin sidottua, minkä vuoksi tapahtumia on ollut suhteellisen edullista järjestää (Frey 1994). Säädöksillä on viitattu muun muassa henkilökunnan palkkauskysymyksiin, tilojen ja laitteiden vuokraukseen sekä yritys yhteistyön periaatteisiin. Henkilökunnasta merkittävä osa on usein tilapäis- ja vapaaehtoistyövoimaa. Tällä on ollut myös oma aluepoliittinen merkityksensä. Festivaalien joustava organisaatorakenne ja järjestämiskustannusten suhteellinen alhaisuus ovat mahdollistaneet kulttuuritarjonnan ja -palvelujen ylläpitämisen tapahtumien muodossa myös sellaisilla harvaan asutuilla alueilla, joiden väestöpohja, resurssit tai taiteilijat eivät muutoin riittäisi yhtä merkittävän kulttuurituotannon ylläpitämiseen ympärivuotisesti (Kukkonen 2001). Kaikki mainitut kysyntään ja tarjontaan liittyvät syyt ovat yhdessä vaikuttaneet erilaisten kulttuuri- ja taidefestivaalien yleisyyteen. On selvää, että alue- ja maakohtaisesti taustalla olevien tekijöiden painoarvo on vaihdellut.

Myös Suomi on tänä päivänä paitsi tuhansien järvien maa myös satojen kulttuurifestivaalien valtakunta. Useimmissa suomalaisissa kaupungeissa tai kunnissa järjestetään vuosittain kulttuuritapahtuma, josta on muodostunut paikkakunnalle vakiintunut ja odotettu perinne. Suomi on kansainvälisen mittapuun mukaan kesäisten kulttuuritapahtumien maa. Suomalaiset festivaalit liitetään usein nimenomaan kesään ja maaseutuun, vaikka esimerkiksi Finland Festivals -ketjun vajaan sadasta festivaalista merkittävä osa sijoittuu kaupunkiin. (Cantell 1993, 7 ja 1996, 5; Valkonen & Valkonen 1994.)

Vuonna 2001 opetusministeriö tuki valtakunnallisia kulttuuritapahtumia 17,5 miljoonalla markalla. Finland Festivals -ketjuun kuuluneissa tapahtumissa kävi samana vuonna lähes kaksi miljoonaa ihmistä. Suurimpia olivat Helsingin Juhlaviikot (290 000 kävijää), Kotkan Meripäivät (150 000) ja Pori Jazz

(129 000) (Kulttuuritilasto 2001, 97). Taulukkoon 3 on poimittu muutamien jatkossa tarkasteltavien festivaalien osalta opetusministeriön tuen osuudet ja kävijämäärät.¹³

TAULUKKO 3. Kävijämäärät ja opetusministeriön tuen osuus eräissä suomalaisissa kulttuuritapahtumissa vuonna 2001 (Kulttuuritilasto 2001, 101–105).

Tapahtuma	Kävijämäärä	Opetusministeriön tuki/mk
Pori Jazz	129 000	470 000
Pentinkulman päivät, Urjala	6300	90 000
Tampereen Teatterikesä	124 300	1150 000
Sata-Häme Soi, Ikaalinen	35 000	300 000
Kihaus Folk Music Festival	15 200	160 000
Sodankylän elokuvajuhlat	18 000	400 000
Kuhmon Kamarimusiikki	43 900	910 000

*

Kulttuuritapahtumat ovat siis osa laajempaa kulttuurin taloutta, jonka taloudellisesta painoarvosta käydään jatkuvaa keskustelua. Täsmällisiä lukuja kulttuurin talouden volyyymista on vaikea osoittaa, mikä liittyy toimialojen ja ammattien kulttuuripitoisuuden problematiikkaan. Jyrkkärajaisten ammatti- ja toimialaluokittelujen sijaan tarkastelen tässä tutkimuksessa kulttuurin taloutta laajemmin kokonaisena tuotantojärjestelmänä ja toimintaympäristönä, joka mahdollistaa esimerkiksi luovien toimintojen kehityksen ja klusteroitumisen tietyille alueelle. Myös kulttuuritapahtumat voidaan nähdä tällaisen kulttuuriin perustuvan tuotannollisen keskittymän osa-alueena.

Kasvuennusteiden perusteella näyttää siltä, että kulttuurin talous on kasvussa koko EU:n alueella ja myös Suomessa. Kulttuu-

¹³ Kyseisten festivaalien valinta johtuu tässä yhteydessä siitä, että niiden osalta oli saatavissa vertailukelpoiset tilastotiedot saman vuoden osalta. Taulukon tavoitteena on havainnollistaa festivaalien mittakaavaa sekä kuvata yleisellä tasolla maaseutukunnissa ja kaupungeissa järjestettävien tapahtumien eroja. Myöhemmin kyseiset tapahtumat tulevat tarkemman analyysin kohteeksi.

rifestivaalit ovat tämän tämän elämyshakuisen hegemonisen projektin eräs johdannainen, joka palvelee myös liberalistisen markkinatalouden tarpeita. Tapahtumat tarjoavat kuluttajille elämyksiä, kollektiivisia samastumisen kohteita ja taidenautintoja. Kulttuurin talouden kehitys ja festivaalien suosio kiinnittyvät yksilöiden identiteetin rakentumiseen, symbolien ja merkkien tuotannon kasvuun sekä kulutuksen estetisoitumiseen.

4

Kulttuuritapahtuman ja -festivaalin käsitteet

Jatkossa tutkimuksen huomio kiinnittyy kulttuuritapahtumien aluetaloudellisten merkitysten erittelyyn. Siksi tässä vaiheessa on syytä täsmentää kulttuuritapahtuman käsitteen sisältöä.

Kulttuuritapahtumien historia on laajassa mielessä miltei yhtä pitkä kuin koko ihmiskunnan historia. Niiden symboliset merkitykset ovat liittyneet elämäntapojen muotoutumisen perusedellytyksiin, kuten paikallisyhteisöjen arvoihin, ideologioihin, maailmankuviin, paikallisiin identiteetteihin, sosiaaliseen arvostukseen sekä niiden historialliseen jatkuvuuteen ja fyysiseen eloonjäämiskamppailuun, jotka ovat olleet erilaisten tapahtumien sisältämän juhlinnan tai seremonioiden kohteina. Muinaisten riittien vaalimiseen perustuneet festivaalit olivat aikoinaan ensisijaisesti ihmisten yhteisiä osallistumisen ja ilonpidon areenoita. Ne toimivat eräänlaisina ”kollektiivisen kuohunnan” tai kollektiivisen tietoisuuden symbolisina ilmauksina, jolloin niiden perusominaisuuksiin kuului vallitsevien arvojen kyseenalaistaminen sekä arjesta poikkeavan epäjärjestyksen luominen. Näitä peruspiirteitä on edelleen tunnistettavissa 2000-luvun kulttuuritapahtumista. (Duvignaud 1976; Waterman 1998, 57; Mossberg 2000b, 5.)

Monien antropologien mukaan yhteiskunnat eivät voi säilyä ja toimia ilman riittejä, performansseja ja rituaaleja. Esimerkiksi avioliitto, lapsen syntymä ja kuolema ovat olleet keskeisiä riittien

lähteitä kautta historian. Tutkimuksissa riitit ja seremoniat on usein erotettu käsitteellisesti ja merkitysrakenteiltaan toisistaan. Seremoniat ovat kuvanneet staattisen roolijärjestelmän ylläpitämistä, kun taas rituaalit ovat ilmentäneet roolien muutoksia ja siirtymiä uusiin elämänvaiheisiin (esimerkiksi lapsesta aikuiseksi, yksineläjästä avioliittoon). Molempia voidaan pitää nykyisten kulttuuritapahtumien alkukantaisina muotoina. (Cantell 1999b, 18.)

Tapahtumien, riittien ja seremonioiden rikkaan ja monipolvisen historiallisen kehityspolun yksityiskohtainen tarkastelu ei ole tarkoituksenmukaista tutkimukseni tavoitteiden kannalta. Kulunut vuosisata on kuitenkin ollut merkittävä käännekohta tämän päivän kulttuuritapahtumien kehityksen kannalta. Toisen maailmansodan jälkeiset yhteiskunnalliset muutokset vaikuttivat merkittäväällä tavalla festivaalien sisältöihin. Liikenneyhteyksien ja tiedotusvälineiden kehitys sekä turismin kasvu muuttivat festivaaleja kansainvälisempään ja kaupallisempaan suuntaan. Samalla niiden alkuperäinen rituaalinomaisuus tai taiteelliset ja kulttuuriset lähtökohdat sekä niiden yhteisöllinen sisältö tulivat uudelleenarvioinnin kohteiksi (Isar 1976). Tapahtuneiden muutosten johdosta tämän päivän festivaaleissa matkailuteollisuus, tapahtumien järjestämisen motiivit sekä alueiden vetovoimatekijöiden tietoinen rakentaminen kytkeytyvät usein kiinteästi toisiinsa (Aldskogius 1993).

Teollistuminen ja kaupallistuminen eivät ole kuitenkaan välttämättä merkinneet vanhoihin traditioihin ja kansankulttuureihin pohjautuvien tapahtumien häviämistä tai loppumista. Pikemmin niiden luonne ja toimintatavat ovat muuttaneet muotoaan ja symbolista sisältöään (Isar 1976, 132). Cantellin (1999, 19) mukaan aikaamme ja kaupunkielämää leimaa edelleen karnevaalikulttuuri, jossa karnevaalin ja arjen areenat sekoittuvat ambivalentilla tavalla toisiinsa. Siksi kaupallistumisesta huolimatta monista kulttuuritapahtumista on edelleen löydettävissä merkkejä muinaisista rituaaleista, joiden avulla vahvistetaan alueen tai kansakunnan yhteistä arvopohjaa (Waterman 1998, 57).

Erityisesti kaupungit ovat vuosisatoja olleet erilaisten tapahtumien, rituaalien, seremonioiden ja speaktaakkeliä näyttämöinä, joihin liittynyt symboliikka ja kulttuuristen resurssien käyttö on ilmentänyt ja vahvistanut myös vallitsevan eliitin valta-asemaa ja pyrkimyksiä. Arkeologiset löydökset ovat osoittaneet, että kaupunkien seremonioiden sekä sosiaalisen vallankäytön välillä on ollut yhteys jo antiikin aikakaudelta lähtien. Erilaiset uskonnolliset rituaalit ja julkiset vallankumouksellisuutta ilmentävät speaktaakkelit sekä kuninkaalliset seremoniat ovat toimineet paitsi yleisen huvittelun, viihtymisen ja juhlinnan areenoina myös vallankäytön legitimoijina. (Griffiths 1998, 48.)

Myös tämän päivän kaupallistuneet suur tapahtumat ovat yhteydessä alueiden hallintoon ja valtarakenteisiin. Tapahtumat voivat toteuttaa laajempaa kulttuuripoliittista ohjelmaa tai ne voivat olla esimerkiksi osa kulttuuripääkaupungin imagon luomisen kampanjaa. Esimerkiksi Cantellin (1999) Helsinkiä koskeneen tutkimuksen lähtökohtana on ollut pohtia sitä, kenen kulttuurista tai visiosta on kyse, kun puhumme kaupungin kulttuuritapahtumista, festivaaleista ja kulttuurin markkinoinnin välineistä.

Vallankäytön elementti voi liittyä muun muassa valtaan määrittellä tapahtuman sisältöjä, paikallisia merkityksiä ja kohde-ryhmiä, niiden visuaalista ilmettä tai yleistä roolia kaupunkien ja alueiden kehittämistyössä. Tapahtuman toteutus ja sisällön muotoutuminen ovat näin ollen sidoksissa siihen tahoon, jolle on näiden kysymysten osalta legitimoitu määrittelyvalta paikallisissa toimintaympäristöissä. Tulkinnallisina ja sosiaalisina prosesseina tapahtumia voidaan siksi tiivistetysti luonnehtia paikkaan sidotuiksi, kulttuurisesti määritellyiksi ja sosiaalisesti konstruoiduiksi yleisötilaisuuksiksi, joilla on samanaikaisesti yhteys taiteen tuottamiseen, talouteen, politiikkaan, symbolimaailmaan, imagoon, esteettisyyteen ja alueiden identiteetin rakentumiseen.

Tapahtumia ja festivaaleja on vuosien kuluessa määritelty monin eri tavoin. Toisinaan festivaalin ja tapahtuman käsitteitä on pidetty synonyymeinä. Joskus niitä on taas tarkasteltu toisiaan täydentävinä lähikäsitteinä. Tapahtumaa ja festivaalia yhdistävänä

käsitteenä on käytetty muun muassa englanninkielen *special event* -termiä, jolla on viitattu siihen, että molemmat ovat ajallisesti rajoitettuja yleisötilaisuuksia. Erona on kuitenkin pidetty muun muassa sitä, että erikoistapahtuma (*special event*) saatetaan järjestää ainoastaan kerran, mutta festivaalit ovat vuosittain tai harvemmin toistuva tapahtuma. Näin ollen festivaali on aina tapahtuma, mutta kaikki tapahtumat eivät ole välttämättä festivaaleja (Mossberg 2000b, 2–5). Tässä tutkimuksessa käytän kulttuuri-festivaalin ja kulttuuritapahtuman käsitteitä rinnakkain sekä vaihteoisesti, ja tarkoitan niillä samaa asiaa.

Etymologisesti festivaalin (*festival*) käsite on muodostunut latinankielisestä kantasanasta *festum* (Falassi 1987, 1–2). Alun perin latinankielessä on ollut kaksi festivaalia kuvaavaa termiä: *festum* on viitannut julkiseen ilonpitoon ja juhlintaan, *feria* puolestaan työnteosta pidättymiseen Jumalien kunniaksi. Molempia käsitteitä on käytetty myös monikkomuodoissa *festa* ja *feriae*, jotka ovat viitanneet siihen, että festivaalit ovat kestäneet useita päiviä ja sisältäneet monia erillisiä tapahtumia (*events*). Myös monissa muissa kielissä *festa* on ollut kantasanana festivaalin käännöksele. Muun muassa italian kielessä sitä kuvaa termi *festa*, ranskan kielessä *fête*, espanjan kielessä *fiesta* ja portugalín kielessä *festa*. Englannin kielessä festivaalin (*festival*) käsitteellä on viitattu seuraaviin merkityksiin (Falassi 1987):

- hengelliseen tai maalliseen juhlaan, huvitteluun ja ilonpitoon
- vuosittain toistuvaan merkikihenkilön, tunnetun tapahtuman tai sadonkorjuun juhlintaan
- kulttuuritapahtumaan, joka koostuu taide-esitysten sarjasta, jossa esitetyvät yksittäiset taitelijat tai tietty taiteenala (*genre*)
- näyttelyihin, messuihin tai markkinoihin (*fair*).

Myös suomen kieleen on vakiintunut festivaalin käsite, joka voidaan yleisesti määrittellä arjesta poikkeavaksi, taiteellisista esityksistä, yleisestä huvittelusta ja ilonpidosta koostuvaksi ”juhlatapahtumaksi”. Se voidaan ymmärtää yhdeksi sosiokulttuuristen aktiviteettien institutionalisoituneeksi muodoksi, yleisötilaisuudeksi, joka muodostaa kanavan kollektiivisesti jaetulle taiteelli-

selle, sosiaaliselle ja symboliselle viestinnälle (Isar 1976; Getz 1997, 8).

Uudessa sivistyssanakirjassa (1993, 209) festivaalin käsite on rajattu puolestaan seuraavasti:

Juhla, juhlatilaisuus, vuosijuhla, säännöllisesti uudistuvat musiikki- tai elokuvajuhlat tai juhlanäytännöt. Myös poliittisäyvisistä nuorisojuhlusta käytetty nimitys.

Tutkimusten yhteydessä festivaaleja ovat määritelleet ainakin uskontotieteilijät, antropologit, sosiologit, kansantieteilijät, sosiaalipsykologit, sosiologit, kulttuuripolitiikan tutkijat, taloustieteilijät sekä viime vuosina myös aluetieteilijät ja maantieteilijät, jotka ovat kukin antaneet sille lähestymistapojaan parhaiten kuvaavan merkityksen. Yhteiskuntatieteellisessä keskustelussa festivaalin käsite on määritelty muun muassa näin:

A periodically recurrent, social occasion in which, through a multiplicity of forms and a series of co-ordinated events, participate directly or indirectly and to various degrees, all members of a whole community, united by ethnic, linguistic, religious, historical bonds, and sharing a world view. (Falassi 1987, 2.)

Määritelmän mukaan festivaalien perusominaisuuksia ovat ajallinen tilapäisyys, sosiaalinen luonne (yhteisöllisyys ja kollektiivinen osallistuvuus) sekä sisällöllinen monimuotoisuus. Määritelmä on sikäli suppea, että yhteisöllisyys perinteisessä mielessä ei aina leimaa nykyajan kaupallistuneita kaupunkitapahtumia. Yhteisöllisyyden sijaan sosiaalisuuden voidaan ajatella ilmenevän pikemminkin symbolisena yhteisyytenä, jolloin tapahtumiin osallistuvia ihmisiä ei yhdistä niinkään alueeseen tai paikkaan kiinnittyvä me-henki vaan pikemminkin elämäntyyliin tai kulttuuriseen genreen ja niiden ilmentämään symboliikkaan kuuluva merkitystodellisuus ja kulttuurinen koodirakenne (Lehtonen 1990; vrt. Kainulainen 1992).

Samankaltaiseen festivaalimääritelmään on päätynyt myös Beverly Stoeltje (Schuster 1995, 174).

Festivals are collective phenomena and serve purposes rooted in group life, that display certain characteristic features: they occur at regular intervals in the calendar, they are public in nature, participatory in ethos, complex in structure, multiple in voice, multiple in scene, and multiple in purpose.

Myös tässä määritelmässä korostuvat tapahtuman yhteisöllinen alkuperä, säännöllinen toistuvuus, julkisuus, osallistuvuus, moniäänisyys sekä monimerkityksellisyys. Välijohtopäätöksenä voidaan todeta, että festivaalin käsitettä ilmentää moni-ilmeisyys, ja sen sisään mahtuu mitä erilaisimpia kollektiivisia sosiokulttuurisia paikkaan sidottuja aktiviteetteja. Aldskogius (1993, 56) on luokitellut ja operationalisoinut näille aktiviteeteille yleisiä kriteereitä. Ensinnäkin festivaaliin sisältyvät toiminnot eivät ole järjestävän organisaation tai instituution ”normaaleja aktiviteetteja”, koska tapahtumat toteutetaan spesifisti rajattuna ajankohtana tietyssä paikallisessa kontekstissa. Lisäksi festivaalit ovat avoinna yleisölle ja niihin sisältyviä aktiviteetteja ilmentää tietty hallitseva teema (*specific genre*).

Turismi ja festivaalit ovat olleet alueiden kehittämistyössä usein toisiaan tukevia kokonaisuuksia. Monien festivaalimäärittelyjen lähtökohtana onkin ollut tapahtumien ja matkailun yhteen liittäminen, mistä on muodostunut oma laaja tutkimusalueensa. Esimerkiksi Getz (1997), Mules ja Faulkner (1996), Jago ja Shaw (1998) sekä Mossberg (2000b) ovat tarkastelleet tapahtumia nimenomaan matkailun näkökulmasta, jolloin määrittelyissä ovat korostuneet elinkeinoelämään ja alueen vetovoimaan liittyvät näkökulmat.

Mossberg (2000b) on tunnistanut tapahtuman käsitteestä kolme tunnusomaista piirrettä. Hänen mukaansa tapahtuma on

- kertaluonteinen tai säännöllisesti toistuva kestoltaan rajoitettu tapahtuma, joka järjestetään korkeintaan kerran vuodessa
- organisoitu ja ohjelmaan sidottu kokonaisuus, joka koostuu yleisölle avoimista tilaisuuksista
- sisällöstään riippumatta kehitetty ja järjestetty nostamaan kaupungin, alueen tai kansakunnan yleistä tietoisuutta, tunnettua, vetovoimaisuutta tai hyödynnettävyyttä matkailukohteena.

Myös matkailututkimusten määrittelyissä on korostunut tapahtumien sisällöllinen ja toiminnallinen moni-ilmeisyys. Getzin (1997, 4) mukaan tapahtumat ovat muuttuvia ja vaihtuvia; koston, puitteiden, organisoinnin ja osallistujien suhteen ”ainutlaatuisia sekoituksia”, joista ei ole koskaan mahdollista laatia universaalia ja standardinomaista tapahtumamäärittelyä. Matkailututkimusten yhteydessä tapahtumia on tyypitelty niiden koon ja vetovoiman perusteella, jolloin on puhuttu erikoistapahtumista (*special events*), päätapahtumista (*major events*), merkkitapahtumista (*hallmark events*) ja megatapahtumista (*mega-events*) (Faulkner 1993; Roche 1994; Getz 1997; Jago & Shaw 1998; Mossberg 2000a ja 2000b).

Festivaalin ja tapahtuman käsitteistä on tehty myös monia muita luokitteluja. Yksinkertaiset ja perinteiset tapahtumatyypologiat ovat perustuneet dualistisiin käsittepareihin, kuten hengellinen–maallinen, maaseutumainen–kaupunkimainen ja spontaani/ihmisläheinen–järjestetty/tuotettu (Waterman 1998, 58). Määrittelyt ovat tällöin rinnastuneet esimerkiksi rituaalien, riittien ja seremonioiden perusominaisuuksiin. Rituaalit ja riitit on usein liitetty pyhyyden ja hengellisyyden kokemuksiin, kun taas festivaaleja on luonnehdittu maallisiksi peleiksi, leikkeiksi ja ilonpidoiksi.¹⁴ Joskus tutkijat ovat nojautuneet luokitteluisaan kaupunkimaisten ja maaseutumaisten festivaalien erotteluun. Maaseutumaisten tapahtumien on katsottu olevan yleensä vanhempia, luonteeltaan agraarisia, jolloin ne ovat liittyneet historiallisilta juuriltaan erilaisiin hedelmällisyysriitteihin ja myytteihin. Kaupunkimaiset tapahtumat ovat puolestaan symbolisoineet vaurautta ja hyvinvointia, jolloin niiden sisällöt on saatettu kytkeä paikallisiin legendoihin, taruihin tai historiallisiin tapahtumiin. (Falassi 1987, 2–3.)

¹⁴ Kuten on jo tullut esille, rituaalit ovat edustaneet elämänvaiheiden muutoksia ja vallitsevien normien, harmonian ja jatkuvuuden ylläpitämistä. Festivaalit puolestaan ovat murtaneet ja kyseenalaistaneet olemassa olevia normeja. Jyrkkien rajojen vetäminen festivaalien ja riittien välille on kuitenkin ongelmallista, sillä ne yhdistyvät usein tapahtumissa kokonaisuudeksi (Abrahams 1987).

Schuster (1995) on luokitellut tapahtumia astetta konkreettisemmin. Festivaalittyyppittelyssään hän on erottanut tapahtumat yleisistä vapaa-ajan aktiviteeteista. Typologian keskeisiä kriteerejä ovat muun muassa tapahtumien kertaluonteisuus, toistuvuus, jatkuvuus, uutuusarvo, osallistujamäärä sekä kohderyhmien rajautuminen. Jaottelu pohjautuu dualismia ilmentäen myös siihen, liittyykö tapahtuman luonne paikallisyhteisöllisyyden ilmaukseen ja toimintaan vai onko tapahtumalla enemmänkin instrumentaalisia päämääriä (kuten matkailun lisääminen alueella). Näitä näkökulmia soveltaen Schuster on luokitellut tapahtumia seuraavasti (ks. Griffiths 1998, 48–49):

- Spektaakkelit (*spectacles*, esim. olympialaiset, kansainväliset Expo-messut) ovat laajamittaisia, usein kertaluonteisia esityksiin tai näyttelyihin pohjautuvia produktioita, joissa yleisö ei ole niinkään toimijan roolissa vaan pikemminkin katsojana ja vastaanottajana. Massatapahtumina spektaakkelit esitetään yleensä suurelle yleisölle myös tiedotusvälineiden välityksellä, jolloin tietoisuus niistä ja niiden markkina-arvosta kasvaa suureksi. Spektaakkeleja järjestävät kaupungit saavat usein suuren huomion, mutta niiden paikallisista elämäntavoista ja yhteisöistä ei juurikaan välitetä tietoa. Kaupungit tai alueet toimivat näin ollen ikään kuin spektaakkeliin ulkokohtaisina näyttämöinä ilman, että tapahtuman luonne olisi juurrutettu paikalliseen toimintaympäristöön.
- Rituaalit (*rituals*) ovat syklisiä tapahtumia keskittyen määrätyn performanssin tuottamiseen tiettyinä ajankohtana, esimerkiksi vuosittain. Toistuvilla rituaaleilla on usein pitkä traditio ja juuret alueen historiassa. Niiden erityispiirteenä on toteutustapa tai -muoto, joka ei perustu esittäjien tai yleisön aloitteeseen ja aktiivisuuteen vaan alueen omaleimaiseen perinteeseen. Toisaalta niillä saattaa olla liittymäpintoja myös esimerkiksi uudempiin moderneihin kaupunkitapahtumiin.
- Taide-esityksiin perustuvat tapahtumat voivat olla mittakaavaltaan suuria, mutta niiden kävijämäärät voivat myös suuresti vaihdella. Niillä ei kuitenkaan ole samalla tavoin suuren yleisön tavoitettavaa ”draamaattista” pää tapahtuman luonnetta kuin spektaakkeleilla, jotka leimaavat olemassalollaan koko kaupungin tai alueen toimintaa. Taide tapahtumien kävijäkunta on sosiaaliselta koostumukseltaan spektaakkeleja rajatumpi.

- Markkina- ja messutapahtumia (*trade fair*) ovat esimerkiksi erilaiset filmifestivaalit ja kirjamesset. Niiden perusfunktiona on toimia tietyn tai tiettyjen (kulttuuri)alojen markkina- ja myyntipaikkoina esittämällä valmistajien, tuottajien, julkaisijoiden jakelukanavia ja kulttuurituotteita (esim. elokuvia, TV-ohjelmia ja kirjoja). Näyttelyt tai esittelytilat ovat avoinna julkiselle yleisölle, joka koostuu kansainvälisistä ja paikallisista alalle erikoistuneista kuluttajaryhmistä.
- Populaari- ja vapaa-ajan tapahtumat (*popular fairs*) ovat tiettyjen vapaa-ajan toimintojen keskittymiä (kuten liikunta- ja kuntoilutapahtumat). Taidetapahtumien tapaan vapaa-ajan tapahtumat voivat olla kertaluonteisia.
- Kansalaistoimintaan pohjautuvilla tilaisuuksilla (*popular citizens festivals*) on ensisijaisesti kansalaisyhteiskunnan vahvistamiseen ja sosiaalisen koheesion lujittamiseen liittyviä merkityksiä. Täten ne eivät toimi niinkään esimerkiksi kaupungin markkinoinnin välineinä. Tapahtumat voivat olla luonteeltaan esimerkiksi toisiinsa kytkeytyviä katuperformansseja tai maaseutukylien juhlia, joihin osallistuu erityisesti paikallista väestöä. Samalla ne toimivat osaltaan paikallisyhteisön lujittajina ja siihen juurruttajina. Kansalaisaktiivisuuteen pohjautuvia tapahtumia toteutetaan säännöllisin väliajoin, ja ne ovat luonteeltaan julkisia. Niihin osallistuminen konstruoi osaltaan paikallista eetosta; tarinaa yhdessä selviytymisestä ja alueen elinvoimaisuudesta.

Tässä tutkimuksessa empiirisen tarkastelun kohteina ovat maaseutu- ja kaupunkiympäristössä järjestettävät kulttuuritapahtumat tai -festivaalit, jotka sisältävät taide-esityksiä, markkina- ja myyntitoimintaa ja/tai kansalaistoimintaan pohjautuvia aktiviteetteja. Tutkittavat tapahtumat ovat Jagon ja Shawn (1998) luokittelua noudattaen luonteeltaan lähinnä erikoistapahtumia, joilla on päätapahtumien ja merkkitapahtumien piirteitä. Ne ovat julkisuusarvoltaan ja medianäkyvyydeltään huomattavia, ja niillä on myös kuntien ja alueiden erityispiirteisiin (esimerkiksi elämäntapoihin) liittyviä ominaisuuksia. Tarkasteluni kohteina ovat erityisesti kulttuuri- tai taidetapahtumat, joista on eri yhteyksissä käytetty vaihtoehtoisia englanninkielisiä käännöksiä *art events* tai

art festivals (Getz 1997, 8-11). Taidefestivaalit voidaan sisällöllisesti jakaa seuraaviin osa-alueisiin (emt., 11):

- visuaalisuuteen perustuvat tapahtumat (kuvataide, käsi- ja taideteollisuus)
- esittäviin taiteisiin perustuvat tapahtumat (musiikki, tanssi, elokuva, teatteri, runous)
- osallistuvat tapahtumat, joissa ei ole eroteltavissa yleisöä ja esiintyjä toisistaan.

Lisäksi taide- ja kulttuuritapahtumista voidaan erottaa (emt.)

- ammattimaisesti toteutetut festivaalit tai amatööritapahtumat
- kilpailuja sisältävät sekä juhlintaan tai vapaa-ajanviettoon orientoituneet
- tiettyyn taiteenalaan (genreen) erikoistuneet festivaalit tai sekatapahtumat
- monokulttuuriset tai multikulttuuriset festivaalit
- maksulliset tai maksuttomat tapahtumat
- kausiluonteisesti toistuvat tai kertaluonteiset tapahtumat.

Tutkimukseni kohdentuu Getzin luokitteluun nojautuen kaupungeissa ja maaseutukunnissa järjestettäviin, ammattimaisesti toteutettaviin, maksullisiin ja kausiluonteisesti toistuviin kulttuurifestivaaleihin, jotka ovat erikoistuneet tietyn genren esille tuomiseen tai esittämiseen.

5 Tutkimusaineisto ja -menetelmät

Tutkimuksen empiirinen aineisto koostuu teemahaastatteluista, joiden kohteina olivat kymmenen suomalaisen kulttuuritapahtuman avainhenkilöt ja sidosryhmät. Haastatteluaineistoa analysoidaan pohdittaessa kulttuurifestivaalien arvolähtökohtia (luku 9), kulttuuri-imagojen aluetaloudellisia merkityksiä (luku 10) sekä kulttuuritoimintojen alueellisen keskittymisen dynamiikkaa (luku 11).

Tutkimushaastatteluja tehtiin sekä maaseutukunnissa että kaupungeissa. Aineisto kerättiin kahdessa vaiheessa ja kahden eri projektin yhteydessä. Maaseutukuntien kulttuuritapahtumia koskevat haastattelut suoritettiin Helsingin yliopiston Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskuksessa toteutetun ”Maaseudun kulttuuritapahtumien alueellinen vaikuttavuus” -hankkeen aikana (Kainulainen 2004b, 24–32). Kyseisen projektin aikana toteutettiin myös valtakunnallinen kyselytutkimus, jonka kohteena oli 292 tapahtumanjärjestäjää sekä 236 kuntaa/kuntien elinkeinojohtajaa. Osin kyselylomakkeiden tietoihin nojautuen hankkeen tapaus-tutkimuskohteiksi valittiin myöhemmin viisi kulttuuritapahtumaa ja tapahtumapaikkakuntaa, joissa suoritettiin aikavälillä 16.9.–27.11.2003 yhteensä 29 teemahaastattelua. Valituiksi tulivat

- Kuhmon Kamarimusiikki (6 haastattelua)
- Pentinkulman päivät, Urjala (6)
- Rääkkylän Kihaus (6)
- Sata-Häme Soi, Ikaalinen (6)
- Sodankylän elokuvajuhlat (5).

Tapahtumien valintakriteerejä hankkeessa olivat festivaalien valtakunnallinen status sekä maaseutumainen ympäristö. Lisäksi pyrkimyksenä oli kerätä kulttuurialakohtaisesti monipuolinen aineisto, vaikka haastattelujen yhteydessä aineiston edustavuudesta ei voidakaan puhua. Kulttuurialoittain tarkasteltuna tapahtumat edustavat musiikkia, kirjallisuutta sekä elokuvaa. Musiikkipainotteisuus oli luontevaa, sillä suurin osa maamme kulttuuritapahtumista on juuri musiikkitapahtumia (esim. Kainulainen 2004b, 27). Kaikkia haastattelujen kohteiksi valittuja tapahtumia yhdistää myös maaseutumainen toimintaympäristö. Valtakunnallisen maaseututyyppittelyn mukaan Rääkkylä, Urjala ja Ikaalinen sijaitsevat ydinmaaseudulla. Sodankylä ja Kuhmo ovat puolestaan harvaan asutun maaseudun paikkakuntia. Luokittelun mukaan Suomen kunnista kaikkiaan 40 on määritelty kaupunkiseutujen keskuksiksi, 18 muiksi kaupungeiksi, 84 kaupunkien läheiseksi maaseuduksi, 181 ydinmaaseuduksi sekä 129 harvaan asutuksi maaseuduksi. (ks. esim. Keränen, Malinen & Aulaskari 2000.)

Kaupunkien osalta tutkimusaineisto koostuu niin ikään viidestä kulttuurifestivaalista, joita koskeva haastatteluaineisto kerättiin Tampereen yliopiston Alueellisen kehittämisen tutkimusyksikössä toteutetun ”Kulttuuriteollisuus luovan kaupungin menestystekijänä” -hankkeen aikana. Tässä projektissa festivaalien valinnan suorittivat kunkin kaupungin yhteyshenkilöt ja ohjausryhmän jäsenet. Tämä oli perusteltua sen johdosta, että kyseessä oli kaupunkien rahoittama tilaustutkimus. Hankkeen tutkimuskohteina olivat seuraavat kulttuuritapahtumat, joita koskevia haastatteluja tehtiin aikavälillä 26.8. –21.10.2004 yhteensä 29 kappaletta:

- Jyväskylän Kesä (7 haastattelua)
- Keskiaikaiset markkinat, Turku (6)
- Oulun Musiikkivideofestivaalit (5)
- Pori Jazz (6)
- Tampereen Teatterikesä (5).

Tutkimuksen empiirinen aineisto koostuu täten yhteensä 58 teemahaastattelusta, jotka on kerätty kymmenellä eri paikkakunnalla ja kaikkiaan kymmenen festivaalin osalta (ks. haastattelulista liitteestä 1). Haastattelujen määrän riittävydestä on metodioppaissa olemassa erilaisia nyrkkisääntöjä. En väitä, että olisin saavuttanut suorittamillani haastatteluilla menetelmäkirjallisuudessa paljon puhutun saturaatioasteen tai kylläntymispisteen, joka merkitsisi sitä, etteivät lisähaastattelut tuottaisi tutkimusongelman ratkaisemisen kannalta uutta olennaista lisäinformaatiota. Minusta tuon saturaatiopisteen tunnistaminen on laadullisen aineiston moniulotteisuudesta johtuen usein näennäistä ja jopa keinotekoista. Emme voi tuota pistettä ikään kuin paljain silmin osoittaa. Katson kuitenkin, että haastattelujen määrä on tutkimuksen tavoitteiden kannalta riittävän suuri, vaikka – myönnettäköön – yhtä kuntaa/kaupunkia koskeva aineisto on suppeahko. Kunta- tai kaupunkikohtaisen tarkastelun sijaan tavoitteenani on ensisijaisesti eritellä kulttuuritapahtumien paikallisia, tai spesifimmin paikallistaloudellisia, merkitysulottuvuuksia yleisellä tasolla. Oletan, että tapahtumien merkitysulottuvuudet ovat monilta osin paitsi tapahtuma- tai kuntakohtaisia myös yleistettävissä yli kuntarajojen. Samalla esille nostamani aluetaloudelliset näkökulmat kuvaavat paitsi kulttuuritapahtumien merkityksiä myös laajemmin kulttuurin talouden asemaa ja roolia kuntien sekä kaupunkien kehityksessä. Nähdäkseni tässä tutkimuksessa käytettävä empiirinen aineisto on kuntarajat ylittävän asenneilmaston ja diskurssien analysoimisen osalta riittävän monipuolinen sisältäen riittävän laajan kirjon erilaisia näkökulmia, vaikka festivaalien moninaisten sidosryhmäverkostojen huomioiminen ei ollut haastattelujen osalta mahdollista.

Suoritettujen teemahaastattelujen tarkoituksena oli tuottaa empiiristä tietoa kulttuurifestivaalien paikallisista merkityksistä. Koska merkitykset vaihtelevat eri toimijoiden välillä, kiinnitin haastattelujen kohdentamisessa – siltä osin kuin projektien tavoitteiden kannalta oli mahdollista – erityistä huomiota kohdejoukon monipuolisuuteen, mikä mahdollistaisi erilaisten tulkintojen ja diskurssien esille nousun. Haastateltavien valinnassa oli

siksi implisiittisesti kyse paitsi yksittäisten avainhenkilöiden ja erilaisten intressiryhmien tunnistamisesta myös paikallisen sosiaalisen kentän määrittelystä, jolla on valta legitimoida tapahtuman paikallisia merkityksiä (Ilmonen 1998, 255–256).

Haastattelujen kohteina oli kullakin paikkakunnalla kolme keskeistä ryhmää; tapahtumien järjestäjiä, kuntien ja kaupunkien viranhaltijoita sekä elinkeinoelämän edustajia. Sekä maaseutupaikkakunnilla että kaupungeissa tapahtumanjärjestäjien haastattelut kohdennettiin henkilöihin, jotka asuivat tapahtumapaikkakunnilla tai olivat muuten jatkuvassa toiminnallisessa sidoksessa paikkakunnan toimintaympäristöön. Tällä rajauksella halusin korostaa nimenomaan tapahtumien paikallisuutta ja paikallisia merkityksiä (esim. Kainulainen 1992).

Maaseutuprojektin osalta viranhaltijoita koskevien haastattelujen kohteina oli kuntien johtajia, elinkeinovastaavia sekä joissakin tapauksissa myös kuntien kulttuurivastaavia. Elinkeinopainotus johtui aluetaloudellisen näkökulman korostamisesta. Tapahtumien järjestäjien osalta (jotka olivat joko tapahtumien taloudesta ja organisoinnista vastanneita toiminnanjohtajia ja/tai ohjelmiston suunnitteluun enemmän fokusoituneita taiteellisia johtajia) tavoitteena oli nostaa esille tapahtumien järjestämiseen liittyvät motiivit ja tarkoitukset sekä analysoida näiden ”sisäisten” (kulttuuristen/taiteellisten) arvojen suhdetta paikallistaloudellisiin merkityksiin nähden. Elinkeinoelämän edustajat koostuivat puolestaan maaseutupaikkakunnilla paikallisista yrityksistä, jotka tekivät säännöllistä yhteistyötä festivaalin kanssa. Tavoitteena oli tällöin pohtia sitä, miten yritysten edustajat kokevat ja näkevät tapahtumien paikallisen merkityksen. Tukeuduin haastateltavien lopullisessa valinnassa myös lumipallotekniikkaan, jolloin pyysin ensimmäiseksi haastateltuja tapahtumanjärjestäjiä nimeämään kutakin ryhmää koskevat avainhenkilöt. Erityisen tärkeää avainhenkilöiden nimeäminen oli yritysten osalta, joiden valinnan yhteydessä juuri tapahtumanjärjestäjät olivat ensisijaisina tietolähteinä.

Kaupungeissa (puhun tässä kaupungeista koskien nimenomaan toista projektikokonaisuutta, vaikka myös maaseutu-

hankkeen osalta mukana oli kaupunkien statuksen omaavia paikkakuntia, kuten Ikaalinen ja Kuhmo) suoritettujen haastattelujen yhteydessä lumipallotekniikka ja avainhenkilöiden suositukset olivat vieläkin keskeisemmässä asemassa. Myös projektin tavoitteenasettelu ohjasi ratkaisevasti aineiston keruun kohdentumista. Pääpiirteissään haastateltavat koostuivat samoista tahoista tai ryhmistä kuin maaseutupainotteisessa hankkeessa. Myös kaupunkien osalta haastattelut koskivat viranhaltijoita, tapahtumien järjestäjiä sekä paikallisen elinkeinoelämän edustajia. Viranhaltijoiden osalta kohteina olivat kaupunkien viestintäpäälliköt, elinkeinojohtajat ja/tai kulttuurijohtajat. Viestintäpäälliköiden mukaan ottaminen johtui hankkeen tavoitteiden asettelusta, jossa yhtenä osa-alueena oli kaupunkimarkkinoinnin näkökulma. Tapahtumanjärjestäjien osalta meneteltiin samalla tavoin kuin maaseutukuntien yhteydessä. Valituiksi tulivat paikkakunnalla asuvat tai toimivat taiteelliset johtajat tai toiminnanjohtajat. Haastateltavat elinkeinoelämän edustajat koostuivat puolestaan yrityksistä, joilla oli jatkuva yhteistyösuhde tutkittavan tapahtuman kanssa. Mainittujen ryhmien lisäksi ja ohella kaupunkeja koskevien haastattelujen kohteina oli erikseen suositusten perusteella valittuja avainhenkilöitä.

Haastatteluaineiston keräämisestä vastasi kaksi henkilöä. Maaseutukuntien osalta tutkija Timo Suutari suoritti Ikaalista ja Sata-Häme Soi -festivaalia koskeneet haastattelut (yhteensä 6 kappaletta). Kaikki muut haastattelut tein itse, mitä pidän aineiston tuntemuksen kannalta etuna. Haastattelut tehtiin yhtä lukuun ottamatta kasvokkain kullakin tapahtumapaikkakunnalla tai erikseen sovitussa paikassa (ainoastaan yksi Sodankylän elokuvajuhlia koskeva haastattelu toteutettiin puhelinhaastatteluna sairaustapauksen johdosta). Näin ollen olen tutkijana elänyt haastattelusituaation yhdessä haastateltavien kanssa ja ollut alusta lähtien tiiviissä vuoropuhelussa tutkimusaineiston kanssa, mikä on tarjonnut hyvän lähtökohdan aineiston analyysille.

Haastattelujen ajallinen kesto vaihteli puolesta tunnista kahdeksan tuntiin. Kaikki haastattelut nauhoitettiin ja litteroitiin. Litte-

roinnissa noudatettiin asiasisältöjen sanatarkan puhtaaksi kirjoittamisen periaatetta, mutta ei esimerkiksi keskusteluanalyysissä käytettävien taukojen, epäröintien, toistuvien välisanojen (niinku, tota jne.), huokausten ym. aukikirjaamista. Litteroitua materiaalia kertyi yli 800 sivua. Haastattelut toteutettiin teemahaastatteluina, jolloin keskeisenä periaatteena oli se, että yksityiskohtaisten kysymysten sijaan haastattelun kulkua ja suuntautumista ohjasi haastattelijan käyttämä teemarunko. (Alasuutari 1994b, 76; Hirsjärvi & Hurme 2001.)

Käytimme sekä kaupungeissa että maaseutukunnissa pääpiirteissään samaa haastattelurunkoa, jota sovelsimme eri kohdeyhmien yhteydessä hiukan eri painotuksin. Laadin yhteisen teemarungon pohjalta tapahtumanjärjestäjille, kuntien viranhaltijoille sekä elinkeinoelämän edustajille erikseen räätälöidyt haastattelulomakkeet. Yhteiseen haastattelurunkoon sisältyivät seuraavat teemat:

- vastaajan asema ja positio tapahtumaan nähden
- tapahtuman sisällöt ja tavoitteet
- kunnan kulttuuriset vahvuudet
- tapahtuman ja kunnan yhteistyösuhde
- kaupallisuuden ja taiteellisuuden suhde tapahtumassa
- tapahtuman taloudelliset ja työllistävät vaikutukset
- tapahtuman ja kunnan imagollinen profiili
- festivaalin imagon merkitykset kunnalle
- tapahtuman yhteys kulttuuritoimintojen keskittymiseen tapahtumapaikkakunnalle
- tapahtuman merkitys paikkakunnan kulttuuri-ilmapiiirin kannalta
- festivaalin kehittämistarpeet ja tulevaisuuden näkymät.

On selvää, että haastatteluissa käyttämäni teemarunko ohjasi haastateltavien mielipiteitä aluetaloudellisten pohdintojen suuntaan. Tämä oli tietoinen valinta, koska halusin tutkijana itse määrittellä raamit aluetaloudellisille merkityksille. En katsonut tarpeelliseksi pureutua yksityiskohtaisesti esimerkiksi festivaali-

en ohjelmistojen sisältöihin, koska ne eivät olleet aluetaloutta koskevan viitekeh്യkseni ytimessä. Toisaalta esimerkiksi alueen imagoihin ja luovuuden keskittymiseen liittyvät pohdinnat tulivat haastatteluissa esille nimenomaan tutkijan aloitteesta. En siksi pidä haastattelurungon yleisiä teemoja sinänsä diskursseina; en tarkastele esimerkiksi keskustelua kulttuurin asemasta kaupungin vetovoiman lisääjänä sellaisenaan yhtenäisenä diskursiivisyyppinä. Pikemminkin pyrkimyksenäni on hienojakoisemmin kurkistaa kunkin teeman sisälle ja jäsentää esimerkiksi alueen vetovoimaan liittyviä puheavaruuksia – siis sitä, miten alueen vetovoiman ja kulttuurifestivaalien yhteyksistä puhutaan.

Toinen teemarungon luonnetta koskeva metodinen huomio liittyy siihen, että aluetaloudellinen näkökulma voidaan jo sellaisenaan mieltää yhdeksi diskursiiviseksi ulottuvuudeksi. Esimerkiksi Luttinen (1997) kutsuisi näkökulmaa kulttuuripoliittisten diskurssien valossa aluestrategiseksi tulkintakehykseksi. Hänen katsannossaan alueellisen näkökulman yhdistäminen festivaalien hyötyjä ja merkityksiä koskevaan keskusteluun muodostaisi jo sellaisenaan puheavaruutta rajaavan kehikon, jonka puitteissa kulttuuripoliittiset arvostukset määrittävät. Tällöin kulttuuri-toiminnoille lankeaa ensisijaisesti alueiden kehitystä – esimerkiksi vetovoimaa tai työllisyyttä – palveleva tehtävä.

Aluetaloudellisen näkökulman diskurssisidonnaisuudesta johdun on selvää, että en ole myöskään tutkijana ulkopuolinen (objektiivinen tarkkailija) diskursiiviseen todellisuuteen nähden. Pikemminkin edustan aluekehityksen retoriikan yhteydessä tuotettua diskurssia, jolle on ominaista pohtia kulttuurin ja taiteen merkityksiä juuri aluetaloudellisesta perspektiivistä käsin. Ajatuskulkua voisi tällä logiikalla jatkaa loputtomiin, koska edustamme aina vääjäämättä erilaisissa yhteiskunnallisissa rooleissamme ja merkitystodellisuuksissa jotakin tai joitakin diskursseja. Tässä mielessä emme ole koskaan puhtaita, viattomia tai objektiivisia.

Haastatteluissa käyttämäni teemarunko toimi litteroidun haastatteluaineiston operationalisoinnin lähtökohtana. Sen sisältöjä myötäillen ryhmittelin aineiston toisiaan muistuttaviin luokkiin. Termi operationalismi viittaa siihen, että yksittäistä teemaa vas-

taavalla käsitteellä on sekä teoreettinen ulottuvuus että konkreettiseen havaintomaailmaan viittaava empiirinen sisältö (Eskola & Suoranta 1998, 75). Toisin sanoen, operationalisoinnin lähtökohtana on ollut se, että teoreettisella käsitteellä on empiiristä uskottavuutta tai todistusvoimaa. Siksi tässä tutkimuksessa empiirinen haastatteluaineisto toimii teoreettisten väitteiden ja oletamusten paikkansapitävyyden eräänlaisena takeena ja todistusaineistona. Tutkimuksen tulokset ovat näin ollen sekä teoriapitoisia että empiirisiä havaintoja.

Koodauksen ja operationalisoinnin yhteydessä konkretisoituu ajatus haastatteluaineiston teoriasidonnaisuudesta. Poimin siksi haastatteluista erityistarkasteluun juuri ne yksityiskohdat tai katkelmat, joita pidin tutkimuksen ongelmanasettelun kannalta relevantteina. Tämän sinänsä itsestään selvän lähtökohdan takana on koodauksen peruserä: tarkastelen koodauksen yhteydessä aineistoa ainoastaan tietystä teoreettis-metodologisesta näkökulmasta tai teoreettisesta viitekehyksestä käsin (Alasuutari 1994b, 30–31), joka tässä tapauksessa liittyi kulttuuritapahtumien aluetaloudellisiin merkitysulottuvuuksiin.

Käytin koodauksen teknisenä apuvälineenä Atlas.ti-nimistä laadullisen aineiston analyysiohjelmaa, mikä helpotti ja nopeutti aineiston käsittelyä sekä teemapohjaisten kokonaisuuksien muodostamista. Ohjelman käytöstä on tehty lukuisia oppaita ja ohjeistoja. Esimerkiksi Timo Moilanen ja Seppo Ropponen (1994) ovat kuvanneet raportissaan erinomaisesti ohjelman käytön mahdollisuuksia ja rajoituksia.

Perinteisesti tietokoneohjelmat on mielletty kvantitatiivisen aineiston analyysin välineeksi, mutta 1980-luvulla myös kvalitatiivisen aineiston analyysissä yleistyi tietokoneavusteisen ohjelmiston käyttö. Atlas.ti-ohjelman ensimmäinen versio ilmestyi vuonna 1993, ja tänä päivänä sitä voidaan pitää varsin yleisenä laadullisen aineiston apuvälineenä. Vaikka kyseessä on tietokoneohjelma, ei se vähennä tai korvaa tutkijan tulkinnan merkitystä aineiston analyysissä. Erityisesti tämä korostuu haastatteluaineiston ryhmittelyssä ja jäsentämisessä, jonka lähtökohtana on koodilistan laatiminen. Koodit ovat teoreettisesti latautuneita,

koska ne kertovat sen, mikä ilmiökokonaisuus tai teema on tutkimusongelman ratkaisun kannalta olennainen. Tämän päättelyn tekee tutkija, ei tietokone. Haastatteluaineiston koodaaminen edellyttää tutkijan aktiivista toimintaa ja tulkintaa, jonka aikana tutkija konstruoi havaintoja litteroidusta haastattelumateriaalista. Atlas.ti -ohjelma helpottaa ainoastaan aineiston koodauksen teknistä toteutusta. Sen avulla tutkija voi nimetä tekstisegmentin määrittämällä sille sopivan koodin. Tämän jälkeen Atlas.ti-ohjelman avulla koodatut tekstisegmentit voidaan hakea litteroidusta materiaalista, jolloin segmenteistä muodostuu yhtenäisiä teemakokonaisuuksia. Tähän loppuu tietokoneen osuus analyysissä. Loppu on tutkijan tulkintaa. (Moilanen & Ropponen 1994.)

Koodasin ja teemoitin litteroidut tutkimushaastattelut edellä kuvatulla tavalla Atlas.ti-ohjelman avulla. Kriittinen osa-alue haastattelujen analysoinnissa oli toisensa poissulkevien ja riittävän kattavien koodien määrittely ja nimeäminen. Tukeuduin koodien määrittelyssä aiemmin esitetyn haastattelurungon teemoihin. Koodit olivat ikään kuin nimilappuja, joiden perusteella ryhmitelin litteroidun materiaalin tutkimuksen kannalta relevanttien teemojen alle. Olennaista tutkimusprosessin kuluessa oli pohtia sitä, millä perusteella tai millä logiikalla olen luonut sekä haastattelurungon teemat että sitä myötäilevät yksityiskohtaisemmat koodit. Tutkimusprosessia voi kuvata induktiivinen–deduktiivinen-käsitteparin avulla. Soveltamaani tutkimusmenetelmää ei voi pitää puhtaasti induktiivisena eli aineisto-lähtöisenä tai grounded theory -tyyppisenä (esim. Hirsjärvi & Hurme 2001, 164–168). Pehdyin ennen empiirisen aineiston keräämistä monipuolisesti aihepiiristä kirjoitettuun teoreettiseen kirjallisuuteen, jonka perusteella konstruoin tutkimuksen teemahaastattelurungon sekä koodiluettelon. Tavoitteenani oli tuottaa teorioista lähtevä perusteltu kokonaisuus ja kehikko empiirisen aineiston keräämistä ja analysoimista varten. Olennaista oli siksi pohtia sitä, miten kulttuuritapahtumien tai laajemmin kulttuurin talouden paikalliset merkitykset ja vaikutukset ilmenevät erilaisten teorioiden ja suoritettujen tutkimusten valossa. Oli kysyttävä, mitkä

näkökulmat ja teemat olivat olennaisia tuon ilmiökokonaisuuden ymmärtämisen kannalta.

Teorialähtöisyys on varsin yleisesti hyväksytty ja tavallinen lähtökohta laadullisen aineiston analyysille yhteiskunta- ja sosiaalitieteellisessä tutkimusperinteessä. Esimerkiksi Raunio (1999b) ja Paavola (1999) ovat lähteneet metodologisissa pohdintoissaan siitä, että tulkintojen tekeminen edellyttää esiteoreettista ymmärrystä ilmiön luonteesta. Raunion (1999b, 144) mukaan teoreettista ajattelua tarvitaan haastatteluaineiston ”takana olevan todellisuuden konstituointiin”. Paavolan (1999, 147) mielestä tämä ei kuitenkaan merkitse sitä, että empiirisen aineiston avulla ainoastaan ”vahvistettaisiin jo olemassa olevaa teoriaa”. Pikemminkin teoriapitoiset havainnot tarjoavat hänen mukaansa mahdollisuuden myös uusien teoreettisten ideoiden tuottamiseen. Molemmat näkökulmat toimivat tutkimukseni empiirisen aineiston analysoinnin periaatteina. Toisaalta pyrin tunnistamaan haastattelujen taustalta myös yleisempiä yhteiskunnallisia merkitysrakenteita, jotka jäsentävät kulttuuritapahtumien asemaa alueiden kehityksessä. Samalla pyrin tuomaan uusia näkökulmia aihepiiriä koskevaan teoreettiseen ja metodologiseen keskusteluun. Eli kiteytettynä: teemojen ja koodien perustana oli toisaalta teoreettinen esiymmärrys, mutta toisaalta tutkimukseni on luonteeltaan myös uutta teoriaa luova eli eksploratiivinen (esim. Hirsjärvi & Hurme 2001, 25).

Teemojen ja koodien konstruointi perustui tutkimuksessa täten niiden teoriapitoisuuden johdosta enemmän deduktiiviseen kuin induktiiviseen tutkimusotteeseen, vaikka samalla on huomautettava, ettei näiden peruslähtökohtien erottaminen toisistaan ole yksinkertaista (esim. Moilanen & Ropponen 1994, 12). Toisaalta on ajateltavissa, että haastatteluaineiston käsittelyyn sisältyi myös induktiivisia piirteitä, koska analysoinnin ja haastatteluaineiston lukemisen yhteydessä myös empiirinen tutkimusaineisto saattoi jossain määrin ohjata teemojen ja koodien valintaa, vaikka tämä ei ollut ensisijainen tarkoitukseni. Induktiiviselle prosessille oli kuitenkin nähdäkseni tehtävä tilaa, jotta ilmiön kokonaisvaltainen tutkiminen – eli teorian ja empirian

vuoropuhelu – sekä tätä kautta uuden teorian tuottaminen tulisi mahdolliseksi. Käyttämässäni tutkimusmenetelmässä induktio ja deduktio olivat tässä mielessä rinnakkaisia prosesseja.

Laadullisen aineiston analyysia ilmentää usein valintojen ja mahdollisuuksien moninaisuus; yhtä oikeaa tai yleispätevää keinoa tulkintojen ja päättelyjen tekemiseen ei ole olemassa (esim. Eskola & Suoranta 1998, 10). Metodologisesti tutkimukseni nojautuu diskurssianalyttiseen perinteeseen. Lähtökohtanani ei kuitenkaan ollut kielen säännönmukaisuuksien tai rakenteiden tarkastelu kuten kielentutkijat tai keskusteluanalyysin laatijat ovat usein tehneet, vaan pikemminkin kielen yhteiskunnallisten merkitysten erittely diskurssien valossa. Menetelmäkirjallisuudessa näitä merkityksiä on kutsuttu myös kulttuurisiksi jäsenyksiksi ja erottelujärjestelmiksi (Alasuutari 1994b, 95), jolloin tutkimuksen kohteeksi on asetunut tosiasioiden tunnistamisen sijaan se, miten haastateltavat jäsentävät puheessaan esimerkiksi festivaalien aluetaloudellisia merkityksiä. Tavoitteenani oli ryhmitellä ja tyypitellä kulttuuritapahtumien aluetaloudellisia merkityksiä sekä niitä koskevia diskursseja yhdistämällä haastateluissa ilmeneviä ajatuksellisia kokonaisuuksia näitä ilmentäviin luokkiin (Eskola & Suoranta 1998, 183). Käsittelen yksityiskohtaisemmin diskurssianalyysin sisältöjä ja sitä tukevan konstruktionismin teoreettis-metodologisia lähtökohtia luvussa 8. Todettakoon tässä yhteydessä kuitenkin vielä, että diskurssianalyttisestä otteesta johtuen en tarkastellut tapahtumien aluetaloudellisia merkityksiä koskevia jäsenyyksiä ikään kuin essentialistisina totuuksina, vaan pikemminkin sosiaalisina konstruktioina (ks. Alasuutari 1994b, 152).

Myös tutkijan rooli haastatteluaineistoon nähden on usein problematisoitu menetelmäkirjallisuudessa. Kuten on jo tullut esille, tapahtuma-aineistoa koskevien diskurssien tyypittelyn lähtökohtana oli teoreettinen esiyymmärrys, jonka perusteella aineisto on koodattu ja teemoitettu osa-alueisiin. Tutkimuksessa ei siis sovellettu puhtaasti aineistolähtöistä analyysia, joka perustuisi siihen, että tutkimustulokset nousevat esille ikään kuin aineis-

tosta käsin (Eskola & Suoranta 1998, 157). Tutkimuksessani aineisto ja haastattelun kohteena olevat henkilöt nähtiin tosin sosiaalista todellisuutta aktiivisesti tuottavina subjekteina, mikä ilmenee heidän puheessaan ja niitä ilmentävissä diskursseissa. En kuitenkaan katso, että aineisto ilmentää sellaisenaan tutkimuksen tuloksia kuvaavia diskurssityyppejä, vaan tutkijan tehtävänä on tulkinnan avulla johtaa ja konstruoida aineistosta kyseisiä ajatuksellisia kokonaisuuksia. Tavoitteenani oli siksi tehdä tulkintoja ikään kuin haastatteluaineiston takana olevasta todellisuudesta. Näin ollen sekä tutkija että haastateltavat olivat tutkimustuloksia aktiivisesti tuottavia subjekteja. Kysymys oli Giddensin (Bryant & Jary 1991b, 11) termein kaksoishermeneutiikasta (*double hermeneutic*), joka koostuu kahdesta merkitysten kehyksestä (*frames of meanings*). Nämä ovat Giddensin (Bryant & Jary 1991b, 11) sanoin (1) ”*the meaningful social world as constituted by lay actors*” ja (2) ”*the second order understandings of social scientists*”. Molemmat tulkinnalliset kehykset ovat aina läsnä laadullisen aineiston analyysissä, ja niiden merkitys on huomioitava tutkimustuloksia arvioitaessa. Giddensille (Kilminster 1991, 105) kaksoishermeneutiikka merkitsee sitä, että tutkijan laatima teksti on viime kädessä tiluatioon kiinnittyvä luomus (*text as a situated creation of its author*).

Tutkijaa ei siis nähdä tässä tutkimuksessa omista ennakkolettamuksistaan, käsityksistään ja arvoistaan vapaana objektiivisena päättelijänä, vaan pikemminkin kyse on, kuten Ilmonen (1998, 133) on painottanut, kahden ”tulkintahorisontin yhteen sulautumisesta”. Kysymys on samanaikaisesti haastattelujen kohteina olevien ihmisten ja tutkijan tilannesidonnaisista sekä paikallisiin positiioihin kiinnittyvistä tulkinnoista. Siksi analyysin kohteena olevaa puhetta ei voi ymmärtää lopullisena totuutena. Ilmonen (1998, 237–238) on Gadamerin hermeneutiiseen fenomenologiaan viitaten todennut, että tästä syystä ”tulkinta on aina spekulatiivista ja uusia merkityksiä tuottavaa, produktiivista toimintaa”. Siksi laadullinen tutkimus tuottaa aina ainoastaan yhden mahdollisen tarinan tutkittavasta todellisuudesta.

6

Kulttuuritapahtumien taloudelliset vaikutukset

Kulttuurin julkisen tuen perustelut vaikutustutkimusten lähtökohtana

Tutkimuksen menetelmälliset valinnat perustuvat kulttuuritapahtumien aluetaloudellisten merkitysten teoreettis-metodologiseen luonteeseen. Aihepiiriä käsitelleet tutkimukset ovat tähän mennessä olleet ensisijaisesti kvantitatiivisia, ja ne ovat pyrkineet mittaamaan euroissa tai dollareissa tapahtumien taloudellisia vaikutuksia. Tutkimuksessani esitän, että aluetaloudellisten merkitysten kokonaisvaltainen ymmärtäminen edellyttää myös kvalitatiivisten menetelmien käyttöä. Tämän väitteen puolustaminen edellyttää monipuolista käsitystä siitä, miten kulttuuritapahtumien taloudellisia vaikutuksia ja merkityksiä on tähän mennessä tutkittu. Siksi tutkimuksen seuraavana tehtävänä on pureutua aihepiiriä koskevaan tutkimusperinteeseen ja sen sisältämiin avainkäsitteisiin ja lähestymistapoihin. Kirjallisuuskatsauksena esittämäni kuvaus toimii myös tutkimuksen läpileikkaavana teoreettis-metodologisena heijastuspintana.

Käsitteellisenä täsmennyksenä todettakoon, että puhun jatkossa tapahtumien talous*vaikutuksista* silloin kun kyse on mittaamiseen perustuvista kvantitatiivisista tutkimusotteista. Kulttuuritapahtumien aluetaloudellisilla *merkityksillä* viittaa puolestaan tulkinnallisuutta korostaviin lähetympöihin.

Kulttuuritapahtumien taloudellisista vaikutuksista on vuosien saatossa tehty runsaasti tutkimuksia erityisesti kulttuurin taloustieteen (*cultural economics*) piirissä. Tutkimukset voidaan jakaa kahteen pääsuuntaukseen, jotka ovat jäsentäneet eri näkökulmista kulttuuritoimintojen julkisen tuen perusteita.¹⁵ Ensimmäiseen suuntaukseen kuuluvat niin sanotut vaikuttavuustutkimukset (*impact studies*), joiden avulla on pyritty osoittamaan julkisen sektorin tukemien tapahtumien taloudelliset kerroinvaikutukset tietyllä alueella. Näiden (tilaus)tutkimusten laatimisesta ovat usein vastanneet tätä tarkoitusta varten erikseen palkatut, usein matkailuelinkeinon kiinnittyneet, konsulttiyritykset tai yliopistot. Toisena tutkimustyyppinä voidaan erottaa teoreettisemmat hyvinvointianalyysit, jotka ovat puolustaneet taiteen ja kulttuurin julkista tukea vetoamalla taiteen meriittihyödykeominaisuuteen (*merit good*) ja painottamalla taiteen sisäsyntyisiä ja sivistäviä itseisarvoja.

Suoritettujen tutkimusten lähtökohdat ovat usein kiinnittyneet näihin kahteen näkökulmaan. Vuosien kuluessa niiden yhteiskunnallinen painoarvo on kuitenkin vaihdellut. Kehitys on kulkenut siten, että tutkimusten sisällöt ovat muuttuneet vähitellen kulttuurin ei-taloudellisten merkitysten osoittamisesta nimenomaan kattaviin taloudellisiin analyyseihin, joissa kulttuurisektori on haluttu nähdä ennen muuta merkittävänä tuotannon-tekijänä ja taloudellisena lisäarvona. (Frey 1994, 30.)¹⁶

Kulttuurin taloustieteellinen tutkimus käsitteli alkuvaiheissaan 1960- ja 1970-luvuilla erityisesti taiteiden ei-taloudellisia hyötyjä ja julkisen tuen perusteluita. Tärkeimpänä tuon ajan

¹⁵ Julkinen tuki voi esimerkiksi kulttuurifestivaalien osalta olla hyvin monimuotoista; lainsäädäntöön, verotukseen, materiaalsiin tarpeisiin, vakuutuksiin, fyysisiin sijaintipaikkoihin jne. liittyvää (ks. Schuster 1995, 185). Suomessa rahallisen julkisen tuen osuus on 2000-luvun vaihteessa tapahtumien kokonaistalouden kannalta edelleen suuri (Kukkonen 2001). Julkisiin tukiin ovat sisällyneet kuntien, opetusministeriön, EU:n ja Pohjoismaiden tuet sekä tulkinnasta riippuen myös erilaisten säätiöiden tuet.

¹⁶ Vielä 1960- ja 1970-lukujen tutkimuksissa ja yhteiskunnallisessa keskustelussa taiteita ja eri kulttuurin muotoja pidettiin pääasiassa suhteellisen vaatimattomina tuotannonaloina ja niiden taloudellinen merkitys nähtiin marginaaliseksi muihin talouselämän sektoreihin nähden. Kaupunkien ja alueiden taloudellista kasvua pyrittiin selittämään ensisijaisesti ns. kovien taloudellisten tekijöiden (kuten teollisuuden rakenne, investointien volyyymi, tuottavuuden kehitys) näkökulmista. (Throsby 2001, 62.)

keskustelua avanneena teoksena on pidetty Baumolin ja Bowen vuonna 1966 julkaisemaa teosta *Performing arts: the economic dilemma*. Kyseisessä pioneeritutkimuksessa Baumol ja Bowen ottivat tehtäväkseen taiteiden julkisen tuen perusteluiden pohittamisen, ja tutkimustuloksissaan he osoittivat, että nuo perustelut olivat nimenomaan ei-taloudellisia. Tutkimuksen perusargumenttina oli tiivistettynä se, että kulttuurisektori on luonteensa vuoksi taloudellisesti kannattamattomampi ala moniin muihin tuotannonaloihin nähden.¹⁷ Erityisesti työvoimaintensiivisissä esittämissä taiteissa tuotantokustannukset ovat palkkakustannuksista johtuen suurempia sellaisiin tuotannonaloihin verrattuna, joissa teknologiset innovaatiot voivat kompensoida työvoimakustannuksista aiheutuvaa kustannusten nousua. Koska työ on esittämissä taiteissa aina lopullinen suorite, siksi esimerkiksi teatteritoiminta olisi usein ilman julkista tukea tämän ajattelutavan mukaan taloudellisesti kannattamatonta. Tästä kustannusongelmasta on myöhemmin tutkijoiden keskuuteen vakiintunut Baumolin tautina tunnettu metafora (ks. esim. Oksanen 1988; Cantell 1994, 35–36 ja 1999, 111–112; Mäkinen 1999).¹⁸

Korostaessaan nimenomaan taiteen ei-taloudellisia hyötyjä Baumol ja Bowe näkivät kulttuurin meriittihyödykkeenä, jolloin he rinnastivat taiteen yhteiskunnallisen roolin ja merkityksen taloudellisten hyötyjen sijaan pikemminkin koulutuksellisiin,

¹⁷ Baumolin ja Bowen mukaan julkisen sektorin palvelut tulevat ajan myötä entistä kalliimmiksi, jolloin niiden suhteellinen tuottavuus laskee. Korostamalla taiteellisen toiminnan merkittävyyttä he esittivät argumentteja julkisen tuen tarpeellisuudesta sekä toivat esille julkisten palveluiden yksityistämistä aiheuttavia taloudellisia ongelmia. Johtopäätöksensä Baumol ja Bowen esittivät, ettei taide voi toimia ilman julkista tukea, koska ala ajautuisi muutoin taloudelliseen kaaostilaan. He puolustivat taiteen julkista tukemista kolmesta syystä. Ensinnäkin julkinen tuki mahdollistaa sellaisten ihmisten osallistumisen taiteelliseen toimintaan, joiden taloudelliset resurssit ovat keskimääräistä niukemmat. Toiseksi lapset saavuttavat taiteen paremmin ja ovat tulevaisuudessa taiteen tuottamisen ydinkohderyhmä. Kolmanneksi kulttuuria voidaan pitää kollektiivisena hyödykkeenä, minkä vuoksi sen julkinen tukeminen on perusteltua. (Cantell 1999b, 112.)

¹⁸ Yritys- tai järjestövetoisia kulttuurifestivaaleja on pidetty kustannussäästöistä johtuen eräänä keinona välttää Baumolin tauti (Frey 1994, 35–36). Tapahtumat nojautuvat järjestelyissään usein tilapäiseen vapaaehtoistyövoimaan, keräävät suuria lipputuloloja sekä toimivat muutoinkin järjestelyissään vapaan markkinatalouden periaattein ilman julkis-hallinnollisia organisaatiota koskevaa sääntelyä, mikä aiheuttaa kustannussäästöjä.

sivistyksellisiin tai sosiaalisiin näkökulmiin (esim. Ashworth 1999, 72). Myöhemmin monet tutkijat ovat kuitenkin kritisoineet näkemyksiä kulttuurin meriittihyödykeominaisuuksista. Esimerkiksi Klamerin (1996, 17) mukaan kulttuurin mieltäminen meriitti-hyödykkeeksi implikoi näkemystä, jonka mukaan kulttuurinen maku nähdään hierarkkisen valtarakenteen osana ja eliitin määrittelyvaltana. Meriittihyödykeominaisuuden kautta kulttuuripolitiikan asiantuntijoille legitimoituu tällöin muita kansalaisia parempi ja kultivoituneempi maku taiteesta ja kulttuurista. Klamerin mukaan hallinnosta käsin ei voida kuitenkaan määrittellä oikeudenmukaisesti sitä, mitä kulttuuria tarvitsemme ja miksi taide on ylipäänsä meille arvokasta.

Esitettyjä ristiriitaisia tulkintoja, näkemyksiä ja arvostuksia sisältänyt kulttuurin taloustieteellinen tutkimus ja kulttuurin talousvaikutuksia koskeva keskustelu käynnistyi siis kulttuurin julkisen tuen perustelujen tarkasteluun keskittyneistä raporteista. Keskustelu julkisen tuen perusteluista on jatkunut näihin päiviin saakka ja samalla julkisen tuen määrittelystä ja perusteluiden tarkastelusta on muodostunut yksi kulttuuripoliittisen tutkimuksen suuntaus (Klamer 1996, 17–19). Myös käsillä olevan tutkimuksen kohteina olevien kulttuuritapahtumien julkisen tuen perusteiden taustalta voidaan tunnistaa sekä taloudellisia että ei-taloudellisia näkökulmia. Jatkossa keskityn kuitenkin tarkastelemaan kulttuurin meriittihyödykeominaisuuden sijaan kulttuurin taloudellisia vaikutuksia ja niistä käytyä keskustelua. Kysymys on lähinnä painotuserosta ja tutkimuksen ongelmanasettelun lähtökohdasta. Tutkimuksen kuluessa kuitenkin osoitan, että taloudellisten ja ei-taloudellisten hyötyjen erottaminen on kulttuuritapahtumien yhteydessä problemaattista, sillä tapahtumien kulttuuriset (tai taiteelliset) ja taloudelliset arvot ovat kietoutuneet moniulotteisesti toisiinsa.

*

Ensimmäiset kulttuurisektoria koskeneet talousvaikutusanalyysit tehtiin siis 1960- ja 1970-luvuilla, mutta varsinaisesti niiden voidaan katsoa yleistyneen vasta 1980- ja 1990-luvuilla eli kult-

tuuripolitiikan murrosvaiheessa, jolloin kulttuuria ryhdyttiin entistä enemmän välineellistämään tai hyödyntämään strategisemmin muun muassa kaupunkien kehittämisspolitiikan yhteydessä (Cantell 1994; 1999, 111). Talousvaikutuksia on arvioitu monien erilaisten kulttuuristen ilmentymien ja muotojen näkökulmasta; esimerkiksi kulttuuritapahtumien, kulttuurilaitosten ja kulttuuriprojektien valossa. Toisaalta kulttuuritoimintojen taloudellista volyyymia on tutkittu kokonaisten kaupunkien, osavaltioiden tai kansakuntien näkökulmasta.

Kulttuurin talousvaikutuksiin kohdistuneen yleisen kiinnostuksen lisääntymisen taustalta on Cantellin (1999b, 111) ajatuksia soveltaen löydettävissä kolme syytä. Ensinnäkin taloudellisen tilanteen huononeminen heijastui monissa maissa 1980- ja 1990-luvuilla julkisen sektorin toimintojen rahoitukseen, minkä vuoksi kulttuurin taloudelliseen kannattavuuteen ryhdyttiin kiinnittämään entistä enemmän huomiota. Toiseksi yhteiskuntien ja tuotannon kulttuuristuminen sekä niin sanotun symbolitalouden kasvu lisäsivät kiinnostusta kulttuurisektorin taloudellisiin vaikutuksiin, mikä tuli esille esimerkiksi kaupunkimarkkinoinnin ja imagojen rakennuksen yhteydessä. Kolmanneksi talusteorioiden kehitys ja avartuminen (tai kulttuuristuminen) mahdollistivat sen, että kulttuurialoille annettiin yhä enemmän selitysvoimaa taloudellista kehitystä mittaavissa tutkimuksissa. Taustalla vaikuttavana tekijänä ja kaikkia kolmea selitystä yhdistävänä tekijänä oli näkemys siitä, että kulttuuriin sijoittaminen tai investoiminen kannattaa (Hansen 1995). Tätä voidaan pitää myös kulttuuritapahtumien taloudellisia vaikutuksia koskeneiden tutkimusten eräänlaisena arvolähtökohtana tai hypoteesina.

Tänä päivänä on varsin tavallista, että esimerkiksi kulttuuritapahtumilta odotetaan paitsi taiteellisesti korkeatasoisia ohjelmistoja myös alueiden ja kaupunkien imagoja sekä yritystoimintaa tukevia aluetaloudellisia heijastusvaikutuksia (esim. Mossberg 2000b). Tätä talouspaineista lähtökohtaa on luonnollisesti alusta lähtien myös kritisoitu ja keskustelu kulttuurin itseisarvosta ja sen ristiriidasta taloudellisiin hyötyihin nähden on jatkunut näihin päiviin saakka. Kriittiset argumentit ovat nousseet pintaan

erityisesti kulttuurin julkisen tuen perusteista käytävän debatin yhteydessä. Kritiikin mukaan taloudellisten resurssien suuntaamisen perusteet taiteeseen ovat vinoutuneita, mikäli taiteiden rahoitusstrategia perustuu yksinomaan taloudelliseen hyötyajatteluun. Taiteen rahoituksen taustalla nähdään tällöin erityinen esteettinen oikeutus, joka ei ole alisteinen esimerkiksi turismiin tai alueiden kehittämisstrategioihin nähden. Kriittisissä puheenvuoroissa kulttuurin talousanalyysien on katsottu ilmentävän instrumentaalista näkemystä kulttuurista, koska taide eri muotoineen on valjastettu palvelemaan taloudellisia päämääriä (Hansen 1995; Klamer 1996; Cantell 1999b, 113).

Tämän tutkimuksen ensisijaisena tehtävänä ei ole ottaa osaa tähän kulttuuripoliittiseen keskusteluun; siihen, minkälainen kulttuuri on arvokasta tai millä perustein kulttuuria tulisi tukea. Tavoitteenani on aluetieteilijänä jäsentää kulttuuritapahtumien aluetaloudellisia merkitysulottuvuuksia. Toisaalta näkökulmat eivät ole toisiaan poissulkevia. Kulttuuritoimintojen merkitysten erittely alueiden kehittämisen tai kehityksen yhteydessä on väistämättä myös arvosidonnainen kysymys.

Alustava kurkistus tapahtumien taloudellisiin vaikutuksiin

Kulttuuritapahtumien talousvaikutusten tarkastelu on tutkimukseni ongelmanasettelun lähtökohtana. En kuitenkaan ole kulttuurin taloustieteilijä, jonka tavoitteena on ekonometristen mallien ja laskelmien avulla osoittaa tapahtumien taloudellisia hyötyjä. Pikemminkin tavoitteenani on pyrkiä ymmärtämään paitsi kulttuuritapahtumien myös laajemmin kulttuurin talouden asemaa ja rooleja alueiden kehityksen yhteydessä. Kulttuuritapahtumien aluetaloudellisiin vaikutuksiin pureutuminen tarjoaa empiirisen näkökulman kulttuurin ja aluekehityksen välisten yhteyksien tarkastelulle. Etenen jatkossa kulttuuritapahtumien talousvaikutusten tarkastelusta asteittain kulttuurin talouden alueellisten merkitysulottuvuuksien erittelyyn. Samalla kulttuurin ta-

loustieteelliset lähestymistavat ja käsitteet muuttuvat vähitellen enemmän aluetieteellisiksi ja maantieteellisiksi pohdinnoiksi.

Kulttuuritapahtumien taloudellisista vaikutuksista on tehty lukuisia tutkimuksia ja selvityksiä. Tutkimusten tulokset ovat vaihdelleet siitä riippuen, minkälainen näkökulma tapahtuman ja talouden välisen suhteen tarkasteluun on valittu. Jatkossa tulen painottamaan juuri tätä seikkaa. Nähdäkseni kulttuurin asema alueellisessa kehittämistyössä virittäytyy sen mukaan, miten kulttuurin ja talouden välinen suhde määritellään ja hahmotetaan. Kysymys on moniulotteisesta teoreettis-metodologisesta ongelmas-
ta, johon palaan yksityiskohtaisemmin tuonnempana.

Kulttuuritapahtumien talousvaikutuksia on tutkittu monesta eri perspektiivistä riippuen siitä, kenen intresseistä, eduista tai taloudellisista hyödyistä on kulloinkin ollut kysymys. Aihepiiriä on tutkittu esimerkiksi yksittäisen hotellin, paikallisen yritystoimin-
nan, kaupunkien sekä laajemmin koko kansantalouden näkökul-
mista (Andersson 1999, 38–39). Malmin (1995, 44–81) jäsenystä soveltaen analyysien lähtökohtina ovat voineet olla niin liiketaloudellinen, julkisoikeudellinen kuin yhteiskunnallinen kannattavuus. Liiketaloudellinen kannattavuus viittaa tapahtu-
man taloudelliseen menestykseen tapahtumanjärjestäjien kannal-
ta. Julkistaloudellinen kannattavuus rinnastuu puolestaan kunnal-
listaloudelliseen kannattavuuteen, jolloin taloudellisesti kannat-
tavin on sellainen tapahtuma, josta kunnalle koituva nettohyöty on kaikista suurin. Yhteiskunnallinen kannattavuus viittaa puo-
lestaan Malmin (1995) luokittelua soveltaen tapahtuman eri intressi- tai sidosryhmille (sponsoreille, rahoittajille, kunnalle ja muille yhteistyökumppaneille) koituviin taloudellisiin hyöty-
vaikutuksiin.

Tämän tutkimuksen lähtökohtana on tapahtuman ja alue-
talouden kehityksen suhteen tarkastelu. Siksi pureudun kulttuu-
ritapahtumien talousvaikutuksiin nimenomaan tapahtumapaikka-
kuntien kehityksen näkökulmasta. Viittaan juuri tapahtumapaik-
kakuntien kehitykseen puhuessani tapahtumien aluetaloudel-
lisista hyödyistä tai merkityksistä.

Monissa tutkimuksissa ja selvityksissä kulttuuritapahtumilla on todettu olevan aluetalouksien kasvun ja kehityksen kannalta huomattavia merkityksiä. Tapahtumien taloudellisia vaikutuksia on tutkittu muun muassa Kanadassa (Mitchell & Wall 1989; Mitchell 1993), Britanniassa (Vaughan 1980), Irlannissa (O'Hagan 1992) Ruotsissa (esim. Bohlin & Ternhag 1990; Aldskogius 1993) ja Yhdysvalloissa (Long & Perdue 1990; Gazel & Schwer 1997). Myös Suomessa on tehty runsaasti aiheeseen liittyviä tutkimuksia ja selvityksiä (esim. Sairanen 1988; Karjalainen 1991; Ilmonen & Kaipainen & Tohmo 1995; Cantell 1993; 1996; 1998; 2003; Ilmonen 1998; Tyni & Aho 1999; Kukkonen 2000; 2001; Tohmo 2002). Kenties perusteellisin ja monipuolisin suomalainen kulttuuritapahtumien talousvaikutuksia tarkasteleva tutkimus on käsitellyt kolmea Keski-Pohjanmaan festivaalia. Ilmosen, Kaipaisen ja Tohmon (1995) tekemän Toholammin Harmonikkaviikkoa, Lohtajan Kirkkomusiikkijuhlia ja Kaustisen kansanmusiikki-festivaalia koskevan tutkimuksen tavoitteena oli selvittää monimetodisella otteella paitsi musiikkijuhlien taloudellisia vaikutuksia myös niiden yhteisöllisiä ja henkisiä merkityksiä.

Kansainvälisten ja kotimaisten tutkimusten valossa kulttuuritapahtumien taloudelliset vaikutukset ovat olleet huomattavia. Ilmonen, Kaipainen ja Tohmo (1995, 51) ovat arvioineet tapahtumien vaikutuksia paikallisten yritysten liikevaihtoon. Tulosten mukaan Harmonikkaviikon aiheuttama liikevaihdon lisäys Toholammin yrityksille oli yhteensä 92 000 markkaa. Lohtajan Kirkkomusiikkijuhlat lisäsi puolestaan yritysten liikevaihtoa 163 000 markalla ja vastaavasti Kaustisen kansanmusiikkijuhlat peräti 7,4 miljoonalla markalla.

Myöhemmin Tohmo (2002) on tarkastellut uudelleen kyseisten tapahtumien vaikutuksia paikallisten yritysten liikevaihdon muutoksiin sekä liikevaihdon muutoksesta kuntaan yritysten hankintojen jälkeen jäävää arvonlisäystä. Tulokset olivat aiemmin tehdyn tutkimuksen kanssa samansuuntaisia ja ne osoittivat, että Kaustisen kansanmusiikkijuhlia, Toholammin Harmo-

nikkaviikkoa ja Lohtajan musiikkijuhlia voitiin pitää myös yritysten arvonlisäyksellä mitattuna paikallistaloudellisesti kannattavina investointeina.¹⁹

Myös Timo Cantell (1993; 1996; 1998; 2003) on monissa tutkimuksissaan tarkastellut suomalaisten kulttuuritapahtumien paikallistaloudellisia vaikutuksia. Hänen työnsä ovat koskeneet sekä pieniä maaseutukuntia (Kaustisen, Kuhmon ja Viitasaaren musiikkitapahtumia) että kaupunkifestivaaleja (Kuopio Tanssii ja Soi, Tampereen Teatterikesä, Turun musiikkijuhlat, Ruisrock, Helsingin juhleviikot, Tanssiareena 2000 -festivaali ja Joensuun lauluhlat). Myös Cantell on johtopäätöksissään osoittanut sekä maaseutukunnissa että kaupungeissa järjestettävien tapahtumien olleen paikkakunnille taloudellisesti kannattavia. Esimerkiksi Kaustista ja Kuhmoa koskevien päätelmien mukaan tapahtumavieraiden alueelle jättämät tulot olivat noin kaksinkertaiset tapahtumien kokonaisbudjettiin nähden. Kaustisella vierailija kullutti keskimäärin 700 markkaa tapahtuman aikana, Viitasaarella 500 markkaa ja Kuhmossa 1600 markkaa. Cantell (1993, 73) suhteutti summat ja taloudelliset kokonaisvaikutukset tapahtumissa kulutettuun aikaan.²⁰

¹⁹ Kaustisen kansanmusiikkijuhlat, Lohtajan Kirkkomusiikkijuhlat ja Toholammin Harmonikkaviikko tuovat Tohmon (2002, 59) tutkimuksen mukaan kuntaan tuloja, jotka eivät olisi ilman musiikkijuhlia päätyneet paikallistalouteen. Kaustisen kansanmusiikkijuhlien aiheuttama yritysten arvonlisäys oli 1,95 miljoonaa markkaa, kun Kaustisen kunta oli edellisinä vuosina tukenut kansanmusiikkijuhlia enimmillään 240 000 markalla. Lisäksi Kaustisen kunta sai festivaaliorganisaation henkilökunnan palkoista huomattavan verotulojen lisäyksen. Tohmo piti Kaustisen kansanmusiikkijuhlia kunnalle kannattavana investointina.

Toholammin osalta kunta puolestaan avusti paikallista Harmonikkaviikko-tapahtumaa 14 000 markalla vuonna 1994. Juhlat toivat festivaalivieraiden kulutuksen myötä arvonlisäystä Toholammin yrityksille 21 000 markkaa. Näin ollen Toholammin Harmonikkaviikko toi yritysten arvonlisäyksenä kuntaan takaisin siihen sijoitetun rahamäärän. Sitä vastoin Lohtajan Kirkkomusiikkijuhlat eivät kompensoineet kunnan juhlaan sijoittamaa rahamäärää (yritysten arvonlisäyksenä). Vuonna 1994 Lohtajan kunta avusti juhlia 1 27 000 markalla, ja Lohtajan yrityksille arvonlisäystä festivaalivieraiden kulutuksesta jäi noin 38 000 markkaa. (Tohmo 2002, 59.)

²⁰ Kuhmon Kamarimusiikin osalta matkailutulot lisäävät vaikutukset ovat tulleet esille myös Karjalaisen (1991) tekemässä selvityksessä. Hänen tarkastelunsa kohteina ovat olleet tapahtumavieraiden määrä, rahankäyttö ja tapahtuman budjetin rakenne (mm. julkisen tuen määrä).

Tulokset ovat olleet samansuuntaisia myös kaupunkitapahtumien yhteydessä. Cantellin (1996, 43) tutkimusten mukaan esimerkiksi yleisön rahankulutuksesta johtuva suoranainen taloudellinen vaikutus oli Kuopio Tanssii ja Soi -tapahtumassa 5,3 miljoonaa markkaa, Tampereen Teatterikesässä 2,7 miljoonaa ja Turun musiikkijuhlilla 3,1 miljoonaa markkaa. Osa näistä markeista jäi paikkakunnille, osa siirtyi muualle. Lisäksi Joensuun laulujuhlat ja Helsingin juhlaviikot olivat Cantellin arvion mukaan järjestelypaikkakuntien kannalta taloudellisesti perusteltuja. Kaupunkien antama tuki jäi tutkimuksen tulosten perusteella pienemmäksi kuin festivaalien talousvaikutukset.

Jo tämä lyhyt katsaus kotimaisiin tutkimuksiin osoittaa, että kulttuuritapahtumien talousvaikutuksia tarkastelleiden tutkimusten tulokset ovat pääasiassa olleet hyvin positiivisia. Tämän tutkimuksen tavoitteiden kannalta ei kuitenkaan ole olennaista osoittaa tapahtumien taloudellista kannattavuutta ainoastaan numeeroiden ja laskennallisten rahamäärien valossa. Pikemminkin huomioni kohdistuu kulttuuritapahtumien alueellisten vaikutusulottuvuuksien erittelyyn eli siihen, minkä päättelyketjun lopputulemana voimme todeta, että tapahtumasta koituu kunnalle taloudellisia hyötyjä. Olennaista on pohtia, miten aluetaloudellisen vaikuttavuuden dynamiikka mielletään. Lopputulosta tärkeämpää on kuvata kulttuuritapahtumien aluetaloudellisia merkityksiä koskevia prosesseja ja mekanismeja, jotka kytkeytyvät tutkimusten teoreettis-metodologisiin lähtökohtiin; talousvaikutusten luonnetta koskeviin ontologisiin ja epistemologisiin olettamuksiin. Teoreettis-metodologisten pohdintojen perusteella tarkastelen tutkimuksessa niitä rooleja ja positiivisia, joita kulttuuritapahtumille paikallisen kehittämistyön yhteydessä annetaan.

Tapahtumatutkimusten metodologiset sitoumukset

TALOUSVAIKUTUSTEN ULOTTUVUUDET

Kulttuuritapahtumien taloudellista vaikuttavuutta tarkastelleiden tutkimusten empiiriset kiinnepohdat ja analyttiset havaintoyksiköt ovat sisältäneet implisiittisesti tai eksplisiittisesti ontologisia sekä epistemologisia oletuksia kulttuurin, talouden ja aluekehityksen välisen dynamiikan rakentumisesta. Käytännönläheisyydestään ja soveltavan tutkimusotteen luonteesta huolimatta ne eivät ole olleet teoriavapaita tai ikään kuin puhtaita esiteoreettisiin taustaolettamuksiin nähden. Tutkimukset sisältävät aina – tutkijan ambitioista riippumatta – teoreettisia näkemyksiä tutkittavan kohteen luonteesta ja sen kehitykseen vaikuttavista voimista tai mekanismeista. Näkökulman taustalla on täten ajatus empiirisen tutkimuksen väistämättömästä teoriapitoisuudesta. Kuten Häkli (1999, 42) on todennut, empiirisen havaintoaineiston keruun logiikka sisältää aina esiteoreettista päättelyä pohjautui tuo tieto sitten arkiajatteluun tai syvällisempään ilmiön ominaisuuksien ymmärtämiseen. Analyttisiä kehikoita soveltaessaan myös tapahtumatutkimukset ovat väistämättä tulleet ottaneeksi kantaa paitsi tapahtumien paikallistaloudellisten vaikutusten suuruuteen myös siihen, miten kulttuurin, talouden ja aluekehityksen vuorovaikutus sekä keskinäinen riippuvuus ilmenee. Tai minkälaisten prosessien välityksellä kulttuurin talouden eri toiminnot luovat ja ylläpitävät alueiden taloudellista toimeliaisuutta?

Käytän kulttuurin, talouden ja aluekehityksen dynamiikan jäsentämisen lähtökohdana kulttuuritapahtumien taloudellisia vaikutuksia käsitteiden tutkimusten lähestymistapoja ja peruskäsitteitä. Laadittujen tutkimusten valossa on selvää, että esimerkiksi tapahtumien koko, markkina-alue, ulkopaikkakunnilta tulevien tapahtumavieraiden määrä sekä tapahtuman kesto vaikuttavat aluetaloudellisiin heijastusvaikutuksiin (Getz 1997). Spesifimmin tapahtumien talousvaikutukset ilmenevät moniulot-

teisesti erilaisten vaikutusulottuvuuksien kautta, joilla viitataan ensinnäkin suorien, epäsuorien tai johdettujen (*induced*) vaikutusten jaotteluun (esim. Cwi 1980; Vaughan 1980; Myerscough 1988, 76–96; Mitchell & Wall 1989; Faulkner 1993; National Assembly of Local Arts Agencies 1994, 23; Hansen 1995, 310; Kaipainen 1999, 114; Cantell 1993, 63; 1994, 40; 1999a, 261; 1999b, 270 ja 2001, 54). Vaihtoehtoisesti on puhuttu primäärisistä, sekundäärisistä ja tertiäärisistä vaikutuksista (esim. Mitchell & Wall 1989).

Erilaisissa vaikutusulottuvuuksissa kulttuurin, talouden ja aluekehityksen suhde näyttäytyy erilaisessa valossa. Yhtäältä aluetalous voidaan nähdä mitattavana ja omalakisena laskennallisena suureena, jolloin yksilöiden valinnat ja kulutuskäyttäytyminen ovat tapahtumien aluetaloudellisten vaikutusten arvioinnin lähtökohdana. Toisaalta alueiden taloudellista kehitystä voidaan tarkastella moniulotteisemmin kulttuurisiin symboleihin, oppimiseen ja sosiaaliseen vuorovaikutukseen prosessuaalisesti kietoutuvana kokonaisuutena. Tällöin paikkakuntien kehitys on yksilöllisten arvojen, kulttuuristen merkitysten, instituutioiden ja organisaatioiden vuorovaikutussuhteen dynamiikan tulos (Giddens 1984a ja 1984b). Kulttuuritapahtumien taloudellisia vaikutuksia tarkastelleissa tutkimuksissa painotus on toistaiseksi ollut ensin mainitussa suuntauksessa. Todellisuudessa prosessuaalinen ja laskennallinen näkökulma täydentävät toisiaan.

Primääriset tai suorat talousvaikutukset syntyvät välittömästi festivaalin järjestämiseen liittyvistä toiminnoista sekä esimerkiksi tapahtuman järjestäjien ja paikallisen liike-elämän välisestä vuorovaikutuksesta (henkilökunnan palkkauksesta, erilaisista vuokrista, paikallisista hankinnoista, ostoista, investoinneista jne.). Kulttuuritapahtumat rinnastuvat tällöin talouden toimijoihin liikevaihtonsa, investointiensä ja työllistävien vaikutusten kautta. Taloudellisina subjekteina tapahtumat itsessään nähdään paikallistalouksien kehitykseen vaikuttavina taloudellisina yksikköinä. (vrt. Chartrand 1984; Kaipainen 1999, 85; Ashworth 1999, 73–74.)

Esimerkiksi suomalaisten kulttuuritapahtumien on havaittu luovan tilapäisyydestään ja kausiluonteisuudestaan huolimatta primäärisiä työllisyysvaikutuksia. Ilmonen, Kaipainen ja Tohmo (1995, 51) ovat laskeneet Kaustisen kansanmusiikkijuhlien tarjonnan noin kolmesataa tilapäistä työpaikkaa. Arvio kattoi sekä tapahtuman valmisteluun että sen jälkihoitoon liittyneet toiminnot. Työntekijöitä tarvittiin muun muassa juhlien fyysiseen rakentamiseen ja purkamiseen, järjestely-, siivous-, lipunmyynti-, majoitus-, ravintola-, keittiö- ja järjestyksenpitotehtäviin sekä toimistotöihin.²¹

Sekundääriset eli epäsuorat tulo- ja työllisyysvaikutukset muodostuvat puolestaan tapahtumassa vierailevan yleisön kulutuksesta, joka kohdistuu tapahtumapaikkakunnan yrityksiin ja palveluihin. Esimerkiksi Mitchell ja Wall (1989) keskittyivät Kanadan Ontariossa Stratfordin festivaalin tarkastelussa erityisesti sekundääristen työllisyysvaikutusten laskemiseen. Tutkimuksessaan he rinnastivat toisiinsa tapahtumassa vierailleen yleisön kulutuksen, aluetaloudelliset vaikutukset sekä paikallisten yritysten tulojen lisäyksen ja alueen työpaikkojen määrien kehityksen. Johtopäätöksissään he totesivat tapahtumalla olleen työllistymisen kannalta paitsi primäärisiä myös merkittäviä sekundäärisiä vaikutuksia.

Sekundääristen vaikutusten yhteydessä tapahtumat on nähty ikään kuin katalysaattoreina tai impulsseina, jotka synnyttävät alueille uutta taloudellista toimeliaisuutta. Tapahtuma on paitsi lisännyt itse toiminnallaan alueen rahavirtoja myös synnyttänyt yleisön kulutuksen kautta taloudellisia kerrannaisvaikutuksia. Tapahtumavieraiden ja kulttuurimatkailejoiden tapahtumapaikkakunnalla kuluttamat rahavirrat on rinnastettu tutkimuksissa myös vientituloihin, koska tapahtuman ansiosta alueen ulkopuolelta tulevan rahavirran osuus paikkakunnalla lisääntyy. Kulttuurivieraiden kulutus tuo uutta tuloa paikalliseen elinkeino-

²¹ Ilmonen (1998, 244) mukaan keskustelua Kaustisella on aiheuttanut se, työllistäkö kansanmusiikkijuhlat enemmän oman paikkakunnan ihmisiä vai muualta palkkatyöhön tulevia ulkopaikkakuntalaisia.

elämään, kotitalouksiin ja julkiselle sektorille. Matkailijoiden kulutuksen myötä kertyneitä tuloja vastaanottavat välittömästi lähinnä majoituspalveluja ylläpitävät yritykset, ravintolat, vähittäiskauppa ja erilaiset kuljetuksista sekä liikennöinneistä vastaavat elinkeinonharjoittajat. Kerrannaisvaikutusten myötä osa tästä rahavirrasta jää kiertämään paikallistalouteen, osa suuntautuu alueen ulkopuolelle. Myös alueen omien asukkaiden käyttämien rahavirtojen on havaittu suuntautuneen kulttuuritapahtumien aikana suuremmassa määrin omalle alueelle, mikä on puolestaan rinnastettu tuonnin korvaamiseen. (vrt. Chartrand 1984; Kaipainen 1999, 85; Ashworth 1999, 73–74.)

Primääristen ja sekundääristen vaikutusten tarkastelussa voidaan tehdä erottelu myös sen perusteella, missä kulutusketjun vaiheessa kulttuuritapahtuma jättää alueille taloudellisia vaikutuksia. Cantellia (1994, 38–39) soveltaen primääriset vaikutukset voidaan tällöin määritellä edellä kuvattua laajemmin. Tällöin niiden katsotaan muodostuvan kulutuskierroon ja tulojen lisäyksen ensimmäisessä vaiheessa, jolloin primääriset vaikutukset muodostuvat sekä paikallisen kulttuuritapahtuman järjestämisestä aiheutuvasta kulutuksesta että vierailevan yleisön kulutuksesta, joka on suuntautunut lähinnä paikallisiin yrityksiin. Sekundääriset vaikutukset kuvaavat tässä jaottelussa

- paikallisen elinkeinoelämän ostovoiman lisääntymistä
- paikallisen elinkeinoelämän henkilökunnan ostovoiman lisääntymistä
- paikallistalouden kokonaisrahamäärän kasvua ja sen säteilyvaikutuksia paikalliseen elinkeinoelämään (emt.).

Sekundääriset vaikutukset muistuttavat kuvatussa määrittelyssä kolmatta vaikutusulottuvuutta; seurannaisvaikutuksia tai johdettuja vaikutuksia. Niiden on katsottu koostuvan sekä epäsuorista että suorista vaikutuksista, ja niillä on kuvattu ostovoiman ja kulutusmahdollisuuksien lisääntymistä paikallisten toimijoiden keskuudessa. Kulttuuritapahtuma generoi paikallistalouteen erilaisia kerrannaisvaikutuksia ostovoiman lisääntymisen sekä tuotteiden ja palveluiden kasvavan kysynnän ja kulutuksen kautta.

Tutkimukseni näkökulman ja empiirisen tarkastelun kannalta sekä teoreettis-metodologisten huomioiden osalta primäärisiä, sekundäärisiä ja johdettuja vaikutuksia tärkeämmäksi ulottuvuudeksi muodostuu kulttuuritapahtumien tertiääristen merkitysten erittely. Tertiäärisuus kuvaa mittaamisen ulottumattomissa olevia paikallistaloudellisia merkityksiä, jotka kytkeytyvät alueiden imagojen rakentumiseen ja laajemmin symbolitalouden dynamiikkaan sekä luovan ja innovatiivisen toimintaympäristön kehittymiseen. Tertiäärisillä merkityshorisonteilla on välillinen yhteys tapahtumapaikkakuntien taloudelliseen kehitykseen.

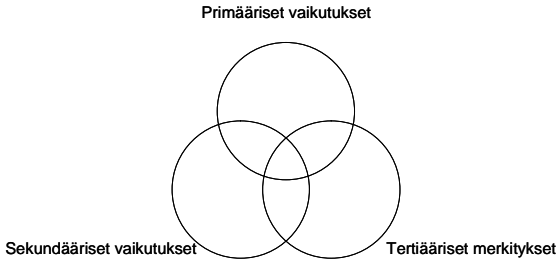
Tertiääristen merkitysten jäsentämisen lähtökohtana on esimerkiksi se, että näkyvyydeltään merkittävät kulttuuritapahtumat lisäävät olemassaolollaan sijaintipaikkakuntien tunnettuutta, vetovoimaa ja houkuttelevuutta, mikä voi heijastua yritysten, asukkaiden, työntekijöiden liikkumispäätöksiin ja matkailijoiden preferensseihin. Tertiäärisillä merkityksillä on välillinen yhteys aluetalouksien toimintakykyyn, ja siksi esimerkiksi kulttuuri-imagot ja sitä tukeva kaupunkimarkkinointi ovat olleet jo pitkään monien kaupunkien strategisen kehittämistyön osa-alueina (Chartrand 1984, 59).

Imagojen ohella tertiääriset merkitykset liittyvät alueiden luovan, aloitteellisen ja innovatiivisen toimintaympäristön kehittymiseen, mihin myös kulttuuritapahtumilla voi olla oma (tosin vaikeasti tunnistettava) vaikutuksensa. Esimerkiksi Chartrandin (1984, 59) mukaan taiteet (*fine arts*) vahvistavat läsnäolollaan alueiden ”innovatiivista, psykologista ja sosiaalista ilmapiiriä”:

The fine arts foster an innovative psychological and social climate in which invention, innovation and diffusion of new technology can more readily occur. They sensitize entrepreneurs, managers and employees to the context of change, including our collective cultural heritage, and enhance their ability to respond to change in a positive and constructive manner.

Primääriset ja sekundääriset vaikutukset sekä tertiääriset merkitykset voidaan nähdä paikallistalouksien kehityksen kannalta toisiaan täydentävinä analyttisinä osa-alueina (kuva 4). Kaikkien

yhteisvaikutuksesta kulttuuritapahtumat heijastuvat moniulotteisesti kuntien ja kaupunkien kehitykseen.



KUVA 4. Kulttuuritapahtumien aluetaloudelliset ulottuvuudet.

Toistaiseksi kulttuuritapahtumien talousvaikutuksia koskevat tutkimukset ovat pääsääntöisesti keskittyneet – erityisesti kulttuurin taloustieteen piirissä – laskemaan nimenomaan primäärisiä ja sekundäärisiä talousvaikutuksia. Toisin sanoen, tutkimuksissa on tarkasteltu ensisijaisesti rahamääräisesti arvioitavia ja hintajärjestelmää hyödyntäviä vaikutuksia. Pelkkiin rahavaikutuksiin kiinnittyviä lähetymistapoja voidaan kuitenkin problematisoida, koska tällöin tapahtumien vaikutusanalyysien ulkopuolelle ovat voineet jäädä kaikkein olennaisimmat, pitkällä aikavälillä aluetalouteen vaikuttavat ilmiöt (Ilmosta 1995, 14 soveltaen). Esimerkiksi Hansen (1995) on pitänyt kulttuurin välillisiä (prosessuaalisia ja tulkinnallisia) merkityksiä olennaisempina kuin suoria ja lasketavissa olevia vaikutuksia. Kulttuurielämä voi toimia hänen mukaansa luovuutta ja innovaatioita generoivana voimana, jolloin kulttuuripalvelut ja -tapahtumat eivät ainoastaan lisää kulutusta vaan toimivat myös laajemmin ja syvällisemmin talouselämän dynamona.

Primääristen ja sekundääristen vaikutusten sekä tertiääristen merkitysten välistä suhdetta ilmentää kompleksisuus ja prosessuaalisuus. Siksi Hansenin (1995) sanoin on syytä pohtia sitä, mitä aluetaloudellisia prosesseja tapahtumat reaali maailmassa generoivat ja miten? Olenkin erityisesti kiinnostunut siitä, mitä mittaamisen ja laskemisen ulkopuolelle jääviä ”näkyttömiä”

mekanismeja tai kehityspolkuja tapahtumien työllisyyttä, imagoja ja luovuutta välittäviin prosesseihin sisältyy, ja missä määrin tai millä edellytyksin nämä ulottuvuudet ovat empiirisesti todennettavissa. Kulttuuritoimintojen prosessuaalisten aluetaloudellisten merkitysten tunnistamista vaikeuttaa nähdäkseni se, että kulttuurinen, sosiaalinen, taloudellinen ja symbolinen todellisuus ovat kietoutuneet kuntien kehityksen yhteydessä hybridisellä tavalla toisiinsa (esim. Kainulainen 2004b). Siksi tutkimuksen näkökulma painottuu kulttuuristen, alueellisten ja taloudellisten todellisuuksien yhteenkietoutuneisuuden tulkintaan.

Tarkastelun päähuomio kiinnittyy tertiääristen merkitysten erittelyyn ja niitä koskeviin teoreettis-metodologisiin pohdintoihin. Keskeisenä väittämänä on se, että kulttuuritapahtumien aluetaloudellisten vaikutusten ja merkitysten kokonaisvaltainen analyysi edellyttää paitsi primääristen ja sekundääristen ulottuvuuksien huomioimista myös tertiääristen merkitysten monita-soista erittelyä. Tulen pohtimaan

- miksi kulutuskeskeiset talousvaikutustutkimukset ovat sellaisenaan riittämättömiä
- ja miten niitä täydentävä teoreettis-metodologinen lähestymistapa voidaan hahmottaa?

KULUTUKSEN KERROINVAIKUTUKSET

Kulttuuritapahtumien talousvaikutuksia tarkastelleet tutkimukset ovat keskittyneet erityisesti sekundääristen talousvaikutusten mittaamiseen. Siksi on syytä tarkastella yksityiskohtaisemmin kyseisten tutkimusten peruskäsitteitä ja teoreettis-metodologisia lähtökohtia.

Sekundäärisiä talousvaikutuksia käsitelleille tutkimuksille on ollut leimallista tapahtumissa vierailevan yleisön kulutuskäyttämisen analysointi ja operationalisointi.²² Tutkimusaineisto on

²² Kulttuuriyleisön rahankäyttöä on tutkittu Suomessa kulttuuritapahtumien lisäksi muun muassa kulttuurilaitosten osalta (Kaipainen 1999).

yleensä kerätty kulutuksen määriä ja kohteita kuvaavien kyselyjen avulla, joiden perusteella on tehty tilastollisia yleistyksiä ja arvioitu kulttuuritapahtumien paikkakunnille jättämiä rahamääriä. Eri kulutuskohteista on laskettu esimerkiksi päiväkohtaiset keskiarvot, joiden perusteella on arvioitu kulttuurivieraiden kokonaiskulutus ja vaikutukset aluetalouteen. Kulutuskäyttäytymistä on vertailtu muun muassa lähtöalueen ja vierailuajan kohdan (kesä, talvi) mukaan. (esim. Vaughan 1980; Sairanen 1988; Mitchell & Wall 1989; Bohlin & Ternhag 1990; Long & Perdue 1990; Karjalainen 1991, 5; Mitchell 1993; Gazel & Schwer 1997; Cantell 1993, 65-66; 1996; 1998, 41; Anderson 1999; Tyni & Aho 1999; Tohmo 2002, 46.)

Esimerkiksi Sodankylän elokuvajuhlien talousvaikutusten tarkastelussa Tyni ja Aho (1999) ovat arvioineet yleisön käyttämien rahamäärien (elokuvat, majoitus, ravitsemus, ostot paikallisista liikkeistä jne.) ja matkailijamäärien perusteella tapahtumasta aiheutuvan kokonaismatkailumenon suuruutta. Vuoden 1999 elokuvajuhlien osalta he laskivat matkailijoiden kokonaiskulutuksen olleen yleisökyselyn tulosten mukaan noin 800 000 markkaa. Vertailupohjaa summalle tarjoaa muun muassa Sairasen (1988) kymmenen vuotta aiemmin tekemä tutkimus Savonlinnan oopperajuhlien yleisön kokonaisrahankäytöstä. Kertomalla Savonlinnassa vierailleiden oopperavieraiden (82 000) lukumäärän keskimääräisellä viipymällä ja keskimääräisellä rahankäytöllä hän laski oopperakävijöiden kokonaisrahankäytön eli välittömän tulovaikutuksen olleen kesällä 1988 noin 62 miljoonaa markkaa.

Myös Cantell (esim. 1993, 65–66) on tarkastellut suomalaisten kulttuuritapahtumien taloudellisia vaikutuksia niissä vierailleen yleisön kulutuksen ja järjestämisspaikkakunnille tuomien tulojen kautta. Tutkimusten lähtökohtana on hänelläkin ollut se, kuinka paljon yleisö on kuluttanut rahaa eri kohteisiin; majoitukseen, kauppoihin, ravintoloihin, huoltamoihin, kuljetuksiin (matkat), konsertteihin ja muihin kohteisiin. Cantellin esittämät tulokset ovat perustuneet näiden tietojen kahdenlaiseen tarkasteluun. Yhtäältä hän on eritellyt menojen jakautumista

eri kulutuskohteiden mukaan. Toisaalta hän on tarkastellut sitä, miten paljon kukin kyselyyn vastaaja ilmoitti kuluttavansa yhteensä.

Astetta laajemmin kulutuksen aiheuttamia taloudellisia mekanismeja on Suomessa tutkinut Tohmo (2002, 46), joka on selvittänyt Kaustisen kansanmusiikkijuhlien, Lohtajan Kirkkomusiikkijuhlien ja Toholammin Harmonikkaviikon vaikutuksia paikallisten yritysten liikevaihtoon sekä liikevaihdon muutoksesta aiheutuvaa kuntaan jäävää arvonlisäystä. Hänen tarkastelunsa kohteena ovat olleet myös kunnan ja valtion verotulojen osuudet, jotka ovat kasvaneet paikallisten yritysten liikevaihdon lisäyksen johdosta. Aineistonkeruun hän on toteuttanut yleisö- ja yrityskyselyin, joiden perusteella Tohmo on selvittänyt sekä kulutuksen volyymia että paikkakunnalle aiheutuvaa tulokertymää. Toisin sanoen, hän on tutkinut niin sanotulla menomenetelmällä (yleisökysely) matkailijoiden kuluttaman rahamäärän suuruutta ja sen jakautumista. Vastaavasti tulomenetelmän (yrityskysely) avulla Tohmo on analysoinut valitun alueen yrittäjien saamaa tulonlisäystä ja liikevaihdon kasvua (arvonlisäystä) sekä tulonlisäyksen vaikutuksia työllisyyteen sekä julkisen sektorin verotuloihin ja kunnallistalouteen. Myös Cantell (1994, 39) on arvioinut kulttuuritoimintojen vaikutuksia verotuloihin. Hän on eritellyt verotuloista muun muassa omaisuusverot, liikevaihtoverot ja tuloverot, jotka heijastuvat kulttuurilaitoksen toiminnasta kunnan/kaupungin tai valtion talouteen.

Kulttuuritapahtumien talousvaikutusten laskemiseksi tutkimuksissa on yleensä tukeuduttu kerroinanalyysiin. Kansainvälisenä esimerkkinä mainittakoon Gazelin ja Schwerin (1997) tutkimus, jossa he ovat tarkastelleet *Grateful Dead* -rockyhtyeen konserttien taloudellisia vaikutuksia Las Vegasissa. Myös he ovat laskeneet tutkimuksessaan konserttien talousvaikutuksia yleisön keskimääräisen kulutuksen näkökulmasta. Määrittelemiensä kertoimien avulla he ovat arvioineet rahavirtojen kierron volyymin paikallistaloudessa. Samalla he ovat jaotelleet yleisön kulutusikäyttäytymisen analyttiseksi matriisiksi niiden hyödykkeiden ja palveluiden mukaan, joihin yleisön rahankäytön oli tapahtu-

man aikana otaksuttu suuntautuneen. Johtopäätöksissään he ovat arvioineet paikallistaloudellisia vaikutuksia neljästä näkökulmasta, joita olivat (1) ulkopaikkakunnilta tulleiden konserttavieraiden kulutus, (2) verotulojen kasvu konserttavieraiden kulutuksen seurauksena, (3) esityksen järjestämisestä aiheutuneet kustannukset ja kulutus sekä (4) paikallisten konserttiin osallistuneiden asukkaiden kuluttama rahamäärä. Kyseisiä osa-alueita tarkastelemalla he ovat tehneet laskennallisen arvion yksittäisen konsertin alue-taloudellisista vaikutuksista. Niiden perusteella he myös laskivat konsertin työllistävät vaikutukset julkiselle ja yksityiselle sektorille. Johtopäätökset rock-konserttien taloudellisista ja työllistävästä vaikutuksista olivat suomalaisen mittapuun mukaan mammuttimaisia.

Kuvattujen esimerkkien valossa on perusteltua todeta, että tähän mennessä toteutettuja kulttuuritapahtumien talousvaikutustutkimuksia on analyyttisesti yhdistänyt pääpiirteissään samat ongelmanasettelua ja teoreettis-metodologisia valintoja ohjaavat peruskäsitteet. Yleisön kulutuksesta aiheutuneita sekundäärisiä taloudellisia seurannaisvaikutuksia on tapahtumatutkimuksissa yleensä laskettu ns. kertoimien (*multiplier*) avulla. Ekonometrisenä lähestymistapana on käytetty panos–tuotos-mallia (*input-output model*), joka pyrkii tilastollisten metodien avulla jäljittämään kulutuksen kiertoa paikallistaloudessa ja määrittämään suhdeluvun tai kertoimien avulla sen, kuinka paljon alueelle syntyy jokaisella ”kulutuskierroksella” taloudellisia vaikutuksia. Panos–tuotos-mallin käyttökelpoisuutta on perusteltu kulttuurin talousvaikutusten analyyseissä muun muassa kustannusten säästöllä sekä kvantitatiivisen aineiston keruun nopeudella. Samalla sen avulla on pyritty tuottamaan ”objektiivista empiiristä tietoa” kulttuurin talousvaikutuksista. (esim. Myerscough 1988; DiNoto & Merk 1993; National Assembly of Local Arts Agencies 1994.)

Panos–tuotos-mallien tukena käytetty kerroin on perustunut laskettuun arvioon siitä, kuinka paljon rahaa kiertää paikallistaloudessa (esimerkiksi teatteri maksaa palkkaa näyttelijälle, näyttelijä kuluttaa rahaa elintarvikkeisiin, elintarvikekauppa maksaa kassahenkilökunnan palkat jne.). Kerroin on kvantifioitu nume-

roksi, jonka perusteella suorien talousvaikutusten kerroinvaikutukset on laskettu. Usein on nähty tarkoituksenmukaiseksi, että kertoimena on käytetty ainoastaan yhtä lukua. Esimerkiksi Myerscough (1988) on aikanaan väittänyt, että jokainen kulttuurisektoriin käytetty markka palautuu Britanniassa 1,2–5,0 kertaisena takaisin, mikä tuolloin osaltaan vauhditti laajempaa kulttuuripoliittista keskustelua siitä, että kulttuuriin investoiminen kannattaa.²³ Myöhemmin Myerscoughin vaikutusvaltaiseen tutkimukseen on viitattu lukuisissa julkisissa ja populistisissa puheenvuoroissa myös Suomessa. Samalla julkiseen keskusteluun luotiin ikään kuin itsestään selvänä pidetty olettamus siitä, että myös kulttuurisektorin talousvaikutukset ovat redusoitavissa kertoimien kautta määrittyviksi laskennallisiksi suureiksi. Todellisuus on kuitenkin nähdäkseni monimuotoisempi ja kompleksisempi.

Kertoimien avulla tehdyt analyysit ovat esimerkiksi osoittaneet kaupunkien koon vaikuttaneen siihen, miten suuri osa kulttuurivieraiden kulutuksesta tuo paikkakunnalle uusia tuloja, ja miten suuri osa siitä jää kiertämään paikallistalouteen. Suurten kaupunkien on arvioitu olevan pienempiä kaupunkeja edullisemmassa asemassa. Esimerkiksi Myerscough (1988, 101–104) on laskenut eri taidelaitosten työllisyysvaikutuksia eri kokoisissa kaupungeissa. Aluetalouden luonne ja koko vaikuttivat tulosten perusteella selvästi kerroinvaikutusten luonteeseen. Myerscoughin (1988, 100–108) ja Mitchellin (1993) mukaan suurimmissa kaupungeissa numeerisesti määritelty kerroin on suurin, koska ne ovat palvelurakenteeltaan ja tuotevalikoimaltaan itseriittoisempia (*more self-sufficient economic region*) ja monipuolisempia kuin pienet kaupungit. Vastaavasti taloudelliset vuodot (*leakage*) on havaittu pienemmissä kaupungeissa tai maaseudulla suuremmiksi (esim. Long & Perdue 1990; Faulkner 1993, 5). Kansantaloudellisesti ajateltuna tällä ei kuitenkaan ole välttämättä merkitystä, koska sama raha kiertää eri alueilla ilman kokonaispääoman kasvua (van Puffelen 1994, 244).

²³ Kertoimista on eroteltu myös esimerkiksi liikevaihto-, tulo- ja työllisyyskertoimet (Ilmonen, Kaipainen & Tohmo 1995, 81).

Myös Ilmonen, Tohmo ja Kaipainen (1995, 82) ovat päätyneet kolmea suomalaista kulttuuritapahtumaa koskeneessa tutkimuksessaan siihen, että kunnan koko ja elinkeinorakenteen monipuolisuus määrittävät sen, kuinka suuri osa rahasta jää kiertämään paikallistalouteen. Pelkästään kerrannaisvaikutusten maksimoinnin perusteella musiikkijuhlia kannattaisi heidän mukaansa järjestää vain suurilla paikkakunnilla. Pienet paikkakunnat saavat tapahtumista pieniä kerroinvaikutuksia, koska niiden on elinkeinorakenteensa yksipuolisuuden vuoksi tuotava ja ostettava paljon tuotteita ja palveluita muilta paikkakunnilta. Kaupungeissa tilanne on toisenlainen, sillä merkittävä osa palveluista ja tarvikkeista voidaan hankkia kaupungin sisältä ja näin ollen festivaalin ulkoisvaikutukset kohentavat paikkakunnan taloutta useamman kierroksen ajan kuin pienillä paikkakunnilla (Cantell 1996, 44). Kaiken kaikkiaan kulttuuritapahtumien sekundäärisiä talousvaikutuksia arvioitaessa yleisön kulutuksen määrien ja kertoimien määrittelyn lisäksi vuotojen ja nettovaikutusten arvioinnilla on ollut keskeinen merkitys lopullisten johtopäätösten ja tulosten kannalta.

VAIKUTUSTUTKIMUSTEN KRITIIKKI

Kulttuuritapahtumien talousvaikutuksia käsitelleille tutkimuksille on ollut leimallista, että ne ovat pohjautuneet yksipuolisesti perinteisten talusanalyysien lähtökohdista tehtyihin argumentteihin. Suomalaisista tutkimuksista poikkeuksena voidaan mainita esimerkiksi aiemmin esille tullut Ilmosen, Kaipaisen ja Tohmon (1995) tutkimus, jossa he ovat analysoineet tapahtumia monimetodisella otteella eri tieteenalojen perinteitä hyödyntäen.

Kulttuuritapahtumien talousvaikutukset ovat olleet vuosien saatossa varsin kiistanalainen tutkimusteema. Aiheeseen liittyvä kriittinen keskustelu sai alkunsa pian ensimmäisten talousvaikutusanalyysien ilmestymisen jälkeen eli 1980-luvun puolivälissä. Monet tutkijat halusivat tuolloin korostaa, että talousvaikutuksia on yliarvioitu, mikä on johtunut muun muassa tutkimusten meto-

dologisista ongelmista (Hansen 1995). Van Puffelen (1996) on kutsunut kulutusvaikutusten mittaamiseen pohjautuvia kerroin-analyyssejä konventionaalisiksi talousvaikutustutkimuksiksi (*conventional economic impact studies*). Kriittikissään hän on kyseenalaistanut yleisön kulutuskäyttäytymisen ja aluetaloudellisten vaikutusten analyttisen suhteen.²⁴

Kulttuuritapahtumien sekä laajemmin koko kulttuurisektorin talousvaikutuksia käsitteiden tutkimusten kritiikki on kohdistunut muun muassa kulttuurin käsitteen määrittelyyn, talousvaikutusten yliarviointiin, tutkimusten tarkoitushakuisuuteen, negatiivisten vaikutusten laiminlyöntiin, kulttuuriin ”sijoittamisargumentin” harhaanjohtavuuteen, kulttuurin instrumentalisointiin sekä empiristiseen metodologiaan (Cantell 1994, 54–61; 1999a, 261–263). Seuraavaksi kuvaan pääpiirteet tästä kriittisestä keskustelusta. Tämän jälkeen ryhdyn rakentamaan kulttuurin, talouden ja aluekehityksen välille vaihtoehtoista teoreettis-metodologista siltää, jonka avulla pureudun erityisesti kulttuuri-tapahtumien tertiäärisiin merkityksiin.

Kulttuuritapahtumien talousvaikutuksia tarkastelleille tutkimuksille on ollut tyypillistä, että niiden arviot tapahtumien taloudellisesta vaikuttavuudesta ovat olleet hyvin positiivisia ennakkokäsityksiin nähden (esim. Mitchell & Wall 1989; Gazel & Schwer 1997). Lisäksi tutkimusasetelmille on ollut leimallista tapahtumien talousvaikutusten suhteuttaminen kunnan tai kaupungin tarjoaman tuen määrään. Positiivisten tulosten ja julkisen tuen kytköksen on kritiikin mukaan katsottu johtaneen tutkimusten vinoutuneeseen tavoitteenasetteluun sekä tutkijoiden tarkoitushakuisuuteen. Jo lähtökohdiltaan monet tilaustutkimukset ovat voineet pyrkiä todistelemaan tapahtumien taloudellista kannattavuutta esimerkiksi kuntien poliittisille päätöksentekijöille. Myönteisten talousvaikutusten esittämistä on pidetty arveluttavana, koska tilaustutkimuksiin perustuvien selvi-

²⁴ Kriittikin kohteena olleiden konventionaalisten kulttuurin talousvaikutustutkimusten pioneerityönä ja mallina on pidetty David Cwin Yhdysvalloissa vuonna 1977 julkaisemaa teosta *Economic Impacts of Arts and Cultural Institutions: a model for assessment and a case study in Baltimore* (van Puffelen 1996, 250).

tysten tekijöillä on voinut positionsa vuoksi olla erityinen intressi ylikorostaa kulttuuritapahtumien taloudellisia merkityksiä (esim. van Puffelen 1996; Cantell 1999b, 272). Vaikutustutkimuksia on siksi kritisoitu siitä, että niitä on käytetty poliittisen päätöksenteon ja taiteen julkisen tuen legitimoiminnin välineinä.²⁵

Poliittiseen päätöksentekoon ja talousvaikutusten ylikorostamiseen kytkeytyen kulttuuritapahtumien rooli on nähty kriittisessä keskustelussa myös kulttuuriin ”sijoittamista” puolustavan argumentin kannalta ongelmalliseksi. Tällöin ajatuskulku on ollut seuraava: vaikka taloudellisin mittarein voitaisiinkin osoittaa tapahtuman taloudellinen kannattavuus esimerkiksi kaupunkien kehittämisen kannalta, ei tämä välttämättä merkitse sitä, että tapahtuma olisi puhtaan taloudellisen hyödyn tai markkinakysynnän kannalta tuottoisin yhteiskunnallisten resurssien sijoituskohde (O’Hagan 1992, 62; Frey 1994, 30; Hansen 1995; Mules & Faulkner 1996, 114; van Puffelen 1996; Bennett 1999, 20; Cantell 1999a, 262–263). Kyse ei ole tällöin siitä, etteikö kulttuurilla olisi taloudellisia vaikutuksia. Kritiikin mukaan esimerkiksi taiteisiin investoitaessa on kuitenkin kyettävä näyttämään toteen, että se on tehokkain tapa saavuttaa halutut taloudelliset tavoitteet. Onhan mahdollista ja jopa todennäköistä, että monet muut toimialat kykenevät yhtä suurilla investoinneilla tuottamaan suurempia taloudellisia hyötyjä ja kerrannaisvaikutuksia. Van Puffelen (1996, 245) on todennut kokoavasti, että taiteen talousvaikutuksia käsitelleet tutkimukset ovat kuvanneet kulttuurisektorin ja talouskasvun yhteyksiä, mutta niiden avulla ei ole voitu suoraan päätellä, että taiteen julkinen tuki olisi esimerkiksi kunnalle taloudellisesti kannattavin sijoituskohde.

²⁵ Poliitiikan ja tutkimuksen yhteenkietoutuminen ei sinänsä ole ongelma. Pääinvastoin yliopistollisen tutkimuksen tulisi yhä enemmän tarjota tietoa erilaisille aluehallintoviranomaisille, jotta tutkimustulokset ja alueiden kehittäminen yhdistyisivät toisiinsa pitkän aikavälin strategisessa suunnittelussa. Ongelmia syntyy kuitenkin silloin, kun tutkimusasetelmiin, -menetelmiin tai -näkökulmiin sisältyy hallinnon tai intressien kautta määrittyvä tarkoitushakuisuuden elementti. Tästä syystä kulttuurifestivaalien vaikuttavuustutkimuksia on pidetty lähtökohdiltaan poliittisesti herkkänä ja jo sellaisenaan ristiriitoja herättävänä tutkimusaiheena (Gazel & Schwer 1997, 42).

Kulttuuritapahtumia koskevien kerroinanalyysien ongelmana on pidetty myös mahdollisten negatiivisten vaikutusten laiminlyöntiä. Malmin (1995, 18) argumentteja mukailleen kritiikin aiheena on tällöin ollut se, että panos–tuotos-malli on keskittynyt tarkastelemaan liian paljon tapahtumien panosten ja tuotosten arvoa, jolloin mahdolliset negatiiviset sivuvaikutukset ovat jääneet automaattisesti analyysien ulkopuolelle. Tapahtumat ovat voineet houkuttaa uusia rahavirtoja alueille yleisön kulutuksen kautta, mutta samalla niiden järjestämiseen on liittynyt myös yleisön kulutuksesta riippumattomia taloudellisia riskejä. Schuster (1995, 185) on nähnyt riskin sosiaalisena, jolla voi olla taloudellisia haittavaikutuksia. Sosiaalinen riski liittyy hänen mukaansa tapahtumien luonteeseen, sillä niille on usein leimallista (sisällöstä ja toimintatavoista riippuen) rituaalinomainen tradition ja muutoksen kohtaaminen. ”Festareille” osallistujien kokemusmaailmassa tämä merkitsee ”arjesta irrottautumista” tavalla, joka muuttaa esimerkiksi kaupungin yleisilmettä ja tunnelmaa samalla kun paikallinen elämänrytmi karnevalisoituu; katuja suljetaan, suuria yleisömassoja liikutellaan ja normaalit sosiaaliset normit tilapäisesti murtuvat. Seurauksena on usein sosiaalisia järjestyshäiriöitä, ympäristöongelmia ja muita lieveilmiöitä, joiden taloudellinen merkitys saattaa olla huomattavan suuri.

Van Puffelenin (1996, 246) mukaan kulttuuritapahtuman nettovaikutukset voivat olla jopa taloudellisesti negatiivisia. Esimerkkinä hän mainitsee esimerkkinä sen, että festivaaliturismi saattaa karkottaa tapahtumapaikkakunnalta festivaalin järjestämisen aikana ”normaalit matkailijat”. Lisäksi van Puffelen on nostanut esille liikennemuutosten lisääntymisen haitalliset vaikutukset. Talousanalyysissä tulisi hänen mukaansa kiinnittää siksi huomiota enemmän siihen, kuinka paikallistalouksien tai yhdyskuntien kantokyky ja infrastruktuuri kykenee vastaanottamaan kulttuuriyleisöjen lisäkulutuksen. Ja vaikka yhdyskunnan taloudellinen kantokyky kestäisi kulttuurimatkailijat, seurauksena voi tässäkin tapauksessa olla hänen mukaansa tavaroiden ja palvelujen kustannusten nousu kysynnän lisääntymisen myötä.

Edelleen kulttuuritapahtumien talousvaikutuksia koskevia tutkimuksia on kritisoitu empiiristen tutkimusasetelmien rajauksista ja nettovaikutusten määrittelystä. Arvostelua on kohdistettu ensinnäkin siihen, miten tutkimukset ovat rajanneet rahavirtojen kierron sekä kulutuksen välisen suhteen. Toiseksi kysymyksiä ja kritiikkiä on herättänyt kulttuuriaktiiviteetteihin osallistumisen määrittely. Kyseiset näkökulmat kytkeytyvät toisiinsa ja ovat olleet ratkaisevia kulttuuritapahtumien taloudellisten nettovaiikutusten osoittamisen kannalta. Kritiikin mukaan ei ole esimerkiksi yksiselitteistä osoittaa, mitkä matkailijoiden ostopäätökset ovat kulttuuritapahtuman ansiota. Mitkä niistä ylipäänsä ovat rajattavissa kulttuuriisiin aktiiviteetteihin tai kulttuuriyleisön oheispalveluiksi (Cantell 1999a, 262; 1999b, 273)? Kulttuuriaktiiviteettien kautta muodostuvien talousvaikutusten mittaaminen edellyttäisi eksaktia ja empiirisesti rajattavissa olevaa kulttuurin määrittelyä. Määrittelyongelmista johtuen suorien, epäsuorien ja johdettujen tulo- ja työllisyysvaikutusten osoittaminen on kritiikin mukaan ollut ongelmallista.

Kulttuuritapahtumien talousvaikutuksia koskeneiden tutkimusten perusongelmana on täten ollut sen osoittaminen, missä määrin paikallistalouteen kohdistunut kulutus tai ostovoiman lisääntyminen on johtunut nimenomaan paikkakunnalla järjestetävästä yleisötilaisuudesta. Tätä on tutkimuksissa problematisoitu myös tarkastelemalla tapahtumayleisöjen matkustus- ja kulutusmotiiveja. Monet tutkimukset ovat pyrkineet osoittamaan ja todistamaan, kuinka suuri osa yleisöstä on tullut tapahtumapaikkakunnalle nimenomaan tapahtuman vuoksi (esim. O'Hagan 1992). Esimerkiksi Tynin ja Ahon (1999, 10) selvityksessä Sodankylän elokuvajuhlien yhteydessä tehdyn yleisökyselyn mukaan neljä viidestä matkailijasta saapui paikkakunnalle yksinomaan elokuvajuhlien vuoksi. Liikkumismotiivien ja kulutuksen selvittäminen yleisökyselyin ei kuitenkaan ole kritiikin mukaan yksiselitteistä. Kaipaisen (1999, 61) mielestä kaikki ulkokuntalaisten käyttämä raha ei välttämättä liity kulttuurikohteissa vierailuun, sillä ihmisillä on monia eri syitä liikkumiseensa. Myös Cwi (1980),

Mules ja Faulkner (1996), van Puffelen (1996, 246) ja Hansen (1995, 312) ovat nostaneet kulttuurimatkailejoiden liikkumismotiivin problematiikan esille talousvaikutuksia arvioitaessa. Van Puffelen (1996) on painottanut kulttuurimatkaileijan tuovan lisätuloa alueelle ainoastaan silloin, kun matkan syynä on nimenomaan asianomaisessa kulttuurikohteessa vierailu. Muussa tapauksessa kulttuuritoimintojen talousvaikutuksia yliarvioidaan. Faulkner (1993, 5) on puolestaan huomauttanut tapahtuman vaikuttavan usein paikkakunnalla vierailun ajankohtaan, mutta ei välttämättä vierailukäyntien lukumäärään.

Kulutuskyselyjen perusteella on van Puffelenin (1996) ja Hansenin (1995) mielestä mahdoton tyhjentävästi arvioida kulttuurimatkailejoiden liikkumismotiiveja sekä alueelle jäävän lisätulon määrää. Lisäksi Kaipainen (1999) on todennut, ettei kaikki kulttuurimatkaileijan käyttämä raha ole suoraan jonkin paikallisen yrityksen tuloa. Myyneistä on vähennettävä ostot ja verot ennen kuin lopullinen alueelle jäävä tulonmuodostus voidaan arvioida.

Metodisten huomautusten lisäksi kulttuurin talousvaikutuksiin kohdistuneita tutkimuksia on arvosteltu myös yleisemmin kulttuurin näkemisestä pelkkänä talouden välikappaleena. Kulttuurin instrumentalisoitumista koskeva keskustelu on jatkunut vuosia vilkkaana erityisesti kulttuuripolitiikan tutkijoiden piirissä. On esitetty, että talousvaikutuksia tarkastelleissa tutkimuksissa kulttuurin arvo määrittäytyi liiaksi taloudellisten määreiden kautta (Cantell 2001, 55). Samalla kulttuurin itseisarvoon liittyvät elementit ovat jääneet tarkastelun ulkopuolelle.

Keskustelu kulttuurin puolesta ja sitä vastaan on kuitenkin ollut monessa mielessä todellisuutta pelkistävää. Jatkossa tulen osoittamaan, että kulttuurin/taiteen itseisarvoa sekä talouden instrumentaalisuutta koskeva jaottelu uusintaa kulttuurin ja talouden dikotomiaa, mikä on heijastunut myös toteutettujen tutkimusten teoreettis-metodologisiin lähestymistapoihin. Kulttuuritapahtumien taloudellisten merkitysten kontekstisidonnaisuutta ja prosessuaalisuutta korostavissa tulkinnoissa nämä ulottuvuudet kietoutuvat moniulotteisesti toisiinsa.

TALOUSVAIKUTUSTEN MITTAAMINEN JA KONTEKSTUAALISET PROSESSIT

Kulttuuritapahtumien talousvaikutuksia koskevia tutkimuksia on siis vuosien kuluessa kritisoitu monesta eri näkökulmasta. Tutkimusten selittävä voima ei ole ollut uskottava ja niiden sisältämiä päättelyketjuja on pidetty spekulatiivisina ja jopa harhaanjohtavina. Esille tullut kritiikki ja käsitteiden rajanveto-ongelmat ilmentävät nähdäkseni myös laajemmin teoreettis-metodologista kapea-alaisuutta, joka nousee esille pyrittäessä prosessaalisten ja kontekstuaalisten ilmiöiden tarkkarajaiseen luokiteluun sekä rahankäyttöön liittyvien kausaliteettien tunnistamiseen. Metodologiset ongelmat kiinnittyvät tapahtumatutkimusten päämääriin, ongelmanasettelun rajaukseen, teorianmuodotukseen ja tutkimusmetodien valintaan. Laajasti ajateltuna kyse on tieteellisen maailmankuvan hahmottumisen problematiikasta (ks. Raunio 1999a, 24–28).

Kulttuuritapahtumien ja alueiden välisiä taloudellisia riippuvuussuhteita on yleensä tarkasteltua perinteisen *economic impact*-tutkimuksen analyttisen kehikon valossa. Kehikko-termi on tässä yhteydessä sikäli osuva, että talousvaikutuksia on mitattu empiristisin periaattein ja menetelmin sekä rahavirtojen kierron suhteen ikään kuin suljetussa paikallistaloudellisessa järjestelmässä. Samalla rahan kiertokulku, kuluttajien preferenssit sekä paikalliset palveluiden tuottajat on pyritty määrittelemään mitattaviksi ja laskettaviksi joukoksi muuttujia, joiden keskinäis-suhteiden keskiarvojen ja määriteltävien kertoimien perusteella on laskettu kulttuuritapahtumien talousvaikutuksia tietynä aikana tietyssä paikassa.

Taloudellisten kerroinvaikutusten laskemiseen perustuneiden tapahtuma-analyysien metodologisena kulmakivenä on nähdäkseni ollut empiristinen, sosioekonomisesti suppeaan todellisuuden perustuva lähtökohta. Tutkimuksissa käytettyjen kertoimien määrittelyt ovat sisältäneet ontologisia oletuksia siitä, että kulttuuritapahtumista aiheutuva rahavirtojen kiertokulun alue-taloudellinen dynamiikka voidaan sulkea panos–tuotos-tyyppiseen kehikkoon. Kertoimien, kulutuksen kohdentumisen ja

suuruuden määrittely on lähtenyt ajatuksesta, että tutkittava kulttuuritapahtuma on taloudellisine vaikutusverkostoineen sekä palveluiden kysynnän ja tarjonnan linkittymisineen empiirisesti ja yksiselitteisesti todennettavissa sekä havaittavissa tietyssä kontekstuaalisessa toimintaympäristössä.

Ydinongelmana on ollut rahavirtojen kahlitseminen empiirisesti rajattuun ja suljettuun paikallistaloudelliseen järjestelmään. Paikallistalous on nähty ikään kuin rahavirtojen laboratoriona, jota voidaan tutkia osa kerrallaan ilman kokonaisprosessin tarkastelua. Rahavirtojen kierto on kahlittu luonnonlainomaiseksi kausaaliketjuksi, jonka perusteella on tehty yleistyksiä aluetalouden kokonaisdynamiikasta. Aluetalous on muistuttanut tapahtumatutkimuksissa rationaalista ja konemaista järjestelmää, johon ovat vaikuttaneet atomististen instituutioiden ja yksilöiden standardinomaiset toimintaperiaatteet (vrt. Giddens 1975, 4; Granovetter 1985). Todellisuudessa aluetalouden dynamiikka on kuitenkin kompleksisempi ja moniulotteisempi kokonaisuus. Sitä ilmentävät kompositionaalisuuden sijaan instituutioiden relationaaliset ja kontekstisidonnaiset kehityspolut, jotka kiinnittyvät paikallisten arvojen, symbolien konstruoinnin, kulttuuristen koodien, kollektiivisen oppimisen, tiedonkulun ja luovien ideoiden vaihdon dynamiikkaan, jota on viime vuosina kuvattu talousmaantieteessä muun muassa oppivan alueen käsitteellä (esim. Amin 1999).

Nähdäkseni tapahtumatutkimuksissa käytetty laskennallinen malli on yksinkertaistanut moniulotteisesti kehittyvää aluetaloudellista prosessia, koska mallissa on oletettu implisiittisesti ”ympäristö jollain tavoin selkeäksi olioksi, joka pystyy ’arvottamaan’ panoksia ja tuotoksia” (Malmi 1995, 17–18). Tarkastelu on painottunut mitattavien objektien tunnistamiseen ja niiden keskinäissuhteiden määrittelyyn, ei sosiaalisesti välittyneiden prosessien tulkintaan (vrt. Healey 1999). Prosessuaalisten ja laadullisten näkökulmien laiminlyönnistä johtuen kulttuuritapahtumien välillisten talousvaikutusten erittely ja tulkinta on jäänyt ulkokohtaiseksi. Konkreettisesti tämä on tullut esille muun

muassa Mitchellin ja Wallin (1989, 32) laatimassa analyttisessä matriisissa, johon on pyritty empiirisesti vangitsemaan kulttuuritapahtuman kaikki epäsuorat, suorat ja aiheutetut kustannukset sekä primääriset, sekundääriset ja tertiääriset talousvaikutukset. Tämä on johtanut taloudellisen vaikuttavuuden kategoriseen analyysiin sekä vaikutusmekanismien keinotekoiseen pelkistämiseen ja yksinkertaistamiseen. Todellisuudessa kulttuurituotannon, työllisyyden ja kulutuksen välillä vallitsee kompleksinen ja kontekstuaalinen vuorovaikutussuhde (esim. Gibson ym. 2002). Siksi kulttuurin, talouden ja aluekehityksen suhde on artikuloitava myös kulutuksen keskiarvoja ja työpaikkojen määriä moniulotteisemman sosio-spatiaalisen muutosprosessin näkökulmasta.

Paikallistalouden suppea tulkinta voidaan rinnastaa yleisemmin kaupunki- ja aluesuunnittelua kohtaan esitettyyn kritiikkiin, jonka mukaan suunnittelussa ja strategioissa alueen dynamiikka pyritään näkemään hallittavana, säänneltävänä ja kompaktina kokonaisuutena, joka koostuu objektiivisesti rajatusta ilmiökentästä (Sotarauta 2004). Vastaava kritiikki on kohdistunut maantieteessä myös aluekäsitteen objektiiviseen määrittelyyn ja rajaukseen (Paasi 2002). Healey (2004) on luonnehtinut alueiden strategisen suunnittelun näkökulmasta kyseistä staattista, yksiulotteista ja empirististä tapaa hahmottaa alueen toimintamekanismeja essentialismiksi. Myös kulttuuritapahtumatutkimusten voidaan katsoa nojautuneen essentialistiseen näkemykseen aluetaloudellisten vaikutusten ja merkitysten luonteen tarkastelussa. Erottelemalla yleisön kulutuksen perusteella tapahtumien aluetaloudellisia ulottuvuuksia tutkimukset ovat pyrkineet keinotekoisesti objektivoimaan kulttuurin, talouden ja aluekehityksen moniulotteisen suhteen.

Kulttuuritapahtumien primäärisiä ja sekundäärisiä talousvaikutuksia koskevien tutkimusten kritiikin kärki kiinnittyy täten metodologiseen perusviritykseen, jota ilmentää laskennallisuus, mitattavuus ja matemaattinen täsmällisyys. Lähestymistapa rinnastuu empiristiseen perinteeseen, jota on yhteiskuntatie-

teissä totuttu nimittämään positivismiksi.²⁶ Positivismin yleisinä tunnusmerkkeinä on pidetty metodologista individualismia, matemaattista täsmällisyyttä ja tieteen arvovapautta (Töttö 1987, 45). Metodologinen individualismi ilmentää kompositionaalista näkemystä kokonaisuuden ja osien välisestä suhteesta. Kompositionaalisuus rinnastuu tutkimusotteeseen, jossa kulttuuritapahtumien vaikutukset on redusoitu ja luokiteltu mitattaviksi kategoriaryypäiksi (vrt. Thrift 1983, 27–28). Abstraktin luokittelun välineenä on tällöin käytetty erilaisia formaalin logiikan metodeja. Talousvaikutuksia koskevissa analyyseissä tämä on ilmennyt siten, että aluetaloudellinen vaikuttavuus on pyritty kahlitsemaan mitattaviin empiirisiin muuttujiin, kuten kulutuksen määriin ja keskiarvoihin, verotuloihin sekä tapahtuman järjestämisestä aiheutuviin kustannuksiin.

Kulttuuritapahtumien talousanalyyseihin kätkeytynyt positivistinen tutkimusote on perustunut tosiasioiden esittämiseen, tiedolliseen varmuuteen, tarkkuuteen ja yhteiskunnallisten lainalaisuuksien tunnistamiseen (Häkli 1999, 40). Epistemologisesti positivismiin on katsottu edustavan objektivismia, minkä vuoksi positivistiset tutkimukset ovat keskittyneet sellaisten tosiasioiden esittämiseen, joilla ei ole nähty olevan yhteyttä vallitseviin arvoihin. Positivistisen lähestymistavan mukaan tutkittavilla objekteilla on ikään kuin subjektiivisista merkityksistä ja tietoisuudesta vapaa merkitys (*meaning prior to*) (Crotty 1998, 27). Myös tapahtumatutkimuksia on ohjannut koodi, joka on nojautunut objektivismiin nimissä tieteen arvovapauteen. Tutkimukset ovat lähteneet ikään kuin siitä, että arvoilla ei olisi empiiristä sisältöä tai arvoihin suhtaudutaan neutraalisti tai arvoilla ei ole yhteiskuntaa konstituovaa voimaa (Giddens 1975, 4–5).

²⁶ Positivismin ja empirismin rinnastaminen ei ole ongelmatonta ja yksiselitteistä. Töttö (2000, 22–23) on huomauttanut, ettei positivismiin isä Auguste Comte ollut empiristi, joka olisi puolustanut teoriavapaata tutkimusotetta. Silti positivismille oli Comten ajattelussa leimallista, että ”teorian on perustuttava havaittuihin tosiasioihin”. Uudemman ajan positivistille on sen sijaan Tötön (2000, 40) mukaan ollut tyypillistä aineistolähtöisyys. Tilastollisissa analyyseissä tutkimustuloksina esitetyt luokittelut on tällöin johdettu aineistosta käsin, ei teorioista. Tämä on ruokkinut keskustelua teoriattomasta positivismista sekä empirismin ja positivismiin rinnastamisesta.

Samalla empiristinen tutkimusote on kuitenkin tullut paradoksaalisesti ottaneeksi kantaa myös arvojen sisältöihin, tosin yksilöteistaen ne kulutuspreferenssien aggregaatiksi.

Kulttuuritoiminnan taloudellinen arvo on määrittynyt tapahtumatutkimusten yhteydessä kategorisesti hinnaksi tai laskennalliseksi kustannukseksi, joka on rahassa mitattavissa ja yleistettävissä. Kulttuurilla on kuitenkin hinnan tai ulkoisen käyttöarvon lisäksi myös muita arvoja (esteettiset, spirituaaliset, sosiaaliset, eksistenssiarvot jne.), joilla on välillisesti myös taloudellista merkitystä. Nämä tekijät ovat jääneet kulttuuritapahtumien talousvaikutusanalyysien ulkopuolelle. Tapahtumatutkimuksissa kulttuurin taloudellinen arvo on pelkistynyt ainoastaan mitattavaksi suureeksi, ei prosessuaaliseksi ja näkymättömäksi yhteiskunnalliseksi voimaksi ja taloudellista kehitystä generoivaksi dynamoksi.

Teknisen rationaliteetin periaatetta noudattaneiden ja kulutuksen mittaamista painottaneiden tapahtumatutkimusten ydinongelmat ovat liittyneet erityisesti tutkimusongelman luonteen rajaukseen ja siihen, mihin kysymykseen tutkimuksissa on pyritty vastaamaan. Tutkimusasetelmien rajauksissa on pääsääntöisesti keskitytty laskennallisista kerroinvaikutuksista aiheutuvien aluetaloudellisten vaikutusten määrittelyyn. Lähtökohta on sinänsä aivan hyväksyttävä ja perusteltu, mikäli tutkimustulokset rinnastuvat ainoastaan primäärisiin ja sekundäärisiin vaikutuksiin. Tällöin tertiääristen (mittaamattomien) merkitysten jättäminen analyysien ulkopuolelle on ollut tietoinen näkökulman valinta. On periaatteessa aivan yhtä arvokasta ja hyväksyttävää tutkia tapahtumapaikkakuntia ja aluetaloutta tiedon objektina (kuten tilastollisia säännönmukaisuuksia) tai subjektina (diskurssina, intressinä ja arvoina), sillä kumpikin näkökulma täydentää toisiaan (Schulman 1998, 10–11; 2003, 9). Ongelmia syntyy silloin, jos tutkimustulokset liitetään esimerkiksi näkemyksiin siitä, kuinka paljon tapahtumapaikkakunta hyötyy taloudellisesti kulttuuritapahtumista. Vaikuttavuustutkimusten kehikossa tulosten tulkinta jää tällöin väistämättä kapea-alaiseksi ja riittämättömäksi, mikäli pyrkimyksenä on ymmärtää kokonaisvaltaisesti kulttuuritapahtumien ja aluetalouksien kehityksen välisiä

yhteyksiä. Tutkimukseni metodologisten huomioiden tarkoituksena on laajentaa vaikuttavuustutkimusten näkökulmaa nimenomaan tältä osin.

Tapahtumien talousvaikutuksia on pyritty tutkimuksissa osoittamaan ensisijaisesti euroina tai dollareina osoitettavina määrinä, jolloin on haluttu ennen kaikkea tietää, *miten paljon* kulttuuritapahtuma tuottaa alueille uutta tuloa. Tötön (2000, 75–77) ajatteluun tukeutuen määrää ilmentäviin *miten paljon* -kysymyksiin vastaaminen edellyttää kuitenkin aina myös *mitä* -kysymykseen vastaamista. *Mitä*-kysymykset ovat tutkimusongelmien määrittelyn ja teorioiden muodostamisen perimmäisiä johtolankoja, jotka kuvaavat ilmiöiden luonnetta, ominaisuuksia, eri tasojen välistä suhteita, sosiaalisia käytäntöjä ja ylipäänsä yhteiskunnallisen muutoksen dynamiikkaa. *Mitä*-kysymykset ovat teoreettisesti lautuneita, mikä on aineistokeskeisissä empiristisissä tapahtumatutkimuksissa jäänyt usein vähälle huomiolle.

Empirististen tapahtumatutkimusten kapea teorianmuodostus ja käsitteiden käyttö on valjastettu palvelemaan nimenomaan mittaamiseen perustuvia *kuinka paljon* -kysymyksiä. Käytetyt käsitteet ovat olleet relevantteja siltä osin, kun ne ovat olleet mitattavissa. Varsinaista mittaamisen ja empiirisen operationalisoinnin ulottumattomissa olevaa teorianmuodostusta ei ole tapahtumatutkimuksiin juurikaan sisällytetty. Käsitteiden ja teorioiden tehtävänä on ollut ainoastaan organisoida empiiristä todellisuutta mitattavaan muotoon ilman, että ne olisivat tuoneet jotakin uutta tapahtumien talousvaikutusten prosessuaalisten mekanismien ymmärtämiseen ja tulkintaan (ks. Raunio 1999a, 127). Näin ollen teoriat ja käsitteet ovat olleet empiiriseen todellisuuteen nähden välineellisessä ja alisteisessa asemassa.

Juuri teorioiden välineellisestä roolista ja kapea-alaisuudesta johtuen monia talousvaikutuksia käsitelleitä tapahtumatutkimuksia voidaan luonnehtia empiristisiksi. Niille on ollut leimallista, että talousvaikutuksia koskevat ulottuvuudet on rajattu operationalisoitavissa ja mitattavissa oleviksi muuttujiksi samalla kun analyysien ulkopuolelle on jätetty ”epämääräisiksi” koettu joukko olennaisia merkitysvälitteisiä kulttuurin ja talouden

suhdetta jäsentäviä teoreettisia tarkasteluja. Kyseistä havaintoihin perustuvaa positivistista tutkimusotetta ei voida pitää tutkimuksellisesti erityisen innovatiivisena, koska tutkimusten sisältämien päättelyketjujen ulkopuolelle on jätetty joukko arvosidonnaisia yhteiskunnallisia voimia. Vastaavaan epäinnovatiivisuuteen on havahduttu esimerkiksi ihmismaantieteen piirissä jo 1990-luvun vaihteessa, jolloin empiristisiin lähestymistapoihin ryhdyttiin etsimään vaihtoehtoisia ja entistä pluralistisempia yhteiskunta-teoreettisia tartuntapintoja (Paasi 1991).

Kulttuuritapahtumien taloudellisten vaikutusten ja merkitysten kokonaisvaltainen haltuunotto edellyttää nähdäkseni yhteiskunnallisten ”liikelakien” tai ”generatiivisten voimien” olemuksen ymmärrystä, jotka saavat merkityksensä nimenomaan ”teorian avaamassa käsitteellisessä perspektiivissä” (Raunio 1999a, 133, 152). Tämä olemustieto ei ole aina testattavaa tai mitattavaa, vaan pikemminkin eri ilmiöiden moniulotteisia riippuvuus-suhteita ja merkityksiä tulkitsevaa ymmärtämistä. Teoria antaa tällöin tietoa myös ei-suoraan havaittavista, abstrakteista prosesseista (emt., 152). Kun kyse on kulttuuritapahtumien taloudellisista vaikutuksista tai merkityksistä, tulisi tutkijan siksi ensimmäisenä selvittää se dynamiikka, jonka seurauksena talousvaikutuksia syntyy. Olisi kysyttävä: *mitä* aluetalouden kehitysprosessi sisältää ja millä perustein?

Kulttuuritapahtumien vaikutusanalyysit ovat nojautuneet pääsääntöisesti kulttuurin taloustieteen soveltamiin uusklassisiin malleihin, joiden avulla on arvioitu kustannusten muodostumista ja taloudellista tehokkuutta. Tepper (2002) on nähnyt tämän ongelmalliseksi myös laajemmassa alueellisessa mittakaavassa kulttuurin talouden (tai luovien toimialojen) talousvaikutusten analyysien yhteydessä.

Kuten aiemmin on tullut esille, luovien alojen tarkastelu formaalien tilastojen valossa on jo pelkästään toimialojen rajojen vetämisen suhteen ongelmallista. Ongelmana on myös se, etteivät formaalit tilastolliset luokitukset kerro sellaisenaan mitään siitä ajassa ja tilassa muotoutuvasta prosessista, jonka myötä kult-

tuuri, talous ja aluekehitys kytkeytyvät toisiinsa. Esimerkiksi Bourdieun (1992, 241–242) ajattelua soveltaen valtakunnalliset toimiala- ja ammattiluokittelut ovat usein ”viranomaistyössä” syntyneitä jäsennyksiä, joita tutkijat ovat epäkriittisesti salakuljettaneet kulttuurisektorin taloudellisten vaikutusten analyysiin. Bourdieu (emt.) on varoittanut tutkijoita tutkimusongelmien, käsitteiden ja analyttisten kategorioiden ”sokeasta annettuna ottamisesta”. Kysymys on yksinkertaisesti tutkimusongelman luonteen ymmärtämisen välttämättömyydestä. Yhteiskunnalliset kategoriat eivät ilmennä sellaisenaan todellisuutta, vaan ne ovat sosiaalisesti välittyneen prosessin tulos, minkä vuoksi niihin on suhtauduttava kriittisesti.

Kuinka sitten tutkija voi irrottautua näistä sisään rakentuneista ennakkokäsityksistä? Kuinka tutkija pääsee objektinsa herraksi? Bourdieu (1992, 236) on korostanut refleksiivisen intentionaalisuuden merkitystä tutkimusobjektien määrittelyssä. Tutkijan tulisi systemaattisesti tutkia niitä ”ajattelun ei-ajateltuja kategorioita, jotka rajoittavat ajateltavissa olevaa ja determinoivat ajattelua ennakolta” (Bourdieu 1995, 63). Toisin sanoen, tutkijan tulisi nähdä vakiintuneiden sosiaalisten kategorioiden (kuten tilastollisten muuttujien) taakse, jotka eivät sellaisenaan ilmennä sosiaalisen ja yhteiskunnallisen todellisuuden moninaisuutta. Myös Tepper (2002) on peräänkuuluttanut tilastollisia luokitteluja laajempia ja moniulotteisempia lähestymistapoja tutkittaessa esimerkiksi luovien toimialojen aluetaloudellista kehityspotentiaalia ja vaikuttavuutta.

Samaa problematiikkaa voidaan tarkastella myös maantieteellisen tilä-käsitteen valossa. Tiläkäsitysten perusteella toimialaluokitteluihin pohjautuvia kulttuurin talousvaikutusselvityksiä tai konventionaalisia kulttuuritapahtumatutkimuksia voidaan luonnehtia relatiivisiksi. Relatiiviseen tilaan sijoitettuna kulttuuritapahtumien taloudelliset vaikutukset ilmentävät toiminnan (kulutuksen) ja objektien (tapahtumien ja paikallisten palvelujen tuottajien) välisiä tilastollisia suhteita, joiden välille on katsottu sisältyvän erilaisten kertoimien kautta laskettavissa todennettavaa

olevaa kausaalisuutta. Samalla tulkinat taloudellisen toiminnan ja kulttuurin sosiaalisista välitysprosesseista ovat jääneet ulko-kohtaisiksi. (Paasi 1981, 77–86; Vartiainen 1981, 147–148; Häkli 1991, 43.)²⁷

Esitetyn kritiikin yhteenvedona kulttuuritapahtumien talousvaikutuksia käsitelleiden tutkimusten lähestymistapa voidaan rinnastaa metodologiseen individualismiin, joka ilmentää Rushtonin (1999) mukaan myös laajemmin kulttuurin taloustieteen malleja. Hänen mukaansa taloustiede tarvitsee kulttuurin hyötyjä ja vaikutuksia arvioidessaan tulkinnallisempia menetelmiä kuin mihin luonnontieteisiin pohjautuva positivismi on antanut mahdollisuuksia. Metodologiseen individualismiin pohjautuvat tutkimukset ovat laiminlyöneet analyyseissään erityisesti yksilön käyttäytymistä ja yhteiskunnan rakenteiden vuorovaikutusta koskevan kokonaisvaltaisen teorian. Tutkimuksen loppuosassa (luvussa 11) tarkastelen tätä problematiikkaa Giddensin strukturaatioteorian valossa, joka mahdollistaa aika- ja paikkaspesifien (sosiaalisten, taloudellisten ja kulttuuristen) prosessien yhteenkietoutuneisuuden tulkinnan.

Sosiologian klassikko Emile Durkheim on todennut aikanaan metodologisen individualismin kritiikkinä, että ”*societies are more than the sum of their constituent individuals*” (Giddens 1984a, 207). Giddens (1984b, 214) on vienyt ajatusta eteenpäin luonnehtimalla metodologista individualismia yleisten doktriinien valossa. Hänen mukaansa sitä ilmentää ensinnäkin (1) atomistinen ihmiskäsitys, jonka mukaan ihmisyksilö on riittävä analyyttinen yksikkö; sosiaalisia ilmiöitä voidaan tutkia ainoastaan analysoimalla yksilöitä, heidän käyttäytymistään tai mielipiteitään (ks. myös Granovetter 1985). Tapahtumatutkimuksissa tämä ilme-

²⁷ Aluetaloudellisten merkitysten tarkasteluun soveltuu relatiivisen tiläkäsityksen sijaan relationaalisuuden perspektiivi. Relationaalisen tiläkäsityksen on katsottu saaneen alkunsa 1600-luvun lopulla eläneen G.W. Leibnizin ajattelusta, jonka mukaan aika ja tila ovat olemassa vain suhteessa niihin esineisiin ja asioihin, joiden katsotaan vaikuttavan kohtaamistilanteessa (Paasi 1981, 87). Myöhemmin maantieteilijät ovat korostaneet, että tila saa sisältönsä arkielämässä inhimillisen kohtaamisen kautta. Sosiaaliset ja spatiaaliset merkitykset kietoutuvat tätä kautta toisiinsa. Spatiaalinen määrittäminen siki aina sosiaalisen tilanteen kautta (vrt. Häkli 1991, 43–44).

nee esimerkiksi yksilöiden kulutus päätösten tarkastelussa. Toiseksi (2) metodologiselle individualismille on tyypillistä yksilöiden luokittelu erilaisten ominaisuuksien ja preferenssien aggregaatiksi ilman, että analyysistä häviäisi merkityksiin kiinnittyviä elementtejä. Ajatuslogiikan mukaan kaikkien yhteiskunnallisten ilmiöiden tutkiminen voidaan redusoida yksilötasolle. Tapahtumatutkimuksissa on ollut yleistä tehdä luokitteluja yksilöiden kulutuskäyttäytymisestä erilaisten kyselyjen avulla, joiden nojalla on tehty yleistyksiä paikallisten rahavirtojen volyyminä eri kulutuskohteiden mukaan. Kolmanneksi (3) metodologinen individualismi perustuu olettamukseen, että ainoastaan yksilöt edustavat ”todellisuutta” samalla kun erilaiset kollektiiviset mallit, teoriat tai sosiaaliset järjestelmät nähdään epämääräisinä, hahmottomina ja harhaanjohtavina abstraktioina; tutkijoiden mielivaltaisina ja epäselvinä konstruktioina. Sitoutuessaan yksilöiden kulutuspreferenssien mittaamiseen tapahtumatutkimukset jättävät kuitenkin huomioimatta ”yksilöiden selän takana” vaikuttavat näkymättömät sosiospatiaaliset prosessit, jotka muovaavat esimerkiksi paikkojen ilmapiiriä ja ”henkeä”, imagoja, vetovoimaisuutta sekä elinympäristön laatua. Mainitut tekijät eivät ole irrallisia ilmiöitä paikallistalouksien kehitykseen nähden.

Johtopäätöksenä edellä esittämästäni kritiikistä totean, että tutkijoiden on myönnyttävä ja alistuttava siihen, että todellisuudessa kulttuuritapahtumien paikallistalouden rahavirtojen aukoton ja tyhjentävä empiirinen haltuunotto ei ole talousvaikutusten erittelemisen osalta mahdollista. Näkemykseni kiistää positivistisen empirismin ihanteena pidetyn ”varman tiedon” tuottamisen mahdollisuuden (Raunio 1999a, 121).²⁸ Ihmistieteellinen tutkimus voi teorioiden avulla päästä ainoastaan lähemmäksi todellisuutta saavuttamatta kuitenkaan koskaan todelli-

²⁸ Positivistisesti virittäytyneet tutkimusotot eivät edes lähtökohdiltaan pyri kompleksisten yhteiskunnallisten ilmiöiden holistiseen ja prosessuaaliseen haltuunottoon, vaan sille riittää objektiivisuuteen, empiirisiin havaintoihin pohjautuva ”tosiasioiden” esittäminen. Positivistisessa tutkimuksessa ei ole empiirisistä ”havainnosta” irrallaan olevaa todellisuutta. Tutkija nähdään ikään kuin oikean todellisuuden tarkkailijana (*observer of social reality*). (Giddens 1975, 2–4; Häkli 1999, 40.)

suutta sellaisenaan, *an sich* (emt., 148).²⁹ Tapahtumatutkimusten kohdalla erityisen ongelmallista on ollut pitkällä aikavälillä realisoituvien, monien vaikutusketjujen tuloksena syntyvien tertiääristen merkitysten empiirinen jäsentäminen ja haltuunotto.

EPÄSELVIEN KÄSITTEIDEN TARVE

Tieteestä, teknologiasta, taloutta unohtamatta, on tullut meidän luontomme, luonnosta itsestään taas mystiikan alue, joka on 'luonnollinen' vain niissä rajoissa, joissa sitä kykenemme ymmärtämään ja kontrolloimaan. Tästä näkökulmasta katsottuna esimerkiksi kännykkä on luonnollisempi ilmiö kuin muuttolinnon kyky suunnistaa pesimäjärvelle Viimpeleelle. Oman siivilisaatiomme 'luonto' muistuttaakin yhä enemmän kotieläintä, kesyä ja uskollista veitikkää, joka temppuilee omistajiensa iloksi ja pysyttelee sille osoitetuissa karsinoissa. Markkinasubjektin hyötystationaalinen käytös tuntuu paljon luonnollisemmalta kuin luonnon oma monimutkainen sattumien ja oikkujen motiiviton leikki. On helpompi kuvitella luonnon mekanismit hyödyn, intressin ja keskinäisen kilvoittelun peliksi kuin todella antaa periksi sille, että luonto vain on. Se ei tyhjene loppuun mihinkään selitysmalliin tai käsitteistöön. (Relander 2004, 139–140.)

Kuvattu ajatuskulku soveltuu myös aluetaloudellisten prosessien tarkasteluun. ”Taloutta” on pidetty monissa tutkimuksissa kotieläimen tapaisena veitikkana, joka pysyttelee uskollisena sille osoitetussa karsinassa. Samalla on kielletty sen monimutkainen sattumien ja oikkujen leikki, jonka vaikutukset eivät tyhjene lopullisesti mihinkään määrälliseen indikaattoriin. Myös kulttuurin, talouden ja aluekehityksen suhdetta on tarkasteltava moniulotteisuudelle ja epäjatkuvuuksille herkkien lähestymistapojen valossa.

²⁹ Todellisuuden tavoittamattomuuden näkökulma rinnastuu ontologisesti kompleksisuustieteelliseen katsantoon, jonka mukaan yhteiskunnallisten prosessien evoluutio ilmentää lineaarisuuden, hierarkkisyyden, järjestyksen ja hallittavuuden sijaan monimuotoisuutta, organisuutta, sattumanvaraisuutta, vuorovaikutuksellisuutta ja epäjatkuvuutta (Raunio 1999a, 178–179). Epävarma ja epäselvä kompleksinen todellisuus on aina joltakin osin tuntematon ja täten myös aistihavaintojen ulottumattomissa. Tai toisin päin, tuntematon elementti on evolutionaarisessa kehitysprosessissa aina osa todellisuutta. (Sotarauta 1996.)

Mittaamisen ja välittömän operationalisoinnin ulottumattomissa olevia käsitteitä ja teorioita on aivan viime vuosina luonnehdittu joissakin aluetieteellisissä keskusteluissa epäselviksi, häilyviksi abstraktioiksi ja sellaisenaan epätieteellisiksi mielikuvituksen tuotteiksi. Tällaisina epäselvinä käsitteinä (*fuzzy concepts*) Markusen (1999) on pitänyt muun muassa ”oppivaa aluetta” (*learning region*) sekä ”joustavaa erikoistumista” (*flexible specialization*), joiden olemassaolon empiirinen todentaminen on hänen mukaansa jäänyt monissa tutkimuksissa puutteelliseksi. Hän on kysynyt aiheellisesti, mikä todellisuudessa konstituoii ja aiheuttaa joustavan erikoistumisen tai mikä tekee alueista oppivan. Tämä edellyttäisi Markusenin mielestä kyseisten käsitteiden olemassaolon todistavien instituutioiden, taitojen, kyvykkyyksien, organisaatioiden tai avaintoimijoiden empiiristä todentamista ja taustalla vaikuttavien kausaalisten voimien tunnistamista. Peruskysymyksenä Markusenin ajattelussa on: ”*how do I know it when I see it?*” Nähdäkseni kysymys implikoi empirististä, havaintoihin perustuvan metodologian puolustamista. Kuten edellisessä kappaleessa kuvasin, aluetaloudellisten prosessien pelkistäminen ja redusointi empiirisiksi havaintoyksiköiksi ei ole ongelmatonta.

Markusenin (1999) näkemyksen mukaan teoreettisten prosessien korostaminen ja niitä ilmentävien epäselvien käsitteiden käyttö johtaa tutkijoiden vieraantumiseen todellisesta empiirisestä havaintomaailmasta (toimijoista, instituutioista ja kausaalista yhteyksistä). Lisäksi käsitteellisestä moniselitteisyydestä johtuen myös tutkimustulosten yleistettävyyden ja aineiston edustavuus kärsivät. Mainittujen ongelmien yhteisvaikutuksesta tutkimusten käyttökelpoisuus poliittisen päätöksenteon ja alue-suunnittelun yhteydessä vähenee, Markusen (1999) painottaa.

Hudsonin (2002) ja Peckin (2002) vasta-argumentteihin on kuitenkin helppo yhtyä. Hudsonin mukaan Markusen sekoittaa käsitteellistämisen ja operationalisoinnin funktiot tutkimuksessa harhaanjohtavasti toisiinsa. Käsitteellinen ja empiirinen tieto operoivat analyttisesti eri tasoilla. Empiiriset kysymykset perustu-

vat aina (esi)teoreettiseen ymmärrykseen, mutta tuo teoreettinen ymmärrys ei taivu aina sellaisenaan operationalisoitavaan muotoon.

Myös Markusenin esittämä tutkimusaineiston edustavuuden ja tulosten yleistettävyyden vaatimus implikoi positivistista näkemystä havaintoihin perustuvan empiirisen aineiston kaikkivoipaisuudesta. Hudson (2002) ja Peck (2002) ovat kuitenkin mieltäneet yleistettävyyden problematiikan laaja-alaisemmin ja prosessuaalista lähestymistapaa puolustaen. Hudsonin (2002, 5) mukaan tutkimustulosten yleistettävyys ei edellytä välttämättä tilastollista yleistettävyttä, jota Markusen selvästi peräänkuuluttaa. Esimerkiksi kriittisissä realismissa yleistettävyys voi perustua myös kausaalisten prosessien ja mekanismien teoreettiseen tunnistamiseen:

As such, they may well be much more valuable than yet another statistical or quantitative analysis of spatial pattern in revealing the ways in which causal mechanisms may or may not be activated in specific contingent circumstances. (Hudson 2002, 7.)

Myös Peck (2002, 4) on nähnyt yleistettävyyden pikemminkin teoreettisena kuin empiirisenä kysymyksenä. Hänen mukaan tutkimuksen validiteetti ei perustu ainoastaan empiirisen otoksen edustavuuteen tai empiiristen säännönmukaisuuksien tilastolliseen osoittamiseen, vaan pikemminkin ”teoreettiseen uskottavuuteen”. Sama ajatuskulku voidaan rinnastaa myös kulttuuritapahtumien aluetaloudellisten vaikutusten analysoimiseen. Primääristen ja sekundääristen vaikutusten tunnistamisen ohella yhtä olennaista on Markusenin epäselviksi mieltämien sosiokulttuuristen prosessien tunnistaminen ja jäsentäminen sekä niiden ”yleistäminen” tavalla, joka mahdollistaa aluetaloudellisten merkitysten kokonaisvaltaisen tulkinnan. Prosessuaalinen näkökulma ja epäselviksi mielletyt käsitteet (kuten esimerkiksi symbolitalous ja kulttuuritoimintojen alueellinen juurtuminen, joita tulen myöhemmin tarkastelemaan) tarjoavat kaikessa häilyvyydessäänkin todellisuutta kokonaisvaltaisesti kuvaavan ja konventio-

naalisia tapahtumatutkimuksia täydentävän tarttumapinnan kulttuuritapahtumien aluetaloudellisten merkitysten jäsentämiselle.

Tapahtumien aluetaloudelliset vaikutus- ja merkitysulottuvuudet sisältävät aina paitsi euroissa mitattavia ostopäätöksiä myös symbolimaailmaan ja esteettisyyteen kytkeytyviä arvoja, joiden merkittävyys ei ole empirististen luokittelujen keinoin tavoitettavissa. Tällä viitataan erityisesti kulttuurin, talouden ja alueen käsitteiden moniaineksiseen ja hybridiseen luonteeseen (Kainulainen 2004b). Myös poliittisessa päätöksenteossa tai vaikkapa aluehallinnon strategioissa, joihin siis myös Markusen on kritiikissään viitannut, tulisi empirististen ja mekanististen osatotuuksien ohella huomioida kokonaisvaltaisesti yhteiskunnan kehitysprosessien moniulotteisuus. Tämä on olennaista aikakaudella, jolloin alueiden kehittämistoiminnassa korostetaan yhä enemmän kompleksisten ja emergenttien prosessien hallintaa (Sotarauta 1996; 2004).

Markusenin (1999) ajatukset implikoivat myös näkemystä, jonka mukaan luonteeltaan kvalitatiivisissa analyyseissä käytetyt käsitteet olisivat mittaamista palvelevia käsitteitä epätarkempia ja epäselvempiä (Hudson 2002, 8). Tällöin on kuitenkin kysyttävä, mihin kvantitatiivisen tai empiristisen yhteiskuntatutkimuksen tarkkuus perustuu. Onko tarkkuus sama asia kuin numeerinen tarkkuus? Tai kuten Peck (2002, 5) on kysynyt:

Can you always equate concepts with readily observable facts? Can you expect to test social-theoretical claims under replicable and controllable conditions?

Esimerkiksi konventionaalisten tapahtumatutkimusten yhteydessä tehtyjä yleisön käyttämien rahamäärien määrällisiä arvioita voidaan pitää sellaisinaan suhteellisen tarkkoina ja täsmällisinä tuloksina. Kuitenkin puhuttaessa tapahtumien kokonaistaloudellisista vaikutuksista ja merkityksistä, voidaan kulutuksen mittaamiseen perustuneita rahamääräisiä arvioita pitää hyvinkin epätäsmällisinä ja epätarkkoina tutkimustuloksina. Ainoastaan määrällisiin arvioihin keskittyvissä tutkimuksissa ei kyetä kokonaisvaltaisesti ja ”täsmällisesti” osoittamaan tapahtumien

aluetaloudellisten vaikuttavuuksien laajuutta ja monimuotoisuutta, mikä olisi esimerkiksi kulttuuritapahtumien julkista tukea koskevien pohdintojen yhteydessä ensiarvoisen tärkeä tieto ja arvioinnin lähtökohta.

Empirististä aineistonkeruuta ja käsitteellistä selkeyttä (*conceptual clarity*) korostaessaan Markusen (1999) on paradoksaalisesti peräänkuuluttanut myös ihmisten arvojen huomiointia aluetieteellisissä tutkimuksissa. Ajatukseen sisältyy nähdäkseni looginen ristiriita, sillä pyrkiessään objektiiviseen ja operationalisoitavissa olevaan ”tarkkaan” empiiriseen tietoon Markusen (1999, 872) kritisoi konstruktionismiin ja tulkinnallisuuteen pohjautuvia teoreettis-metodologisia lähestymistapoja (esimerkiksi yleistettävyyden ja aineiston edustavuuden puutteen näkökulmista). Arvoihin ja samalla koko yhteiskunnan tai aluetalouden kehitysprosesseihin sisältyy kuitenkin aina myös subjektiivisuuden, diskursiivisuuden ja tulkinnallisuuden elementtejä, koska esimerkiksi kulttuuritapahtumien merkityksiä koskevia arvoja konstruoidaan ja määritellään aina tietyssä kontekstuaalisessa toimintaympäristössä.

Kulttuuritapahtumien taloudellisen vaikuttavuuden olemuksen ja dynamiikan ymmärtäminen sekä aiemmin mainittu *mitä*-kysymyksiin vastaaminen edellyttää myös tulkinnallista otetta sekä havaintomaailman ulottumattomissa olevien näkymättömien prosessien haltuunottoa. Holistisuus kulttuurin, talouden ja aluekehityksen suhteen tarkastelussa kytkeytyy sekä tutkimusmetodologiaan että käsitteisiin.

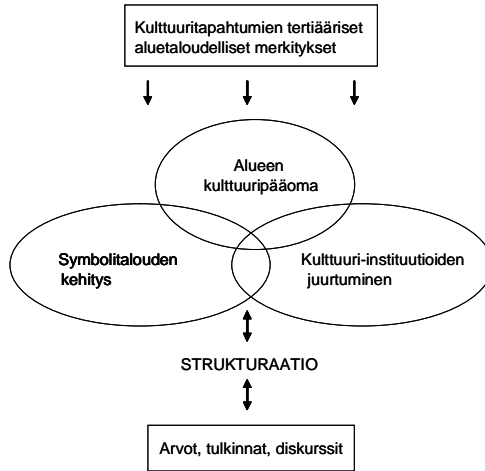
Talouden, kulttuurin ja aluekehityksen välillä vallitsee siis moniulotteisempi ja arvolatautuneempi suhde kuin mitä konventionaalisissa tapahtumatutkimuksissa on annettu ymmärtää. Monissa tutkimuksissa onkin viime vuosina pyritty rakentamaan uutta teoreettista synteesiä taloudellisten, kulttuuristen ja aluetaloudellisten prosessien välille. On esimerkiksi havaittu, että talouselämä on yhä enemmän kulttuuristunut (toisin sanoen estetisoitunut sekä kulttuurisilla symboleilla ja merkeillä värittyneet), ja vastaavasti kulttuurin on nähty muuttuneen yhä enem-

män talouden välikappaleeksi tai osa-alueeksi (esimerkiksi tuotteiden ja alueiden imagojen rakennusainekseksi). Molemmista näkökulmista on käyty viime vuosina laajoja tieteellisiä debatteja aluetieteen ja maantieteen piirissä. Myös kulttuuritapahtumien talousvaikutuksia koskeva tutkimusperinne on syytä sitoa tähän teoreettis-metodologiseen keskusteluun.

FESTIVAALI, SYMBOLITALOUS JA KULTTUURISESTI LUOVA ALUE – KOHTI UUTTA SYNTEESIÄ

Laadittuja tapahtumatutkimuksia vastaan esittämäni teoreettis-metodologinen kritiikki sekä esille nostamani tulkinnallisuuden, prosessuaalisuuden ja kontekstuaalisuuden näkökulmat implikoivat näkemystä kulttuurin, talouden ja aluekehityksen moniulotteisesta yhteenkietoutuneisuudesta. Näkökulma on myös yhteydessä talouselämän kulttuuristumisesta käytyyn keskusteluun sekä laajemmin aluetieteellisten paradigmojen muutoksiin; talousmaantieteen kulttuuriseen käänteeseen ja aluetieteen institutionaaliseen käänteeseen, joiden yhteydessä käytyjen keskustelujen merkityshorisontteja, tasoja ja dynaamisia riippuvuussuhteita pyrin jatkossa avaamaan ja analysoimaan. Seuraavaksi kuvaan johdantona tutkimusasetelmaan sisältyvät peruskäsitteet.

Tarkastelen tässä tutkimuksessa kulttuuritapahtumien alue-taloudellisen merkittävyyden moniulotteisuutta symbolitalouden kehityksen (luku 10) ja kulttuuri-instituutioiden alueellisen juurtumisen näkökulmista (luku 11). Juurtumisen problematiikka viittaa yleisesti kulttuuritoimintojen alueellisen keskittymisen dynamiikkaan, millä on puolestaan yhteys kuntien kulttuuri-imagojen rakentumiseen (tai laajemmin symbolitalouden kehitykseen) (kuva 5). Tutkimuksen lopussa tarkastelen kulttuuri-instituutioiden juurtumisen ja imagojen prosessuaalista luonnetta Anthony Giddensin strukturaatioteorian valossa. Käytän kulttuuritoimintoja ja -instituutioita kuvaavana yläkäsitteenä alueen kulttuuripääoman termiä.



KUVA 5. Tutkimusasetelma ja peruskäsitteet.

Esitän tutkimusnäkökulman, jonka mukaan kulttuuritapahtumien aluetaloudelliset merkitykset ilmenevät yleisön rahan kulutuksen lisäksi symbolitalouden rakentumista ja kulttuuritoimintojen alueellista keskittymistä ilmentävien prosessien (struktuuritoiminnan) kautta. Symbolitalouden käsite kytkeytyy kulttuurin merkkiarvoista ja alueiden imagoista käytyihin keskusteluihin. Käsitteen määrittely perustuu Sharon Zukinin (1995; ks. myös Helenius-Mäki 2004) ajatuksiin. Hänen mukaansa symbolitaloudelle on leimallista imagojen ja tuotteiden symbioosi, kulttuurin tuotteiden puhuttelevuus kaupunkitilojen representaatioiden ilmentyminä sekä imagojen myynti ja markkinointi kansallisilla ja globaaleilla markkinoilla. Kulttuurin talouden ja kulttuurin kulutuksen kasvu ilmentävät hänen mukaansa nimenomaan symbolitalouden kasvua, jolle on leimallista uusien visuaalisten representaatioiden tuottaminen jatkuvasti uusiutuavassa kaupunkitilassa.

Symbolitalous on Zukinin (1995) teoriassa kulttuurin, alueen ja talouden toisiinsa sitova käsite. Se on myös enemmän kuin kaupunkien kulttuuripalveluiden ja -tuotteiden summa. Symboleja ja representaatioita tuottava kulttuuri kytkeytyy moni-

ulotteisesti taloudelliseen tuotantojärjestelmään, kulutukseen, markkinointiin, identiteettien rakentumiseen, esteettiseen tilallisuuteen sekä vallankäyttöön.

Symbolitalouden kasvun myötä alueelliset imagot ovat muodostuneet yhä merkittävämmiksi alueiden ja kaupunkien menestystekijöiksi (esim. Oatley 1998). Ainutlaatuiset tarinat ja teemat luovat alueille imagollista kilpailuetua, joilla ne erottuvat kilpailijoistaan. Alueiden vetovoiman ja kilpailukyvyn kannalta on olennaista, että niihin liitetään mielikuvien tasolla ”merkityksellisiä tarinoita”, koska ne tuottavat alueille ”semioottista etua” (Kotler & Asplund & Rein & Haider 1999, 167; Danielzyk & Wood 2001, 70). Paikkojen markkinoinnin yleistyessä paikallinen kulttuurin talous ja kulttuuritapahtumat ovat tulleet eräiksi alueiden elinkeinopolitiikan ja kaupunkien kehittämistyön osaluokiksi. Kulttuuria on käytetty eri muodoissaan merkityksellisten kaupunkitarinoiden ja -teemojen rakennusaineena, ja samalla kulttuurin talous on noussut yhä keskeisempään asemaan kaupunkiseutujen strategisessa imagojen hallinnassa (Kotler ym. 1999, 161).

Kulttuuritapahtumien imagolliset merkitykset voivat olla paikallistalouden kehityksen kannalta huomattavia, mikä ilmenee alueen kokonaisvetovoimassa; esimerkiksi asukkaiden, yritysten ja matkailijoiden houkuttelussa. Siksi kulttuurifestivaalit ovat toimineet monissa kaupungeissa imagojen rakentamisen ”lipulaivoina”. Hittersin (2000, 190–191) mukaan tapahtumat ovat olleet ideaalisia kaupunkien kulttuuriohjelmien toteuttajia, koska ne ovat paitsi houkuttelleet suuria yleisöitä myös parantaneet toiminnoillaan kaupunkien kulttuuri-infrastruktuuria ja tarjonneet mahdollisuuksia taiteellisille kokeiluille. Lisäksi ne eivät ole olleet täysin riippuvaisia julkisesta rahoituksesta, koska ne ovat tehneet huomattavassa määrin yhteistyötä esimerkiksi yritysmaailman kanssa. Tapahtumien sisään ovat täten rakentuneet samanaikaisesti sekä taiteellisen toiminnan edistämisyhtymykset, kaupungin markkinointi, elinympäristön laadun parantaminen sekä taloudellisen toiminnan vireyttäminen.

Tässä tutkimuksessa kytken kulttuuritapahtumien aluetaloudellisen merkittävyyden näkökulman myös empiirisesti symbolitalouden kehitystä ja alueiden imagojen rakentumista koskeviin diskursseihin. Tällöin kysyn:

- mikä rooli tai merkitys kulttuuritapahtumilla on paikallisten diskursseiden valossa paikkakuntien imagojen rakentumisen kannalta?

Symbolitaloutta koskevan problematiikan ohella toinen aluetalouden dynamiikkaa moniulotteisesti, prosessuaalisesti ja näkyvästi ohjaava kulttuurinen seikka liittyy kulttuuritoimintojen alueellisen juurtumisen ja luovan talouden käsitteisiin. Richard Florida (2002) on kuvannut yhteiskunnallista muutosta, jossa luovuus on muodostunut talouselämän ja alueiden kehityksen ytimessä vaikuttavaksi alkuvoimaksi. Hän on tarkastellut kokemuksiinsa ja tilastoanalyysiin nojautuen prosesseja, joissa luova talous on ohjannut ammattikuvien muodostumista, työn sisältöjä, elinympäristön viihtyisyyteen vaikuttavia olosuhteita, elämäntyyliä, tottumuksia, arvoja sekä identiteettien muodostumista. Floridan perusargumenttina on ollut se, että luovuudesta on muodostunut yhteiskunnallinen eetos, selviytymisen ja menestymisen oljenkorsi tai edellytys, jonka kautta alueiden kilpailukyky viime kädessä kehittyy.

Kulttuurin talous, aluekehitys ja luovuus kytkeytyvät moniulotteisesti toisiinsa. Ensinnäkin kulttuurinen elinvoimaisuus ja moniarvoisuus houkuttelevat alueille ns. luovissa ammateissa toimivia osajia (Florida 2002). Toiseksi luoville ammattialoille on ominaista kulttuuristen ideoiden ja symbolien manipulointi. Siten alueiden kulttuurin toimijat, esimerkiksi kulttuurialojen yrittäjät, suunnittelevat tuotteita, jotka ovat itsessään luovien prosessien aikaansaannoksia (Landry 2000). Kolmanneksi kulttuurisesti moniarvoinen ilmapiiri ja luovat verkostot toimivat luovan ajattelun sekä uusien ideoiden tuottamisen kasvualustoina ja innostavina ärsykkeinä. Tätä tukee myös useissa tutkimuksissa esitetty johtopäätös, jonka mukaan kulttuuriteollisuudella on taipumus klusteroitua. Eri toimintojen alueellinen läheisyys mahdollistaa luottamukseen, virikkeellisyyteen ja strategiseen

kumppanuuteen perustuvan sisäsyntyisen sosiaalisen vuorovai-
kutuksen sekä kollektiivisen oppimisprosessin. Kehämäisenä pro-
sessina luovien teollisuudenalojen tihentymät luovat dynaamisa-
ta kehittämisilmapiiriä, joka synnyttää uusia ideoita, innovaati-
oita, houkuttelee osajia sekä vaikuttaa yritysten investointi-
halukkuuteen (Turok 2003).

Kaikkien mainittujen heijastusvaikutusten perusteella poh-
din sitä, miten kulttuuritapahtumat, luova ilmapiiri ja alueiden
institutionaalinen kehitys kytkeytyvät toisiinsa. Tutkimuskysy-
myksen olen tältä osin muotoillut seuraavasti:

- miten kulttuuritapahtumat heijastuvat paikallisten diskurssien valos-
sa luovien alueiden kehitykseen; kulttuurisesti luovan ilmapiirin vah-
vistumiseen sekä instituutioiden ja organisaatioiden alueelliseen kes-
kittymiseen?

Kulttuuri-instituutioiden alueellista juurtumista ja kulttuu-
ri-imagojen rakentumista kuvaavat näkökulmat voidaan kiteyt-
tää luovan symbolitalouden käsitteeseen, joka on tutkimukseni
teoreettis-metodologisten pohdintojen eräänlainen yläkäsite. Se
tarjoaa vaihtoehdoisen tai täydentävän viitekehyksen kulttuuri-
tapahtumien taloudellisten vaikutusten tarkastelulle (taulukko
4). Tarkastelun keskiöön asettuvat mitattavien vaikutusten si-
jaan aluetaloudellisiin prosesseihin liitetyt merkitykset ja tul-
kinnat (vrt. merkitysten ja vaikutusten suhteen osalta Viljamaa
2000, 13).

TAULUKKO 4. Luovan symbolitalouden näkökulma tutkimuksen teoreettis-metodologisena viitekehysenä.

	Konventionaalinen vaikuttavuus tutkimus	Luovan symbolitalouden näkökulma
Tutkimuskohde	sekundääriset talousvaikutukset	tertiääriset aluetaloudelliset merkitykset
Lähestymistapa	positivismi/empirismi	konstruktivismi
Aluetaloudellisen vaikuttavuuden konstituutti	kulutuksen kerroinvaikutukset	diskurssit, arvot
Analyttinen ote	mittaava ja selittävä	tulkitseva ja ymmärtävä
Analyysiyksikkö	yksilöiden kulutus	aluetalouden kehitysprosessit
Kulttuurin, talouden ja aluekehityksen suhde	kompositionaalinen ja mekanistinen	kontekstuaalinen, dynaaminen ja hybridinen

*

Tutkimuksen väliyhteenvetona todettakoon, että kulttuuritapahtumien talousvaikutuksia tarkastelleiden tutkimusten tulokset ovat pääsääntöisesti olleet hyvin positiivisia. Ne ovat osoittaneet, että festivaaleilla on erityisesti yleisön kuluttamien rahamäärien valossa huomattavia taloudellisia vaikutuksia. Tutkimusten mukaan tästä ovat hyötynneet esimerkiksi tapahtumapaikkakuntien majoituspalvelut, ravintolat, vähittäiskauppa sekä erilaisista kuljetuksista vastaavat elinkeinon harjoittajat. Sen sijaan vaikeammin mitattaviin aluetaloudellisiin näkökulmiin tapahtumatutkimukset eivät ole juurikaan kiinnittäneet huomiota.

Tässä luvussa olen nostanut esille niitä kriittisiä huomioita, jotka liittyvät kulttuuritapahtumien primääristen ja sekundääristen talousvaikutusten tarkasteluun. Erityisesti olen pohtinut kyseisten näkökulmien metodologisia lähtökohtia. Nähdäkseni lomakekyselyihin, kertoimiin ja panos–tuotos-malleihin nojautuneet aineistokeskeiset tutkimukset ovat keskittyneet vastaamaan *kuinka paljon* -kysymyksiin, mutta teoreettisemmin latautuneet

mitä-kysymykset ovat jääneet analyttisesti toissijaiseen asemaan. Operationalisoinnin ja mittaamisen ulottumattomissa olevat ”epäselvät käsitteet” ja merkitysvälitteiset prosessit ovat olleet päättelyketjujen ulkopuolella. Tämä on nähdäkseni supistanut tutkimusten analyttistä liikkumatilaa ja estänyt kulttuuritapahtumien aluetaloudellisen merkittävyyden kokonaisvaltaisen tulokinnan.

Jatkossa pyrkimyksenäni on täydentää primäärisiin ja sekundäärisiin talousvaikutuksiin keskittyneiden tutkimusten teoreettis-metodologista perustaa. Avainkäsitteiksi asetuttavat tällöin symbolitalous ja kulttuuritoimintojen alueellinen juurtuminen, joiden avulla pureudun kulttuuritapahtumien aluetaloudellisten merkitysten prosessuaaliseen luonteeseen.

7

Talouden, kulttuurin ja aluekehityksen dynaaminen suhde

Luovan symbolitalouden näkökulma tarjoaa ontologisia ja epistemologisia työkaluja kulttuuritapahtumien tertiääristen merkitysten jäsentämiseen. Tällöin on kysyttävä: mikä konkreettinen tai abstrakti kulttuuritapahtuman symbolinen kerrostuma tai siitä aiheutuva kollektiivisen oppimisprosessin heijastuma sisältää aluetalouden kehitystä stimuloivaa voimaa? Mitkä aineelliset tai aineettomat elementit kulttuuritapahtumissa sisältävät jotakin sellaista, jolla on välillisiä aluetaloudellisia heijastusvaikutuksia? Kyse on aiemmin esille nostamistani *mitä*-kysymyksistä, joihin vastaaminen edellyttää ”kulttuurisen” ja ”taloudellisen” todellisuuden jäsentämistä ja analysoimista.

Aluetieteessä ja maantieteessä kulttuurin ja talouden välinen suhde on tullut viime vuosikymmenten kuluessa uudelleenarvioinnin kohteeksi koko tieteenalaa ravistelleen kulttuurisen käänteen johdosta. Rinnastan tässä tutkimuksessa kulttuurisen käänteen erityisesti talousmaantieteen kulttuuristumisen problematiikkaan, joka on heijastunut aluetaloutta käsitelleiden tutkimusten käsitteisiin, menetelmiin ja lähestymistapoihin. Samalla sosiaaliset ja kulttuuriset prosessit ovat nousseet entistä keskeisempään asemaan aluetaloudellisissa analyyseissä.

Kulttuurinen käänne on merkinnyt ennen muuta tarvetta purkaa kulttuurin ja talouden sfäärien analyyttistä ja teoreettis-metodologista erillisyyttä. Sen seurauksena kulttuurinen ja ta-

loudellinen todellisuus on nähty yhä useammin ikään kuin toisiinsa liuenneina, häilyvinä tai päällekkäisinä olottuvuuksina. Vastaavasti niiden kategorista erittelyä on pidetty tutkimusasetelmia ja aluetalouden kehityskulkuja pelkistävänä lähtökohtana. Seuraavaksi kytken kulttuurista käännettä koskevan keskustelun kulttuuritapahtumien aluetaloudellisten merkitysten analysointiin.

Talouden ja kulttuurin dikotomia

Aluetieteen ja maantieteen piirissä talouden ja kulttuurin käsitteet on nähty usein keskenään ristiriitaisiksi ja toisiinsa nähden analyttisesti yhteensopimattomiksi. Kulttuuri–talous-dikotomian historialliset juuret ja kehitysvaiheet on maantieteen osalta kiteytetty muun muassa Bronsin ja Pellenbargin (2003) artikkelissa. Heidän mukaansa kulttuurin ja talouden eriytymis- ja yhdentymisvaiheet ovat ilmentäneet aikaan ja paikkaan sidottuja tieteenalakohtaisia paradigmojen muutoksia. Esimerkiksi Sauerin klassisessa kulttuurimaiseman (*cultural landscape*) tai Vidal de la Blachen yhtä tunnetussa *genre de vie* -käsitteessä kulttuurinen ja taloudellinen todellisuus sulautuivat toisiinsa, kun taas myöhemmin spatiaalisen analyysin aikakausi loi toisen maailmansodan jälkeen varsinaisesti kulttuuri–talous-dikotomian maantieteelliseen tutkimusperinteeseen (Bronson & Pellenberg 2003).³⁰

³⁰ Viime vuosisadan alussa muotoutuneessa vidalilaisessa perinteessä ihminen nähtiin tietyn elämäntavan (*genre de vie*) kantajana. Tutkimusten keskiössä oli alueyhteisöjen suhde fyysiseen ympäristöön, jolloin elämäntapa määrittyi kulttuurin ja luonnon suhdetta välittäväksi tekijäksi. Konkreettisesti elämäntapa viittasi maaseutumaisissa ympäristöissä tapahtuvaan yhteisöjen muodostukseen, kuten paimentolaisuuteen, vuoristolaisuuteen ja talonpoikiin. Samoihin aikoihin kehittyneen sauerilaisen tutkimusperinteen lähtökohtana oli puolestaan kulttuuristen alueiden ja kansojen sekä kulttuurimaisemiin ja historiaan kiinnittyvien ilmiöiden tarkastelu. (ks. tarkemmin Vartiainen 1984, 180–190.)

Toisen maailmansodan jälkeen kehittyneen spatiaalisen tradition tutkimussuunnat kytkeytyivät Vartiainen (1984, 230–243) mukaan keskus- ja vaikutusalue tutkimukseen, spatiaalisen vuorovaikutuksen maantieteelliseen tutkimukseen, taloustieteellisiin sijaintiteorioihin sekä sosiaalifysiikkaan ja kartografiaan. Spatiaalisen tradition erotti aiempien vuosikymmenten maantieteestä erityisesti tilastotieteellisten lähestymistapojen yleistäminen, minkä vuoksi erityisesti 1960- ja 1970-luvuilla, tradition ”kulta-aikana”, suuntausta nimitettiin ”spatiaaliseksi analyysiksi” (emt., 240). Tilastopohjainen analyysi toi mukanaan kategorisen ja kompositionaalisen otteen taloudellisten ilmiöiden tutkimiseen, jolloin talousanalyysit etäännyivät kulttuuristen ilmiöiden prosessuaalisista tulkinnoista.

Yksityiskohtaisemmin maantieteen piirissä vallinnutta talouden ja kulttuurin erillisyyden historiallisuutta ei ole tarkoituksemukaista kuvata tämän tutkimuksen puitteissa. Olennaista kulttuuritapahtumien talousvaikutusten ja -merkitysten ymmärtämisen kannalta on tunnistaa kyseisen dikotomian teoreettis-metodologiset implikaatiot. Miten kulttuurin ja talouden suhde jäsenyytensä kulttuuritapahtumien aluetaloudellisia merkityksiä analysoitaessa? Ja miten tuo suhde heijastuu aluetaloudellisten kehitysprosessien tulkintoihin tai selitysmalleihin? Viime kädessä kysymys on siitä, minkälaiseksi aluetalouden luonne määritellään.

Kulttuuria ja taloutta koskeissa dualistisissa malleissa ja lähestymistavoissa kulttuurin käsitteeseen on usein stereotyyppisesti liitetty sisäisen autonomian ajatus, jota ovat ilmentäneet taiteeseen, kauneuteen, autenttisuuteen ja totuuteen liittyvät jalot arvot. Samalla ”kulttuurinen” on rinnastettu ihmisten kokemuksiin, luovuuteen, merkityksenantoon, esteettisiin arvoasetelmiin ja niin edelleen. Nämä merkitysvälitteisyyttä ja hyveellisyyttä edustavat lähtökohdat on nähty erillisiksi talouselämän lainalaisuuksiin nähden, joiden on puolestaan katsottu ilmentävän rationaalista hyötyajattelua ja rajatonta instrumentalismia. Joidenkin kriittisten puheenvuorojen mukaan talouselämä ja kaupankäynti (*commerce*) on nähty perinteisissä tutkimusasetelmissa vulgaarisen ja materiaalisen maailman ilmentymiksi, miltei moraalittomiksi toiminnoiksi, joissa ihmisten käytännöt ja kulttuuriset ihanteet on alistettu palvelemaan pääoman logiikkaa. Ajatus on tullut tunnetuksi esimerkiksi Theodor Adornon klassisessa kulttuuriteollisuuden kritiikissä. Taide edusti Adornolle jotakin ylevää ja korkeampaa, talous puolestaan ilmensi halpahintaista hyödyntämisä. Keskustelu on osaltaan ruokkinut talouden ja kulttuurin erillisyyttä, dikotomiaa. Samalla erilaisiin lähtökohtiin ja arvoihin pohjautuvien kulttuuristen ja taloudellisten todellisuuksien kytkemistä toisiinsa on pidetty jopa vaarallisena ja kiistanalaisena analyttisenä kombinaationa. Osoituksena tästä on ollut muun muassa taloustieteen ja kulttuurintutkimuksen teoreettis-metodologinen erillisuus ihmistieteiden kentällä. (Du Gay 1997, 1; Jackson 2002.)

Yhteiskunta- ja ihmistieteiden konventionaalisissa lähestymistavoissa talouden käsite (*economy*) on rinnastettu ”kovaan” ja ”objektiiviseen” tietoon, joka on epistemologisesti ja ontologisesti liitetty ilmeisen läpinäkyviin (*transparent*), faktuaalisiin (*factual*) ja empiirisen havaintomaailman kautta tunnistettavaan materiaaliin prosesseihin (Du Gay 1997, 2). Myös monista kulttuuritapahtumien talousvaikutuksia käsitteistä tutkimuksista voidaan tunnistaa kyseinen ajattelumalli. Niissä on pyritty tunnistamaan empiirisen havaintomaailman ulottuvilla olevia taloudellisia rahavirtoja, mutta ei niinkään sosiaalisesti ja kulttuurisesti välittyneitä aluetaloudellisia prosesseja.³¹ Näissä tutkimuksissa taloudellisen toiminnan logiikka on nähty ikään kuin itseriittoisena tai itsemääräytyvänä (*self-determining*), hallittavana kokonaisuutena ja sellaisenaan ”kulttuurin sfääriin” nähden erillisenä entiteettinä, joka luo toiminnallaan omat instituutionsa, rationaalisuutensa ja olemassaolon ehtonsa. Kuten Peet (1997) on todennut, taloudellisen toiminnan motiivit on tällöin mielletty järjestelmän funktionaalisen tehokkuuden sanelemaksi rationaaliseksi reaktioksi eikä historiallisesti, sosiaalisesti ja kulttuurisesti kehittyneen prosessin aikaansaannokseksi.

Taloudesta poiketen kulttuurin kieltä ja olemusta on usein luonnehdittu luonteeltaan ”pehmeäksi”, vähemmän konkreettiseksi (*less tangible*) elämän rakennusainekseksi – merkityksiksi, representaatioiksi ja arvoiksi – joiden ei ole nähty tuottavan paljain silmin havaittavaa, mitattavaa, selvää ja todellista tietoa (Du Gay 1997, 2). Näin ollen on ollut luontevaa, että aluetaloudellisten prosessien analyyseissä on päädytty näkemykseen, jonka mukaan ”kulttuurinen” edustaa yhteiskuntaelämän prosessuaalista ja tulkinnallista puolta, kun taas talouselämän logiikka muodostuu enemmän tunnistettavien kausaaliveimien ohjaamasta kokonaisuudesta ja siten myös empiirisesti ikään kuin helpommin tai yksiselitteisemmin haltuunotettavasta ilmiöstä.

³¹ Viittaan tässä yhteydessä kulttuurin käsitteellä antropologiseen kulttuurin merkitysvälitteisyyttä kuvaavaan näkökulmaan, jonka sisältöä käsittelemme tarkemmin luvussa 7.

Vastaava kulttuurin ja talouden dikotomia on tullut esille myös aluetieteen ja talousmaantieteen konventionaalisissa lähestymistavoissa, joissa ”kulttuurinen” ja ”taloudellinen” on nähty toisensa poissulkeviksi, erillisiksi sfääreiksi. Sitä mitä toinen (*self*) on edustanut, sitä toinen (*other*) ei ainakaan ole ollut (Crang 1997, 4). Talousmaantieteellistä ajattelua on leimannut joidenkin tulkintojen mukaan pitkään dualistinen ajattelu, toiseuden logiikka, jossa moraalinen ja taloudellinen, mentaalinen ja materiaalinen, ideaalinen ja todellinen, retorinen ja todellinen, elämismaailma ja elinolosuhteet tai symbolinen ja instrumentaalinen ulottuvuus on nähty dikotomisina, jyrkkärajaisina käsittepareina ja erillisinä analyttisinä kokonaisuuksina. (emt.)

Konventionaalinen talousmaantiede on nojautunut kulttuuri-tapahtumatutkimusten tavoin usein positivistiseen traditioon, jolloin kulttuuriset ja sosiaaliset prosessit ovat jääneet analyysin ulkopuolelle. Talouden toimintalogiikka on rinnastettu muusta yhteiskunnallisesta todellisuudesta erotettaviin ja mitattaviin faktoihin; persoonattomiin kysynnän ja tarjonnan lakeihin, teknologiseen kehitykseen ja tuottavuuteen. Teoreettisena lähtökohdana on tällöin ollut pikemminkin materiaalisen kuin kuvitteellisen todellisuuden analysointi, kuten Crang (1997, 6) on todennut.³²

Talousmaantieteen kulttuurinen käänne

Maantieteen ja aluetutkimuksen piirissä on 1980-luvulta lähtien kiinnitetty yhä enemmän huomiota kulttuuristen ja taloudellisten prosessien yhteenkietoutuneisuuteen sekä aluetaloudellisen kehityksen prosessuaaliseen ja tulkinalliseen luonteeseen. Tutkimukset ja lähestymistavat ovat pyrkineet murtamaan kulttuurin ja talouden analyttistä kahtiajakoa. Tästä syystä monet

³² Positivismin ja empirismin kritiikki tai subjektiivisuuden ja kokemuksellisuuden vaatimus ei ole maantieteessä ainoastaan 1980- ja 1990-luvuilla tapahtuneen kulttuurisen käänteen leimallinen piirre tai ansio. Jo 1970-luvulla, esimerkiksi humanistisen maantieteen piirissä, korostettiin arvojen keskeistä asemaa tiedon ja ymmärryksen muovaajana (Duncan & Ley 1997).

tutkijat ovat puhuneet koko tieteenalaa koskeneesta murroksesta, kulttuurisesta käänteestä (*cultural turn*) (esim. Crang 1997; Ley & Duncan 1997; Sayer 1997; Barnett 1998; Le Galès 1999; Ray & Sayer 1999; Shields 1999; Cook 2000; Peet 2000; Philo 2000; Simonsen 2001; Jackson 2002, 3; Vuolteenaho 2002; Brons & Pellenbarg 2003; Castree 2004). Kulttuurinen käänne on merkinnyt kasvavaa kiinnostusta kulttuurisia ilmiöitä kohtaan ja vastaavasti ”puhtaasti” taloudellisten tutkimuskohteiden suosion laskua. Tämä on heijastunut suoraan myös tutkimusten metodologioihin, teorioihin ja ongelmanasetteluihin (Sayer 1997; Ray & Sayer 1999).

Kulttuurisen käänteen seurauksena aluetalouden kehitystä koskevissa tutkimuksissa on noussut yhä näkyvämmiin esille sellaiset teemat, kuten yritysten sosiaalinen, territoriaalinen ja kulttuurinen juurtuminen (*embeddedness*) sekä kulutuksen ja identiteettien välinen suhde. Myös etnisyyden, yhteiskuntaluokan, sukupuolen ja luonnon tai ympäristön sosiaaliselle konstruoinnille on aluetaloudellisissa analyyseissä annettu yhä enemmän painoarvoa. Lisäksi kysymykset kielen, merkitysten, representatioiden ja refleksiivisyyden asemasta taloudellisen todellisuuden konstituentteina ovat saaneet aiempaa keskeisemmän aseman. (Barnett 1998, 380.)

Kulttuurinen käänne on heijastunut talousmaantieteellisiin tutkimuksiin monin eri tavoin. Cook (2000, 162) on kuvannut poliittisen taloustieteen (*traditional political economy*) kulttuuristumista seuraavasti:

- Tutkijat käyttävät enemmän tulkintaan perustuvia menetelmiä (kuten haastatteluaineistoa ja diskurssianalyysejä).
- Tutkimukset tarkastelevat enemmän aluetalouden laadullisia aspekteja (merkityksiä, identiteettejä, tiedon muodostusta, moraalit ja luottamusta).
- Tutkimustulokset liitetään aiempaa laaja-alaisemmin yhteiskunnallisiin, poliittisiin, taloudellisiin ja kulttuurisiin olosuhteisiin.
- Tutkimusten teorioita leimaa hybridisyys; erilaisten vaikutteiden, suuntausten ja lähestymistapojen toisiinsa kietoutuneisuus, mikä ilmenee esimerkiksi postmodernismin ympärillä käydyissä keskusteluissa.

Kulttuurinen käänne ei ole merkinnyt ainoastaan talusmaantieteen tai aluetieteen sisäistä paradigmojen muutosta, vaan se on liittynyt laajaan yhteiskunta- ja ihmistieteissä tapahtuneeseen lähestymistapojen murrokseen (Vuolteenaho 2002; Brons & Pellenbarg 2003). Ennen kaikkea kysymys on ollut eri tieteenalojen välisten raja-aitojen entistä rohkeammasta murtamisesta ja ylittämisestä. Tämä on ollut välttämätöntä tilanteessa, jossa tutkijat ovat pyrkineet rakentamaan uudenlaista dialogia muun muassa yhteiskunta- ja kulttuuriteorioiden välille. Esimerkiksi maantieteellisissä tutkimuksissa filosofiset, historialliset, kulttuuriset ja yhteiskuntateoreettiset näkökulmat ovat kietoutuneet kulttuurisen käänteen myötä entistä moniulotteisemmin toisiinsa (Paasi 1991). Siksi tutkijat alkoivat jo 1980-luvulla puhua esimerkiksi ”uudesta kulttuurimaantieteestä” (*”new” cultural geography*) (Barnett 1998) tai ”uudesta talusmaantieteestä” (*new economic geography*) (Cook 2000, 161), jolloin kulttuurin näkymättömille ja aineettomille piirteille (symbolisille merkityksille, sosiaaliselle vuorovaikutukselle) annettiin tutkimusten teoreettis-metodologisissa lähestymistavoissa yhä enemmän tuloksia selittävää tai tulkitsevaa voimaa. Eräänä merkittävänä kulttuuriseen käännteeseen vaikuttaneena ”innoittajana” on pidetty sosiologi Anthony Giddensia, joka avasi strukturaatioteoriallaan uuden yhteiskuntateoreettisen perspektiivin myös maantieteelliseen tutkimusperinteeseen (Vuolteenaho 2002, 239). Sovellan myöhemmin strukturaatioteorian keskeisiä periaatteita myös kulttuurifestivaalien aluetaloudellisten merkitysten tulkintoihin. Giddensin näkemykset rakenteen ja toimijan vuorovaikutuksesta tuovat konventionaalisten vaikuttavuustutkimusten rinnalle sosiaalisen välittyneisyyden ja prosessuaalisuuden näkökulmat.

Kulttuurisen käänteen myötä talusmaantiede on tullut kriittisen uudelleenarvioinnin kohteeksi. Joidenkin tulkintojen mukaan kyseessä on ollut koko tutkimussuuntausta koskenut identiteettikriisi. Talusmaantieteen läpikulttuuristumista kuvaa osuvasti Crangin (1997, 3) toteamus: *”suddenly culture and the cultural*

are absolutely everywhere”. Samalla hän (emt., 4) on provokatiivisesti kysynyt, mikä on enää ”taloudellista enkulturoituneessa talusmaantieteessä”. Hänen mukaan talusmaantiede on tullut tilanteeseen, jossa se on joutunut ”rekonstituimaan” itsensä ihmistieteiden yleisen kulttuurisen käänteen vuoksi.

Lukuisat maantieteilijät ja aluetieteilijät ovat rakentaneet kulttuurisen käänteen myötä teorioita, joissa talus, alue ja kulttuuri kietoutuvat moniulotteisesti toisiinsa. Samalla he ovat kritisoineet perinteisiä käsitteellisiä dualismeja. Esimerkiksi Jackson (2002) on pyrkinyt haastamaan dikotomisen ajattelumallin, jossa kulutus ja tuotanto, paikallinen ja globaali sekä kulttuuri ja talus on nähty toisiinsa nähden erillisinä talouselämän sfääreinä ja korostanut niiden molemminpuolista konstituoitumista ja fundamentaalista erottamattomuutta (*fundamental inseparability*). Tämä ilmenee konkreettisesti Jacksonin mukaan muun muassa mainos- ja muotiteollisuuden kielessä ja representaatiossa. Jacksonin (2002) mukaan markkinoiden rationaaliseen toimintaan sisältyy väistämättä myös kulttuurisesti välittyneitä prosesseja (ks. myös Pratt 1997; Simonsen 2001).

Kulttuurinen käänne on merkinnyt eräänlaista talusanalyysien ”pehmentymistä” ja aivan uudenlaisten tutkimusotteiden soveltamista, millä on ollut perustavanlaatuisia vaikutuksia aluetieteen ja maantieteen kehitykseen. Miksi kulttuurinen käänne on tapahtunut? Kyse on nähdäkseni paitsi eri tieteenalojen piirissä tapahtuneesta teoreettis-metodologisesta muutoksesta myös laajemmasta yhteiskunnan, kulttuurin ja politiikan murroksista. Kulttuurin ja talouden välisten raja-aitojen murtuminen on liittynyt muun muassa arkielämän ja koko yhteiskunnan esteti-soitumiseen sekä symbolien kulutuksen kasvuun, minkä jokainen kulkija voi havaita kaupunkien katukuvassa, ostoskeskuksissa, lentoasemilla, mainonnassa, ruumiin kulttuurissa ja niin edelleen. Tällä kaikella on ollut merkittäviä yhtymäkohtia postmodernismista ja yhteiskuntien kulturalisoitumisesta (*culturalization*) käytyihin keskusteluihin. (Ray & Sayer 1999, 2–3.)

Yhteiskuntien kulturalisoituminen on heijastunut Sayerin (1994; Ray & Sayer 1999, 1) mukaan esimerkiksi siihen, että radikaalimaantieteen kutsutun suuntauksen tutkimusintressit alkoivat painottua kapitalismin logiikan analyysin sijaan yhä enemmän modernismin ja postmodernismin suhteen tarkasteluun. Postmodernin käsite havaittiin itsessään läpeensä kulttuuriseksi (esim. O'Connor & Wynne 1996a, 2) samalla kun huomattiin, että radikaalimaantiede tai poliittinen taloustiede oli rajoittunut kapeasti materiaalien tuotantonehtojen analysointiin (Duncan & Ley 1997; Ray & Sayer 1999, 1).

Sayerin (1994; 1997, 24) ajattelua edelleen väljästi tulkiten kulttuurin ja talouden yhteen kietomisen tarve kytkeytyi laajoihin yhteiskunnallisiin muutoksiin; fragmentoituvaan kulttuuriin, kulttuuristen merkitysten tuotteistamiseen sekä erojen tekemisen tarpeen korostumiseen ja identiteettien uudelleen kokoamiseen, jotka muodostuivat yhä keskeisemmiksi kulttuurin ja talouden suhdetta määrittäviksi yhteiskunnallisiksi ilmiöiksi. Nämä kehityspiirteet kytkeytyvät Sayerin (emt.) mukaan luontevasti yhteen myös liberalistisen ajattelun yleistymisen kanssa.

Kaikien kaikkiaan kulttuurisen käänteen myötä kulttuuria ja talouselämää yhteenliittävinä tutkimusaloina yleistyivät muun muassa kulutuksen ja identiteettien suhteiden tarkastelut. Samanaikaisesti kiinnostus poliittista taloustiedettä kohtaan vähentyi. Esimerkiksi kaupunkitutkimuksessa huomio kiinnittyi yhä enemmän institutionaalisten kehitysprosessien tulkintoihin ja vastaavasti vähemmän talousjärjestelmien ja talouden sisäisten lainalaisuuksien perusnäkökulmiin. Mitä on tapahtunut? Sayer (1997, 16) kysyy, ovatko kaupungit nykyisin vähemmän riippuvaisia pääomien ja tuotantoprosessien kiertokuluista kuin aiemmin? Onko kulttuuri alkanut hallita taloutta? Sayerin (1997) mukaan kulttuurisesta käänteestä huolimatta myös taloudelliset voimat ohjaavat edelleen elämää eikä taloudellisia analyysejä voida sivuuttaa. Kyse ei kuitenkaan ole dikotomisesta joko/tai -asetelmasta, vaan erilaisista toimintalogiikoista ja arvolähtökohdista. Kulttuuri ja talous eivät edelleenkään ole käsitteinä

synonyymejä. Niiden välillä on yhä merkittäviä eroja, joita on tärkeä ymmärtää sekä poliittisista että teoreettisista syistä johtuen (Ray & Sayer 1999, 4–7). Yhtä olennaista on kuitenkin ymmärtää ja analysoida kulttuuristen ja taloudellisten prosessien vuoropuhelua, mikä mahdollistaa aluetalouden kehitysprosessien kokonaisvaltaisen tulkinnan.

Talouden ja kulttuurin hybridinen suhde

Kulttuurisen käänteän mukanaan tuomat lähestymistavat ovat sitoneet kulttuurin, talouden ja alueiden kehityksen yhä moniulotteisemmin toisiinsa. Monissa viime vuosina suoritetuissa tutkimuksissa talouden ja kulttuurin dynaamisen vuorovaikutuksen näkökulma on rinnastettu kulturalisaation teesiin (*culturalisation thesis*) sekä talouden kulttuuristumista koskeviin argumentteihin, joiden mukaan symbolien tuotanto ja kulutuksen kiertokulku kietoutuvat aluetalouden kehitysprosesseissa toisiinsa. Konkreettisina tutkimuskohteina ovat olleet muun muassa ihmisten kulutustottumusten, tyylien ja tuotteiden esteettisten ominaisuuksien sekä aluetalouksien kehityksen väliset suhteet. Esimerkiksi Uusitalon (1999, 135) mukaan talouden kulttuuristuminen on merkinnyt erityisesti tuotannon ja palveluiden estetisöitymistä, koska tuotteisiin on liitetty yhä enemmän symbolisia merkityksiä (myös Lee 1997; Ley & Duncan 1997; Shields 1999).

Talouselämän kulttuuristumista koskevan keskustelun eräänä keskeisenä käynnistäjänä ja innoittajana on pidetty Scott Lashin ja John Urryn teosta *Economies of Signs and Space*, jossa he ovat korostaneet kulttuurin ja talouselämän molemmisuuntaista vuorovaikutusta (Crang 1997; Peet 2000; Simonsen 2001.). Talouden kulttuuristumisen (*culturalization of economy*) ohella alueiden kehityksestä voidaan tunnistaa prosesseja, joita leimaa kulttuurin ekonomisoituminen tai arkikielellä ilmaistuna kulttuurin kaupallistuminen (*economization of culture*) (myös Sayer 1997, 1999; Uusitalo 1999; Throsby 1999a, 2004; Jackson 2002, 4; Ellmeier 2003). Toisin sanoen, talouselämä on yhä

enemmän kulttuurin muovaamaa (*inflected*), ja vastaavasti merkitysvälitteinen kulttuuri saa yhä enemmän sisältöjä taloudellisten markkinamekanismien kautta. Talouden kulttuuristuminen on tullut esille esimerkiksi design-tuotteiden ja -palveluiden merkkiytymisen, brandien rakentumisen ja estetisoitumisen yhteydessä. Samalla tuotteiden symbolinen kerrostuma on alkanut määrittää niiden taloudellista arvoa. Symbolit ja merkit ovat ammentaneet sisältöä kulttuurista. Kulttuurin ekonomisoituminen on puolestaan merkinnyt kulttuuritoimintojen kaupallistumista tai viihteellistymistä, niiden taloudellisten hyötyarvojen korostumista, mikä on tullut esille esimerkiksi monien kulttuuri- ja taidetapahtumien ohjelmistoissa.³³ Näihin kysymyksiin palaan yksityiskohtaisemmin luvussa 9.

Mainittujen kehityskulkujen johdosta kulttuurisektorin ja talouselämän rajat ovat tulleet yhä epäselvemmiksi ja häilyvämmiksi. Kulttuurin ja talouden sfäärien yhteensulautuminen ilmenee käytännössä monin eri tavoin. Tutkimuksissa on nostettu esille muun muassa seuraavia kehityspiirteitä (esim. Uusitalo 1999, 132–134; Koivunen 1999; Throsby 1999a):

- Julkisen tuen piirissä toimivat kulttuuriorganisaatiot (museot, teatterit, ooppera, kulttuuritapahtumat jne.) ovat joutuneet laajentamaan rahoituspohjaansa ja tukeutuneet entistä enemmän yritysrahoitukseen.
- Kulttuurialojen yritykset ovat kytkeytyneet kansainväliseen viihdeteollisuuteen.
- Aluepoliittiset kulttuurihankkeet saavat rahoitusta yhä enemmän elinkeinopoliittisin perustein.
- Kulttuuritoiminnot nähdään taloudellisina tuotannonaloina ja taloudellisen kasvun lähteinä.
- Taloudellinen tuotanto estetisoituu symbolitalouden kasvaessa, ja merkkiarvot korostuvat tuotteiden taloudellisten arvojen määrittäjinä.
- Alueiden kulttuuri-imagojen merkitys alueiden kilpailukyvyyn osa-alueena kasvaa.

³³ Ajatus ei ole uusi yhteiskuntatieteellisellä tutkimuskentällä, sillä kulttuurin ekonomisoitumista ovat aikojen kuluessa eri näkökulmia painottaen tarkastelleet sellaiset kulttitutkijat, kuten Weber, Marx, Adorno, Habermas ja Smith (Sayer 1999, 53).

Kulttuurin ja talouden yhteensulautumista on viime vuosina jäsennetty ja kuvattu myös aiemmin mainitun kulttuurin talouden käsitteen näkökulmista (Du Gay 1997; Scott 1997, 2000a ja 2000b; Gibson ym. 2002). Kulttuurin talouden idea perustuu Richardsin (2000, 165) mukaan kolmeen yhteiskunnalliseen muutosprosessiin; jälkitekollisen kulutusyhteiskunnan kasvuun, taloudellista kehitystä ohjaavan politiikan muutoksiin sekä regionalismin voimistumiseen globaalina ilmiönä. Jälkitekollisessa yhteiskunnassa kulutus kohdistuu yhä enemmän symbolisiin, kulttuuripitoisiin tuotteisiin ja palveluihin.³⁴ Myös yrittäjyyttä ja symbolitaloutta suosiva kehittämisspolitiikka on tukenut kaupunkien kulttuurivetoisia uudistamisprosesseja (esim. kaupunkien imagoa kohentavien lippulaivaprojektien yhteydessä). Samalla kulttuurin taloudeksi kutsuttu yhteiskunnallinen megakertomus on muodostumassa keskeiseksi yhteiskuntien ja aluetalouksien toimintalogiikkaa – palvelurakennetta, elämäntapoja ja kilpailukykyä – ohjaavaksi voimaksi.

Kyse on merkittävästä yhteiskunnallisesta muutoksesta. Hallin (2000, 640) mukaan jälkitekolliset yhteiskunnat ja kaupungit ovat siirtyneet teollisesta taloudesta informaatiotalouteen ja informaatiotaloudesta edelleen kulttuurin talouden vaiheeseen. Tämä näkyy muun muassa viihdeteollisuuden tuotannossa ja jakelukanavissa, joissa kulttuurisista sisällöistä on tullut maailman-

³⁴ Termi jälkitekollinen on tässä yhteydessä – kuten koko tutkimuksen läpileikkaavana käsitteenä – pikemminkin heuristinen kuin analyyttinen kategoria. Se kuvastaa yleistä yhteiskunnan tuotantorakenteiden, kulutustottumusten, arvojen, tyylien ja elämäntapojen muutoksen kokonaisuutta, joka on nostanut esimerkiksi kulttuurisektorin alueellisen kehittämistyön ytimeen. Vaikka ajatus jälkitekollisesta yhteiskunnasta on ajankohtainen, juontaa käsitteen juuret 1960-luvulle Daniel Bellin tutkimuksiin kaupunkien deindustrialisoitumisesta ja tuotannon palveluvaltaistumisesta. Jo silloin havaittiin ensimmäisiä merkkejä kulttuurin talouden vaikutusvallan kasvusta fyysisen ja perinteiseen teolliseen tuotantajärjestelmään nähden. (Mole 1996, 18.)

Jälkitekollisen kaupungin käsitettä on kuitenkin kritisoitu deskriptiiviseksi, mikä ei sellaisenaan kerro mitään tuotannollisen toiminnan organisoitumisesta tai uusien tuotantomuotojen kasvun ja kehityksen syy-seuraus-suhteista. Kriitikin mukaan käsite on ollut ainoastaan taloudellisia muutoksia kuvaava kokonaisuus, joka ei huomioi ajassa ja tilassa muotoutuvien taloudellisten prosessien sosiaalista välittyneisyyttä, valta-aspektia ja kiistanalaisuutta (Mole 1996, 19). Tässä tutkimuksessa jälkitekollisen käsite toimii sateenvarjoterminä alueiden taloudellisten ja kulttuuristen prosessien yhteenkietoutuneisuuden tarkastelussa.

laajuista bisnestä (Du Gay 1997; Scott 1997; Gibson ym. 2002).

Metodologisesti kulttuurin talouden käsitteen taustalla on paitsi ajatus kulttuurin ja talouden kahtiajaon purkamisesta myös olettaus siitä, että myöhäismoderneissa yhteiskunnissa ”talouden” ja ”kulttuurin” sfäärit ovat muuttuneet peruuttamattomasti hybridisiksi kategorioiksi (*’hybrid’ categories*); taloudellisiksi ajattelemamme käytännöt ja prosessit ovat keskeisiltä osiltaan myös kulttuurisia ilmiöitä ja päinvastoin (Du Gay 1997, 2–5). Viitataan hybridisyyden käsitteellä kulttuuristen ja taloudellisten prosessien keskinäiseen sekoittumiseen ja niiden välisen suhteen epäselvään luonteeseen; ambivalentteihin ja pluralistisiin piirteisiin sekä essentialismin kritiikkiin kulttuurin ja talouden suhdetta koskevien kausaalivoimien tarkastelussa (Mitchell 1997). Kaupunkien ja alueiden kehittämistyössä kulttuurin ja talouden suhde voidaan nähdä kompleksisena ja moniaineksisena prosessina, jonka välityksellä paitsi luodaan talouselämälle uusia toimintamahdollisuuksia myös vahvistetaan alueiden kulttuurista diversiteettiä ja elinvoimaisuutta (Montgomery 1995).

Miten tämä kaikki kytkeytyy kulttuuritapahtumien alue-taloudellisiin merkityksiin? Talousvaikutuksia tarkastelevien tutkimusten metodologisena haasteena on paitsi tapahtumapaikkakunnilla käytettyjen rahamäärien arvioiminen myös talouden kulttuuristumisen prosessien tunnistaminen. Alueen ja paikallisen elinkeinoelämän markkinoinnin yhteydessä tulisi pyrkiä tunnistamaan esimerkiksi alueen vetovoimaan ja imagoon liittyviä kulttuurisia piirteitä, joilla on yhteys paikkakunnalla järjestettävään kulttuuritapahtumaan.

Kulttuurin, talouden ja aluekehityksen moniulotteisen yhteyden tutkiminen edellyttää uudenlaisten synteettisten käsitteiden käyttöä. Tässä tutkimuksessa symbolitalouden ja kulttuuri-toiminnan juurtumisen käsitteet ovat juuri tässä roolissa; ne toimivat ikään kuin talouden ja kulttuurin häilyvän rajapinnan kuvaajina. Myös Richard Peet (1997; 2000) on esittänyt, että kulttuuristen ja taloudellisten sfäärien yhteen liittämiseksi tarvitaan ”välittäviä käsitteitä” (*intermediate concepts*). Peetin teori-

assa käsitteellinen synteesi rakentuu imaginaarisuuden, symbolien ja rationaalisuuden ympärille. Olennaista on se, että taloudelliset rationaliteetit (esimerkiksi kulutustottumukset) ovat kulttuurisesti luotuja. Tuotannon ja talouselämän sosiaaliset muodot ja ilmentymät ovat siksi hänen mukaansa sosiaalisia konstruktioita, ”kuvitteellisia talouksia” (*imaginary economies*). Kulttuurisesti välittyneellä kuvitteellisuudella on Peetin (1997, 38) mukaan keskeinen rooli myös rationaaliselta näyttävän taloudellisen toiminnan syiden ja motiivien tunnistamisen kannalta.

Kuvitteellinen talous ja tuotantojärjestelmä koostuvat symbolisesta merkityksenannosta ja symbolisesta vallankäytöstä (Peet 2000).³⁵ Talouselämä ei näin ollen ole ainoastaan materiaallinen entiteetti. Yhteiskunnissa ei ole olemassa eristettyä ja puhdasta taloudellisten suhteiden järjestelmää, joka elää omassa todellisuudessaan, ekonolandissa (*Econoland*) (Granovetter 1985; Peet 1997, 45). Talous on ennen kaikkea kulttuurisen tuotannon, diskurssien, symbolisen ja imaginaarisen todellisuuden läpäisemä kokonaisuus, toimintatapa, jonka kautta sosiaalinen järjestys muovautuu. Kulttuurisen ja materiaalisen tuotannon yhtymäkohta löytyy tällöin merkityksenannon ja subjektiivisuuden ulottuvuuksien kautta. Siksi tutkijan tulisi Peetin (2000, 1221–1222) mukaan kysyä: kuinka symboliset merkitykset konstruoivat taloudellisten toimijoiden subjektiivisuutta? Kulttuurisesti luotuihin symbolisiin merkityksiin ja muotoihin sisältyy erilaisia koodeja, symboli- ja kielijärjestelmiä (verbaalisia, ei-verbaalisia, visuaalisia) ja niiden ilmaisevia diskursiivisia muotoja (Fornäs 1998, 189–190). Vastaavalla tavalla käsitykset kulttuuritapahtumien taloudellisesta arvosta määrittyvät paitsi objektiivisena tosiasiana myös kulttuurisesti tuotettuina konstruktioina. Tapahtumien taloudellinen arvo on tässä mielessä yhtä lailla sekä kuvitteellinen että objektiivinen ilmiö.

³⁵ Symbolinen kommunikaatio muodostaa samalla myös kulttuurin ytimen; ts. symboliset merkitykset rakentuvat kulttuurisen vuorovaikutuksen kautta (Fornäs 1998, 167).

Kulttuurin merkitysvälittely ja uusi aluetiede

Kulttuurisella käännteellä on ollut tutkimusten lähestymistapojen avartumisen kannalta monia positiivisia vaikutuksia (ks. Vuolteenaho 2002, 248). Käsillä olevan tutkimuksen metodologisten valintojen kannalta kulttuurisessa käännteessä on ollut erityisen huomionarvoista se, että sen seurauksena kulttuurin ja talouden diskursiiviseen, konstruktivistiseen ja tulkinnalliseen luonteeseen on suhtauduttu yhä vakavammin.

Kulttuurinen käänne on heijastunut monella tavalla maantieteen ja aluetieteen metodologioihin, lähestymistapoihin sekä kulttuurin ja talouden suhteen uudelleen määrittelyyn. Kehitystä on leimannut näkökulmien moninaisuus ja pirstaleisuus (Vuolteenaho 2002). Käsillä olevan tutkimuksen kannalta on kiintoisaa tarkastella kahta talousmaantieteeseen heijastunutta perussuuntausta; (1) uutta institutionaalista aluetiedettä sekä (2) kulttuurin merkitysvälittelyä korostavaa antropologista lähestymistapaa (Crang 1997; Peet 2000; Simonsen 2001). Molemmilla näkökulmilla on yhtymäkohtia tässä tutkimuksessa käytettäviin käsitteisiin ja lähestymistapoihin.

Kulttuurisen käänteen myötä syntynyt institutionaalinen aluetiede on tarkastellut nimensä mukaisesti instituutioiden ja organisaatioiden kompleksisia kehityspolkuja, joilla on nähty olevan yhteys aluetalouksien toimintakykyyn. Alueilla toimivien organisaatioiden kehityksen mekanismit on liitetty paitsi talouselämän lainalaisuuksiin myös alueiden kulttuuriseen ja sosiaaliseen todellisuuteen. Kulttuurin käsite on tällöin viitannut erityisesti arvojen, asenteiden ja toimintatapojen välityksellä muotoutuneeseen toimintakulttuuriin, ei niinkään kulttuurin tuotannon materiaaliin ilmentymiin tai kulttuurin talouteen. Tutkimuskohteina ovat olleet esimerkiksi alueiden kehittäjäverkostojen toimivuus, innovatiivisten toimintaympäristöjen kehitys, yritysten ja paikallisten instituutioiden kollektiiviset oppimisprosessit tai yritystoiminnan klusteroituminen. Kulttuuristen ja sosiaalisten prosessien on tällöin katsottu heijastuvan alueella toimivien instituutioiden ja organisaatioiden kehitykseen. Tästä syystä muun

muassa sosiaalisen pääoman ja oppivan alueen käsitteet ovat vaikiintuneet keskeisiksi talousmaantieteellisten teorioiden lähtökohdiksi.

Institutionaalisen lähestymistavan juuret ulottuvat marxilaiseen poliittiseen taloustieteeseen. Sittemmin uutena alueellistumisen (*new regionalism, new regional science*) aaltona tunnetuksi tullut suuntaus on liittänyt kulttuurisen näkökulman uudella tavalla aluetalouden kehityksen tarkasteluun. Analyysieihin on sisällytetty paitsi taloudellisen toiminnan rakenteellisia kuvauksia myös tulkinnallisempia ja prosessuaalisempia ulottuvuuksia, mikä on ikään kuin pakottanut talousmaantieteilijöitä laajentamaan teoreettisia ja käsitteellisiä perspektiivejä esimerkiksi taloussociologian suuntaan. Osin tästä johtuen talousmaantieteellisissä ja aluetieteellisissä tutkimuksissa on muodostunut yhä yleisemmäksi näkemys, jonka mukaan nimenomaan ei-taloudelliset tekijät ovat aluetalouden kehityksen (esimerkiksi innovatiivisen toimintaympäristön) kannalta ratkaisevia elementtejä. Samalla monissa tutkimuksissa on ryhdytty puhumaan eri toimintojen dynamiikasta; tiedonkulun dynamiikasta, verkostojen dynamiikasta, aluekehityksen dynamiikasta ja niin edelleen. Nähdäkseni juuri dynaamisuudella on haluttu kuvata ilmiöiden prosessuaalista – siis kulttuurisesti ja sosiaalisesti välittyntä – luonnetta. Dynaamisuus on ilmentänyt jatkuvaa liikettä, vuorovaikutteisuutta – käymistilassa olevaa prosessia. (esim. Cooke & Uranga & Etxebarria 1998; Amin 1999; Amin & Thrift 1999; Peet 2000; Simonsen 2001; Brons & Pellenbarg 2003.)

Miten institutionaalisen aluetieteen lähestymistavat voidaan liittää kulttuuritapahtumien aluetaloudellisten merkitysten tarkasteluun? Tutkimuksen loppuosassa (luvussa 11) pohdin sitä, miten kulttuuritapahtumat heijastuvat tapahtumapaikkakuntien institutionaaliseen tiheyteen ja kulttuuritoimintojen alueelliseen keskittymiseen. Toisin sanoen tarkastelen sitä, missä määrin festivaalit ovat juurruttaneet paikallisten diskurssien valossa alueille uusia organisaatioita sekä vahvistaneet kulttuurisesti luovaa ilmapiiriä. Nähdäkseni molemmilla näkökulmilla on mittaama-

ton yhteys alueiden taloudelliseen kehitykseen sekä kulttuuriin ja sosiaaliseen toimintaan. Uudet organisaatiot vahvistavat esimerkiksi kuntien osaamisen perustaa, mikä voi pitkällä aikavälillä heijastua alueen yritystoimintaan. Luova kulttuuri-ilma-
piiri kytkeytyy puolestaan paikalliseen kehittämistahtoon sekä toimintakulttuuriin ja toimii täten ikään kuin kehityksen liik-
keelle panevana voimana.

Talousmaantieteen kulttuuriselle käännteelle on ollut leimal-
lista myös kulttuurin merkitysvälitteisyyden korostaminen. Täl-
löin talousmaantiede on ammentanut sisältöä muun muassa ant-
ropologian ja kulttuurintutkimuksen metodologisista lähtökoh-
dista.³⁶ Näissä tapauksissa lähestymistavoilla on ollut yhteys eri-
tyisesti E. P. Thompsonin ja Raymond Williamsin kulttuurista
materialismia edustaneisiin teorioihin. Niiden valossa ”kulttuu-
rinen” on jotakin sellaista, joka tuottaa arkielämässä vaikuttavaa
tietoisuutta, tulkintoja ja kulttuurisia konstruktioita. Näkökul-
ma painottuu kulttuuriseen merkityksenantoon, jonka yhtey-
dessä tutkimuksissa on usein viitattu Williamsin tunnettuun
kulttuurin määritelmään. Williams on nähnyt kulttuurin en-
nen muuta geneerisenä (*generic*) ihmiselämään kuuluvana
peruspiirteenä, joka tuo elämään merkitysisältöjä (Crang 1997).
Talousmaantieteen kulttuurinen käänne on merkinnyt erityisesti
sitä, että ihmisen toimintaa ohjaaviin merkityksiin ja arvoihin
on suhtauduttu – myös aluetaloudellisissa analyyseissä – vaka-
vasti (emt.). Tämän vuoksi pureudun tässä tutkimuksessa ni-
menomaan kulttuuritapahtumien aluetaloudellisiin merkityksiin
enkä vaikutuksiin. Merkitykset konkretisoituvat arvoina, joita
puolestaan ilmentävät paikalliset tapahtumadiskurssit. Tutkimuk-

³⁶ Kulttuurintutkimuksen työntyminen maantieteeseen on sellaisenaan aivan uusi asia, kuten Paasi (1991, 5–8) on muistuttanut. Hänen mukaansa maantieteellä ja kulttuurintutkimuksella on ollut aikojen kuluessa paljon yhteistä, mistä esimerkkinä hän mainitsee amerikkalaisen kulttuuri- ja antropologian historiallisen vuoropuhelun. Tästä huolimatta myös Paasi (1991) näki 1990-luvun vaihteessa kulttuurisen merkityksenannon näkökulman sisällyttämisen maantieteelliseen keskusteluyhteyteen uutena murrosvaiheena, sillä mainitusta historiallisesta taustasta huolimatta maantieteilijät eivät olleet valtavirran näkökulmasta aiemmin juurikaan pohtineet merkitysvälitteisyyden problematiikkaa.

sen empiirisinä analyysiyksikköinä ovat toimijoiden arvot ja diskurssit, joista käsin tulkitseen kulttuuritapahtumien alue-
taloudellista *merkittävyyttä*.

Merkitysvälitteisyyttä korostava kulttuuri ja kulttuurin ta-
lous muodostavat tässä tutkimuksessa yhdessä kulttuurin käsit-
teen määrittelyn lähtökohdan. Molemmilla on oma roolinsa ja
paikkansa tutkimuksen käsitteistössä. Seuraavaksi täsmennän
kulttuurin käsitteen määrittelyä tältä osin.

Kulttuurin käsite

Kulttuurin käsitteelle latautuu tässä tutkimuksessa kaksoismerkitys. Toisaalta näen kulttuurin merkitysvälitteisenä, diskursseja ja arvoja luovana voimana, subjektiivisena tulkintana. Toisaalta rinnastan kulttuurin tuotteeksi tai materiaalisen todellisuuden objektiiviseksi ilmentymäksi, mitä esimerkiksi kulttuurifestivaalin käsite ilmentää. Onkin syytä erottaa nämä näkökulmat selväpiirteisesti toisistaan. Merkitysvälitteisyyden näkökulma viittaa tutkimuksen metodologiseen lähtökohtaan ja vastaavasti kulttuurin tuote tai festivaali tutkimuksen empiiriseen rajaukseen.

Merkitysvälitteisyys rinnastuu ontologiseen keskusteluun siitä, mitä kulttuuri on. Mihin aineelliseen ja aineettomaan todellisuuteen ”kulttuurinen” tällöin kiinnittyy? Lähtökohtana voidaan pitää Raymond Williamsin (1976, 76) klassista toteamusta, jonka mukaan kulttuuri (*culture*, lat. *colere*) on yksi englannin kielien monimutkaisimmista sanoista. Monimerkityksellisenä ja poikkeittieteellisenä käsitteenä kulttuuria onkin käytetty ja määriteltä, mitä erilaisimmissa yhteyksissä ja lukemattomilla eri tavoilla. Tutkimusten yhteydessä sitä ovat soveltaneet esimerkiksi kansantieteilijät, antropologit, historioitsijat, sosiologit, maantieteilijät, aluetieteilijät, kielitieteilijät sekä kirjallisuuden, taitteen ja runouden tutkijat. Luonnollisesti eri tieteenalojen piirissä kulttuuri on rajautunut eri tavoin, ja kulttuurin käsitteestä on tehty satoja määritelmiä. Kaikkia määritelmiä yhdistävinä piirteinä on pidetty kollektiivisuutta ja yhteisöllisyyttä (Kupiai-

nen & Sevänen 1994, 7). Kaikille formaaleille määritelmille on ollut yhteistä näkemys siitä, että kulttuuri sisältää jotakin sellaista, mikä on opittua ja joka siirtyy symbolien välityksellä (Allardt 1987, 78). Kulttuuri on siis jotakin yhteistä, jaettua ja opittua – meidän tai heidän kulttuuria.

Alun perin maanviljelyä ja puutarhanhoitoa tarkoittanut kulttuurin käsite on vuosien saatossa imaissut vähitellen sisäänsä koko inhimillisen elämän kirjon erilaisine merkitysrakenteineen ja symboleineen (Williams 1981, 10). Maanviljelyn sijaan kulttuuri on myöhemmin rinnastettu laaja-alaisemmin hengen viljelyyn. Muutosprosessia kuvaa myös suomalaisen sivistysanakirjan (1993, 365) neliportainen kulttuurin määritelmä, joka koostuu seuraavista elementeistä:

- luonnollisen ympäristön, maan, kasvien, eläinten ym. hoitaminen ja jalostaminen ihmisen perustarpeiden tyydyttämiseksi
- ihmisen toiminta ja sen tuotteet tekniikassa, tieteessä, taiteessa tai uskonnossa
- ihmishengen jalostaminen
- jonkin kansan tai kansojen ryhmän suoritusten kokonaisuus.

Kulttuuria on kuvattu myös erilaisiin elinympäristöihin sopeutukseksi, millä on luonteva yhteys käsitteen alkuperäiseen käyttötarkoitukseen, maanviljelyyn. Sopeutuminen historian muovamiin olosuhteisiin on heijastunut ihmisyyhteisöjen kulttuurisiin rakenteisiin; toimeentulon hankkimisen tapoihin, tekniikan kehitykseen, sosiaaliseen vuorovaikutukseen sekä maailmankatsomukseen. Sarmelan (1994, 14) mukaan kulttuuri on tästä syystä ollut ennen kaikkea ihmisten sosiaalistamisen väline, jonka avulla yksilöt sopeutetaan, enkulturoidaan, osaksi yhteiskuntaa. Enkulturoituminen liittyy paitsi fyysisten elinehtojen kehittymiseen myös symbolisten koodien välityksellä muotoutuvan kulttuurin rakentumiseen, joka luo olemassaolollaan yhteiskuntiin sosiaalista järjestystä. Kulttuuri merkitsee tällöin yhteisöllisesti jaettujen sosiaalisten erottelujen ja vivahteiden tunnistamista, kielletyn ja sallitun rajojen asettamista tai normatiivisten toimintaja ajattelumallien luomista. Järjestyksessä oleva maailma – kult-

tuuri – muodostaa lohdullisen ja ennustettavan ympäristön, kompassin, jonka avulla yksilöt ja yhteisöt suunnistavat maailmassa ja tekevät valintoja (Bauman 1997, 177–199). Valinnat edellyttävät kulttuurisia arvoja, ja siksi kulttuuri voidaan viime kädessä ymmärtää asioiden, esineiden ja ilmiöiden arvottamiseksi.

Enkulturoitumisen näkökulma liittyy väljästi ajatellen laajaan ja lähes kaiken kattavaan antropologiseen kulttuurikäsitteeseen. Esimerkiksi maantieteen piirissä kulttuurin määrittelyssä on ollut tyypillistä tukeutua juuri antropologiaan ja jo mainitun Raymond Williamsin kulttuurikonseptiin. Tällöin kulttuuria on tarkasteltu ensisijaisesti merkitys- ja symbolijärjestelmänä (Paasi 1991, 6). Kulttuurin käsitteeseen on sisällytetty kaikki ne tavat, tottumukset, arvot ja ideologiat, jotka auttavat yksilöä sopeutumaan yhteiskuntaan ja sen toimintaperiaatteisiin. Samalla kulttuurin on katsottu koostuvan merkityksistä, joiden avulla ihmiset asemoivat itsensä sosiaaliseen todellisuuteen (esim. Crang 1997). Tutkimusten kohteeksi ovat tällöin asettuneet esimerkiksi identiteettien muodostumisen sekä merkityksenannon prosessit erilaisissa asia-yhteyksissään.

Kuvatun perusteella kulttuurin käsite voidaan määritellä kontekstuaaliseksi ja merkitysvälitteiseksi käyttäytymisen koodiksi ja toimintakäytännöksi, kuten Crang (1997) on Friedmania (1994) siteeraten todennut:

Culture is (and our maps of meaning are) not something out there we seek to grasp, a text or hidden code. It is (they are) a relatively instable product of the practice of meaning, of multiple and socially situated acts of attribution.

Kulttuuri ilmenee ja syntyy sosiaalisissa vuorovaikutussuhteissa, joiden sisältöjä ja dynamiikkaa ohjaavat merkityksenannon prosessit, symbolit ja representaatiot. Nämä tekijät muovaavat ja ohjaavat yksilöiden, ryhmien ja yhteisöjen sosiaalista käyttäytymistä ja identiteettien rakentumista, jotka sisältävät normatiivisia, esteettisiä ja moraalis-poliittisia periaatteita. Samalla kulttuuriset merkitykset ovat yhteisöjen ja ryhmien jakamia (ja siksi myös kiistanalaisia) ja konstruoimia. Toisin sanoen kulttuuriset

merkitystodellisuudet ovat aina immanentisti dialogisia (*the realm of meaning is at least immanently dialogical*). (Sayer 1997, 17.)

Kulttuurin käsite on analyttisesti vaikeaselkoinen, mikäli määrittelyn lähtökohtana on laaja merkitysvälitteisyyden näkökulma tai Williamsin (1958) antropologinen näkemys kulttuurin monimerkityksellisyydestä (*'culture' is formidably polysemic*) (Ray & Sayer 1999, 4–5). Kulttuuri viittaa tällöin koko elämäntapaan. Sen sisällöistä on kuitenkin vaikea saada analyttistä otetta, jos se mielletään osaksi kaikkea toimintaamme.

Laajimmillaan ajateltuna ”kulttuuri on kaikkialla” (Ilmonen 1998, 23). Olemalla ihmisiä tuotamme kulttuuria:

Kulttuuri on läsnä kaikkialla inhimillisessä elämässä ja yhteiskunnassa. Olemme ihmisiä sen kautta, että ymmärrämme ja tulkitsemme havaitsemaamme eli tuotamme symboleja, joissa jokin edustaa jotain muuta. Symbolien avulla voimme ajatella sitä, mikä ei ole käsiillä, ja näin pohtia menneitä ja suunnitella tulevaa, tarkastella toisia ja spekuloida tuntemattomalla. Muovaamalla yhdessä tällaisia symbolisia malleja me rakennamme maailman ja tuotamme itsellemme paikan siinä. (Fornäs 1998, 11.)

Laajimmillaan ymmärrettynä kulttuuri on jotakin sellaista, joka on ihmisen ilmaisemaa, tekemää tai ajattelemaa. Ihminen tuottaa olemassaolollaan kulttuuria. Kulttuuristen symbolien ja merkien avulla kohotamme esimerkiksi osaamisemme tasoa eri toiminnoissa. Mikäli kulttuurin käsite liitetään tällä tavoin kaikkeen ihmiselämän inhimilliseen toimintaan liittyvään symboliikkaan ja kollektiivisuuteen, karkaa se analyttisesti määritteli-jöiltään. Kulttuuri ikään kuin liukenee kaikessa monimerkityksellisyydessään epämääräiseen käsiteavaruuteen. Jos kulttuuri liitetään terminä mihin tahansa ihmisen aikaansaannokseen tai käytäytymismuotoon, niin samalla myös kulttuurin käsite menettää sisältöään ja informatiivisuuttaan.

Laaja-alainen kulttuurikäsite muistuttaa kulttuuriantropologiassa käytettyä relativistista näkökulmaa, jossa huomio kiinnittyy niiden koodien ja mentaalisten mallien rakentumiseen, joiden kautta kulttuuri avautuu yhteisölleen merkitykselliseksi, identiteettiä muovaavaksi voimavaraksi (totalistinen kulttuurikäsite)

liittyy puolestaan materiaaliseen todellisuuteen, ks. Söderholm 1994, 123). Kulttuurin merkitysvälitteisyys viittaa siihen, että kulttuurin tuotteet ja toiminnot eivät synny tyhjiössä. Merkitystulkinnosta rakentunut kulttuuri ja inhimillinen todellisuus on läpikotaisin sosiaalisesti konstruoitunut eli se on rakentunut tulkintasäännöistä, joiden nojalla ihmiset tekevät arkielämän valintoja ja arvottavat sitä (Alasuutari 1994). Merkitystulkinnat ”kuvaavat ja ennustavat sitä, kuinka panostamme energiaamme, intohimojamme ja jopa itseämme maailmaan. Ne ovat siis karttoja, jotka kertovat, kuinka voimme tuottaa energiaa, kuinka luotsata tiemme erilaisten tunnetilojen läpi, kuinka kantaa emotionaalista historiaa mukamme”. (Grossberg 1995, 155.)

Merkitysvälitteisyyden näkökulma implikoi Mitchellin (1995) painottamaa näkemystä, jonka mukaan kulttuuria ei ontologisessa (*culture itself*) mielessä ole lainkaan olemassa. Pikemminkin kyse on spesifissä historiallisessa kontekstissa syntyneestä kulttuurin ideasta, jonka kautta tai jonka välityksellä voimme selittää sosiaalisten erojen, normien tai valtasuhteiden muodostumista. Kulttuuri toimii ikään kuin sosiaalisena välitysmekanismina vailla absoluuttista sisältöä. Tässä mielessä kulttuuri on ”kaikki” tai kulttuuri vaikuttaa kaikkeen, vaikka käsite on sinänsä – merkitysvälitteisyyden näkökulmasta – ainoastaan käsitteellinen konstruktio ilman mitään superorgaanista (*superorganic*) olemusta (emt.). Tämä vastaa myös Williamsin (1981, 12–13) laaja-alaista kulttuurikonseptiota, koska hän on nähnyt kulttuurin ja kulttuuriset käytännöt itse itseänsä tuottavina merkityksenantojärjestelminä (*signifying system*). Kulttuuri viittaa tällöin enemmän tekemisen tai toiminnan laatuun kuin tekemiseen tai toimintaan itsessään, mikä ilmenee symbolisissa prosesseissa, joiden kautta merkityksiä konstruoidaan, merkityksiä koetaan tai merkityksistä kiistellään ja neuvotellaan.

Castree (2004) on laajentanut Mitchellin näkökulmaa talouden käsitteeseen. Hänen mukaansa myöskään ”talouden” käsitteellä ei ole ontologista perustaa. Tämä ei Castreen (2004, 209) mukaan merkitse sitä, että kulttuuri ja talous eivät kiinnittyisi konkreettisiin entiteetteihin tai artefakteihin, sosiaaliin käytän-

töihin tai suhteisiin. Päinvastoin, ne nimenomaan saavat sisältönsä sosiaalisissa käytännöissä ja aineellisessa todellisuudessa, mutta nuo sisällöt konstruoituvat diskursiivisissa vuorovaikutus-suhteissa. Siksi kulttuuria ja taloutta ei sellaisenaan ole olemassa, vaan ne ovat aina suhteessa siihen, miten niitä tulkitaan ja määritellään toimijoiden erilaisista positioista käsin erilaisissa konteksteissa. Kuvattu ajatuskulku johtaa helposti hahmottoman relativismin kasvuun; mistään konkreettisesta ei saa otetta, kaikki karkaa määrittelijältään. Siksi Castree (2004) on luonnehtinut Mitchellin (1995) kulttuurikäsitystä ideologiaksi, jolloin kulttuurin määrittely kietoutuu ensisijaisesti vallan ja hegemonian dynamiikkaan.

Merkitykselliset symbolit ja erojen tekemisen logiikka ovat Mitchellin (1995) ajattelussa vallankäytön välikappaleita. Ne ohjaavat yhteiskuntien toimintalogiikkaa ja talouselämää, mikä ilmenee kulttuuristen koodien ja vallankäyttäjien välisissä suhteissa (myös Paasi 1991, 3). Samalla paitsi talouselämästä myös elämäntavoista ja arjesta muodostuu vallankäytön ilmentymiä ja sellaisenaan sosiaalisen uusintamisen välineitä. Kulttuuri muodostuu Mitchellin (1995) ajattelussa elämäntapojen ja -tyylien oikeuttajaksi, erottautumisen välineeksi sekä arvovalintojen ja representaatioiden legitimoijaksi. Juuri arvojen legitimoinnin johdosta kulttuuriset merkitykset, representaatiot ja symbolit toimivat vallankäytön välineinä. Ajatuskulun perusteella kulttuurisesti välittyneet arvot ja merkitykset voidaan nähdä poliittisina, kiistanalaisina ja sopimuksellisina yhteiskuntaa rakentavina voimina.

Merkitysvälitteisyyden näkökulmassa tutkimuskohteeksi asetuvat toiminnan ja arvostusten tarkoituksellisuuden ja intentionaalisuuden elementit, jotka suuntaavat ja ohjaavat ihmisten arkielämän valintoja. Mitchellin (1995, 104) mukaan tarkastelelu kohteina voivat tällöin olla:

1. Ihmisten tai ihmisryhmien väliset erottautumisen mallit.
2. Prosessit, joiden kautta eroja konstruoidaan.
3. Erottautumista ilmentävät merkit ja symbolit.

4. Tavat ja keinot, joiden avulla näitä prosesseja, malleja ja merkkejä representoidaan.
5. Kyseisten aktiviteettien, merkkien, representaatioiden, prosessien, elämäntapojen ja tuotteiden hierarkkinen järjestäytyminen.

Merkitysvälitteisyyttä korostavissa talousmaantieteellisissä tutkimuksissa tarkastelun kohteeksi asettuu aineellisen ympäristön sijaan ei-aineellinen, näkymätön, todellisuus. Maantieteen kulttuurisen kääntein eräänä merkittävänä piirteenä onkin pidetty juuri aineettomien, ei-konkreettisten, ei-mitattavien tai ei-kartograafisesti osoitettavien tutkimuskohteiden esille nousua (Philo 2000, 30–31). Näkymättömyyden mysteeri on alkanut kiinnostaa aluetieteilijöitä yhä enemmän. Talouselämän dematerialisoinnin myötä maantieteilijöiden kiinnostuksen kohteiksi ovat tulleet immateriaaliset kulttuuriset prosessit ja intersubjektiiviset merkitysjärjestelmät (emt., 33).

Myös kulttuuritapahtumien tertiääristen merkitysten erittelyssä on kyse immateriaalisten ulottuvuuksien erittelystä. Merkitysvälitteisyyden näkökulma voidaan rinnastaa tapahtumatutkimusten metodologisiin valintoihin. Yhdyn Michellin (1995) ja Castreen (2004) ajatuksiin siinä mielessä, että en näe kulttuurin ja talouden käsitteissä ontologista perustaa. Käytännössä tämä merkitsee sitä, että tutkimukseni kohteena eivät ole tapahtumien taloudelliset vaikutukset – talusteoreettisessa mielessä – sellaisenaan, määrällisesti tunnistettavina objekteina. Pikemminkin hahmotan asian siten, että tapahtumien aluetaloudelliset vaikutukset ovat kulttuurisesti merkitysvälitteisiä konstruktioita. Konstruktiot puolestaan ilmenevät diskursseina, jotka ovat tutkimukseni empiirisen tarkastelun analyttisinä kiintopisteinä. Diskurssit muodostavat tulkinnallisen todellisuuden, jolla on yhteys myös käytännön kehittämissä politiikkaan. Niiden avulla tapahtumien talousvaikutuksia – esimerkiksi julkista tukea – legitimoidaan ja puolustetaan. Toisin sanoen diskurssit – ja samalla merkitysvälitteinen kulttuuri vailla ontologista sisältöä – muodostuvat tätä kautta myös vallankäytön välineiksi.

Merkitysvälitteisen kulttuurin ja kulttuuritapahtumien rinnastaminen voi herättää lukijassa hämmennystä. Miten voimme jäsentää merkitysvälitteisen kulttuurin ja esimerkiksi festivaalin taiteellisen sisällön välistä suhdetta? Molemmissa näkökulmissa on kyse kulttuurista, mutta niiden välillä on painotusero. Siksi on syytä erottaa merkitysvälitteinen kulttuuri ja refleктоivan kulttuurin idea toisistaan.

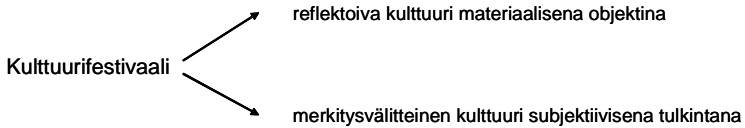
Kulttuurin merkitysvälitteisyyden korostaminen on tässä tutkimuksessa nimenomaan metodologinen huomio. Tämä merkitsee sitä, että merkitysvälitteisyyden kyllästävä kulttuurin käsite ei viittaa sellaisenaan toiminnan absoluuttiseen kulttuuriseen muotoon tai taiteelliseen sisältöön, joita ilmentävät esimerkiksi kulttuuritapahtumien ohjelmistot ja esiintyjät. Asian selventämiseksi on olennaista erottaa toisistaan (1) merkityksiä ilmaiseva ”arkipäivän toimintakäytäntöjen ilmentämä kulttuuri” sekä (2) sitä ja sen merkitysjärjestelmiä tietoisien luovan työn kautta jalostava ”refleктоiva kulttuuri” (Heiskanen 1999, 122). Refleктоiva kulttuuri viittaa tällöin ammattimaisesti, tietoisesti ja päämäärähakuisesti toteutettavaan tai tuotettuun taiteeseen tai taiteelliseen/kulttuuriseen ilmaisutapaan (esimerkiksi teatteriin, tanssiin, musiikkiin, elokuvaan, kirjallisuuteen tai muihin kulttuuritapahtumien ohjelmallisiin sisältöihin). Myös julkisin varoin rahoitetut kulttuuripalvelut (kirjastot, teatterit, orkesterit, museot jne.) ovat esimerkki refleктоivan kulttuurin tuottamisesta.

Arkielämän kulttuurin ja refleктоivan kulttuurin erottelu voidaan rinnastaa tietyiltä osin myös muihin kulttuurista tehtyihin jaotteluihin. Williams (1961, 41–43) on esimerkiksi erotellut ideaalisen, dokumentaarisen ja elämäntavallisen kulttuurin toisistaan. (1) Ideaalisella kulttuurilla hän on viitannut kulttuurin ja taiteen universaaleihin arvoihin ja ihmismielen kultivoitumisen täydellistymiseen. (2) Dokumentaarinen näkökulma puolestaan muistuttaa refleктоitua kulttuuria, koska sillä Williams on tarkoittanut intellektuaalista, luovaa ja kuvitteellisen prosessin myötä syntynyttä kulttuurista ilmentymää tai kulttuurin tuotantoa. (3) Elämäntapaan perustuva kulttuurin määritelmä puolestaan

rinnastuu arkielämän toimintakäytäntöjen ilmaisemaan kulttuuriin ja sen ilmentämiin sosiaalisiin merkityksiin, institutionaalisiin toimintoihin ja arvoihin. Fornäs (1998, 171) on vastaavasti erotellut kulttuurista ”yksilöllisen mielen psykologisen ulottuvuuden, ryhmiin ja yhteisöihin kuuluvien subjektien välisen vuorovaikutuksellisen viestinnän sosiaalisen ulottuvuuden sekä materiaalistien objektien ja ulkoistettujen instituutioiden objektiivisen ulottuvuuden”. Khakee (1999, 91) on puolestaan nähnyt kulttuurin määrittelyissä neljä yleisintä teemaa tai lähtökohtaa, joiden kiinnekohtina ovat (1) elämäntapa, (2) elämän henkinen ulottuvuus, (3) taiteelliset toiminnot sekä (4) kulttuuri sosiaalisena kittinä ja identiteetin luojana. Ongelmana on hänen mukaansa ollut erityisesti kulttuurin taloustieteellisissä tutkimuksissa mainittujen lähtökohtien suhteuttaminen kokonaisvaltaisesti toisiinsa. Kulttuurin taloustieteissä – jonka piirissä esimerkiksi kulttuuritapahtumien talousvaikutuksia on runsaasti tutkittu – kulttuurilla on tarkoitettu yleensä kapea-alaisesti esittävien taiteiden (sinfonia, ooppera, teatteri, baletti jne.), visuaalisten taiteiden (museot, maalaustaide, kuvanveisto) ja kirjallisten taiteiden tuotantoa ja kulutusta. Taiteisiin pohjautuvaa kulttuurin määrittelyä voidaan pitää sellaisenaan riittämättömänä esimerkiksi tarkasteltaessa kulttuuritapahtumien talousvaikutuksia. Kokonaisvaltainen aluetaloudellinen analyysi edellyttää refleктоivan kulttuurin (taiteen/dokumentaarisen kulttuurin) ja merkitysjärjestelmäksi määrittyvän kulttuurin (elämäntavan/subjektien välisen viestinnän) vuorovaikutteista analyysia, jolloin tarkastelun kohteeksi asettuu *refleктоivan kulttuurin merkitysvälitteisyys*.

Khakeen (1999, 92) vaatimukseen yhtyen talousvaikutusten analyysissä aineelliset ja ei-aineelliset kulttuuriset ilmentymät tulee nähdä yhtenä kokonaisuutena. Tästä syystä tarkastelen kulttuuria sekä 1) kulttuurin taloutena tai tuotantona (refleктоivana kulttuurina) että 2) arkielämän kulttuurina, joka ilmenee merkitysvälitteisinä uskomuksina, arvoina ja asenteina. Kulttuuritapahtumat ovat merkitysvälitteisiä (kulttuurin geneerinen mää-

ritelmä) että taidetta ja kulttuuria reflektoidusti tuottavia (sisällöllisesti tiettyyn genreen painottuvia) ja sellaisenaan institutio-
nalisoituneita taiteen ja kulttuurin tuottamisen areenoita. Näin
ollen puhuessani kulttuuritapahtumista viitataan kulttuurin ta-
louteen tai refleктоitoiun kulttuuriin, ja vastaavasti tarkastellessani
tutkimuksen teoreettis-metodologisia kysymyksiä kulttuurin kä-
site rinnastuu toimintakäytäntöjen ja tulkintojen merkitys-
välitteiseen (ja täten relativistiseen) luonteeseen (kuva 6). Myös
käyttäessäni yleistermejä, kuten kulttuuritoiminnot tai kulttuuri-
tuotanto, viitataan refleктоivoan kulttuurin maailmaan.



KUVA 6. Kulttuurifestivaali ja kulttuurin käsitteen kaksoismerki-
tys.

*

Olen tarkastellut tässä luvussa kulttuurin ja talouden analyyt-
tistä suhdetta, joka on tullut 1990-luvun aikana talousmaantie-
teessä uudelleenarvioinnin kohteeksi koko tieteenalaa kosketa-
neen kulttuurisen käänteen seurauksena. Kulttuuristuminen on
heijastunut tutkimusten käsitteisiin, menetelmiin ja lähestymis-
tapoihin. Niissä on sovellettu yhä enemmän tulkintaan perus-
tuvia metodologioita. Samalla myös talouteen ja elinkeinoelä-
mään liittyvät tutkimusongelmat ovat kiinnittyneet useammin
ilmiöiden laadullisiin (sosiaalisiin ja kulttuurisiin) aspekteihin.
Lisäksi tutkimuksissa on yhdistelty entistä rohkeammin ja poik-
kitieteellisemmin teorioita ja lähestymistapoja.

Tämä kaikki on toiminut perusteluna sille, miksi myös kult-
tuuritapahtumien aluetaloudellisten vaikutusten tarkastelu voi-
daan kiinnittää tulkinnallisuutta ja merkitysvälitteisyyttä koros-
taviin teoreettis-metodologisiin lähestymistapoihin. Talouden
kulttuuristumista ja kulttuurin ekonomisoitumista koskevat läh-

tökohdat edellyttävät, että tapahtumien aluetaloudellisten merkitysten tarkastelussa käytetään myös ilmiöiden prosessuaalisuutta ja hybridisyyttä kuvaavia ”välittäviä käsitteitä”. Tässä tutkimuksessa kulttuuritoimintojen alueellisen juurtumisen tematiikka sekä symbolitalouden problematiikka tarjoavat jatkossa aineksia tälle keskustelulle. Ne kytkeytyvät sisällöllisesti kulttuurisen käänteen kahteen suuntaukseen; institutionaaliseen alue-tieteeseen sekä kulttuurin merkitysvälitteisyyttä korostavaan antropologiseen näkökulmaan.

8

Kulttuuritapahtumien diskursiivinen luonne

Diskurssien rakentuminen

Tutkimuksen metodologisena lähtökohtana sekä empiirisen aineiston keruuta ohjaavana periaatteena on ollut se, että emme voi ymmärtää kokonaisvaltaisesti tapahtumien aluetaloudellisia vaikutuksia tarkastelematta tapahtumiin liitettyjä arvoja ja merkityksiä. Olettamuksena ei kuitenkaan ole, että tapahtumien aluetaloudelliset hyödyt ilmenevät ainoastaan subjektiivisina merkityksinä (Jokinen & Juhila & Suoninen 1993, 21). Pikemminkin tavoitteenani on osoittaa aluetaloudellisten vaikutusten ja merkitysvälitteisyyden erottamaton yhteys.

Tutkiessamme kulttuuritapahtumien aluetaloudellisia merkityksiä tarkastelun kohteiksi asettuvat tapahtumien toteuttamiseen liittyvät arvolähtökohdat. Tässä tutkimuksessa arvojen empiirisenä ”suodattimena” toimivat paikalliset diskurssit. Arvot ilmenevät ihmisten puheissa ja mielipiteissä, joissa kulttuuritapahtumien paikallistaloudellisia hyötyjä ja merkityksiä punnitaan ja vertaillaan. Esittäessään perusteluja tapahtumien paikallisista merkityksistä tai talousvaikutuksista toimijat tulevat väistämättä ottaneeksi kantaa myös kulttuurin, talouden ja aluekehityksen suhteen arvosidonnaiseen rakentumiseen. Nämä argumentit eivät ole koskaan arvoihin nähden ”viattomia” tai ulkopuolisia, vaan pikemminkin ne ovat läpeensä arvosidonnaisia:

Jokainen argumentti edellyttää määrättyjen tosiseikkojen ja arvojen valitsemista ja niiden tietynlaista kuvaamista annetulla kielellä ja itse kunkin merkitystä ilmentävällä painolla (Perelman 1996, 42).

Nojaudun arvolähtökohtien tarkastelussa ensisijaisesti kulttuurin taloustieteilijän David Throsbyn (1999b; 2001; 2004) näkemyksiin. Tutkimuksissaan hän on pyrkinyt rakentamaan teoreettista siltaa taloudellisten ja kulttuuristen todellisuuksien välille. Synteesin rakennusaineksena hän on käyttänyt arvon käsitettä, joka kiinnittyy puolestaan kulttuuripääoman käsitteen määrittelyyn. Throsbyn ajattelua soveltaen kulttuuripääoma kattaa kulttuuritapahtuman taloudelliset, henkiset ja sosiaaliset arvot, ja se ilmenee sekä materiaalisissa että immateriaalisissa muodoissa. Palaan kulttuuripääoman käsitteen sisältöihin yksityiskohtaisemmin tuonnempana.

Arvon käsite asettuu Throsbyn (2001) ajattelussa taloudellisten ja kulttuuristen ilmiöiden liitoskohtaan. Molemmilla yhteiskunnallisilla kentillä (sekä talouselämässä että reflektoidun kulttuurin muodoissa) arvo voidaan ymmärtää – väljästi tulkiten – kannattavuuden, hyödyllisyyden tai merkityksen ilmaukseksi, joka muodostuu, ei niinkään absoluuttisesti annettuna tosiasiana, vaan pikemminkin dynaamisen ja vuorovaikutteisen neuvotteluprosessin tuloksena. Arvot eivät täten ilmennä ainoastaan subjektiivisia näkemyksiä tai yksilöllisiä preferenssejä, vaan ne ovat luonteeltaan intersubjektiivisia, yliyksilöllisiä (*supra-individual*) (esim. Sayer 1999, 56). Myös kulttuuritapahtumien taloudelliset ja kulttuuriset arvot, hyödyt tai merkitykset voidaan ymmärtää sosiaalisiksi konstruktioiksi, kollektiivisten neuvottelujen, diskurssien ja tulkintojen aikaansaannoksiksi.

Tutkimukseni teoreettis-metodologisen lähtökohdan mukaan kulttuuritapahtumien aluetaloudellinen arvo tai merkittävyys määrittyy diskursiiviseksi konstruktioiksi. Toisin sanoen, käytän tutkimusmetodina diskurssianalyysia, joka perustuu konstruktionistiseen lähestymistapaan. Tutkimuksen empiirisen aineis-

ton analyysin kohteina ovat ihmisten puhettavat, diskurssit.³⁷ Tämä on luontevaa, koska konstruktionismin ja diskurssianaalysin yhdistävänä piirteenä ja niiden eräänlaisena risteyskohtana on pidetty tekstien tai puheen merkitysten tutkimista (Jokinen 1999, 38).

Konstruktionistisen tutkimusotteen viitoittajana ja sitä koskevan keskustelun avajana on pidetty Peter L. Bergerin ja Thomas Luckmannin vuonna 1966 ilmestynyttä teosta *The Social Construction of Reality* (joka julkaistiin vuonna 1994 suomenkielisenä nimellä *Todellisuuden sosiaalinen rakentuminen*). Heidän ajattelunsa sai tunnetusti vaikutteita erityisesti fenomenologista sosiologiaa edustaneelta Alfred Schützilta (1899–1959), jonka tutkimuskohteina olivat ihmisten jokapäiväinen elämismaailma ja sen kognitiiviset orientaatiot; kokemusten ja tietojen relevanssistruktuurit. Bergerin ja Luckmannin ajattelun on katsottu poikenneen Schützlin lähestymistavoista siinä mielessä, että he pyrkivät ikään kuin yhteiskunnallistamaan yksilötasolle kiinnittyviä fenomenologisia ja tiedon sosiologisia lähtökohtia. Berger ja Luckmann eivät siksi teoretisoinneet Schützilta vaikutteita saaneina ainoastaan yksilöiden elämismaailman rakenteita ja arki-kokemuksia, vaan pyrkivät ymmärtämään noita tietovarannoiksi kutsuttuja tajunnallisia kokonaisuuksia myös laajemmin yhteiskunnallisten instituutioiden kehityksen ja niitä ohjaavien sosiaalisten prosessien näkökulmista. (Aittola & Raiskila 1994.) Tällä on olennainen merkitys myös diskurssien analysoimisen kannalta. Konstruktionismiin perustuen diskurssit voidaan ymmärtää paitsi puhettavoiksi myös yhteiskunnallista kehitystä ohjaaviksi voimiksi ja vallankäytön välineiksi.

Myös konstruktionistisen ja konstruktivistisen tutkimusotteen jaottelu on perustunut mainittuun yksilö- ja yhteiskuntatasojen erotteluun, joka on käsitteiden päällekkäisyyden vuoksi syytä ottaa tässä yhteydessä esille. Esimerkiksi Crotty (1998, 58) on

³⁷ Konstruktionistisen lähestymistavan ytimessä ovat ihmisten merkityksenannon prosessit, jotka konkretisoituvat erilaisina puhettapoina; merkitystulkintoina ja näkökulmina. Näin ollen diskursseja edeltää aina merkitysvälitteinen tulkinta, jonka jäsentämiseen konstruktionismi tarjoaa lähtökohdan.

nähty yksilökeskeisyyden ja yhteiskuntakeskeisyyden dynamiikan ilmentävän konstruktivismiin ja konstruktionismiin eroa. Edellisen painotus on yksilöllisen mielen ja ainutkertaisten kokemusten analysoinnissa. Jälkimmäinen puolestaan tarkastelee ilmiöiden konstruoitumista kulttuurin ja yhteiskunnallisten prosessien kautta, joiden puitteissa yksilöt maailmansa näkevät. Viittaan-kin jatkossa sosiaalisen todellisuuden konstruoitumisella nimenomaan Bergerin ja Luckmannin luomaan konstruktionistiseen lähestymistapaan.

Teoksensa alkuosassa Berger ja Luckmann (1994, 30) kiteyttävät konstruktionistisen tutkimuksen lähtökohdat seuraavasti:

Subjektiiivisesti merkityksellisessä toiminnassaan tavalliset ihmiset eivät ainoastaan pidä jokapäiväistä elämisaailmaa itsestään selvänä todellisuutena. He myös tuottavat sen ajattelullaan ja toiminnallaan, ja sen todellisuus säilyy vain heidän ajattelunsa ja toimintansa kautta.

Yhteiskunnallistamispyrkimyksensä huolimatta myös Bergerin ja Luckmannin ajattelun lähtökohtana oli yksilöiden subjektiiviteetin rakentuminen. He näkivät kuitenkin ihmisten arkitajunnan, arvojen sekä merkitysten kokonaisuuden – elämisaailman – sekä tuotteena että prosessina. Tuote viittaa tällöin siihen, että elämisaailmassa vallitsevat asenteet ja arvot eivät muodostu itse-riittoisesti ainoastaan yksilöiden tajunnassa, vaan ne ovat samanaikaisesti myös yhteiskunnallisia tuotteita, toisin sanoen merkitysvälitteisen kulttuurin aikaansaannoksia. Prosessi puolestaan ilmentää elämisaailman aktiivista, refleksiivistä, roolia arvojen muodostumisen prosessissa. Toisin sanoen, arkielämässä karttuneet tiedot ja kokemukset rakentavat ihmisen elämisaailmaa ja muovaavat sen sisältämiä arvoja. Samalla nuo tiedot ja kokemukset myös synnyttävät ja ohjaavat ihmisten toimintaa, arki-isiä valintoja ja sosiaalisia vuorovaikutussuhteita. Näin ollen elämisaailmalla on sekä vallitsevia arvoja ylläpitävä että niitä synnyttävä ulottuvuus. Samalla ihmisten elämisaailman tietovarannot, kokemukset ja asioille antamat merkitykset ovat kytköksissä sosiaaliseen ja yhteiskunnalliseen todellisuuteen, mikä käy ilmi muun muassa Crotty (1998, 42) seuraavasta konstruktionismin määritelmästä:

It is the view that all knowledge, and therefore all meaning reality as such, is contingent upon human practices, being constructed in and out of interaction between human beings and their world, and developed and transmitted within an essentially social context.

Määritelmässä korostuu se, että arvot säilyvät, kehittyvät ja muuttuvat kontekstuaalisissa kohtaamistilanteissa, joissa tietoja, kokemuksia ja mielikuvia jaetaan, tulkitaan ja ymmärretään. Tällä tavoin määriteltynä todellisuuden sosiaalinen konstruoituminen ulottuu yhteiskunnan kaikille osa-alueille; esimerkiksi sukupuolierojen rakentumiseen työmarkkinoilla, ruokailutottumuksiin, muotivirtauksiin, tieteenalakohtaisiin arvostuksiin, kulttuuripolitiikkaan ja taiteisiin. Näin ollen konstruktiot ovat kaiken yhteiskunnallisen toiminnan väistämättömiä ehdollistajia. Kun puhumme arvoista, asenteista tai näkökulmista, puhumme väistämättä myös sosiaalisen todellisuuden konstruktionistisesta luonteesta.

Tutkimukseni perustuu siis konstruktionistiseen lähestymistapaan, ja työn analyttisinä yksikköinä ovat diskurssit tai diskursiivisyypit. Kuvaan seuraavaksi konstruktionismin ja diskurssien välistä suhdetta portaittain kuuden peruskäsitteen avulla. Etenen yksilöllisen tajunnan ulottuvuudesta kohti yhteiskunnallisesti latautuneiden diskurssien määrittelyä. Tämän jälkeen tutkimus siirtyy metodologisista pohdinnoista kulttuuritapahtumien tertiääristen aluetaloudellisten merkitysten tarkasteluun.

Konstruktionistisesta tutkimusotteesta voidaan erottaa viisi perusulottuvuutta, joihin tutkimukseni teoreettis-metodologinen lähestymistapa perustuu. Avainkäsitteitä ovat

- intentionaalisuus
- elämismaailma
- intersubjektiivisuus
- merkityssysteemit
- diskursiivisuus
- diskursiivisyypit.

Intentionaalisuus

Konstruktionistinen ajattelu perustuu siihen, että emme arki-elämässämme ainoastaan luo merkityksiä, vaan nimenomaan konstruoimme niitä. Konstruoinnin välikappaleena on ihmisen tietoisuus ja nimenomaan tietoisuus jostakin (*consciousness of something*) (Crotty 1998, 44). Tätä tietoisuuden, ajattelun, tunteiden, mielikuvien ja kokemusten suuntautumista on kutsuttu intentionaalisuudeksi. Tietoisuus on intentionaalista, koska se suuntautuu johonkin. Se voi kohdistua joko konkreettisesti havaittavaan objektiin, kuten rakennukseen, tanssiesitykseen tai vaikkapa TV-ohjelmaan. Toisaalta intentionaalisuus voi liittyä näkymättömämpään todellisuuteen, kokemuksellisiin tunteisiin, esimerkiksi henkilökohtaiseen ahdistukseen, joka ilmenee vaikkapa lapsuuden traumaattisten kokemusten synnyttämänä esiintymispelkona (Berger & Luckmann 1994, 31). Yhtä kaikki, tietoisuudessa huomio suuntautuu objekteihin, olivatpa ne sitten todellisia, kuviteltuja, materiaalisia tai ideaalisia. Intentionaalisuudessa on kyse kokemukseen aina kytkeytyvästä immanentista prosessista (Schütz 1970, 5; 1973, 103).

Intentionality means referentiality, relatedness, directedness, "aboutness" (Crotty 1998, 44).

Elämismaailma

Schützin (1970; 1973) fenomenologiaan tukeutuen intentionaalisuuden kautta syntyneiden kokemusten ja tietojen ”varastona” tai ”säiliönä” toimii elämismaailma (*life-world, Lebenswelt*). Elämismaailmalla Schütz on tarkoittanut ihmisen yksilöllisellä tavalla jäsentynyttä merkityssuhteiden verkostoa, jonka rajoissa ihminen ajattelee ja toimii. Tajunnallisena kokonaisuutena elämismaailma sisältää kaikki ne reaaliset objektit, joilla on jotakin merkitystä ihmisten jokapäiväisten elämäntapojen kannalta.

Ihmisen ajattelua ja toimintaa ohjaavan elämismaailman ontologia koostuu hierarkisoituneesta relevanssirakenteesta. Maail-

ma koetaan merkitykselliseksi nimenomaan relevanssirakenteen kautta. Siihen on konstruoitunut ilmiöitä sen mukaan, mikä ihmiselle on kulloinkin tärkeää ja mikä ei. Arkielämässä nimitämme relevanssirakenteen osa-alueita esimerkiksi suunnitelmiksi, projekteiksi, päämääriksi, tavoitteiksi ja niin edelleen (Schütz 1970, 143). Aittolan ja Raiskilan (1994, 229) mukaan ihmisten kokemusmaailmaa jäsentäviä relevanssirakenteita ovat esimerkiksi työrutiinit, ostoksilla käynti, tieteellinen ajattelu, seksuaalisuus tai vaikkapa taiteellinen itseilmaisu.

Elämismaailman tehtävänä on ikään kuin selkiyttää ajattelua ja relevanssirakenteiden keskinäissuhdetta ilman, että yksilö pyrkisi problematisoimaan jatkuvasti kaikkia ympärillä tapahtuvia asioita, sillä tietoisuus kohdentuu ainoastaan relevanssirakenteen kannalta mielekkäisiin asioihin (Heiskala 1994, 153–154). Myös kulttuuritapahtumille annetut merkitykset suhteutuvat ihmisten subjektipositioiden relevanssirakenteeseen. Kokijan relevanssirakenteesta riippuen tapahtuma on mahdollista merkityksellistää esimerkiksi taiteellisten esitysten foorumiksi, taide-elämykseksi, sosiaalisesti kohtaamispaikaksi, ilonpidon ja juhlinnan areenaksi, liiketoiminnaksi, häiriötekijäksi tai kunnan imagon kohentajaksi.

Intersubjektiivisuus

Elämismaailman merkitysrakenteet eivät synny tyhjiössä, vaan arkielämän intersubjektiivisuus konstruoi ihmisten relevanssirakenteita. Intersubjektiivisuus sovittaa sosiaalisissa kohtaamislanteissa yksilöiden ainutkertaiset kokemukset, arvot ja ennakkoluulot *toisten* ihmisten vastaaviin käsityksiin (Berger & Luckmann 1994, 33). Samalla myös käsitys itsestämme, identiteettistämme, muodostuu pitkälti *toisten* ihmisten välityksellä (esim. Eyles 1989, 113–114). Esimerkiksi Heideggerille olemassaolo on perusluonteeltaan toisten kanssa olemista, jossa subjektin tietoisuuden ja kokemusten olemassaolo on aina riippuvainen muista: ”olemassaoloa ei itsessään ole, koska oleminen tapahtuu toisten kautta” (Salmi 1991, 241).

Juuri tuossa vuorovaikutustilanteen merkitysten kohtaamis- ja yhteensovittamisprosessissa yksilölliset kokemukset ja arvot sulautuvat yliyksilöllisiin yhteiskunnallisiin merkityksiin, diskursseihin; institutionalisoituneisiin ja vakiintuneisiin arvostuksiin. Tuossa risteyskohdassa subjektiivinen ja objektiivinen sekä kulttuurinen ja taloudellinen todellisuus liukenevat toisiinsa. Myös kulttuuritapahtumien aluetaloudellisten merkitysten yhteydessä konstruktionismissa on kyse sosiaalisesti välittyvien kulttuuristen ja taloudellisten arvojen mekanismien ymmärtämisestä.

Näkemyks tutkimuskohteiden sosiaalisesta rakentumisesta ei ole yhteiskuntatieteellisessä tutkimuksessa uusi ja ennen kuulumatonta oivallus. Konstruktionistinen lähestymistapa yhteiskunnallisten ilmiöiden ymmärryksen perustana on kuitenkin edelleen ajankohtainen ja käyttökelpoinen lähtökohta. Myös aiemmin kuvattu aluetieteen ja talousmaantieteen kulttuurinen käänne sekä talouselämän kulttuuristumisen kysymykset ovat nostaneet konstruktionismin entistä ajankohtaisemmaksi lähestymistavaksi.

Merkityssystemit ja diskurssit

Konstruktionismin keskeisenä piirteenä on ajatus, että ihminen toimii ja ajattelee kokemustensa ja tietojensa pohjalta, jotka ovat järjestäytyneet erilaisiksi merkitysjärjestelmiksi. Aiemmin määrittelemani (arkielämän) kulttuuri toimii erilaisine koodeineen ja symboleineen merkitysjärjestelmän rakennusaineksena. Merkitysjärjestelmä saa näyttämään jokapäiväisen elämän ikään kuin objektivoituneelta, hallitulta, syiltä ja seurauksiltaan ymmärrettävältä kokonaisuudelta. Konkreettisen muotonsa merkitysjärjestelmä saa kielen eri ilmaisumuotojen kautta. Toisin sanoen, kieli toimii välineenä, jonka avulla konstruimme erilaisille asioille ja esineille merkityksiä. Voimmekin pitää kieltä ihmisyyteisöjen ja kulttuurien tärkeimpänä merkkijärjestelmänä, ja siksi juuri kielen rakenteiden ja symbolien tutkiminen on ollut konstruktionisteille tyypillistä. (Jokinen ym. 1993, 18; Berger & Luckmann 1994, 47.)

Kieli järjestää ympärillämme vaikuttavat aineelliset ja aineetomat ilmiöt mielekkääksi kokonaisuudeksi, symbolien kudel-

miksi. Kuten Berger ja Luckmann (1994, 32) ovat todenneet: ”kieli antaa koordinaatit elämälleni ja täyttää sen merkityksellisillä asioilla.” Samalla kieli muodostaa perustan ja välineen myös kollektiivisesti jaetuille tietovarannoille, tulkinnoille ja diskursseille (emt., 81). Siksi keskusteluista ja diskursseista on muodostunut tärkeä sosiaalista todellisuutta ylläpitävä mekanismi, ja siksi keskustelujen tutkiminen on ollut konstruktionistiselle tutkimusotteelle keskeistä.

Diskurssit muodostavat yhteiskunnallisina konstruktioina kollektiivisesti jaettuja tietovarantoja, joiden kautta esimerkiksi kulttuuritapahtumien paikallinen merkitys legitimoituu (Berger & Luckmann 1994, 52). Kun siis puhun konstruktionismista tai diskursseista viittaa nimenomaan kollektiivisiin tietovarantoihin, joissa subjektiivisten elämismaailmojen relevanssirakenteet ja yhteiskunnallisesti legitimoituneet hegemoniset diskurssit kietoutuvat toisiinsa muodostaen paikallisesti jaettuja tai eriytyneitä näkemyksiä sekä tulkintoja kulttuuritapahtumien paikallistaloudellisista merkityksistä. Kiteytettynä diskurssit ovat yhteiskunnallisesti tuotettuja merkitysmaailmoja, jotka perustuvat puhutun tai kirjoitetun kielen järjestämiseen sosiaalisesti jaetuiksi *merkityssysteemeiksi* (Jokinen ym. 1993, 19; Berger & Luckmann 1994, 99).

'Diskurssilla' tarkoitetaan erityistä tapaa representoida (eli esittää jonkinlaiseksi) inhimillistä todellisuutta. Diskurssi on tietty kielenkäytön alue, tapa puhua, kirjoittaa, ajatella jne. Suomen kielisiä vastineita 'diskurssille' voisivat tältä kannalta olla esimerkiksi 'puhetapa' tai 'puheenparsi'. Kukin diskurssi käsittää sille ominaisia oletuksia, jotka näyttäytyvät niissä lausumissa, jotka ovat sille ominaisia. Eri kielet ja samojen kielten sisältämät erilaiset puhuvat eli diskurssit jakavat maailman merkityksellisiin osiin eri tavoin. Diskurssit ovat siis kulttuurisidonnaisia ja ajallisesti ja paikallisesti muuttuvia. (Lehtonen 1996, 32.)

Diskurssien täsmällinen määrittely on monitieteellisyydestä ja -ulotteisuudesta johtuen vaikeaa. Käsite perustuu ranskan kielen sanaan *discours* (joka viittaa puheeseen, esitelmään, jutteluun tai jaaritteluun), jonka kantasanana on puolestaan latinan kielen

sana *discursus* ("ympäriinsä juokseminen") (Lehtonen 1996, 69). Eri tieteenaloilla diskurssien määrittelyn painotukset ovat vaihdelleet. Esimerkiksi kielentutkimuksen (*linguistics*) perinteessä diskursseilla on viitattu muun muassa puhuttua dialogia koskevaan aineistoon, kirjoitettuun tekstiin, lukijan ja kirjoittajan väliseen tulkinalliseen dialektiikkaan sekä kielen käytön situa-tionaaliseen kontekstiin. Teksti on täten ymmärretty diskurssien yhdeksi ulottuvuudeksi ja niiden konkreettiseksi ilmentymäksi. Diskurssianalyysi on tällöin kohdistunut muun muassa kielen ja keskustelujen painotusten, sävyerojen ja rakenteiden välisten suhteiden tarkasteluun. (Fairclough 1992, 3.)

Kuten on jo tullut esille, diskurssit voidaan ymmärtää myös kielen ja tekstien rakennetta laajemmin yhteiskunnallisiksi konstruktioiksi, mikä on myös käsillä olevan tutkimuksen lähtökohta. Tarkasteluni perustuu siihen, että diskurssit eivät ainoastaan reflektoi tai ilmennä sosiaalisia suhteita tai yhteiskunnallisia entiteettejä, vaan diskurssit myös aktiivisesti konstituivat niitä. Siksi diskursseilla voidaan katsoa olevan paitsi kielellisiä ja symbolisia heijastusvaikutuksia myös materiaalisia seurauksia (Häkli 1994, 14). Fairclough (1997, 76) on nähnyt kielen ja diskurssit dialektisen vuorovaikutuksen kenttänä, jolloin kieli on sekä yhteiskunnallinen tuotos (objekti) että yhteiskunnallinen vaikuttaja (subjekti). Lehtosen (1996, 69) mukaan diskurssin käsite kuvaa sekä "vuorovaikutuksellista prosessia, jossa merkityksiä tuotetaan" että "tämän prosessin lopputulosta".

Diskurssien tai merkityssystemien yhteiskuntaa konstituiva voima voidaan jakaa kolmeen osa-alueeseen (Suoninen 1999, 22). Ensinnäkin ne ylläpitävät jo olemassa olevia instituutioita ja rakenteita (esimerkiksi puolustaessaan kulttuuritapahtuman olemassaoloa). Toiseksi ne ylläpitävät ja synnyttävät itse tuottamiaan diskursseja, joiden kautta asioita puolustetaan tai torjutaan (esimerkiksi tiedotusvälineiden kautta kulttuuritapahtumien taloudellisia merkityksiä koskevat diskurssit toistavat tai uusintavat itseään ja muodostuvat ikään kuin itsestään selviksi todellisuuden kuviksi). Kolmanneksi diskursseilla on yhteys aineelliseen todellisuuteen (esimerkiksi vaikuttavat välillisesti siihen,

miten paljon kunta tukee taloudellisesti kulttuuritapahtumia). Fairclough (1997, 29 ja 76) on vastaavasti puhunut tekstin ”monifunktionaalisuudesta” tarkastellessaan kielen yhteiskunnallisia merkitysulottuvuuksia. Hänen mukaan kielen ja diskurssien konstituiva voima merkitsee yksilöiden identiteettien, sosiaalisten suhteiden, instituutioiden muodostumisen sekä diskurssien sisäisten normien määrittelyvaltaa. Merkitysten luomisen kautta diskurssit sekä uusintavat (säilyttävät) että tuottavat (muuttavat) sosiaalista todellisuutta ja sen eri muotoja.

Kielen ja yhteiskunnallisten valtasuhteiden välimaastoon asettuvien diskurssien tutkimuksessa voidaan siis tunnistaa erilaisia, toisiaan täydentäviä analyttisiä tasoja. Diskurssianalyysin kohteena voivat olla niin tekstien kielelliset ominaispiirteet, tekstien väliset suhteet, eri instituutioiden ja vallankäytön suhde diskursseihin sekä diskurssien kautta muodostuvat yhteiskunnan ”hegemoniset projektit” (Fairclough 1992). Käsillä olevan tutkimuksen näkökulma rajautuu diskurssien osalta kulttuuritapahtumien yhteiskunnallisten merkitysten jäsentämiseen. Käytän empiirisenä tutkimusaineistona tapahtumapaikkakunnilla suoritettuja haastatteluja. En pyri aineiston analyysissä jäsentämään, kuten esimerkiksi keskusteluanalyysissä usein on tehty, haastatteluissa esille tulevia äänensävyjä, keskustelujen alku- ja lopetuskohtia tai muita vastaavia kielellisiä säännönmukaisuuksia. Tarkasteluni kohdistuu pikemminkin diskurssien yhteiskunnallisiin merkitysulottuvuuksiin (Jokinen 1999, 43–45). Tutkimuksen teeman – kulttuuritapahtumien merkitysten – kannalta on perusteltua tarkastella nimenomaan diskurssien ”ulkoisvaikutuksia”. Tätä lähestymistapaa Häkli (1994, 18) on kutsunut ”eksternalistiseksi” tutkimusotteeksi, koska tarkastelun painopiste on pikemminkin diskurssien yhteiskunnallisissa konteksteissa kuin kielen käytön sisäisissä säännöstoissa tai diskurssien ”internalistisissa” piirteissä.

Tutkimuskohteina ovat paikallisissa puheissa ilmenevät diskurssit eli kollektiiviset tietovarannot, joiden kautta kulttuuritapahtumien aluetaloudellinen merkittävyys artikuloituu. Taivoitteena on jäsentää ja tunnistaa, miten kulttuuritapahtumien

tertiärisiä aluetaloudellisia merkityksiä systematisoidaan paikallisissa diskursseissa. Toisin sanoen, pyrkimyksenäni ei ole niinkään hakea syitä kulttuuritapahtumien taloudellisille vaikutuksille, vaan pikemminkin tavoitteenani on kuvata niitä tapoja, joilla paikalliset toimijat kuvaavat ja ymmärtävät tapahtumien aluetaloudellisia merkityksiä (ks. Suoninen 1999, 18). Samalla he tulevat ottaneeksi kantaa kulttuurin hyötyjä koskevaan arvokeskusteluun – mitä erityisesti kulttuuripolitiikan piirissä on tutkittu – ja tekevät kielen avulla ymmärrettäväksi tapahtumien ja kuntien kehityksen välisen suhteen.

Diskurssianalyysin valossa kulttuuritapahtumien tertiäristen merkitysten erittelyssä on kyse niistä puhetavoista, joiden avulla esimerkiksi alueen kulttuuri-imagolle tai luovalle kulttuuri-ilma-
piirille annetaan koherentti tai kollektiivisesti jaettu merkitys. Näitä ymmärrettäväksi tekemisen tapoja on kutsuttu selonteoiksi (*account*) (Suoninen 1999, 20). Juuri ymmärrettäväksi tekemisen tapa ja siihen liitetyt merkitykset tai selonteot ovat tutkimukseni metodologisen asetelman ytimessä. Ne liittyvät erilaisiin argumentaatiomuotoihin, joilla on puolestaan läheinen yhteys retoristen keinojen analyysiin. Tutkimuskohteena ei siksi ole ensisijaisesti kulttuuritapahtumien taloudellisten merkitysten ”totuudenmukainen” selittäminen tai tulkinta, vaan se, miten kyseisten merkitysten olemassaolo argumentoidaan puheessa.

Käytän ja sovellan paikka paikoin tutkimuksen empiirisessä tarkastelussa diskurssien jäsentämisen apuvälineenä kolmivaiheista argumentaation rakennetta, joka koostuu asiantilan kuvauksesta (*grounds, data*), oikeutuksesta (*warrants*) ja johtopäätöksistä (*conclusion*) (van Eemeren & Grootendorst & Jackson & Jacobs 1997; Laine & Peltonen 2003, 89–94). Argumentin lähtökoh-
tana on asiantilan kuvaus, joka sisältää näkemyksen tai oletta-
muksen tarkasteltavan ilmiön luonteesta (esimerkiksi Kuhmon Kamarimusiikki -festivaalin imagoarvo on suuri). Sitä voidaan luonnehtia perustaksi, jonka varaan argumentti rakentuu. Oikeutukset ovat puolestaan argumentin osa-alue, jossa kuvataan ilmiön arvottamista tai seurannaisvaikutuksia koskeva päättely-

ketju (esimerkiksi kulttuuritapahtumien talousvaikutuksilla on yhteys imagoarvoon). Oikeutuksia voi myös kuvata argumentin johtopäätöksen perusteluosaksi. Johtopäätöksissä argumentille annetaan yleinen merkitys, joka johdetaan asiantilan kuvauksen ja oikeutusten perusteella (esimerkiksi Kuhmon Kamarimusiikki -festivaalilla on huomattavia paikallistaloudellisia merkityksiä). Yhteenvetona argumentin rakenne voidaan pelkistää seuraavaan asetelmaan:



KUVA 7. Argumentin rakenne diskurssien tutkimuksessa (vrt. van Eemeren ym. 1997; vrt. Laine & Peltonen 2003, 89–94).

Argumentaatioketjua voi luonnehtia diskurssien jäsentämisen tavaksi. Argumentit ovat diskursseihin sisäänrakentuneita tapoja perustella, puolustella tai oikeuttaa kulloinkin vallitsevan ilmiön merkittävyyttä. Ne ammentavat sisältöä paikallisista ja ylipaikallisista hegemonisista diskursseista samalla kun ne osaltaan myös muovaavat ympäröivää diskursiivista todellisuutta. Metodologisesti argumenttien tutkimus on haasteellista, sillä argumenttien asiantilan kuvaukset, oikeutukset tai johtopäätökset eivät ole aina sellaisenaan poimittavissa esimerkiksi litteroidusta haastatteluaineistosta. Se, milloin on kyse asiantilan kuvauksista, oikeutuksista tai johtopäätöksistä edellyttää aina tutkijan väliin tulevaa tulkintaa.

On myös huomattava, että vaikka argumenttien tutkimuksessa on kyse asiantiloja koskevien väitteiden tai perustelujen tutkimisesta, ei näkökulma rinnastu sellaisenaan retoriikan tarkasteluun. Retoriikan tutkimuksen ja diskurssianalyysin välillä on painotuseroja, kuten Jokinen (1999, 47) on huomauttanut. Perelman (1996, 181) on määritellyt retoriikan eli kielikuvien tieteen seuraavasti:

Heti kun viestintä pyrkii vaikuttamaan yhteen tai useampaan henkilöön, suuntaamaan ajattelua, herättämään tai synnyttämään tunteita tai ohjaamaan toimintaa, se sijoittuu retoriikan alueelle.

Erot retoriikan ja diskurssin välillä ovat esitetyn määritelmän valossa hiuksen hienoja. Retoriikkaa ilmentää toimijan tarve *vai-
kuttaa* toiseen osapuoleen tai yhteisöön viestinnän avulla. On tapauskohtaisesti hyvin tulkinnanvaraista, milloin viestintä sisältää tämän vaikutuselementin ja milloin voidaan puhua puhtaasta informaation vaihdosta tai ”neutraalista” merkitysten välittämisestä. Joka tapauksessa, kuten Jokinen (1999, 47) on todennut, retorisisessa analyysissä huomio kiinnittyy erityisesti lausumien muotoiluun, kun taas diskurssianalyysissä painotus on kulttuuristen merkitysten jäsentämisessä.

Diskurssityypit

Konstruktionistisen lähestymistavan analyttisenä lopputulemana jäsenän tutkimuksessa kulttuuritapahtumien merkityksiä koskevia diskurssityyppejä. Erilaisista argumentaatiotavoista, selonteosta tai kielen välittämistä merkityssysteemeistä muodostuu toisistaan eriytyneitä – toisinaan toistensa kanssa kilpailevia – diskurssityyppejä (Fairclough 1997, 91 ja 100–101). Diskurssityyppejä voidaan luokitella esimerkiksi viestintätilanteiden tai argumentaatiotapojen mukaan. Kiinnostukseni kohteena on jälkimmäinen näkökulma. Esitän empiirisiä tutkimustuloksia erittelemällä haastatteluaineistosta esille nousseita diskurssityyppejä ja kuvaamalla kyseisten diskurssityyppien ominaispiirteitä, eroja, ristiriitoja ja päällekkäisyyksiä.

Kulttuuritapahtumien aluetaloudellisia merkityksiä koskevista argumenteista voidaan hypoteettisesti tunnistaa esimerkiksi kulutuksen ja paikallisten palveluiden kysynnän lisäystä painottava diskurssi, kuntien imagoihin kiinnittyvä diskurssi tai taiteellisia arvoja painottava merkityssysteemi. Kyseiset diskurssityypit ilmenevät ensisijaisesti kielellisinä ominaispiirteinä, mutta – kuten todettu – tutkimukseni tarkastelun kohteena on erityisesti niiden sosiaalista todellisuutta konstituiva voima, jolla viittaaan kulttuuritapahtumien taloudellisten merkitysten perustelemiseen ja legitimoimiseen osana laajempaa alueellista kehitysprosessia. Tutkin, miten kulttuuritapahtumien aluetaloudellisia

vaikutusmekanismeja kuvaavat diskurssit kytkeytyvät erityisesti kuntien kehittämisen kontekstiin.

Relativismin ongelma

Diskursseja ja diskurssityyppejä leimaa vaihtuvuus. Ne ovat jatkuvassa käymistilassa olevia prosesseja samalla kun kulttuuriin liitettyjä merkityksiä ja arvoja dekonstruoidaan ja differentoidaan. Diskurssit ovat myös heterogeenisiä, ambivalentteja ja hybridisiä (Fairclough 1992, 222; Ruccio & Graham & Amariglio 1996; Chouliaraki & Fairclough 1999, 13 ja 58–59). Heterogeenisuus viittaa paikallisten tulkintojen ja merkityssysteemien moninaisuuteen, ambivalenttisuus niiden keskinäiseen ristiriitaisuuteen ja hybridisyys puolestaan niiden keskinäiseen sekoittumiseen. Hybridisyydestä johtuen tietty diskurssityyppi voi sisältää ristiriitaisiakin elementtejä – esimerkiksi sama haastateltu henkilö voi mieltää kulttuuritapahtuman alueiden imagojen kohentajaksi (1. imagoarvoa puolustava diskurssi), mikä perustuu taiteellisesti korkeatasoiseen ohjelmistoon (2. taiteen itseisarvoa puolustava diskurssi). Tai Ilmosen (1998, 201) sanoin samasta diskurssista voidaan tunnistaa esimerkiksi kulttuuri- ja taidepalvelujen julkista tukea puolustava hyvinvointivaltio-orientaatio ja niiden imago- ja talousvaikutuksia painottava markkinaorientaatio. Ihminen voi siis käyttää puheessaan monia erilaisia tulkintarepertuaareja ja diskurssityyppejä, jotka kuitenkin näyttävät tutkijan viitekehyksestä käsin keskenään ristiriitaisilta.

Diskursiivinen ja konstruktionistinen näkökulma murtaa myös subjektiivisuuden ja objektiivisuuden rajat sekä kulttuurin ja talouden dikotomian kulttuuritapahtumien aluetaloudellisten merkitysten tarkastelussa. Konstruktionistisessa lähestymistavassa aluetaloudellisia merkityksiä ei tulkita yksinkertaisesti subjektiivisiksi tai objektiivisiksi (Crotty 1998, 43). Intentionaalisuuden ja kielen välityksellä muodostuneet arvot ilmentävät konstruktionismin mukaan subjektin ja objektin vuoropuhelua, jolloin arvoihin sekä niitä ilmentäviin diskursseihin on ikään kuin liuennot sekä yksilöllisiä kokemuksia että yhteiskun-

nallisia (paikallisia ja globaaleja) virtauksia. Kulttuuritapahtumien taloudelliset merkitykset ilmentävät näin ollen paitsi yksittäisten ihmisten kokemusmaailmaa sekä tietovarantoja myös kulttuurisesti jaettuina kollektiivisia ”sopimuksia”.

Kulttuuritapahtumiin liittyvät arvostukset syntyvät toimijoiden eri positioiden ja kokemusmaailmojen sekä sosiaalisten kohtaamisten kautta. Tässä kohtaamistilanteessa tulkinnat kulttuuritapahtumien alueellisesta vaikuttavuudesta myös relativisoidut, mikä ilmenee esimerkiksi paikallistason kulttuuripoliittisissa keskusteluissa. Tapahtumalle annettava merkitys riippuu aina siitä, keneltä asiaa kysytään ja missä yhteiskunnallisessa positiossa hän toimii. Siksi paikallisessa mielipideilmastossa vallitsee diskurssien tai näkökulmien moninaisuus, mikä tekee tapahtumien aluetaloudellisten merkitysten ”totuudenmukaisen” tulkinnan mahdottomaksi.

Konstruktioismin mukaan asiat, tulkinnat tai johtopäätökset ilmiöiden olemuksista tai vaikutuksista eivät ole väistämättömiä, luonnonlainomaisia itsestäänselvyksiä. Siksi myöskään kulttuuritapahtumien taloudellisista merkityksistä ei voi olla yhtä ainoaa ”oikeaa” tai ”validia” tulkintaa (Crotty 1998, 47). Kulttuuritapahtumien vaikutuksia koskevat diskurssit eivät ilmennä sellaisenaan totuutta, vaan pikemminkin ne tuottavat ymmärrystä kulttuuritapahtumien merkityksistä aikamme erilaisissa yhteiskunnallisissa konteksteissa.

Konstruktioisista metodologiaa on vuosien saatossa syystäkin kritisoitu relativismista ja ontologisesta skeptisistä. Keskeisenä kysymyksenä on tällöin ollut se, voidaanko ihmisten vuorovaikutussuhteiden (ja niiden kautta muodostuvien merkityksenannon prosessien) takaa löytää yleisiä piirteitä. Mikäli vastaus on kielteinen, konstruktioismin paradoksiksi muodostuu se, mihin ylipäänsä tulkinnat todellisuudesta voivat perustua. Jos ontologisesti ei ole mitään kestäväää, absoluuttista perustaa, mitä tutkimustulokset loppujen lopuksi kuvaavat. Ontologisesti ”tyhjää” näkemystä edustavat esimerkiksi aiemmin esille nostamani Mitchellin (1995) ja Castreen (2004) kulttuurikäsi-

tykset. Toisaalta Markusen (1999), johon myös olen aiemmin viitannut, peräänkuuluttaa selvästi ontologisesti stabiileiden (ja samalla operationalisoitavien) käsitteiden käyttöä, vaikka itse kieltääkin ottamasta kantaa ontologisiin ja epistemologisiin kysymyksiin.

Realistista diskurssianalyysia on pidetty relativismin vastinparina. Sen mukaan tekstien ulkopuolella on olemassa ontologinen todellisuus, mikä ilmenee puheessa siten, että diskurssit vahvistavat tai kiinnittyvät johonkin instituutioon ja vakiintuneisiin valtasuhteisiin. Täten realistinen diskurssianalyysi kieltää sen, että yksittäisissä tilanteissa tuotetut merkitykset olisivat sellaisenaan aintukertaisia. Pikemminkin nuo merkitykset ovat aina riippuvaisia puheiden ja tekstien ulkopuolisesta maailmasta. (Juhila 1999, 163–165.)

Tutkimuksessani sovellan metodologiaa, jossa realistinen ja relativistinen diskurssianalyysi sulautuvat toisiinsa. Siksi tavoitteenani ei ole sellaisenaan puheiden tai diskurssityyppien määrittely niiden sisäisen dynamiikan ulkopuolelta käsin. Toisaalta en myöskään pitäydy näkemyksessä, jonka mukaan esimerkiksi litteroitu haastattelukatkelma olisi riippumaton ympäröivästä yhteiskunnallisesta todellisuudesta. Metodologisena periaatteenani on, ettei diskursiivista ja ei-diskursiivista todellisuutta voida analyttisesti erottaa toisistaan, koska objektiiviset yhteiskunnalliset rakenteet ja instituutiot sekä yksilölliset subjektiiviset merkitykset liukenevat todellisuudessa toisiinsa. (Juhila 1999, 166.) Näkemys nousee esille myös analysoidessani kulttuuritapahtumien aikaansaamia imagollisia ja institutionaalisia seurannaisvaikutuksia. Molemmassa näkökulmissa yhteiskunnalliset rakenteet ja yksilöllinen toiminta kietoutuvat toisiinsa, mitä esimerkiksi Giddens (1984a) on strukturaatioteoriassaan korostanut. Näihin kysymyksiin palaan empiiristen esimerkkien kera myöhemmin.

Paikallisissa ja alueellisissa konteksteissa syntyvät tapahtumadiskurssit ja merkityksenannon prosessit ovat siis sidoksissa sekä puheen tuottamisen tilanteisiin ja olosuhteisiin että laajempaan

paikalliseen ja yli paikalliseen diskursiiviseen ilmastoon. Tutkimuksen metodisena haasteena on se, miten analyysissä huomioidaan tilanteisuuden ja kulttuurisen jatkuvuuden samanaikainen läsnäolo (Jokinen & Juhila 1999, 56–61). Empiirisen haastatteluaineiston analyysia ohjaa aineistokeskeisyys siinä mielessä, että olen jättänyt kulttuurisen tai yhteiskunnallisen jatkumon näkökulman tietoisesti analyysissä taka-alalle. Tästä syystä en tule kuvaamaan ja taustoittamaan empiirisen aineiston analyysin yhteydessä yksityiskohtaisesti esimerkiksi tutkimushaastattelujen kohteina olleiden tapahtumapaikkakuntien kulttuuri- tai kehittämispoliittista ilmapiiriä, kuntien strategisia linjauksia tai kunnan tai festivaalin asemaa, historiaa ja roolia osana laajempaa alueellista työnjakoa tai kohteena olevien kulttuuritapahtumien sisällöllisiä ominaispiirteitä. Lähtökohtanani on tukeutua ensisijaisesti haastatteluaineistoon, jonka nojalla teen tulkintoja kulttuuritapahtumien paikallisista merkityksistä; erilaisten diskurssityyppien moninaisuudesta. Analyyttisenä tartuntapintana ovat haastateltavien ilmaisemat kielelliset painotukset ja merkityssystemit, joita en kuitenkaan suhteuta paikalliseen toimintakulttuuriin tai hegemonisiin diskursseihin. Aineistokeskeisyydestä johtuen en myöskään pyri ottamaan selkoa haastateltavien näkemysten taustalla olevista henkilökohtaisista motiiveista tai intentioista, jotka ovat kytköksissä esimerkiksi paikallisiin valtasuhteisiin tai henkilön positioon osana laajempaa diskursiivista kenttää.

Vaikka tutkimustulosten analyysissä on ensisijaisesti kysymys haastateltujen henkilöiden tulkintojen ja diskurssien erittelystä, ei analyysiprosessi ole irrallaan myöskään tutkijan positioista. Analyysia leimaa väistämättä kaksoistulkinnallisuus, sillä tutkitavien haastatteluissa esille nostamat näkökulmat eli tulkinnat suhteutuvat myös tutkijan enemmän tai vähemmän teoreettisiin tulkintoihin ja ennakkokäsityksiin. Tutkija ei tässä mielessä ole neutraali tiedon kerääjä, vaan hän on aina ikään kuin subjektiivisuudellaan ”sekaantunut” analyysiprosessiin. Siksi on huomattava, että laadullisen aineiston ollessa kyseessä tutkimustu-

loksiin vaikuttavat aina väistämättä myös tutkijan omat arvostukset, merkityssystemit, tiedot ja kokemukset.

Kritisoidessani aiemmin konventionaalisten talousvaikutustutkimusten metodologisia lähtökohtia positivismista ja empirismistä nostin esille näkemyksen, jonka mukaan tutkimuksissa olisi siirrettävä painopistettä määrää kuvaavista *miten paljon* -kysymyksistä olemustietoa tuottaviin *mitä*-kysymyksiin. Konstruktionistinen tutkimusote vie tätä ajatuskulkua eteenpäin. Sen valossa *mitä*-kysymysten rinnalla olisi tarkasteltava myös *kenen mukaan* -kysymyksiä, jolloin tulkinnot kulttuuritapahtumien taloudellisesta merkittävydestä asettuvat oikeaan perspektiiviin. *Kenen mukaan* -kysymykset nostavat esille diskursiivisen ja kontekstisidonnaisen näkökulman puhuttaessa tapahtumien aluetaloudellisista merkityksistä. Tällöin tulee ymmärrettäväksi se, että tutkimuksen keinoin on saatavissa tietoa ainoastaan näkökulmista, vaikka kyseessä olisikin kollektiivisesti jaettu näkemys.

Tiedon poliittisuus ja aluetalouden relationaalisuus

Epistemologisesti tutkimus nojautuu näkemykseen tiedon ”poliittisesta” luonteesta. Tieto on luonteeltaan poliittista, koska se on kollektiivisesti konstruoitua ja valikoitua (ks. Häkli 1994). Todellisuus – tässä tapauksessa kulttuuritapahtumien aluetaloudellinen merkittävyys – ei ilmene tutkijalle sellaisenaan objektiivisena entiteettinä, vaan se on yhteiskunnallisissa ja diskursiivisissa yhteyksissä muodostunut poliittinen tuotos.

Tiedon poliittisuus asettaa omat reunaehtonsa myös maantieteilijöiden peruskäsitteen, alueen, määrittelylle. Historiallisesti ja sosiaalisesti tuotettuna myös alue – tai tässä tapauksessa aluetalous – määrittyy sosiaalisesti konstruktioksi (Entriikin 1996; Paasi 2002). Sekä alue että aluetaloudellinen merkittävyys ovat sosiaalisten olosuhteiden ja diskurssien aikaansaannoksia sekä täten relationaalisia prosesseja. Healey (1999; 2004) on määritellyt alueen käsitteen strategisen aluesuunnittelun näkökulmasta sosiaalisesti konstruktioksi. Samalla hän on korostanut tilan kä-

sitteen relationaalisuutta, mikä mahdollistaa esimerkiksi innovaatioympäristöjä koskevissa tutkimuksissa erilaisten toimijaverkostojen ja merkitysvälitteisyyden rinnastamisen toisiinsa. Relationaalisen tilakäsityksen valossa strateginen aluekehitystyö voidaan nähdä monimuotoisena ja kiistanalaisena sosiaalisena konstruktiona, jossa erilaiset diskurssit ja valtasuhteet muovaavat aluekehityksen todellisuutta. Myös kulttuuritapahtumien merkityksiä voidaan tarkastella osana strategisen aluekehitystyön sosiaalista todellisuutta.

DISKURSSIEN POLIITTISUUS JA VALTA

Todellisuudessa arvoilla on universaali hyväksyntä vain sikäli kuin niitä ei määritellä: heti kun niitä pyritään täsmentämään soveltamalla niitä tiettyyn tilanteeseen tai konkreettiseen toimintaan, syntyy erimielisyyttä ja erityisryhmien vastakkainasettelua (Perelman 1996, 34.)

Kuten aiemmin on tullut esille, diskursseilla on yhteiskunnallisia käytäntöjä ylläpitävä ja uusintava tehtävä, mikä viittaa niiden sosiaalisia suhteita konstituivaan voimaan. Diskurssit toimivat täten osaltaan myös paikallisen kulttuuri- ja elinkeinopoliittikan legitimoinnin välineinä. Ristiriitaisten näkemysten kohdatessa kulttuuri- tai elinkeinopoliittisiin diskursseihin kietoutuu vallankäytön elementti, minkä vuoksi niillä on myös ideologinen ulottuvuutensa. Siksi erilaisten instituutioiden ja organisaatioiden vallankäytön ja yhteiskunnallisen aseman analysointi edellyttää aina myös niitä koskevien diskurssien ymmärrystä. (Fairclough 1992; Jokinen ym. 1993, 43; Chouliaraki & Fairclough 1999, 5; vrt. Ahponen 2001, 254, 293–294.)

Myös kulttuuritapahtumien aluetaloudellisten merkitysten määrittely sisältää vallankäytön elementin. Tapahtumien aluetaloudellisia merkityksiä uusinnetaan, ylläpidetään ja kumotaan paikallisissa kehittämisdiskursseissa, joiden välityksellä niiden olemassaolon oikeutusta puolustetaan ja vastustetaan. Legitimoinnissa ja vallankäytössä on kyse oikeutuksen prosesseista, joiden kautta tapahtumien aluetaloudellisille merkityksille annetaan yli-

yksilöllinen institutionaalinen asema. Legitimointiprosesseissa yhdistyvät määrittelyvaltaa omaavien ihmisten tietovarannot ja arvomaailmat. (Berger & Luckmann 1994, 108–109.)

On selvää, että kulttuuritapahtumien merkityksiä koskevien arvojen erilaisuus voi johtaa eturistiriitaan. Vallankäytön kannalta merkittävimmät diskurssit saavat tällöin hegemonisen aseman (Jokinen & Juhila 1993, 81; Ahponen 2001, 120). Juuri hegemonian käsitteen kautta diskurssit kietoutuvat vallankäyttöön ja valtasuhteisiin. Hegemonia viittaa hallinnan ja vallankäytön saavuttamisen sekä ylläpitämisen diskursiivisiin mekanismeihin (Chouliaraki & Fairclough 1999, 24). Kiinnostavaksi kysymykseksi nousee se, kenen kulttuuripoliittiset, elinkeinopoliittiset tai kilpailukykyoliittiset merkitykset valikoituvat paikallisen toimintaympäristön sosiaalisissa käytännöissä ja päätöksenteossa arvostettavien joukkoon. Kenellä on esimerkiksi valta viime kädessä sanoa tai määritellä sitä, kuinka suuri aluetaloudellinen merkitys kulttuurifestivaalilla on tapahtumapaikkakunnalle?

Kulttuuritapahtumien merkitysten kiistanalaisuus ja poliittisuus konkretisoituu esimerkiksi kaupunkien kehittämistyön yhteydessä. Suuret festivaalit ovat toimineet 1980-luvulta lähtien monien eurooppalaisten kaupunkien uudistusprosessien osa-alueena toteuttaen paitsi kulttuuri- myös elinkeinopoliittisia tavoitteita. Tämä on tullut esille esimerkiksi kaupunki-imagojen rakennuksen yhteydessä, jolloin festivaaleja on käytetty muun muassa teollisen imagon häivyttäjänä ja vastaavasti jälkiteollisen kulttuurikaupunki-imagon muovaajana. Kaupunkien uudistusprosessien yhteydessä festivaalien funktioille ja vaikutuksille on annettu erilaisia sisältöjä. Toimijoiden tai toimijaryhmien kulttuurinen konteksti tai positio on määrittänyt sen, mitä diskurssia hän on edustanut, ja missä valossa hän on tapahtumia tarkastellut.

Esimerkiksi Boyle (1997) on tutkimuksessaan erottanut erilaisia institutionaalisia positioita ja strategisia orientaatioita sen mukaan, miten eri toimijaryhmät ja instituutiot ovat mieltäneet kulttuurifestivaalin merkityksiä. Myös tässä tutkimuksessa eritel-

tävät diskurssityypit ilmentävät implisiittisesti tai eksplisiittisesti haastateltavien erilaisia institutionaalisia positioita ja strategisia orientaatioita. Esimerkiksi kulttuuritapahtuman järjestäjillä, paikallisilla yrittäjillä sekä paikallishallinnon edustajilla voidaan olettaa olevan erilaisesta yhteiskunnallisesta positioista johtuen erilaisia tulkintoja tapahtuman hyödyistä ja merkityksistä. Tässä mielessä diskursiivisuuden näkökulma rinnastuu institutionaalisten positioiden määrittelyyn osana paikallista kehittämispolitiikkaa. Esimerkiksi alueellisen kulttuuristrategiatyön valmistelun olennaisena lähtökohtana on sen pohtiminen, kenen ääni tai diskurssit huomioidaan lopullisia linjauksia tai painopistealueita määriteltäessä (Kainulainen 1999).

Tiedostan siis tutkimuksen tulosten analysoinnin yhteydessä tapahtumien poliittisen luonteen ja niiden aseman myös vallankäytön välikappaleina. Olen kuitenkin tietoisesti jättänyt vallankäytön mekanismien, toimijoiden positioiden ja diskurssien hegemonisuuden tarkastelun kulttuuritapahtumien aluetaloudellisten merkitysten jäsentämisen ulkopuolelle. En siksi erityisesti tutki sitä, miten tai minkälaisen neuvotteluprosessin välityksellä tapahtumien aluetaloudellinen merkittävyys paikallisesti legitimoituu. En myöskään tutki esimerkiksi kulttuuripolitiikan hallitsevia ja marginaalisia diskursseja kamppailun ja vallan näkökulmista, kuten esimerkiksi Luttinen (1997) ja Ilmonen (1998) ovat tehneet. Hegemonisten ja ideologisten valtdiskurssien sijaan tutkimuksen teoreettis-metodologisena kiintopisteenä on niiden tulkintojen ja diskurssien rajapintojen jäsentäminen ja kuvaaminen, joiden kautta tapahtumien aluetaloudellinen merkittävyys paikallisissa keskusteluissa ilmenee.

Tutkin ”kulttuurin poliittisuutta”, mutta en kulttuuripolitiikkaa. Nämä kaksi näkökulmaa on syytä erottaa toisistaan. Kulttuuripolitiikasta olisi kyse silloin, jos liittäisin kulttuuritapahtumien yhteiskunnallisiin merkityksiin vallankäytön ja hegemonisuuden elementtejä. Tällöin tutkisin sitä, missä määrin ja minkälaisia hegemonisia tai marginaalisia hyöty-, käyttö- ja välinearvoja kulttuuritapahtumille legitimoituu paikallisissa

diskursseissa (vrt. Ilmonen 1998). Tutkimuksessani on kuitenkin kysymys ensisijaisesti kulttuurin poliittisuuden tarkasteluista eli siitä, minkälaisia arvoja tai näkökulmia kulttuuritapahtumien aluetaloudellisiin merkityksiin ylipäänsä liitetään paikallisissa diskursseissa (vrt. Ahponen 1999, 101).

Näkemyks kulttuurin poliittisuudesta ei implikoi sitä, että tutkimuksen kohteena olevat diskurssit ja aluetaloudelliset merkitykset toimisivat ikään kuin vallankäytöstä irrallaan olevassa sfäärissä. On itsestään selvää, että haastateltavien puheessa argumentaatio, ideologia, retoriikka, politiikka ja valta kietoutuvat moniulotteisesti toisiinsa. Jo politiikan käsite sellaisenaan sisältää vallan, eriarvoisuuden ja alistamisen elementtejä. Vastavasti kulttuurista puhuminen on aina läpeensä politisoitunutta (Ilmonen 1998, 28). Siksi en kiellä tai kumoa valta-aspektin alituista olemassaoloa, vaan pikemminkin kyse on tarkastelunäkökulmasta ja ongelmanasettelun rajauksesta.

KULTTUURIPOLITIikka JA ALUEKEHITYSTYÖ

Tutkimusnäkökulma sivuaa vallankäytön elementtejä ja täten myös kulttuuripolitiikan peruskysymyksiä. Myös kulttuuritapahtumien aluetaloudellisten merkitysten tarkastelua voidaan peilata paikallisia ja ylipaikallisia kulttuuripoliittisia hegemonisia diskursseja vasten. Itse asiassa tutkimukseni rajaus – kulttuurin merkitysten liittäminen aluetalouden toimintadynamiikkaan – on jo sinänsä kulttuuripoliittinen kannanotto. Perustelen kulttuuritapahtumien merkityksiä nimenomaan aluetalouden kehityksen näkökulmasta, joka jo lähtökohtaisesti voidaan tulkita yhden hegemonisen kulttuuripoliittisen diskurssin johdannaiseksi. Luttisen (1997, 108–117) katsannossa edustaisin ”kulttuuristrategille” tyypillistä tulkintakehystä, joka tarkastelee kulttuuria alue- ja elinkeinopoliittisena valttikorttina. Kulttuuritapahtuma olisi tällöin ainoastaan osa kunnan menestysstrategiaa, ja kulttuurin tehtävänä olisi paitsi tarjota elämyksiä myös vahvistaa kunnan vetovoimaa ja lisätä paikallisten palveluiden kysyntää.

Niin tai näin, heti kun otat kantaa kulttuurin merkityksiin tai arvoihin, liusut kulttuuripolitiikan kentälle. Siksi myös tässä työssä on syytä viivähtää hetki kulttuuripolitiikan hegemonisten diskurssien parissa, jotta alueiden kehittämisen ja kulttuurin suhde asemoituu laajempaan yhteiskunnalliseen keskusteluyhteyteen.

Kulttuurin arvot ja hyödyt on todettu lukuisissa kulttuuripoliittisissa tutkimuksissa kiistanalaisiksi. Kulttuuripolitiikka merkitsee vastaavasti kulttuurin ja taiteen arvoihin kohdistuvaa määrittelykamppailua, jota ohjaavat kulttuurin eri kentillä toimivien instituutioiden keskinäiset voimasuhteet. Kulttiososiologi Pierre Bourdieun mukaan kulttuuripoliittisilla kentillä vallitsevat tietyt pelisäännöt ja kentän hallitsemisesta käydään jatkuvaa taistelua. Esimerkiksi taiteen kentän sisällä toimii lukuisia portinvartijaryhmiä, jotka määrittelevät esimerkiksi ”kirjailijaksi kelpaavuutta”. Näitä ovat muun muassa teosten julkistamisesta päättävät julkaisijat, kustantajat, kriitikot, apurahalautakunnat sekä julkisen taidehallinnon virkamiehet ja erilaiset asiantuntijat. (Heikkinen 1989, 12.) Maltillisemmin ajateltuna kulttuuripolitiikassa on kysymys erilaisten kulttuuriin liitettyjen arvostusten ja painotusten yhteensovittamisesta (Kainulainen & Lakso 2001). Erilaiset arvostukset liittyvät erilaisiin tapoihin ymmärtää kulttuuria, sen merkityksiä, hyötyjä ja päämääriä.

Kulttuurin ja taiteen hyödyistä sekä yhteiskunnallisista tehtävistä käydyistä keskusteluista on vuosien kuluessa tunnistettu erilaisia diskursseja, kehityksen aaltoja, joita ovat hallinneet erilaiset hegemoniset painotukset. Suomessa kulttuuripoliittisella ajattelulla on varsin pitkät perinteet, ja sillä on alun perin luotu pohjaa kansakunnan identiteetin rakentamiselle. Keskustelun juuret ulottuvat 1800-luvun lopun kansallisuusaatteeseen ja kansanvalistustraditioon.

Kansallisen kulttuuripolitiikan ensi askeleet on tutkimuksissa rinnastettu 1800-luvulla tapahtuneisiin kansakunnan sivistämispyrkimyksiin; suomen kielen lisääntyneeseen harrastuneisuuteen, kansalliskirjallisuuden syntyyn, kansallisten juur-

ten etsintään ja itsenäistymispyrkimysten voimistumiseen. Varsinaisesti kulttuuripolitiikan alkuvaiheet on liitetty J.V. Snellmanin johdolla tapahtuneeseen kansakunnan yhtenäistämiprojektiin, johon kuuluivat muun muassa suomen kielen nostaminen sivistyskieleksi sekä suomalaisen kirjallisuuden ja muun taide-elämän luominen (Alasuutari 1996, 216; Lehtisalo 1998, 30). Luttinen (1997, 63–64) on kutsunut ennen toista maailmansotaa käynnistynyttä kulttuuripoliittista ajanjaksoa ”kansallisen kulttuurin prototyyppiksi”, jonka tehtävänä oli tuottaa sivistynyt kansalainen, yhtenäinen kansakunta ja kansallinen kulttuuri. Vallitsevana ideologiana oli ”snellmanilainen unelma sivistyneestä ihmisestä”, joka perustui kansanvalistukseen ja korkeakulttuurin puolustukseen. Korkeakulttuurinen diskurssi teki eron ”arvokkaan” ja ”arvottoman” kulttuurin välille. Julkinen kulttuuripolitiikka nähtiin pinnallisuuden, passiivisuuden ja taloudellisen rationaliteetin vastavoimaksi. Lähtökohtana oli, että kulttuuri edustaa jotakin syvällistä ja ylevää. Suomessa korkeakulttuurisen kulttuuripolitiikan valtakautena on pidetty aikaa ennen 1960-lukua. Tuolloin kulttuuripoliittista keskustelua ja keinovalikoimaa hallitsi käsitys, jonka mukaan taide on itseisarvo. Itse asiassa kulttuuripolitiikka ymmärrettiin nimenomaan taidepolitiikaksi. (emt.)

Toisen maailmansodan jälkeen kulttuuripolitiikka jäi aluksi muiden tärkeämmäksi koettujen asioiden varjoon. Varsinainen murrosvaihe koettiin vasta 1960-luvulla, mitä ilmensivät kulttuuriradikalismin nousu, porvarillisen maailmankuvan horjuminen sekä taidepainotteisen kulttuuripolitiikan muutos. Hyvinvointivaltion rakennusvaiheen käynnistyessä taidepolitiikasta tuli vähitellen osa suunnitelmallista yhteiskuntapolitiikkaa. Vallitsevaksi tavaksi hahmottaa kulttuurin merkityksiä muodostui hyvinvointivaltiollinen kulttuuripolitiikka, joka nojasi länsimaiseen demokraatiakäsitykseen. Sen keskeisenä lähtökohtana oli kansalaisten tasa-arvoisuus. Taiteen ja kulttuuripalveluiden tuli olla kaikkien kansalaisten ulottuvilla sekä alueellisesti että sosiaalisesti. Siksi Suomeen luotiin koko maan kattava laadukkaitten kulttuuripalve-

luiden verkko ja ammatillistuva kulttuurihallinto, joka aktivoi kansalaisia kulttuurin pariin. (Kangas 1988; Alasuutari 1996, 218–221; Luttinen 1997; Ilmonen 1998.)³⁸

Kulttuuripoliittisissa painotuksissa tapahtui selvä muutos 1980- ja 1990-lukujen aikana. Ajattelutapojen muutosta vauhdittivat hyvinvointivaltion kantokykyyn liittyneet ongelmat ja koko kulttuurikäsitteen uudistuminen. Kulttuuripoliittisissa keskusteluissa siirryttiin korostamaan yhä enemmän kulttuurin välineellisiä arvoja. Yhä useammin haluttiin tietää, mikä on taiteen ja kulttuurin taloudellinen hyöty ja arvo. Samalla kulttuurin tuotanto kytkettiin diskursseissa yhä vahvemmin kilpailutalouden viitekehykseen. Taloudellisen rationaliteetin painotusta voidaan pitää erityisesti 1980- ja 1990-lukujen kulttuuripoliittikan retoriikan ilmentymänä. Tuolloin aluekehityksen näkökulma ja alueiden kilpailukykyyn logiikka rinnastettiin kulttuuripoliittisiin keskusteluihin. (Luttinen 1997, 67; Kainulainen & Lakso 2001.)

Myös 2000-luvun kulttuuripoliittikkaa leimaavat instrumentaaliset painotukset, jotka liittyvät uusliberalismin renessanssiin. Kulttuuripoliittikan kieltä hallitsevat näkökulmat, joiden mukaan kulttuurin tehtävänä on lisätä taloudellista kasvua ja alueiden kilpailukykyä. Siksi kulttuuria on ”välineellistetty”, ”hyödykkeitetty”, ”tuotteistettu” tai ”markkinoistettu” jälkimodernin kulutusyhteiskunnan tarpeita silmällä pitäen. Kulttuurin julkisen tukemisen sijaan on ryhdytty puhumaan kulttuuriin investoimisesta. Kulttuuri ”kannattaa”. Se houkuttelee yrityksiä, luo työpaikkoja ja tuo matkailumarkkoja alueille. Kulttuuripoliittikan taloudellinen motiivi on ollut laajalti esillä kaikkialla Euroopas-

³⁸ Kulkasmäen (1998, 15–18) mukaan suomalaisen kulttuuripoliittikan tavoitteenasettelun merkittävänä lähtökohdانا oli vuonna 1965 luovutettu valtion taidekomitean mietintö. Kyseisen komitean työ on ollut pohjana 1970-luvun lopun ja 1980-luvun kulttuuripoliittikalle. Tärkeänä Suomen kulttuuripoliittikan ensimmäisiin linjauksiin ja lakeihin vaikuttaneena asiakirjana on pidetty myös Arvo Salon kulttuurikomitean mietintöä vuodelta 1974. Merkille pantavaa komitean työssä oli käsitteellinen muutos, jonka myötä ”taiteen” sijasta alettiin puhua ”kulttuurista”. Kulttuurin määrittelyn lähtökohdانا oli edelleen taide, mutta se ymmärrettiin liberaalimmassa hengessä aikaisempiin vuosiin verrattuna. Olennaista oli painopisteen muutos taiteen tuotteista taiteellisen toiminnan ja harrastusmahdollisuuksien edistämiseen, johon yhdistyivät kansalaisten kasvattaminen ja kehittäminen (Alasuutari 1996, 221–222).

sa. (Kulttuuripoliittinen selonteko 1993; Cantell 1994, 15; Luttinen 1997, 67; Ilmonen 1998, 34; Ahponen 1999.) Samalla kuitenkin myös kulttuuria välineellistävien lähtökohtien kritiikki on lisääntynyt. Esimerkiksi Ahponen (1999, 88) on kysynyt, ”millä hinnalla kulttuuri kannattaa myydä talouspolitiikan palvelukseen”.

Taloudellisten hyötyvaikutusten korostamisesta huolimatta mikään kulttuuripoliittinen kehityslinja tai ajattelutapa ei ole tutkimusten mukaan kuitenkaan selkeästi korvannut hyvinvointivaltiolista kulttuuripoliittikkaa. Pikemminkin vallitsevaa kulttuuripoliittista tilannetta leimaavat moniarvoisuus ja monimuotoisuus. Luttisen (1997) mukaan hegemonisen kulttuuripoliitiikan valtakaudesta on siirrytty fragmentoituneeseen kulttuuripoliittikkaan. Ihmisten kulttuuriset kiinnostuksen kohteet ovat eriytyneet. Paikallinen ja alueellinen kulttuuripoliittikka koostuu erilaisten arvomaailmojen ”mosaiikkimaisesta rinnakkaisuudesta”. Kangas ja Virkki (1999, 6) ovatkin todenneet, että konsensusajattelu on kestämaton lähtökohta tämän ajan kulttuuripoliitikasta puhuttaessa. Kulttuuripoliittikka on heidän mukaansa luonteeltaan differentoivaa ja fragmentoitunutta, eri tyylien ja positioiden varaan rakentunutta intressien yhteensovittamista.

Valistukseen, hyvinvointivaltioon ja taloudelliseen rationaliteettiin perustuvien kulttuuripoliittisten diskurssien tilalle on viime vuosina etsitty moninaisuutta kuvaavia käsitteitä. Tutkimuksissa on pyritty löytämään uusia käsitteellisiä välimuotoja universalististen ja solidaaristen arvojen sekä pirstaloituneen postmodernin identiteetin välille. Esimerkiksi käsitteet ”*democratic humanism*” tai ”*democratic pluralism*” ovat kuvanneet kulttuuripoliitikalta edellytettävää uutta avoimuutta ja moniarvoisuutta (Uusitalo 1994, 20). Eräsaaren (1999, 149) mukaan kulttuuripoliittisia kysymyksiä on analysoitava intressien yhteensovittamisen ja (uudelleen) neuvottelemisen näkökulmasta. Tällä hän viittaa sosiaaliseen konstruktivismiin, valtaistamiseen (*empowerment*) eli siihen, että kulttuuripoliittikka kohtaa yhteiskunnalliset ohjausmekanismit refleksiivisellä tavalla, uuden

oppimisprosessin kautta. Tässä mielessä Eräsaari on puhunut refleksiivisestä kulttuuripolitiikasta. Kulttuuripolitiikka on kietoutunut yhä moniulotteisemmin yhteiskunnan muihin toimintamekanismeihin.

Khakee (1999, 92–93) on nähnyt kulttuuripolitiikan uuden neuvotteluasetelman taustalla laajemman, koko yhteiskunnan toimintamekanismia, palvelujen tuottamista ja uudelleenorganisointia koskettaneen muutoksen, jota ilmentää siirtyminen huoltajavaltiosta (*provider state*) yhteistoimintavaltioon (*collaborative state*). Huoltajavaltion kehitykseen on kuulunut hyvinvointistrategioiden puolustaminen, selvä ero julkisen ja yksityisen alueen välillä, hallinnon hierarkkisuus ja byrokraattisuus sekä laaja yksimielisyys julkisten interventioiden välttämättömyydestä sosioekonomisissa toiminnoissa. Kollaboratiivista valtiota leimaavat taas yhteistoiminta valtion, yritysten, vapaaeh-toisryhmien ja muiden yksityisten toimijoiden välillä kollektiivisten palveluiden tuottamisessa, rahoittamisessa ja hallinnoinnissa sekä epäselvät rajat julkisten ja yksityisten toimintojen välillä.

Demokraattisen pluralismin, refleksiivisen kulttuuripolitiikan ja yhteistoimintavaltion piirteet ovat tulleet konkreettisesti esille kulttuuripolitiikan ja aluekehitystyön vuoropuhelussa, jonka yhteydessä on puhuttu paljon verkostoitumisen tarpeesta ja horisontaalisista kumppanuuksista. Alueellisen kehittämistyön yhteydessä kysymys on ollut ikään kuin kulttuuripoliittisen kentän avaamisesta uusille ja entistä moninaisemmille näkökulmille. Tämä on edellyttänyt sitä, että yhteiskunnassa on instituutioita ja verkostoja, joissa voidaan käydä moniarvoista keskustelua yli perinteisten hallinto- ja sektorirajojen.

Aluekehitystyön yhteydessä demokraattisen pluralismin vaatimus on tullut esille esimerkiksi ohjelmaperusteisen aluepolitiikan ja alueellisten kulttuuripoliittisten strategioiden laatimisen yhteydessä, joiden lähtökohtana on ollut erilaisten näkökulmien ja intressien yhteensovittaminen sekä moniäänisyyden korostaminen. Samalla kulttuurin kehittämistyön piiriin – kulttuuripolitiikan toteuttajiksi – on rekrytoitunut joukko uusia hen-

kilöitä ja organisaatioita. Voidaan myös ajatella, että kulttuuripolitiikka on menettänyt sille aiemmin kuulunutta autonomia-ansa ”sen ulkopuolisille toimijoille”. Tämä on tullut konkreettisesti esille esimerkiksi Euroopan unionin rakennerahastojen turvin toteutettujen kulttuurihankkeiden hallinnoinnin yhteydessä, koska hankerahoituksen kriteerit ovat olleet hyvin pitkälti rakenne- ja aluepoliittisia. (esim. Kainulainen 1999; Kainulainen & Lakso 2001; Kangas & Hirvonen 2000 ja 2001, 13, 60–63; Kainulainen & Suutari 2002, 8–12.)³⁹

Yhteistoimintavaltiossa diskurssien tunnistaminen on tullut myös strategisessa mielessä entistä tärkeämmäksi. Ohjelmallisessa kehittämistyössä ja osallistavassa suunnittelussa juuri diskurssit sekä niistä johdetut tulkinnat toimivat strategisen aluekehitystyön keskeisinä työkaluina. Tämä edellyttää aluekehittäjiltä hyviä kommunikaatiotaitoja sekä erilaisten tulkinnallisten merkitystodellisuuksien ymmärtämistä ja yhteensovittamista. Aluekehitysohjelmat voidaan itse asiassa hahmottaa kokoelmiksi, jotka koostuvat paikallisista ja ylipaikallisista diskursseista. Esimerkiksi Khakeen (1999, 96) mielestä uudessa kollaboratiivisessa valtiossa on ollut välttämätöntä kehittää työskentelymuoto, diskurssi, joka kokoaa yhteen kaikki sidosryhmät. Tällöin esimerkiksi kulttuuritapahtumien aluetaloudellisen merkittävyyden määrittelyyn voivat osallistua muun muassa paikalliset yritykset, kuntien päättäjät, tapahtumien järjestäjät sekä muut rahoittajat ja tukijat. Aluetaloudellinen merkittävyys legitimoituu tämän diskursiivisen vuorovaikutuksen kautta, jolloin mielipiteistä marginalisoituu ja osa saa hegemonisen aseman.

Tässä moniarvoisuutta ja sopimuksenvaraisuutta korostavassa tilanteessa myös kulttuuritapahtumien paikallisista merkityk-

³⁹ Ohjelmaperusteisen aluepolitiikan myötä kulttuuri- ja taidejärjestelmä on kytkeytynyt aluekehitystyön poliittis-hallinnollisiin rakenteisiin. Tämän seurauksena on päätetty, että kulttuuripoliittisen hallintokoneiston ulkopuoliset järjestelmät ovat alkaneet ohjata kulttuurialan toimintamahdollisuuksia ja strategioita (Kangas & Hirvonen 2000). Samalla aluekehityksen yhteydessä on peräänkuulutettu yhä enemmän kulttuurin alueellisia ja elinkeinopoliittisia vaikutuksia, jotka ovat liittyneet ennen muuta kulttuurisektorin työllisyys- ja imagovaikutuksiin. (Hirvonen & Kainulainen 2002; Kainulainen & Suutari 2002.)

sistä on muodostunut yhä ajankohtaisempi kulttuuripoliittinen kysymys. Kulttuuritapahtumien arvot ja hyödyt ovat tulleet (demokraattisen pluralismin hengessä) jatkuvien neuvottelujen ja kiistojen kohteiksi esimerkiksi pohdittaessa tapahtumien julkisen tuen myöntämisen perusteita. Kulttuurifestivaalit ja niiden merkitykset voivat ilmentää erilaisia näkemyksiä esteettisyydestä, taiteesta, taloudellisesta kannattavuudesta, imagoista ja identiteetistä (Zukin 1995, 20–23; Waterman 1998).

Kuvatun kulttuuripoliittisen katsauksen valossa myös kulttuuritapahtumien symboliarvot, sisällöt ja tavoitteet voidaan nähdä kiistanalaisina sosiaalisina konstruktioina, joiden peruspopulaariteetteina ovat taloudelliseen hyödynnettävyyteen ja taiteen edistämiseen liittyvät jännitteet. Samalla kulttuuritapahtumat ovat hegemonisen kontrollin ilmentymiä ja alueiden strategisen kehittämisen diskursiivisia osa-alueita.

9

Kulttuurifestivaalin arvot

Paitsi kulttuuripolitiikassa myös alueellisessa kehittämistyössä kulttuuritoimintojen asema ja strateginen merkitys määrittyy sen mukaan, mikä *arvo* kulttuurille annetaan. Perinteinen ja karkea tapa jäsentää kulttuurin arvoja muotoutuu tällöin itseisarvo–välinearvo -akselille (esim. Kainulainen 2001a). Toisaalta kulttuuritapahtumat voidaan nähdä arvokkaaksi työllistämisen, imagojen kohennuksen ja yrittäjyyden edistämisen kannalta. Toisaalta niiden merkitys saatetaan liittää taiteelliseen luomisvoimaan ja taide-elämysten tuottamiseen. Nähdäkseni kumpikin näkökulma pelkistää todellisuutta, sillä näiden ääripäiden väliin mahtuu hienojakoisempia nyansseja ja merkitysten kerrostumia. Alueiden kehittämistyössä eri arvolähtökohdat sekoittuvat usein toisiinsa.

Seuraavaksi tarkastelen suomalaisiin kulttuurifestivaaleihin liittyvää arvokeskustelua paikallisten diskurssien valossa. Diskursseissa nousee esille eri arvolähtökohtien hybridisyys ja komplementtaarisuus. Nähdäkseni kulttuuritapahtumat voivat edustaa kuntien kehityksen yhteydessä paitsi instrumentaalista kulttuuripolitiikkaa myös tukea ja vahvistaa taiteen sisäsyntyisiä arvoja. Näkökulma kytkeytyy alueen kulttuuripääoman käsitteen määrittelyyn, joka toimii jatkossa eräänlaisena sateenvarjokäsitteenä kulttuuritapahtumien tertiääristen merkitysten empiirisissä pohdintoissa.

Arvokeskustelun teoreettiset pohdinnat perustuvat Theodor Adornon klassiseen massakulttuurin kritiikkiin, jonka lähtökoh-

dat kulminoituivat aikanaan kulttuuriteollisuuden käsitteeseen. Rinnastan kyseisen debatin kulttuuritapahtumien arvoista ja merkityksistä käytävään keskusteluun. Samalla pohdin empiirisen aineiston valossa, miten kulttuuriteollisuuden adornolainen arvolataus ilmenee tänä päivänä suomalaisia kulttuurifestivaaleja koskeissa diskursseissa. Missä määrin kulttuuritapahtumien järjestäjien, yritysysteistyökumppaneiden sekä kuntien viranomaisten keskuudessa vallitsee yksimielisyys ja konsensus tapahtumien tavoitteista, merkityksistä ja arvoista? Vai ilmentävätkö diskurssit pikemminkin riitasointuja ja arvoriitiriitoja?

Arvokeskustelun jäsentämisen metodologisena haasteena on se, miten arvoja voidaan ylipäänsä tunnistaa ja ymmärtää (ks. Sayer 1997; 1999). David Throsbyn (2001) mukaan arvoteoria (*value theory*) liittää kulttuurin merkityksiä ja talouselämän lainalaisuuksia koskevat pohdinnat toisiinsa. Kuten on tullut esille, taloustieteissä arvon käsite on perinteisesti liitetty taloudelliseen hyötyyn, hintaan tai kannattavuuteen, joita yksilöiden preferenssit sekä markkinat ovat tuotteille ja palveluille määrittäneet. Vastaavasti kulttuurin sisäsyntyisinä (*self-referential and internally consistent values*) arvoina on pidetty esteettisiä, spirituaalisia, sosiaalisia, historiallisia, symbolisia sekä autenttisia arvoja (Throsby 2001, 28–29 sekä 84–85). Kyseinen arvojen dikotomia murtaa kulttuuritapahtumien aluetaloudellisten merkitysten tarkastelussa.⁴⁰

Klassinen esimerkki kulttuurin ja talouden arvojen ristiriitaisuudesta, dualistisuudesta ja vastakkaisuudesta perustuu Frankfurtin koulukuntaa edustaneen Theodor Adornon näkemyksiin kulttuuriteollisuuden turmiollisista vaikutuksista. Seuraavaksi luon yleisen katsauksen tähän keskusteluun. Osoitan kulttuuri-

⁴⁰ Jo lähtökohtaisesti kulttuurin tai taiteen (taloudellisen) arvon määrittely on tulkinnallisuudesta, kokemuksellisuudesta sekä subjektiivisuudesta johtuen moniulotteista ja ristiriitaista. Esimerkiksi Klamerin (1996) mukaan kulttuurin arvon määrittelyn yhteydessä on eri asia puhua taiteesta tuotteena, aktiviteettina ja kokemuksena. Taide aktiviteettina ja kokemuksena on hänen mukaansa jotakin enemmän kuin sen rahassa mitattava arvo (Klamer 1996, 25–26). Myös aluekehityksen yhteydessä kulttuurin merkityksiin liittyvä laskennallisuuden ohella tulkinnallisuus, jolloin kulttuurin ja talouden arvot yhdistyvät hybridisellä tavalla toisiinsa.

teollisuuden kritiikin valossa, miten kulttuurin ja talouden erilaiset arvolähtökohdat kietoutuvat kulttuuritapahtumien yhteydessä käsitteellisesti ja empiirisesti toisiinsa.

Latistava kulttuuriteollisuus

Kulttuuriteollisuuden käsitettä on vuosien kuluessa käytetty monessa eri yhteydessä ja monilla eri tieteenaloilla. Alun perin siihen liittyvä keskustelu sai alkunsa massakulttuurin kritiikin yhteydessä. Käsitteen ottivat ensimmäisinä käyttöön Frankfurtin koulukunnan kriittistä teoriasuuntausta edustaneet Theodor Adorno ja Max Horkheimer. He esittivät kritiikkinsä pääkohdat teoksessa *Dialektik der Aufklärung* (eng. käänös *Dialectic of Enlightenment*), joka julkaistiin ensimmäisen kerran vuonna 1947. Kulttuuriteollisuuskritiikki – jonka pääideologina voidaan pitää erityisesti Adornoa – kesti kaikkiaan yli 30 vuotta ja sen ensiaskeleet ovat luettavissa jo vuonna 1932 ilmestyneestä esseestä *On the Social Situation of Music*. Pääöstekstinä on puolestaan pidetty vuonna 1969 julkaistua esseettä *Free Time*. (Adorno 1991b, 85; Cook 1996, 3.) Tuohon ajanjaksoon mahtuu lukematon määrä aihepiiriä käsiteltyä kirjoituksia, vasta-argumentteja, keskustelunavauksia ja tulkintoja. Keskustelu on jatkunut vilkkaana näihin päiviin saakka. Vielä tänäkin päivänä kritiikki ja sen sisältämä arvolataus on ajankohtainen lähtökohta pohdittaessa kulttuurin hyötyjä ja merkityksiä esimerkiksi viihde- ja mainosteollisuuden yhteydessä. Mikä rooli tai asema kulttuurille tai taiteelle lankeaa kaupallisen kerskakulutuksen kyllästävässä yhteiskunnassa? Viime kädessä tulisi kysyä – kuten Adorno aikanaan – mikä on kulttuurin yhteiskunnallinen tehtävä. Vastaava kysymyksenasettelu on palautettavissa myös alueiden kehityksen yhteyteen.

Tässä tutkimuksessa ei ole tarkoituksenmukaista tutkia ja tulkita uudelleen sitä, mitä Adornon ajattelusta on jo tutkittu ja uudelleentulkittu. Pikemminkin tavoitteenani on tuoda esille kulttuuriteollisuuden käsitettä koskevan keskustelun pääpiirteet ja soveltaa niitä valikoiden teoreettisena heijastuspintana kult-

tuuritapahtumien aluetaloudellisten arvojen tarkasteluun.

Adornon ja Horkheimerin kritiikin lähtökohtana oli ajatus talouselämää ja taloudellisia pääomia ohjaavan instrumentaalisen rationaalisuuden yleistymisestä yhteiskunnallisena toimintaperiaatteena, mitä he pitivät valistuksen jälkeisen Euroopan hallitsevana ajattelumallina. Luonnontieteestä alkunsa saanut instrumentaalinen maailmankuva johti heidän mukaansa ihmisten välisten suhteiden rapautumiseen sekä kulttuuri- ja taide-elämän näivettymiseen. (esim. Negus 1997, 71; Hautamäki 1999, 27; Hesmondhalgh 2002, 15; Ilmonen 2003, 21–23.)

Myöhemmin tutkijat ovat korostaneet, että teoria kulttuuriteollisuudesta oli aikansa tuotos, mikä osaltaan selitti Adornon ja Horkheimerin pessimismiä. He eivät saaneet tieteellistä inspiraatiota teorialleen ainoastaan ”puhtaasta filosofisesta reflektiosta”, vaan sitäkin voimakkaammin heidän ajatteluun ohjasi tuon ajan yhteiskunnallinen liikehdintä. Erityisesti heidän teksteihinsä vaikuttivat ensimmäisen maailmansodan kokemukset, työväen luokan vallankumoukset eri puolilla Eurooppaa (Venäjän vuoden 1917 vallankumouksen jälkeen) sekä tutkimusajanjakso Yhdysvalloissa. Adornon ja Horkheimerin ajatusten ”innoittajana” on pidetty erityisesti fasistista liikehdintää, koska he seurasivat fasististen puolueiden toimintaa eri puolilla Eurooppaa paitsi tutkijoina myös juutalaisina – vainon kohteina. (Häkli 1995; Negus 1997, 71; Loisa 2003, 39; Witkin 2003, 16–17.)

Poliittisen ja kulttuurisen liikkumatilan supistuessa ja natsipuolueen kaapatessa vallan Adorno ja Horkheimer lähtivät 1930-luvulla maanpakoon Saksasta ja muuttivat Yhdysvaltoihin. Tutkimuksissaan he kysyivät, mitä Euroopassa oli tapahtumassa ja mitä modernin Euroopan kehitys merkitsi erityisesti kulttuurille.⁴¹ Miten vallitsevan ideologian hegemoninen yliote heijastui kulttuurin ja taiteen kehitykseen sekä toimintamahdollisuuksiin? Tästä huolestuneina Adorno ja Horkheimer näkivät yhteiskun-

⁴¹ Tosin tutkijat ovat olleet erimielisiä siitä, miten paljon Yhdysvalloissa vietetyt vuodet vaikuttivat Adornon kulttuuriteollisuuskritiikkiin. Reinersin (2001, 74) mukaan kritiikin peruslähtökohdat syntyivät jo hieman ennen pakolaisuusvuosia.

nan olevan tilanteessa, jossa se oli valistuksen ja vapauden sijasta ajautumassa uudenaikaiseen barbarismiin (*a new kind of barbarism*), jota leimasivat instrumentaalisen ja rationaalisen järjen dominoivan vallan keskittyminen sekä totalitarismin ja fasismin logiikan yleistyminen. (Negus 1997, 71; Reiners 2001, 24.)

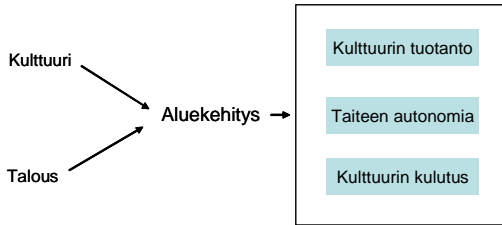
Adorno ja Horkheimer kirjoittivat *Valistuksen dialektiikan* ollessaan maanpaossa. Aluksi he muodostivat kahden miehen kokoonpanossa Los Angelesissa vaikuttaneen sosiaalitutkimuksen instituutin (*Institute for Social Research*) (Häkli 1995; Negus 1997, 71; Hautamäki 1999, 27).⁴² Kulttuuri- ja viihdeteollisuuden kasvua ilmentävä amerikkalainen kaupunki tarjosi heille ristiriitaisen intellektuaalisen ympäristön sekä kritiikkiä stimuloivan heijastuspinnan massayhteiskuntaa käsitteleville tutkimuksille. He elivät ikään kuin arvostelunsa kohteen ympäröiminä.

Näissä olosuhteissa Adornon ja Horkheimerin yhteiskuntakritiikki kohdistui kulttuuriteollisuuteen, erityisesti massakulttuuriin, jonka perusteet voidaan tiivistää kolmeksi teoreettiseksi näkökulmaksi (Negus 1997, 72–73):

1. *Teoria tuotannosta.* Kulttuurin ja taiteen tuotteet ovat kapitalistisissa yhteiskunnissa standardoituneen ja homogenisoituneen kaupallisen tuotantoprosessin tuloksia.
2. *Teoria autonomisen taiteen olemuksesta.* Taidekäsitys perustuu esteettiin ajatteluun, näkemyksiin kulttuurin vapaudesta ja autonomiasta, jonka vastakohtana on rationaalisesti ja instrumen-taalisesti hyödynnettävä kaupallinen kulttuuri, turmiollinen kulttuuriteollisuus.
3. *Teoria kulttuurin kulutuksesta.* Massakulttuurin kulutus johtaa henkisesti ja psykologisesti passivoivaan, regressoivaan ja turruttavaan kulttuuriteollisuuden vastaanottamiseen.

⁴² Myöhemmin Frankfurtin koulukunta tunnetuksi tulleeseen saksalais-juutalaiseen intellektuelliryhmään liittyivät mm. Erich Fromm, Leo Lowenthal ja Herbert Marcuse sekä Walter Benjamin. Frankfurtin marxilaisen koulukunnan nimen alkuperä liittyy yhteiskuntatieteiliden tutkimuslaitokseen, taloudellisesti riippumattomaan instituutioon, joka oli osa Frankfurtin yliopistoa. Koulukunnan jäseniä yhdisti samankaltainen tieteilin orientatio ja yhteinen kiinnostus filosofisia kysymyksenasetteluja kohtaan, mikä oli vastakohta tuon ajan behavioristisille ja positivistisille, luonnon-tieteistä sosiologiaan tuoduille, ajattelumalleille. (Häkli 1995; Negus 1997, 71; Hautamäki 1999, 27.)

Kulttuuriteollisuuskritiikin sisältämät arvoasetelmat voidaan liittää myös tänä päivänä kulttuurin, talouden ja aluekehityksen välisen suhteen rakentumiseen (kuva 8). Onko kulttuurista muodostunut aluekehityksen yhteydessä mekaaninen tuotantokoneiston tai kuntien kehittämisen välikappale? Onko kulttuuri menettänyt autonomisen asemansa ja sivistävän luomisvoimansa?



KUVA 8. Kulttuurin, talouden ja aluekehityksen jännite kulttuuriteollisuuskritiikin valossa.

TUOTANNON STANDARDOITUMINEN

Adornon kulttuuriteollisuuden käsite ilmentää ”talouden” hegemoniaa tai ylivaltaa ”kulttuuriseen” sfääriin nähden. Talous on jotakin, jonka logiikka ja lainalaisuudet alistavat tai sopeuttavat kulttuuritoimintoja palvelemaan kapitalistisen ja rationaaliseen hyödyntavoitteluun tähtäävän yhteiskunnan päämääriä. Vastaava näkökulma voidaan tunnistaa myös tänä päivänä aluekehitystyön yhteydestä. Esimerkiksi ohjelmaperusteisen aluepolitiikan yhteydessä kulttuurialan kehittämishankkeilta on usein odotettu alueen työllisyyttä, yrittäjyyttä ja imagoja kohentavia vaikutuksia. Kulttuuri on tällöin valjastettu toimimaan jotakin muuta kuin itseään varten, ilmentämään jotakin muuta kuin sen sisäsyntyisiä ja itseisarvollisia voimia.

Adorno ja Horkheimer näkivät kulttuurin teollisuuteen kytettynä yhteiskunnan kannalta turmiollisena kehityssuuntana ja kulttuurin olemusta pilaavana uhkakuvana, joka köyhdyttää kulttuuria sisällöllisesti. Heidän mukaansa kulttuurin luonne

muuttui kapitalismia ilmentävän teknologisen ja ideologisen monopolin seurauksena. Massakulttuurin monopolisoivasta voimasta ja hegemoniasta johtuen kulttuurin tuotteet yhdenmukaistuivat samalla kun kulttuurista tuli bisnestä, jolla ei ollut mitään tekemistä taiteen sisältöjen kanssa.⁴³ (Adorno & Horkheimer 1979, 121; Throsby 2001, 11.) Onko kulttuurin ja talouden suhde yhtä jännitteinen ja ristiriitainen 2000-luvulla suomalaisten kuntien ja kaupunkien kehittämisen yhteydessä? Kysymykset palautuvat kulttuurin arvoista käytävään keskusteluun, jota tarkastelen tuonnempana empiirisesti paikallisten tapahtumadiskurssien valossa.

Adornon ja Horkheimerin kritiikki oli suunnattu erityisesti niille, jotka uskoivat taiteen olevan teollisuuteen ja kaupankäyntiin nähden riippumaton yhteiskunnallisen elämän osa-alue. Kulttuuriteollisuuden käsitteellä he osoittivat yhteiskunnan kehityksen turmiollisuuden, koska heidän mukaansa kulttuurin ja taiteen tuotannon sekä muiden teollisesti valmistettujen tuotteiden ja hyödykkeiden valmistusprosessit olivat tulleet keskenään analogisiksi. Kritiikissään he rinnastivat kulttuuriteollisuuden fordistiiseen liukuhihnatuotantoon (*assembly-line character*) ja kytkivät kulttuuriteollisuuden idean massakulttuurin (*mass culture*) peruspiirteisiin, jossa kulttuurin tuotanto oli muodostunut toistuviksi ja standardoiduiksi rutiineiksi, minkä seurauksena myös ihmisten kulutusmallit standardoituivat, häiriintyivät ja passiivoituivat. (Negus 1997, 70–72.)

Ajatuskulku muistuttaa George Ritzerin (1993) teesiä yhteiskunnan ”McDonaldsaatiosta”, jonka mukaan teollisia ja globalisoituneita massatuotantoketjuja leimaavat rationaalisuuden, tehokkuuden, ennustettavuuden, kontrollin ja kvantifioinnin periaatteet. Pyrkimyksenä on tuottaa määrällisesti mahdollisimman paljon, mahdollisimman edullisesti mahdollisimman stan-

⁴³Laajemmassa katsantokannassa Horkheimerin ja Adornon lähestymistapa pohjautui marxilaiseen vieraantumisteoriaan, jonka mukaan kulttuuriteollisuus toimii vallankäytön välineenä tuhoten ihmisten arkielämää ja vapaa-aikaa. (Adorno & Horkheimer 1979, 121; Throsby 2001, 11.)

dardoituja tuotteita ja palveluja, jotka ovat sisällöltään yhdenmukaisia ja joiden valmistajat sekä kuluttajat passivoidaan tai ”dehumanisoidaan” ihmisrobottien kaltaisiksi objekteiksi suorittamaan rutiininomaisia ja ennustettavia toimintoja. Kaiken taustalla on sekä Ritzerin että Adornon ajattelussa ihmisen subjektiviteetin kieltävän epätodellisen illuusion luominen tuotteiden ja palveluiden elämää rikastuttavasta voimasta.

Adornon mukaan tuotannon standardointi paitsi yhdenmukaistaa kulttuurin tuotteita myös tarjoaa epätodellisen vaikutelman niiden kulttuurisesta rikkaudesta. Tuotannon tehostuminen ja sen mahdollistama tuotteiden tekninen yksityiskohtien muuntelu synnyttävät kuluttajien keskuudessa vaikutelman kulttuurituotteiden monipuolisuudesta. Todellisuudessa kulttuurituotannon määrällinen kasvu antaa Adornon mukaan väärän kuvan kulttuurin sisällöllisestä pluralistisuudesta, koska teollisesti tuotettu kulttuuri tai taide (esim. äänilevy- tai elokuvateollisuus) perustuu toiston ja kaavoittumisen ideaan. Standardoitujen tuotteiden erilaisuus heijastelee ainoastaan markkinoinnin tarpeista lähtevää segmentointia, ei taiteesta itsestään kumpuavaa moninaisuutta. (Adorno 1991a, 43; Hautamäki 1999, 32; Witkin 2003, 43.) Adorno ja Horkheimer (1979, 154) puhuivat siksi pseudoyksilöllisyydestä (*pseudo individuality*), jolla he viittasivat siihen, että väitteet kulttuuriteollisuuden tuotteiden alkuperäisyydestä ja ainutlaatuisuudesta olivat perättömiä.⁴⁴ Kun kulttuurin tuotteita tarkastellaan kriittisesti, niiden väliltä löytyy heidän mukaan vain pinnallisia eroavaisuuksia (Negus 1997, 75).

Pseudoyksilöllisyydessä on kyse samankaltaisesta ilmiöstä, mitä Pine II ja Gilmore (1999, 72) ovat kutsuneet massa-asiakas-keskeisyydeksi (*mass customization*). Kulttuuriteollisuuden tuot-

⁴⁴ Pseudoyksilöllisyyden ajatuksessa yhdistyivät sekä yksilöllinen kokemusmaailma että Saksan kansallissosialistinen poliittinen todellisuus, mikä loi yhteiskuntaan omat ideologiset spektaakkelinsa ja rituaaliset käytäntönsä. Käsite ilmentää Adornon näkemystä yhteiskunnallisesta strukturaatiosta, jossa yksilöiden toiminta ja yhteiskunnalliset rakenteet kietoutuvat toisiinsa, mihin Giddens (1984a) on vuosikymmeniä myöhemmin viitanut puhuessaan rakenteiden kaksinaisuudesta (Reiners 2001, 101; Witkin 2003, 7).

teet luovat tällöin kuluttajille ainoastaan mielikuvia siitä, että he eivät osta identtisiä tuotteita. Pseudoyksilöllisen ulkokuoren tehtävänä on luoda illuusio tuotteiden persoonallisuudesta, vaikka kyseessä on pitkälti standardoitu teollinen tuote (Cook 1996, 42–43). Näkemys voidaan jälleen rinnastaa myös Ritzerin ajatuksiin. Hänen (1993, 129) mukaan standardoituja ja kaavamaisia tuotteita tarjoava McDonald’s-yhteiskunta markkinoi viime kädessä epätodellisia fantasiamaailmoja esimerkiksi aikamme pyhätoissa, ostoskeskuksissa, kulutuksen katedraaleissa, joissa epätodelliset illuusiot muodostuvat ihanteiksi ja arvomaailmojen muokkaajiksi.

Miten tuotannon standardoituminen ilmenee kulttuuritoimintojen, talouden ja aluekehityksen vuoropuhelussa? Ajatus voidaan liittää esimerkiksi kulttuurimatkailuun, jossa yhdistyvät sekä kulttuurin että talouden intessit. Tuotannon standardoitumisen logiikka voidaan tällöin kytkeä esimerkiksi autenttisuuskusteluun, joka on ollut vilkasta erityisesti perinne- ja historiamatkailun yhteydessä (Järviluoma 1994, 10; Urry 1995, 161; Karvonen 1999, 177; Petrisalo 1988 ja 1994). Myös kulttuuritapahtumat osana voivat ilmentää kaupunkien markkinoinnin osa-alueena aidon ja keinotekoisin kulttuurin alituisia ristiriitaa. Toisaalta esimerkiksi alueiden imagojen kannalta kulttuuritapahtuma voi nostaa kaupungin kansallista ja kansainvälistä profiilia, houkuttaa matkailijoita ja yrityksiä sekä luoda edellytyksiä yrittäjyyden myönteisen ilmapiirin kehittymiselle. Samalla festivaalin taloudellisesti laskelmoitu markkinahenkinen ohjelmisto voi tukeutua sisällöllisesti ja kaupallisesti ”turvalliseen taiteeseen”, standardoituun kulttuuriteollisuuteen tai muodikkaasti jännittävään mytologiseen kulttuuriperintöön, sen keinotekoiseen rekonstruktioon, joka kiinnostaa sponsoreita ja houkuttelee suurta yleisöä. Vaarana Watermanin (1998) mukaan tässä tilanteessa on se, että tapahtuma ei tue (paikallista) kulttuurista regeneraatiota. Esimerkiksi ”aidon” paikallisen kulttuuriperinnön ja tapahtuman välittämän ”kulttuurin” välinen suhde voi jäädä etäiseksi ja näennäiseksi, mikäli tapahtuma valjas-

tetaan liian voimakkaasti palvelemaan alueen markkinointia.

Tuotannon keinotekoisuus perustuu Adornon mukaan toistoon, jonka vuoksi ”kulttuuriteollisuus tuottaa aina yhtä ja samaa” (Hautamäki 1999, 36). Toistosta ja standardoitumisesta muodostuu konsumerismin ja kulutusyhteiskunnan logiikan perusta, jonka keskeisenä seurauksena on kulttuurisen homogeenisuuden lisääntyminen. Standardointi perustuu Adornon ja Horkheimerin mukaan siihen, ettei kulttuurin tuotannossa ole mitään spontaania. Kulttuurin tuotanto on muuttunut rutiinimaisiksi operaatioiksi, jotka noudattavat tiettyä ennalta määrättyä kaavaa ja formaattia. Turmiollisinta ja petollisinta kulttuuriteollisuudessa on Adornon mukaan tuotteiden muuttuminen pelkiksi fetisseiksi, jolloin taiteesta tulee pelkästään välineellinen rahassa arvioitava hyödyke. (Nixon 1997, 184; Hautamäki 1999, 36.)

SUBJEKTIN PASSIVOITUMINEN

Adornon ja Horkheimerin teorialle oli leimallista myös näkemys kulttuuriteollisuudesta ihmisten kulutusta turruttavana ja passivoivana voimana. Kritiikin psykologinen peruslähtökohta perustui siihen, että kulttuuriteollisuus kykenee vaikuttamaan ihmismieleen ja kontrolloimaan ihmisten psyykettä; tajuntaa, vaistoja, viettejä ja motivaatiosajoja. Siksi Frankfurtin koulukunnan ”freudomarxilaiset” sovelsivat teorioissaan myös Freudin näkemyksiä ja psykoanalyysia. (Cook 1996, 53; Ahponen 2001, 166–167.) Taustalla oli yleisempi yhteiskuntakritiikki, jonka kärki kohdistui teknologisoituvan ja modernisoituvan yhteiskunnan toimintalogiikkaan. Modernin aikakauden kehitys johti kritiikin mukaan teollisen toiminnan automatisoitumiseen, työnjaon uudelleen organisoitumiseen sekä yksilön vastuun ja subjektiviteetin elintilan kaventumiseen. Samalla vapaa-aikaa alkoi leimata yhä enemmän tyylien ja elämäntapojen jäljittely, mikä supisti ”yksilöllisen minän” kehittymismahdollisuuksia. Yksilötasolla modernin aikakauden kehitys ja teknologisoituva yhteiskunta johti Adornon mielestä ”mielikuvituksen köyhtymiseen”

sekä ”ihmismielen regressioon”, ”kokemuksen kriisiin”, ”subjektin tyhjenemiseen”, ”egon heikkenemiseen” sekä narsismin lisääntymiseen työelämässä ja vapaa-ajan toiminnoissa. (ks. Adorno & Horkheimer 1979, 126; Jarvis 1998, 83; Reiners 2001; Loisa 2003, 41.) Kulttuuriteollisuus edusti viettien ja vaistojen torjunnan sekä subjektiviteetin tukahduttamisen yhtä modernisoituvan yhteiskunnallista mekanismia. Näitä Adornon psyykoanalyysistä ammentamia näkökulmia on luonnollisesti myös vuosien kuluessa runsaasti kritisoitu, mihin palaan myöhemmin (esim. Jarvis 1998, 84).

Adornon ja Horkheimerin mukaan modernisoituva yhteiskunta ja standardoitu kulttuuriteollisuus esineellisti ja välineellisti ihmisiä sekä passivoi ihmisten kulutustottumuksia. Kulttuuriteollisuuden toistoon perustuvat tuotteet johtivat heidän mukaansa turruttavaan kulttuurin vastaanottamiseen. Esimerkiksi standardeja sisältävä ja teollisesti tuotettu musiikki altisti regressoivaan musiikkiin (*regressive listening*) kuunteluun, jossa yleisölle tarjotaan ainoastaan tilapäinen pakotie tylsyydestä (Adorno 1991a, 40; Negus 1997, 76).⁴⁵ Kulttuuriteollisuuden regressiivinen vastaanotto muodostui subjektiviteetin kehityksen ja kokonaisvaltaisen merkityksenannon esteeksi – itse asiassa niiden korvikkeeksi. Kulttuurin tuotteistaminen tai hyödykkeistämisen ja siitä seurannut turruttava massakulttuurin kulutus esti Adornon mukaan ihmisiä tulemasta itsestään tietoisiksi subjekteiksi (Cook 1996; Witkin 2003, 56). Ahposen (2001, 257) mukaan ”Adornon arvostelu kohdistui siihen, kuinka pikainen silmäily ja oheiskuuntelu (*distraction*) korvaavat mietiskelyä ja tulkinnallista ponnistelua (*contemplation*) vaativan kulttuurin vastaanoton”. Tämä tajunnan kaavoittuminen johti kulttuurin vastaanottamiseen, jossa katsojat tai yleisö ymmärtävät ja käsittelevät kokemuksiaan passiivisesti ja epäreflektiivisesti. Vastavalla tavalla Ritzer (1993, 26) on myöhemmin kuvannut yh-

⁴⁵ Siitä, mitä regressiivinen taiteen vastaanottaminen lopulta on ja miten se käytännössä ilmenee, on vuosien varrella oltu montaa mieltä, kuten monesta muustakin Adornon avainkäsitteestä (esim. Cook 1996, 41).

teiskunnan McDonaldsaatiokehitystä; palvelujen standardointi merkitsee dehumanisointia, koska massatuotteita kuluttaessaan ihmiset joutuvat hänen mukaansa kieltämään oman ihmisyytensä.

Todellista arvoa omaava taide, oli kyseessä sitten kirjan lukeminen tai konsertin kuunteleminen, edellyttää Adornon mukaan keskittymistä ja syventymistä. Vastakohtana regressiiviselle kulttuuriteollisuuden vastaanottamiselle autenttinen taide-elämys ylevöittää ja vapauttaa. Juuri tässä näkemyksessä korostuu kulttuurin ja talouden vastakkainasettelu. Adorno näki kulttuurin ja talouden toistensa vihamiehinä. Hänestä taide ylevyydessään sisältää yhteiskuntakriittisen vastavoiman, mahdollisuuden ajattelun ajatteluun. Kokemuksena aito taide ei ainoastaan viihdytä ja aiheuta mielihyvää, vaan se ylläpitää kokijansa subjektiviteettia ja elämän spirituaalisuutta, mikä on rationalisoituneessa yhteiskunnassa refleksiivisen ajattelun perusedellytys. Reflektio-kyky on Adornolle puolestaan yksilöllisen vapauden edellytys ja se merkitsee ennen muuta mahdollisuutta ottaa etäisyyttä vallitseviin arvoihin ja normeihin nähden. Aito taide ilmentää näin ollen määrättyä alttiutta kumouksellisuuteen ja herkkyyttä valitsevien asiantilojen kyseenalaistamiseen. Adornolle kulttuuri tai taide on ”todellista” silloin, kun se sisältää ainakin implisiittisesti näitä kriittisiä elementtejä. (Bernstein 1991, 14; Ahponen 2001, 166–167; Reiners 2001; Witkin 2003, 11–15.)

Aito taideteos jättää Adornon mukaan yleisölle tilaa refleksiivisyyden ja subjektiviteetin kehittymiselle sekä antaa mahdollisuuden merkitysten ja sisältöjen löytämiseen. Ero massakulttuuriin tai kulttuuriteollisuuteen on jyrkkä ja dikotominen. Standardoitu kulttuuriteollisuus, joka tukahduttaa subjektiviteetin ja spirituaalisuuden, on Adornon mukaan ”moraalinen paholainen” (Witkin 2003, 11).⁴⁶ Samalla kulttuuriteollisuus ohjaa kansan makua myös standardoimalla kulttuurisia tyylejä

⁴⁶ Kulttuuriteollisuuden turruttavan vaikutuksen kritiikki kohdistui Adornolla muun muassa jazz-musiikkiin sekä elokuvateollisuuteen, jotka tarjoavat hänestä mahdollisuuden vain hetkellisiin ja pinnallisiin nautintoihin (Hautamäki 1999, 36; Ahponen 2001, 169.)

(Hautamäki 1999, 36; Ahponen 2001, 169). Tunnistettavan tyylin vaatimus rinnastuu myös Ritzerin (1993) ajatuksiin. Hänen mukaan yhteiskunnan tuotantoprosessien McDonaldsaatio-kehitys johtaa tuotteiden ja tuotannon ennustettavuuden lisääntymiseen. Esimerkiksi elokuvat ja ravintoloiden ateriakokoukset noudattelevat tällöin sisällöltään yhä enemmän standardoituja rakenteita, vaiheita ja ilmiasuja, jolloin kuluttaja helposti ja ilman ponnisteluja ennakolta tietää, mitä tilaa tai hankkii ilman yllätyksiä, ilman sellaisia ristiriitoja herättäviä elementtejä, jotka edellyttäisivät kriittistä reflektiota tai aktiivista arvioimista. Hyvä laatu tulee ikään kuin kaupan päälle ilman, että asiaa tarvitsee sen enempää pohtia tai arvottaa. Juuri tämä varman päälle pelaamisen, toiston ja standardoitumisen teollisen logiikan työntyminen kulttuurin ja taiteen piiriin on Adornon näkemyksen mukaan turmiollista.

Standardointi, instrumentaalinen rationalisointi, tapahtuu Adornon mukaan siis kriittisen reflektion kustannuksella. Ne ovat toisensa poissulkevia vastakohtia, mikä ylläpitää dualistista näkemystä talouden logiikasta ja taiteen merkityksistä. Ongelmallista tyylin standardoimisessa on Adornon mukaan paitsi subjektiviteetin menetys myös yksilöiden passivointi instrumentaalisen järjen välikappaleeksi. Kulttuurin tuotannossa ei anneta mahdollisuuksia sisäsyntyiseen ja omalakiseseen sisältöjen ja nyanssien määrittelyyn. Massakulttuurin tuotteet perustuvat päinvastoin homogeenisoituun tuotantoon, jossa kulttuurituotteen vastaanotto pyritään mahdollisimman pitkälti ennakoimaan. Adorno kutsuu tätä taideteoksen ja kulttuuriteollisen tuotteen vastaanoton ennakoimista yleisön esineellistämiseksi, reifikaatioksi (kuva 9). Kysymys on ikään kuin kulttuurielämyksen ”luonnolliseksi tekemisestä” (Giddens 1984b, 293). Luonnolliseksi tekemisen yhteydessä tarkasteltava kohde näyttää ikään kuin objektiiviselta tosiasialta (*objectively given*) (Giddens 1984a, 180).

Asia voidaan ilmaista myös siten, että reifikaatio on inhimillisen toiminnan tuotteiden kokemista ikään kuin ne olisivat jotakin muuta kuin ihmisen aikaansaannoksia – esimerkiksi luonnonlakeja, kosmisten lainalaisuuksia.

sien seurauksia tai jumalallisen tahdon ilmenemismuotoja. Reifikaatiossa ihminen kykenee unohtamaan oman osuutensa inhimillisen maailman tuottamisessa, jolloin tuottajan, ihmisen, ja hänen tuotoksensa, yhteiskunnallisen maailman, välinen dialektiikka hämärtyy tietoisuudessa. (Giddens 1984a, 180.)



KUVA 9. Reifikaation käsite.

Reifikaatio voidaan laajassa mielessä ymmärtää Adornon käsitteistössä vallankäytön ilmentymäksi, keinoksi, jonka avulla vallassa oleva luokka ylläpitää yhteiskunnallisia suhteita ja arvotuksia. Pyrkinessään determinoimaan etukäteen tuotteen vastaanoton miellyttävyyden kulttuuriteollinen tuotantokoneisto laskee ja maksimoi etukäteen myös taide-esityksestä tai esimerkiksi kulttuuritapahtuman järjestämisestä aiheutuvan taloudellisten hyödyn. Samalla yleisön esineellistäminen, reifikaatio ja kulttuurin viihteellistyminen antavat kulttuuriteollisuudelle Adornon mukaan mahdollisuuden alistaa ja passivoida kuluttajia sekä manipuloida heidän kulutustottumuksiaan etukäteen määrättyyn tyyliin tai kulttuuriseen muottiin. (Hautamäki 1999, 33; Witkin 2003, 44.)

Käsillä olevan tutkimuksen kohteena olevien kulttuuritapahtumien kohdalla yleisön reifikaatio rinnastuu ”ohjelmiston varman päälle rakentamiseen”, jolloin esimerkiksi viihteeseen painottuvien tähtiesiintyjien avulla pyritään houkuttelemaan suuria yleisömääriä ja turvaamaan tapahtumien talouden tasapaino. Tapahtumien toteutus onkin usein jatkuvaa tasapainoilua taiteen ja kaupallisuuden välimaastossa niiden pyrkinessä saavuttamaan sekä taiteelliset että taloudelliset tavoitteet.

TALouden HEGEMONIA?

Adorno ja Horkheimer esittivät siis varsin pessimistisen argumentin siitä, mitä kulttuurille tapahtuu, jos se joutuu raken-

teellisen kontrollin (teollisen ja kapitalistisen tuotannon) organisoinnin kohteeksi; kulttuuri standardoituu massakulttuurin toistuviksi osiksi, millä ei ole esteettistä itseisarvoa ja mikä jotta kulutustottumuksiin, jotka ovat luonteeltaan passivoivia ja helposti manipuloitavia propagandistisiin tarkoituksiin.

Kulttuuriteollisuuden käsitteen alkuperäiseen merkitykseen sisältyykin vahvasti ajatus talouden ylivallasta kulttuuriin nähden. Adornolainen näkemys talouden hegemoniasta on kuitenkin herättänyt runsaasti keskustelua ja vastakritiikkiä. Huomatavassa määrin on pohdittu sitä, determinoivatko yhteiskunnalliset (taloudelliset) rakenteet kulttuurisesti välittyntä toimintaa. Tai kuten Crang (1997, 6) on kysynyt, onko talouden loogiikka työntynyt kulttuurin sisälle kulttuuria syövyttävänä voimana. Vallitseeko kulttuurissa taloudellinen kolonialismi? Viime vuosina yleistynyt aluetieteellinen keskustelu talouden kulttuuristumisesta perustuu monimuotoisempaan lähtökohtaan. Kulttuuritoiminnot tarjoavat ikään kuin lisäarvoa (tai merkkiarvoa) taloudelliselle tuotannolle esimerkiksi markkinoinnin yhteydessä, mikä ei kuitenkaan ole tapahtunut ainoastaan talouden ehdoilla. Kulttuuri on usein nähty myös taloudellista toimintaa ohjaavaksi dynamoksi.⁴⁷

Crang (1997, 9) on kritisoinut metaforia talouselämän kolonialismista, jossa taloudelliset prosessit transformoivat ja determi-

⁴⁷ Talouden hegemoniaan sekä talouden ja kulttuurin erillisyyteen perustuvat teoriat ovat saaneet viime vuosina runsaasti kritiikkiä osakseen. Keskustelulla on ollut yhtymäkohtia Adornon kulttuuriteollisuuden käsitteeseen. Esimerkiksi Crang (1997, 7–8) on viitanut kritiikissään David Harvey'n teokseen *The condition of postmodernity*, jossa Harvey on nähtynyt poliittis-taloudellisen järjestelmän tuottaneen postmoderneja kulttuurisesti lautauntuneita kokemuksia ajassa ja tilassa. Crang on kyseenalaistanut Harvey'n ajatukset kysymällä, ovatko hänen determinaatiotkijunsa kolme ulottuvuutta (1. kapitalistinen poliittis-taloudellinen järjestelmä, 2. ajassa ja tilassa ilmenevät kokemukset, 3. kulttuurin muodot) todella erillisiä yhteiskunnallisia sfäärejä, kuten Harvey on analyysissään ehdottanut. Onko kokemus kulttuuristen muotojen ulkopuolinen ilmiö? Tai onko kapitalistinen tilan talous erillinen sfääri ideoihin, uskomuksiin ja niiden kulttuurisiin ilmauksiin nähden? Taloudellinen determinismi heikentää Crangin (1997, 7–8) mukaan Harvey'n kulttuurisen analyysin teoreettista uskottavuutta. Myös Montgomery (1995, 136) on nähtynyt Harvey'n tulkinnan kulttuurin ja talouden välisestä suhteesta deterministiseksi päättelykejuksi talouden hegemoniasta. Harvey'n edustamassa uusmarxismissa kulttuuri välineellistetään Montgomeryn mukaan kapitalististen yhteiskuntien taloudellisten suhteiden uudistumisen välikappaleeksi, mikä muistuttaa tässä mielessä Theodor Adornon kriittistä näkemystä.

noivat kulttuurin kehitystä. Hän (emt., 10) on osoittanut empiiristen esimerkkien avulla, ettei kulttuuristen käytäntöjen kaupallistuminen ole yksisuuntainen prosessi. Kulttuurin kytkeminen kapitalistiseen kolonialismiin sisältää hänen mukaansa oletuksen, jonka mukaan talouselämä rinnastuu kapitalismin käsitteeseen. Ongelmana on hänen mukaansa kapitalismikeskeisyys (*kapitalocentrism*), jolloin rajaudutaan kapeasti kapitalistiseen kulttuuriteollisuuden näkökulmaan. Vastakohtana on kulttuurisesti välittyneen taloudellisen toiminnan korostaminen, mikä ilmenee hänen mukaansa esimerkiksi Pierre Bourdieun laajassa tuotannossa. Habituksen, kentän, dispositioiden ja panosten käsitteet ovat läpeensä kulttuurisia. Ne eivät ole irrallisia talouselämän logiikkaan nähden. Näkökulma mahdollistaa relationaalissa tilassa toimivien moninaisten taloudellisten ja kulttuuristen prosessien samanaikaisen analyysin. (emt.)

Adornon kritiikki ja postfordistinen kulttuurin talous

Adornolainen käsitys kulttuuriteollisuudesta ja talouden hegemoniasta on saanut vuosikymmenten kuluessa runsaasti kritiikkiä osakseen. Kritiikin keskeinen sisältö on liittynyt muun muassa toimintateorian kapea-alaisuuteen ja reflektiivisen merkityksenannon prosesseihin. Myös kulttuurin talouden uudet rakenteet ovat asettaneet teorian uuteen valoon. Jo 1960-luvun loppupuolella suoritetuissa tutkimuksissa havaittiin, että kulttuuriteollisuus, yhteiskunta ja liike-elämä alkoivat kietoutua toisiinsa yhä moniulotteisemmin samalla kun esimerkiksi kansainvälinen elokuvateollisuus, televisiotoiminta ja äänilevyteollisuus vahvistivat yhteiskunnallista asemaansa. 1980-luvulle tultaessa kulttuuriteollisuus tuotiin yhä kiinteämmin myös kaupunkien ja alueiden strategisen kehittämistyön osa-alueeksi. Ala nähtiin yhä useammin myös alueiden kehityksen kannalta merkittäväksi talouden sektoriksi. Samalla Adornon kritiikistä alkunsa saanut kulttuuriteollisuuden käsite sidottiin entistä positiivisemmassa hengessä kulttuuri-imagojen, kaupunkimarkkinoinnin sekä työllisyyden näkökulmista alueiden elinkeinostrategioiden osa-

alueeksi. Cantell (1993, 24) on ajoittanut alueita koskeneen keskustelun käänteen vuoteen 1983, jolloin Nicholas Garnham liitti ensimmäisen kerran kulttuuriteollisuuden termin aluetalouden kehityksen dynamiikkaan.

Tutkijoiden keskuudessa, erityisesti sosiologiipiireissä, kulttuuriteollisuuden käsitteen sisältö alkoi saada 1980-luvulla vähitellen saada uusia sävyjä ja sitä ryhdyttiin käyttämään yhä useammin poleemisessa tarkoituksessa tuon ajan kulttuurielämän rajoittuneisuuden kritiikkinä. Erityisesti ranskalaiset sosiologit sekä poliitikot ja muut aktivistit alkoivat soveltaa kulttuuriteollisuuden käsitettä tässä uudessa merkityksessä. (Hesmondhalgh 2002, 15.) Samalla monet tutkijat hylkäsivät Adornon ja Horkheimerin näkemykset.

Sosiologien kritiikki kohdistui muun muassa Adornon rajoittuneeseen ja epätäydelliseen tapaan liittää kapitalismi kulttuuriseen todellisuuteen. Yksisuuntaisen ja staattisen talouden hegemonian sijaan Adornon kritiikot näkivät kulttuuriteollisuuden kentän pikemminkin jatkuvien kamppailujen ja jännitteiden areenana. Heidän mukaansa Adorno näki kulttuurin jo hävinneen tämän kamppailun pääomaa vastaan ja alistuneen instrumentaalisen/käytännöllisen järjen leimaaman abstraktin kapitalistisen järjestelmän vangiksi. Kritiikin mukaan kulttuuriteollisen tuotantokoneiston sisään ajautunut taide ei ole muuttunut ainoastaan talouden logiikan muovaamaksi objektiksi, vaan kulttuuri toimii edelleen eri muotoineen myös positiivisella tavalla sosiaalista todellisuutta, elämäntapoja ja arvoja aktiivisesti muuttavana ja ylläpitävänä voimana (Miege 1989, 13; Hesmondhalgh 2002, 16). Kulttuuriteollisuuden uusi aktiivinen rooli voidaan liittää myös alueiden kehityksen yhteyteen. Kulttuuria ei nähdä tällöin ainoastaan alueille lisäarvoa tuottavana objektina, vaan pikemminkin sisäsyntyisenä, arvoihin, toimintatapoihin ja aluetaloudelliseen kehitykseen vaikuttavana subjektina. Kysymys on talouden ja kulttuurin molemminsuuntaisesta vuorovaikutuksesta.

Adornon ajattelussa kulttuuriteollisuuden kuluttajat olivat passiiviseen vastaanottamiseen vajojneita ja psykologisesti taan-

tuneita. Teorian puutteena on kuitenkin pidetty sitä, että se aliarvioi yleisöä sekä aktiivisen, tuntevan ja kokevan yksilön merkitystä. Käsitykset ”minän heikkoudesta” tai kulttuuriteollisten tuotteiden passiivisesta vastaanottamisesta ovatkin tulleet vuosien kuluessa uudelleenarvioinnin kohteiksi. Kritiikin mukaan Adorno on laiminlyönyt näkemyksissään aktiivista toimijaa koskevan teorian. (Jarvis 1998, 74–75; Hautamäki 1999, 38; Ilmonen 2003, 23.)

Myös Adornon ja Horkheimerin tapa liittää tuotannon standardointi sekä kulttuurin ja teollisuuden mekanismit toisiinsa on saanut kritiikkiä osakseen. Esimerkiksi autoteollisuuden ja musiikkiteollisuuden standardointimekanismit ovat kritiikin mukaan luonteeltaan erilaisia. Kulttuuriteollisuuden tuottajat ja kuluttajat toimivat erilaisen standardoivan, individualisoivan ja innovoivan dynamiikan puitteissa kuin esimerkiksi autoteollisuus, koska kulttuuriteollisen toiminnan luonteeseen liittyy aina kulttuurisen tai taiteellisen elämän ekspressiivinen ulottuvuus – luovuuden elementti. Musiikin tekeminen toistuvine elementteineen tai standardeineen ei siksi ole rinnastettavissa liukuhihnatuotantoon. (Crang 1997, 9; Negus 1997, 82–83.) Tuotannon standardoitumista McDonaldsaation teeseillään tarkastellut Ritzer (1998, 175) on nähnyt 1990-luvulla merkkejä massatuotannon purkautumisesta, mitä hän on kuvannut deMcDonaldsaation (*de-McDonaldization*) käsitteellä. Liukuhihnatuotannosta on hänen mukaansa siirrytty vähitellen tuotteiden moninaisuutta korostavaan joustavaan, postfordistiseen, erikoistumiseen. Scott (1997, 326–327) on vastaavasti kuvannut kulttuurin tuotannossa tapahtunutta muutosta siirtymiseksi fordistisesta massatuotannosta postfordistiseen kulttuurin talouteen (*postfordist cultural economy*). Hänen (Scott 2000a, 39) mukaansa kulttuurin tuotanto ei ole standardoitunut tai yhdenmukaistunut, kuten Frankfurtin koulukunnan jäsenet olettivat. Kulttuurin taloutta ilmentää Scottin mielestä pikemminkin tuotannonalojen ja tuotteiden diversifioituminen. Esimerkiksi mainonta ja *design* kulttuurin tuotannon ”välitysmekanismeina” tu-

keutuvat yhä enemmän joustavaan ja erikoistuneeseen valmistusteknologiaan (*flexible specialization technologies*) (Du Gay 1997, 5; Turok 2003). Joustava erikoistuminen on merkinnyt kulttuurin tuotannossa muun muassa erikoistuneiden pienyritysten lisääntymistä ja tuotannon agglomeroitumista suurimpiin keskuksiin (Caves 2000, 95–100).⁴⁸

Kulttuurin tuotteet ja markkinat ovat tänä päivänä erikoistuneet (*niche markets*) kohdesegmenttien sekä postmodernien elämänäylien ja makujen mukaisesti design- ja osaamisintensiivisille aloille, joilla tuotteiden kysyntä perustuu usein niiden semioottisiin ja esteettisiin ominaisuuksiin (Scott 1997, 326–327).⁴⁹ Juuri tästä syystä on käyty vilkasta keskustelua talouden kulttuuristumisesta ja kulttuurin merkkiarvoistumisesta. Silti tuotannon erikoistumista voidaan edelleen tarkastella kriittisesti myös adornolaisen pseudoyksilöllisyyden näkökulmasta, mikäli halutaan väittää, että tuotanto perustuu yhä tuotteiden, valmistusmenetelmien ja tyylien standardointiin. Tämäkään näkemys ei ole sellaisenaan epärelevantti nykyajan globalisoituneita markkinoita ajatellen.

Joka tapauksessa Adornoa vastaan suunnatun kritiikin mukaan joustavan erikoistumisen ja postfordismin aikakautena kulttuurin tuotantoprosesseja leimaavat yhdenmukaisuuden ja standardoitumisen sijaan moninaisuus ja kompleksisuus. Tullessaan tuotteistamisen tai hyödykkeistämisen piiriin taiteellinen toiminta ei esimerkiksi Miegen (1989, 72) mielestä menetä välttä-

⁴⁸ Fordismi on Scottin (1997) mukaan kuitenkin heijastunut myös kulttuurin tuotantoon. Kulttuurin tuotantoa on ilmentänyt funktionaalinen standardointi, tehokkuus ja kustannusten minimointi. Tuloksena on syntynyt massakulutuksen ja -tuotannon yhteiskuntia, joiden tuotantoa ja kulutusta ovat leimanneet yhdenmukaisuus ja kulttuurinen samuus. Kuitenkin 1970-luvulta lähtien fragmentoituminen, differentoituminen ja yksilöllistyminen ovat muodostuneet vähitellen tuotannon ja kulutuksen avaintermeiksi sekä yritysten markkinoilla menestymisen edellytyksiksi.

⁴⁹ Erikoistuneita markkinoita kuvataan niche-markkinoiksi, joille on leimallista markkinasegmentin pienuus, kapeus ja spesifisyys. Niche-tuotteita voidaan erotella sillä perusteella, ovatko tuotteet tai palvelut kehitettävissä missä tahansa (ei sijainti- ja kulttuurispesifijä) vai perustuvatko ne alueiden ainutlaatuisen resurssien hyödyntämiseen. Paikallisiin erityispiirteisiin ja resursseihin pohjautuvien tuotteiden kehittäminen on luonteeltaan alueellinen, sisäsyntyinen, endogeeninen prosessi, mikä edellyttää innovatiivista kehittämisoletta (Alarinta 1998, 57–60).

mättä autonomista asemaansa kuten Adorno aikanaan väitti. Määrätty kulttuuritoimijoiden tai taiteilijoiden ”luova riippumattomuuden tila” ja tuotteiden ainutlaatuisuus ovat hänestä myös kulttuurin taloudessa tuotteiden markkinoilla menestymisen perusedellytyksiä. (emt.)

Adornon teoriaa on kritisoitu myös kulttuuria sekä taidetta koskevien ihanteiden nostalgisesta kytkemisestä esiteollisiin (*preindustrial*) tuotannon muotoihin. Arvostelijat eivät ole kuitenkaan kiistäneet sitä tosiseikkaa, että teollistuminen ja uusien teknologioiden soveltaminen ovat lisänneet kulttuurin tuotteistamista ja kaupallistamista. Arvostelun ydin on ollut siinä, että kulttuurin hyödykkeistäminen on ristiriitaisempi ja jännitteisempi prosessi, mitä Adorno kulttuuripessimismissään esitti. Avainkäsitteitä häntä vastaan suunnatussa kritiikissä ovat olleet kompleksisuus (*complex*), ambivalenssi (*ambivalent*) ja kiistanalaisuus (*contested*) (Miege 1989; Hesmondhalgh 2002, 16). Esimerkiksi Bernsteinin (1991, 18) mukaan kulttuuriteollisuus nähdään Adornon teoriassa liian ”yhdenmukaisena ja tasalaatuisena”. Kulttuuriteollinen todellisuus on hänen mukaansa dynaamisempi, monimuotoisempi ja ristiriitaisempi ilmiö. Siksi tarvitsemme moniulotteisempia ja sensitiivisempiä tulkintoja kulttuurin talouden symbolisesta ulottuvuudesta, esimerkiksi kulttuuristen ja teknologisten innovaatioiden yhteenkietoutuneisuudesta (esim. muoti-, mainos-, media- ja viihdeteollisuuden alojen kulttuuripitoisuutta tarkasteltaessa).

Nykykäytössään kulttuuriteollisuuden (tai kulttuurin talouden) käsite ilmentää moniarvoisuutta. Se kuvaa yhtäältä kulttuurin tuotteistamiseen liittyviä ongelmia ja ristiriitoja. Toisaalta siihen sisältyy mahdollisuus kulttuuristen sisältöjen uudistumiselle ja kehittymiselle. Käsite ei ikään kuin kiellä ristiriitojen mahdollisuutta, mutta se ei myöskään perustu yksinkertaistettuun tuotannon ja taiteen polarisaatioon. Tuotantoa ja kulttuuria ei nähdä toisiinsa nähden erillisinä osina, vaan pikemminkin saman prosessin eri puolina.

*

Adornoa vastaan suunnatun kritiikin ytimenä voidaan yhteen-
vetona pitää sitä, että alkuperäisessä merkityksessään kulttuuri-
teollisuuden käsite uusintaa kulttuurin ja talouden tai taiteen ja
kulttuuriteollisuuden välistä dualismia. Kulttuuri ja teollisuus
olivat Adornon ja Horkheimerin määrittelyissä jyrkästi toisil-
leen vastakkaisia yhteiskunnallisia ilmiöitä. Kulttuurin käsitteel-
listäminen perustui nostalgiseen käsitykseen totuudesta, kau-
neudesta ja autenttisuudesta, jotka he näkivät vastakohtana tur-
miolliselle välineellisyydelle, rationaalisuudelle ja taloudellisen
hyödyn tavoittelulle.

AUTONOMINEN TAIDE JA KULTTUURI

Adornon kulttuuriteollisuuskritiikki oli ennen muuta puolus-
tuspuheenvuoro taiteen sisäsyntyisten arvojen puolesta. Siksi hän
rinnasti kulttuurin erityisesti taiteen käsitteeseen, jonka hän näki
erityisenä ja poikkeuksellisenä ihmisen luomisvoiman muotona.
Taide toimi hänelle muun elämän vastavoimana ja kritiikkinä,
jonka avulla ihmiskunta voi ilmaista utopistisiakin visioita ”pa-
remman elämän” mahdollisuuksista. Taide toimi ikään kuin val-
litsevan ”yhteiskunnan kieltona” ja instrumentaalisen rationaa-
lisuuden vastavoimana. Perusolettamuksena oli, että ainoastaan
autonominen, sisäisesti riippumaton ja ”totuutta ilmaiseva” tai-
de kykenee toimimaan tällaisena vastarinta-aineksena massayh-
teiskunnan yksilöä latistaville ja alistaville voimille.⁵⁰ (Hesmond-
halgh 2002, 15.)

Kuvattua näkemystä taiteen ylevyydestä ja sen henkistä reflek-
tiivisyyttä edistävästä voimista on monissa tutkimuksissa kriti-
soitu elitismiksi (Ray & Sayer 1999, 10; Ahponen 2001, 169).
On kysytty: kuinka voimme määritellä ja erottaa hyvää elämää
tai psyykkistä virikkeellisyyttä ylläpitävän taiteen sen vasta-
kohdasta – turmiollisesta massakulttuurista? Adornon käsitys

⁵⁰ Autonominen tai heteronomisen taiteen erottelu ei liittynyt Adornon ajattelussa ensi-
sijaisesti kulttuuriteollisen tuotteen myynti- ja markkinakelpoisuuteen, vaan pikemmin-
kin tuotteiden manipulointiin ”standardointiin, joka kavenraa esimerkiksi taitelijan
liikkumatilaa tuotantoprosessissa (Hautamäki 1999, 32).

implikoi näkemystä tuon rajanvedon mahdollisuudesta, jolloin hän tuli ikään kuin ottaneeksi itselleen määrittelyvallan oikean ja valheellisen kulttuurin/taiteen rajauksessa. Kritiikin mukaan hänen määrittelemänsä arvot ja intressit saavat epärefleksiivisesti universaalín aseman. Lisäksi elitistisen näkemyksen taustalla on nähty ajatus, etteivät yksilöt todellisuudessa tiedä, mikä heidän etunsa on. Mainituista syistä johtuen tutkijat ovat myöhemmin pyrkineet irrottautumaan postmodernismista käydyñ keskustelun saattamana esimerkiksi ”korkean” ja ”matalan” kulttuurin erotelusta (Ilmonen 2003, 24).

Taide oli Adornolle siis todellista ainoastaan silloin, kun se sisältää ainakin implisiittisesti yhteiskuntakriittisiä elementtejä tai vivahteita, jotka kyseenalaistavat yhteiskunnassa vallitsevan tasa-painon ja harmonian. Yhteiskunnassa vallitsevien arvojen ja normien ”kieltona” toimiminen edellytti Adornon mukaan ennen muuta taiteen autonomíaa.⁵¹ Tuotteistamisen ja kaupallistumisen vuoksi kulttuuri oli menettämässä tämän kyvyn toimia utopistisena ja autonomisena yhteiskuntakriittikinä. (Cook 1996, 109; Hesmondhalgh 2002, 15.)

Adornolainen näkökulma autonomian vaatimuksesta on saanut runsaasti kritiikkiä osakseen. Erityisen ongelmallisena on pidetty näkemystä, jonka mukaan kaupallistuminen tai kulttuurin teollistuminen riisuu automaattisesti ja luonnonlainomaisesti kulttuurin iteisarvillisista merkityksistä (Hautamáki 1999, 38). Tällöin ei tunnisteta esimerkiksi markkinoiden sivilisoivia vaikutuksia (*civilizing effects*) (Ray & Sayer 1999, 10). Samalla teoriaan on sisällynyt implisiittinen olettamus, jonka mukaan il-

⁵¹ Kulttuuriteollisuus alkoi Adornon mukaan vähitellen syövyttää taiteen autonomista (lat. *auto nomous*, omalakinen) asemaa, millä oli aiemmin kuvattuja yhteiskunnallisia ja yksilön psyykkeeseen heijastuvia vaikutuksia. Taide menetti Adornon mukaan autonomiansa tilanteessa, jossa se alkoi toimia jonkin ulkoisen päämäärän hyväksi (Hautamáki 1999, 29–30). Jarviksen (1998, 120) mukaan Adorno ei kuitenkaan välttämättä asettanut taiteen autonomíaa ja riippuvuutta (*heteronomy*) toisilleen vastakkaisiksi ja dualistisiksi ilmiöiksi. Hänen mukaansa Adornon fokus oli pikemminkin taiteen autonomisuuden muodostumisen prosessin analyysissä, jossa erilaiset riippuvuusmekanismit säätelevät autonomíaa. Samalla näkemys Adornon tuottamasta kulttuurin ja teollisuuden dikotomiasta problematisoituu, mistä on vuosien varrella käyty runsaasti tieteellistä debattia.

man kapitalismin imperatiiveja yhteiskuntien toiminnot perustuisivat automaattisesti hyveellisiin normeihin ja kulttuurin muotoihin.

Adornon ajattelun lähtökohtana on pidetty sitä, etteivät markkinat mahdollista kulutuksen ja myynnin kautta ihmisten taivoitella vapaasti ”hyvää elämää”. Voimme kuitenkin ajatella myös siten, että hyödykkeiden ja tuotteiden diversifikaatio mahdollistaa kansalaisyhteiskunnan kasvun sekä sosiaalisten todellisuuksien, identiteettien ja positioiden monimuotoistumisen arkielämän tasolla (Ray & Sayer 1999, 10–11). Toisin sanoen, markkinat voivat tuottaa uusia voimia, joiden avulla ihmiset kehittävät itselleen uutta identiteettiä ja uusia kulttuurisia normeja. Lisäksi markkinat voivat pakottaa kulttuurin tuottajia nostamaan tuotteiden tasoa ja laatua, jotta he pystyvät paremmin menestymään kilpailijoittensa kanssa.

Ajatus taiteen autonomiasta perustuu dualistiseen näkemykseen talouden ja kulttuurin välisestä suhteesta. Myös alueiden kehityksen yhteydessä talouden ja kulttuurin suhdetta voidaan tarkastella monesta eri näkökulmasta. Seuraavaksi pohdin kulttuuriteollisuuskritiikin valossa sitä, miten autonomisuuden vaatimus sekä talouden ja kulttuurin suhde ilmenevät suomalaisia kulttuuritapahtumia koskevissa diskursseissa. Nähdäänkö kulttuuri ja talous toistensa vihamiehinä puhuttaessa festivaaleista ja kuntien kehittämisen mahdollisuuksista vai ilmentävätkö paikalliset diskurssit pikemminkin sopusointua ja harmoniaa?

Miksi kulttuurin tai taiteen autonomiaa tai sisäsyntyistä luonnetta on relevanttia käsitellä aluetieteellisessä tutkielmassa? Eikö tutkimuksen lähtökohtana ole pikemminkin kulttuuritapahtumien alueellisten merkitysten erittely? Pysyttelen tieteenalan asettamissa rajoissa siinä mielessä, etten pureudu taiteen määrittelyn tai olemuksen problematiikkaan sinänsä. Aluekehityksen näkökulmasta on kuitenkin perusteltua pohtia sitä, mitä taiteen tai kulttuurin sisäsyntyisille merkityksille tapahtuu, kun niiden olemassaoloa legitimoidaan esimerkiksi kuntien kehittämisspoliittisin (esimerkiksi elinkeinopoliittisin) perustein. Onhan jo

aiemmin esitettyjen näkökulmien valossa selvää, että jälkiteollisissa yhteiskunnissa kulttuurin ja taiteen merkitykset ja niitä heijastelevat diskurssit ovat nousseet aivan uudella tavalla kuntien ja kaupunkien kehittämispolitiikan ytimeen.

Myös alueellisen kehittämistyön kontekstissa kulttuuri ja taide voidaan nähdä sekä sopeutujan että aktiivisen toimijan rooleissa. Toisaalta kulttuuria voidaan välineellistää esimerkiksi osana kuntien elinkeinopolitiikkaa tai vaikkapa rakennerahastojen toimintalogiikkaa (esim. Kainulainen & Suutari 2002). Toisaalta kulttuuri voidaan nähdä – myös aluekehityksen yhteydessä – adornolaisittain omalakisena, sisäsyntyisenä ja kriittisenä yhteiskunnallisena vastavoimana. Mainitut arvolähtökohdat eivät kuitenkaan ole välttämättä toisiinsa nähden ristiriidassa tai dikotomisessa suhteessa. Väitän, että aluekehityksen yhteydessä kulttuurin ja talouden arvot sulautuvat moniulotteisesti toisiinsa. Adornolainen dualismi tarjoaa täten ainoastaan teoreettisen heijastuspinnan kulttuurin ja aluekehityksen suhteen kokonaisvaltaiselle tarkastelulle. Nähdäkseni aluekehitystyö (esimerkiksi EU:n rakennerahastojen kautta rahoitetut kulttuurihankkeet) toimii myös ikään kuin kulttuurin ja talouden arvoja yhteenliittävänä suodattimena, jolloin tapahtuu sekä talouden kulttuuristumista että kulttuurin ekonomisoitumista.

KOSKEMATTOMUUSDISKURSSIT

Tutkimuksen kuluessa suoritettujen haastattelut osoittivat, että adornolainen taiteen ja kulttuurin autonomian vaatimus on tunnistettavissa vielä tänä päivänä suomalaisista tapahtumadiskurssista. Haastatteluaineistosta hahmottui selkeästi taiteen ja kulttuurin autonomiaa puolustava diskurssityyppi, jota kutsun jatkossa koskemattomuusdiskurssiksi. Tapahtumien funktioiden, tarkoitusten ja merkitysten määrittelyssä haastatteluissa nousivat tällöin selkeästi esille taiteen ja kulttuurin itseisarvoa puolustavat näkökulmat. Adornolaisittain festivaalien katsottiin ”tuottavan” viihteen vastapainona jotakin syvempiä, kenties spirituaalisempia, vallitsevia arvoja kyseenlaistavia merkityksiä erotuksena ar-

jen pinnallisista nautinnoista. Koskemattomuuspuheissa toistui-
vat sellaiset taiteen autonomiaa ilmaisevat termit ja ilmaisut kuin
”avantgarde”, ”kokeilevuus”, ”poikkeavuus”, ”yllätyksellisyys”,
”taiteellisesta tasosta huolehtiminen” ja ”ammattimaisuuden vaa-
timus”. Keskeistä taiteen tai kulttuurin autonomian puolusta-
minen oli erityisesti tapahtumien järjestäjille, joille kulttuuri-
festivaalin toteutus merkitsi ensisijaisesti taiteen ja kulttuurin
esille tuomista niiden itsensä vuoksi.

Koskemattomuusdiskurssi tuli eri tavoin esille erilaisissa tapah-
tumakonteksteissa. Toisaalta autonomian vaatimus ilmeni (1)
taiteellisen tason korostamisena (kuten Jyväskylän Kesän, Tam-
pereen Teatterikesän, Kuhmon Kamarimusiikin, Pentinkulman
päivien ja Sodankylän elokuvajuhlien yhteydessä). Toisaalta se tuli
esille (2) ohjelmiston kokeilevuuden, poikkeavuuden tai vaihto-
ehtokulttuurin painoituksissa (esim. Oulun Musiikkivideo-
festivaaleilla, Jyväskylän Kesässä, Tampereen Teatterikesässä) tai
(3) kulttuurihistorian ja perinteiden, kansankulttuurin, aitou-
den tai alkuperäisyyden vaalimisena (esim. Rääkkylän
Kihauksessa, Keskiaikaisilla markkinoilla ja Sata-Häme Soi -juh-
lilla). Yhdistävänä piirteenä kaikille koskemattomuusdiskursseille
oli kulttuurin sisäsyntyisten merkitysten ja itseisarvojen puo-
lustaminen. Näiden kulttuurin perusarvojen korostamisesta löy-
tyi yhtymäkohtia Adornon ajatuksiin nähden, vaikka en ole
väittämässä, että koskemattomuusdiskurssit puolustaisivat tai-
teen ja kulttuurin autonomiaa aivan yhtä ehdottomasti ja anka-
rasti kuin Frankfurtin kriittinen koulukunta.

Taiteellinen taso

Koskemattomuusdiskurssien mukaan kulttuuritapahtumien to-
teuttamisen lähtökohtana oli ensisijaisesti – alueiden kilpailuky-
vyn retoriikan asettamista paineista huolimatta – korkeatasoisen
taiteen ja kulttuurin esittäminen. Kaikissa tutkituissa tapahtu-
missa taiteellisen tason näkökulma tuli jossakin muodossa esille,
mikä oli usein myös tapahtuman järjestämisen ensisijainen mo-
tiivi. Esimerkiksi Kuhmon Kamarimusiikki -festivaalin perus-

ideana ja lähtökohtana on yli 30-vuotisen historiansa aikana ollut alusta lähtien tarjota yleisölle mahdollisuus nauttia ”maailman parhaasta musiikista”. Sodankylän elokuvajuhlat ovat puolestaan nimensä mukaisesti olleet ”elokuvienv juhlaa”; tapahtuman tavoitteena on tarjota laadukkaita elokuvia ”elokuvienv ehdoilla”. Vastaavasti Urjalan Pentinkulman päivät on halunnut profiloitua korkeatasoiseksi kirjallisuustapahtumaksi. Myös Tampereen Teatterikesässä ja Jyväskylän Kesässä ohjelmiston rakentamisessa ovat painottuneet nimenomaan taiteelliseen tasoon liittyneet kriteerit.

Kuhmossa ja Sodankylässä – erotuksena kaupunkitapahtumista – maaseutumainen ja syrjäinen ympäristö on toiminut eräänlaisena taiteen autonomian puskurina. Luonnonläheisyys ja hiljaisuus ovat mahdollistaneet diskurssin mukaan olennaiseen – itse taiteeseen – keskittymisen ”kaiken muun kohinan” ulkopuolella, mitä haastatteluissa kuvattiin käsitteillä ”Sodankylän henki” tai ”Kuhmon henki”.

Ja sitten se, että taas tulee taiteellinen näkökulma, että se vie sitten siitä taiteellisesta asiasta pois kokonaan. Että kun tullaan tänne, niin sitäkin vahditaan, sitä on aika vaikeaa ymmärtää. Niin vahditaan niin tarkkaan, että pysytään siinä ilmapiirissä, atmosfäärissä. Ja, että se on sitten juuri se kamarimusiikki ja se taide ja semmonen ihanan vaaleenpunainen sumu, joka tulee siis siitä, että kun ollaan siinä Kuhmo-hengessä. Että siihen ei sitten niinku tuu mitään tavallaan semmosta ulkopuolista, vaikka hyvääkin asiaa. (haastateltava Kuhmosta.)

Tapahtuman hengen tai ilmapiirin säilyttämisen ja vaalimisen johdosta esimerkiksi yleisömäärien kasvattamista ei pidetty näissä tapahtumissa olennaisena ja tärkeänä tavoitteena, mihin tosin myös paikkakuntien majoituskapasiteetin ja palveluvarustuksen riittämättömyys asettivat omat rajoituksensa (ks. tarkemmin Kainulainen 2004b). Myös ohjelmiston ja oheistapahtumien suunnittelun yhteydessä kaupallisuuden lisääminen koettiin vieraaksi ajatukseksi. Taide- ja kulttuurilähtöisyys nähtiin kuitenkin paradoksaalisesti myös festivaalin imagon kannalta merkittäväksi asiaksi. Kaupallisuuden korostuminen vaarantaisi festivaalin hen-

gen, mihin esimerkiksi Kuhmon Kamarimusiikin ja Sodankylän elokuvajuhlien vetovoima on osaltaan perustunut.

Joo ei se, tärkeintä on pitää huolta siitä, että sen jutun ydin ja luonne säilyy hyvänä, koska se on myöskin se vetovoimatekijä. Että jos siihen pannaan markkinahumu, hävietään se itse tuote jotenkin sen alle, niin voi olla, että siinä menee lapsi pesuveiden mukana. (haastateltava Kuhmosta.)

Sitaatti kuvaa kulttuuritoiminnan ja aluekehityksen intressien yhteensulautumista. Taiteelliset arvot palvelevat myös kaupallisia päämääriä ilman, että ”taide” välttämättä menettää autonomiaansa. Vastaava taiteen autonomiaan sisäänrakentunut kaksoisrooli tuli esille myös pohdittaessa julkisen rahoituksen myöntämisen edellytyksiä. Erityisesti opetusministeriön tuen ehtona pidettiin taiteellisen tason vaalimista. Myös tällöin taloudellisen aspekti oli koskemattomuusdiskursseissa läsnä tapahtumien suunnittelussa ikään kuin piilevänä elementtinä.

Ja sit siin on semmonen vaara, et jos me muututaan liikaa tavallaan viihteen puolelle, niin esimerkiksi opetusministeriö voikin sitten sanoa, et me ei enää tuetakaan teitä (haastateltava Rääkkylästä).

Ja sit ku tää on esikoiskirjailijatahtuma, jota opetusministeriö rahottaa, niin ei leikitä kyllä sitte yhtään, sillä rahalla ei leikitä kyllä (haastateltava Urjalasta).

Taiteen autonomian vaatimus tuli esille myös taiteellisen tason legitimoinnin yhteydessä. Näkökulma liittyi kulttuuripolitiikan klassiseen peruskysymykseen: kenellä on valta määritellä sitä, mitä on hyvä, arvokas tai korkeatasoinen taide? Valta-aspektin ja määrittelyvallan yhteydessä diskurssissa muodostui jakolinjoja ”korkean” ja ”matalan” kulttuurin välille, minkä ylläpitämisestä myös klassista kriittistä teoriaa on usein kritisoitu. Haastateltavien puhe ”taiteellisen tason” vaalimisen välttämättömyydestä implikoi korkean ja matalan taiteen erottelua. Korkeatasoinen taide on jotakin parempaa tai tavoittelemisen arvoisempaa kuin jokin muu – vähemmän arvokas – kulttuurin muoto tai esittämisen tapa.

Taiteellisen tason määrittelyvalta lankesi koskemattomuusdiskursseissa ensisijaisesti tapahtuman järjestäjille itselleen – am-

mattilaisille. Käytännössä tapahtuman taiteellinen johtoryhmä tai taiteellinen johtaja määrittävät sen, mikä kulloinkin tarjolla olevista esityksistä täytti festivaalin taiteellisen tason kriteerit.

Mut se, miten taiteellinen taso ylitetään, niin siinä tarvitaan just tän taiteellisen johtoryhmän signeeraus, elikkä ne valinnat on kuitenkin täysin subjektiivisia. Siis sillä tavalla, että valinnat tehdään ihan taiteellisin perustein (haastateltava Tampereelta).

Haastatellut tapahtumanjärjestäjät olivat miltei yksimielisiä siitä, etteivät tapahtumaorganisaatioon nähden ulkopuoliset voimat saa vaikuttaa tapahtuman ohjelmiston sisällöllisiin valintoihin oli kyseessä sitten taiteellisen tason, kokeilevuuden tai kulttuurihistorian vaalimisen puolustaminen. Esimerkiksi yritysmaailma nähtiin diskurssissa arvokkaana yhteistyökumppanina, mutta yritykset eivät voi osallistua – yritys yhteistyön lisääntymisestä ja yhteistyömuotojen monipuolistumisesta huolimatta – ohjelmiston taiteellisten ja kulttuuristen linjausten määrittelyyn. Tätä pidettiin kauttaaltaan miltei itsestään selvänä lähtökohtana. Vastaava määrittelyvallan (itselle) legitimointi tuli esille myös kuntayhteistyön yhteydessä. Kuntien yhteistyö on arvokasta tapahtumanjärjestäjille – ja usein myös riittämätöntä – mutta silti festivaalin sisältöjen määrittelyn autonomia halutaan säilyttää tapahtumaorganisaatiolla.

Sitäkin mä oon kuullu, että yritykset saattaa jollakin lailla lähteä antamaan vinkkejä ja vähän niinku haluaisivat vaikuttaa siihen ohjelmalinjaukseen ja se on mun mielestä vaarallinen tie, koska yritysmaailma on aivan jotakin muuta varten, kuin tekemään kulttuuri- tai taidefestivaalia tai työtä, koska niillä on aina kuitenkin se tietynlainen [tavoite]. Raha pyörii ja omistajat saa riittävästi rahaa ja ne työllistää. Meil on taas ihan muunlaiset tavoitteet, eli me yritetään tehdä sellasia elämyksiä, jotka olis vähän kauaskantosempia, että tavallaan ihmisetkin sais itselleen myös henkistä pääomaa eikä vaan sitä sellasta pinnallista ja rutii ninomasta suorittamista myös vapaa-aikana, vaan että se, mitä ne kuulee ja näkee ja mihin ne voi osallistua meidän festivaalissa olis niin painokasta, että he muistais sen vielä pitkälle pitkälle syksyyn ja et heille tulis jano kokea sitä lisää. (haastateltava Jyväskylästä.)

Taiteellisen tason koskemattomuuden puolustus tuli esille myös ”viihteen” ja ”taiteen” rajoja määriteltäessä. Viihde käsitteenä on Ritzerin (1993, 1998) termistöin jotakin ”McDonaldsaation loogiikan” läpäisemää, ennustettavaa ja dehumanisoitua kulttuuria, jonka vastaanottaminen koetaan koskemattomuusdiskurssissa implisiittisesti tai eksplisiittisesti yksilöä adornolaisittain regressoivaksi tapahtumasarjaksi. Pinnallisten nautintojen ja turruttavan kulttuuriteollisuuden kulutuksen vastakohtana taide-elämys sisältää mahdollisuuden ajattelun ajatteluun, refleksiivisyyteen. Se ylläpitää ja vahvistaa kokijansa spirituaalisuutta, minän eheyttä ja subjektiviteettia.

Kyllä se on hyvin pitkälle se, että kyl me ollaan sitä pohdittu hirveen paljon ja pohdittu se, että miks me ollaan olemassa, et miks me halutaan olla olemassa. Ja kyl se on, me koetaan kyllä ihan puhtaasti, et semmonen taide, joka on, johon on valittu siis esiintyjiksi ihmisiä, jotka sydänverellään tekee sitä hommaa, jotka on taitavia, osaavia, todella tekee taidetta sen takia, että se on ainut heidän vaihtoehtonsa, niin he myöskin pystyy sitte yleisölle, joka ei olisi koskaan mitään teatteri- tai musiikkijuttuu nähny. He pystyvät yleensä antamaan valtavan paljon sellasta syvällekin menevää oi vallusta ja iloa ja jotenkin semmosta yhteisyyttä. Sellasia syvempiä arvoja, kuin pelkästään, niin tärkeätä, kun viihde sinällään onkin, niin viihde on kuitenkin viihdettä mun mielestä, et siinä on just se ero, et me ei haluta kuitenkaan tehdä puhtaasti viihdettä, koska se ei, sen jälkikaiku on niin lyhyt, tai sitä ei oikeastaan oo. Että kyllä meillä kaikessa tekemisessä on se ajatus aina, että sen pitäisi koskettaa jollakin tavalla ja sitten syvemmälle ja herättää ajatuk-sia ja jopa sillä tavalla, että se herättäs kiinnostusta käydä aktiivisemmin sitten konserteissa tai teatterissa tai lukee jotain, mitä tahansa. Siis niinkun hakee itse aktiivisesti väyliä taiteen äärelle ja kulttuurin, vähän painokkaamman kulttuurin äärelle, koska kyl me vähän semmosia opettajia ollaan. Meil on semmonen ajatus, että se on yksi mahdollisuus ihmisen niinkun höllentää sitä kravattia ja sitä tiukkaa pipoo. (haastateltava Jyväskylästä.)

Taiteellisen tason puolustaminen ei kuitenkaan edusta koskemattomuusdiskurssissa puhdasoppisesti kriittisen teorian kaltaista elitismia. Määrittelyvallasta kiinnipitämisestä huolimatta tapahtumien ensisijaisena pyrkimyksenä oli palvella ennen muuta

yleisöä. Korkeatasoista taidetta ja kulttuuria ei haluttu nähdä ainoastaan pienen vähemmistön etuoikeutena ja tässä mielessä elitisminä, vaan pikemminkin korkea taiteellinen taso ja yleisöystävällisyys nähtiin toisiaan täydentäviksi asioiksi. Samalla taidefestivaalin järjestäminen koettiin erääksi keinoksi ja mahdollisuudeksi ikään kuin jalkauttaa tai ”popularisoida” taide suuren yleisön keskuuteen. Siksi esimerkiksi ilmaiskonserttien tarjontaa sekä edullisia pääsymaksuja pidettiin ohjelmistoa suunniteltaessa ensiarvoisen tärkeinä periaatteina.

Korkeatasoinen taide nähtiin koskemattomuusdiskurssissa pikemminkin eri ihmisryhmiä yhdistävänä tekijänä kuin niitä erottavana ilmiönä. Puhe tapahtuman synnyttämästä kollektiivisesta ilmapiiristä tai vaikkapa festivaalin aikaansaamasta me-hengestä paikallisia asukkaita yhteenliittävänä identiteettikertomuksena implikoi näkemystä autonomisen taiteen ja kansanjuhlan välisen vuorovaikutuksen mahdollisuudesta. Koskemattomuusdiskurssissa oli täten kysymys konsensuksen rakentamisesta taiteen ja suuren yleisön välille. Pyrkimyksenä oli nimenomaan taiteen sisältöihin kiinnittyvien merkitysten – ylevöittäminen, kultivoimisen tai sivistämisen, kuinka vain – tuottamisesta kollektiivisena konstruktiona.

Mitä kovempi taso, sitä vähemmän se on elitistinen. Se on hirveetä. Kun on hyvä esitys, se aukee kaikille. Et hyvä esitys ei tarkoita sitä et se aukee yhä harvemmille, vaan et se on niin kova, et siin on niin paljon tasoja, että kukin saa siitä niin paljon, kun pystyy vaan vastaanottamaan. (haastattava Jyväskylältä.)

Kokeileva luonne ja reifikaation välttäminen

Korkeatasoisen taiteen puolustamisen ohella tai sen rinnalla koskemattomuusdiskurssissa festivaalien ohjelmistoa kuvattiin kokeilevaksi ja avantgardistiseksi. Olennaista oli pysytellä valtavirran ulkopuolella ja haistella ikään kuin uusia tapahtuman genreen sopivia tuulia. Ohjelmiston valinnoissa korostui siksi yllätyksellisyyden elementti samalla kun pyrkimyksenä oli välttää ”varman päälle rakentamista” tai kriittiseen teoriaan rinnastet-

tuna yleisön tai kulttuurielämyksen reifikaatiota. Reifikaatio merkitsisi kulttuurin vastaanoton objektivointipyrkimystä (ylälätyksellisuuden eliminoimista) sekä esimerkiksi tapahtuman taloudelliseen menestykseen tai yleisömääriin liittyvien riskien minimointia. Reifikaation tietoinen välttäminen ja ohjelmiston valintojen autonomisuuden sekä kokeilevuuden mahdollistaman suunnitteluvapauden vaatimus tuli esille muun muassa Oulun Musiikkivideofestivaalien yhteydessä:

No, siis meil on tapana suhtautua kaikkiin uusiin tulokkaisiin ennakkoluulottomasti, se liittyy tähän festivaalin henkeen, et me halutaan tuoda esille uusia tekijöitä, nuoria tekijöitä, jotenkin rohkeata ja ennakkoluulotonta, jopa aika marginaalistakin kulttuuria. (haastateltava Oulusta.)

Kokeileva festivaali pyrki olemaan edelläkävijä kulttuurisen genren tai tyylien tuottajana luoden kaupunkiin ikään kuin omaa vastakulttuuriaan tai taiteellista avantgardea. Tapahtuman autonomia konstruoitui tällöin korostamalla ohjelmatarjonnan vaihtoehtoisuutta ja erilaisuutta. Festivaalin suunnittelussa haluttiin siksi ennakoida tulevia trendejä tai uusia kulttuurisia syvävirtauksia. Samalla ohjelmiston tuli olla ”ajassa kiinni”; sillä oli oltava ikään kuin yhteiskunnallinen kosketus omaan toimintaympäristöönsä.

Mut meidän pitää yrittää jotenkin hirveen selkeesti seurata aikaa ja ne lähtee sieltä taiteen sisällöistä (...). Et jos me missataan tatsi siihen, mitä maailmassa tapahtuu niin se on huono. (haastateltava Tampereelta.)

Tääl on monenlaisia asioita. Tää on tavallaan minikokoinen Helsingin juhlatapahtumat, mutta erilainen, ehdottomasti erilainen. Aika pimee välillä, outo. Tääl on aina koitettu pitää undergroundista huolta, elikkä aina jotakin yllätyksellistä. (haastateltava Jyväskylästä.)

Kokeilevuus, kuten edellä kuvattu taiteellisen tason puolustuskin, on myös osa tapahtuman imagon tietoista rakentamista ja tässä mielessä paitsi kulttuurilähtöinen toimintaperiaate myös talouteen ja vetovoimaan kietoutuva strategia. Jyväskylän Kesän – Suomen vanhimman yhtäjaksoisesti toteutetun kulttuuritapahtuman – yhteydessä kokeilevuus ja yllätyksellisyys nähtiin koko

festivaalin 50-vuotiseen historiaan sisäänrakentuneena perusominaisuutena ja tapahtuman olemassaolon edellytyksenä – brandina.

No se on se, minkä takia tää on ylipäätänsä olemassa. Et se olis lopetettu jo -97, jos ei tätä brändiä olis. Ja se on se, koko ajan, mikä on sen kaiken suunnittelun perusta, et Jyväskylän kesän brändi voi ehkä jotenkin kiteyttää et tää on monikulttuurinen, monitieteinen ja -taiteinen tapahtuma. Ja se, et mitä sen brändin alle mahtuu, niin se tarkoittaa melkeen mitä vaan. Mut se, et siin on tää kärki, avantgarde, uusi, ainutlaatuinen, sellaset termit, jotka tulee oitis mieleen, mitä koko ajan mietitään kun ruvetaan tekemään tapahtumaa. (haastateltava Jyväskylästä.)

Aitouden koskemattomuus

Kokeilevuuden ja kulttuurin autonomian puolustuksen lisäksi koskemattomuusdiskurssiin voidaan liittää myös aitouden koskemattomuuden näkökulma. Monien haastateltavien mukaan tapahtumien keskeisenä tehtävänä oli aidon ja alkuperäisen kulttuuriperinnön vaaliminen erotuksena epäaidosta pseudokulttuurista. Esimerkiksi Turun Keskiaikaisten markkinoiden tavoitteena oli juuri keskiajan ilmiöiden esille tuominen mahdollisimman aidolla ja alkuperäisellä tavalla.

Tavoite ylipäättään on tuoda kaupunkilaisille ilmi tätä Turun kaupungin historiaa, esimerkiksi tää meidän ykköstavote. Se, että me pystytään se tekemään, me ei olla haluttu tinkii siitä ajatuksesta. Halutaan tuoda se mahdollisimman aidosti. Se aitouspyrkimys, mikä tässä on, niin sitä saavutetaan vuos vuodelta enemmän. Tietysti vuonna -97 piti 120 puku saada aikaan kahdes kuukaudes suunnilleen, niin puvut tuli tehtyä trikoosta ja saumurilla nopeesti (...). Mut puvustuksessa nyt käytetään vaan luonnonmateriaalia, kaikki tikkaukset tehdään käsin, mitkä näkyy päällepäin ja se näkyy ihan kaikessa. Sitä varten, et ei olla yksityinen yritys tai rahallisesti tuottava laitos, ei olla jouduttu tinkimään. (haastateltava Turusta.)

Sata-Häme Soi -juhlien diskursseissa aitous liitettiin puolestaan pelimannikulttuuriin. Rääkkylän Kihauksessa aitous- ja omaleimaisuustavoitteet liittyivät taas karjalaisen ja suomalais-ugrilaisen kansanmusiikin perinteen vaalimiseen ja sen tunnetuksi tekemiseen.

Että sitten löytys se joku semmonen aspekti, joka tekee siitä niinkun kihausmaisen, et miksi se esiintyjä on meillä. (haastateltava Rääkkylästä.)

Arvioitaessa perinteiden ja kulttuurihistorian vaalimisen sekä samalla kulttuurin koskemattomuuden puolustamisen motiiveja on ilmeistä, että aitouspuhuntaan liittyy implisiittisenä piirteenä aidon ja epäaidon kulttuurin välinen dualismi. Puolustaessaan aitoutta diskurssi asettaa uhkakseen tai vastakohtakseen keinotekoisen massakulttuurin tai standardoidun kulttuuriteollisuuden.

Se on toive, että niissä tosiasiassa pysytään ja ne markkinatekijät tulee sitten sen jäljessä, että toisinpäin, ne alkaa määrätä meitä. Se nyt on ehkä uhkatekijä, että ne alkaa määrätä. (haastateltava Turusta.)

Sponsoreiden tai yleisön houkutteleminen sekä alueen markkinointi ovat myös näille tapahtumille merkityksellisiä, mutta nämä tavoitteet eivät saa koskemattomuusdiskursseissa uhata kulttuurin aitoutta ja alkuperäisyyttä – tässä mielessä autonomiaa. Toisaalta juuri aitouden säilyttäminen nähtiin myös mainittujen ”ulkoisten hyötyjen” kannalta olennaiseksi asiaksi. Esimerkiksi tapahtuman imagon ja kaupungin markkinoinnin kannalta aitous nähtiin myös vetovoimatekijäksi.

Argumentaation rakenne

Väljästi tulkiten adornolainen kriittinen näkökulma on siis vielä tänä päivänä tunnistettavissa suomalaisista tapahtumadiskursseista. Kulttuurisen ja taloudellisen todellisuuden välille halutaan vetää koskemattomuusdiskursseissa selvät rajat. On kuitenkin todellisuutta pelkistävää väittää, että esimerkiksi taiteen autonomian puolustus esiintyisi suomalaisia kulttuuritapahtumia koskevissa puheissa talouden logiikkaan nähden yhtä jyrkkärajaisena, mitä Adorno aikanaan esitti. Tyypillistä haastateltaville oli rinnakkaisten näkökulmien ja diskurssien esille tuominen. Sama henkilö saattoi näkökulmasta riippuen vaihtaa diskurssityyppiä haastattelun kuluessa, mikä kuvaa diskurssien sisäisen hybridisyyden dynamiikkaa. Yhtäältä saatettiin painottaa taiteen auto-

nomian merkitystä, mutta toisaalta, esimerkiksi puhuttaessa kuntien kehittämisen edellytyksistä, hyväksyttiin myös talouden logiikan – kaupallisuuden ja yritysmaailman – läsnäolon väistämättömyys ja välttämättömyys. Usein nämä diskurssit sekoittuivat ja kietoutuivat haastateltavien retoriikassa ja argumenteissa toisiinsa. Samalla erilaiset arvolähtökohdat ikään kuin liukenivat ja limittyivät toistensa sisään.

Kulttuurin ja talouden vuorovaikutuksen lisääntyessä herääkin kysymys, missä määrin voimme ylipäänsä määritellä tai rajata sen, milloin kulttuuritapahtuman suunnittelun ja tuottamisen periaatteet ja lainalaisuudet kumpuavat autonomisuuden ihanneiden mukaisesti kulttuurista ja taiteesta itsestään. Milloin taas on kyse talouden logiikan liukenemisestä ikään kuin näkymättömällä tavalla kulttuuritapahtumien ohjelmistoon ja suunnitteluprosesseihin? Nähdäkseni emme voi tyhjentävästi erotella ”taiteen ehdoilla” tapahtuvaa toimintaa esimerkiksi ”yleisöystävällisyydestä” tai esimerkiksi sponsoreita enemmän miellyttävästä ohjelmistosta. Kysymys ei ole välttämättä kulttuurin ja talouden erillisyyttä ylläpitävästä joko–tai-asetelmasta. Joka tapauksessa aluekehitystyön instrumentaalisen retoriikan ja koskemattomuusdiskurssien kohdatessa kulttuurin ja taiteen autonomia tulee uhatuksi tai ainakin uudelleenarvioinnin kohteeksi. Kysymys on jälleen siitä, kenellä on valta asemoida ja tuottaa hegemonisia diskursseja kulttuuritoimintojen merkityksistä aluekehityksen kontekstissa. Kuntien kehittämisen yhteydessä diskursseilla on yhteiskuntaa konstituovaa voimaa, koska niille annetaan kehittämispoliittisia rooleja tai positioita. Samalla diskursseista voi muodostua joko kulttuuripoliittisia lyömäaseita tai erilaisia näkökulmia yhteensovittavia konsensuksen rakentajia. Näiden päätelmien perusteella olen kiteyttänyt koskemattomuus-diskurssien sisällöt taulukkoon 5.

TAULUKKO 5. Argumentaation rakenne koskemattomuusdiskurssissa.

KULTTUURINEN JA ALUEELLINEN MERKITYS	TAVOITE	JOHTOPÄÄTÖKSET	KULTTUURIN JA TALOUDEN SUHDE
Festivaalin arvo perustuu korkeatasoisen taiteen/kulttuurin esittämiseen, kunnan kehittämispoliittinen näkökulma toissijainen	Yleisöystävällisyys, korkea taiteellinen taso, kokeilevuus, yllätyksellisyys, avantgarde, aitous, reifikaation välttäminen	Kulttuurin ja taiteen autonomian sekä sisällöllisen riippumattomuuden puolustus	Kulttuurin/taiteen hegemonia talouteen nähden

MARKKINA- JA SULAUTUMISDISKURSSIT

Koskemattomuusdiskurssien rinnalla ja osin niiden sisään rakentuneina elementteinä tutkimuksen haastatteluaineistosta erotui kulttuurin tuotteistamista, kaupallisuutta tai markkinälähtöisyyttä puolustava näkökulma, jota nimitän jatkossa markkinadiskurssiksi. Markkinadiskurssia edustivat erityisesti tapahtumien yritysysteistyökumppanit, joille esimerkiksi tapahtuman yleisömäärän ja julkisuusarvon merkitys oli yhteistyön kannalta keskeisessä asemassa.

Kyl se iso joukko on edelleen se, missä paljon joukkoja on liikkellä, siel me halutaan olla mukana (...). Massaa me ollaan tavoittelemassa, ison joukon kanssa me halutaan olla tekemisissä. (festivaalin yritysysteistyökumppani.)

Markkinadiskurssissa toivottiin kulttuuritapahtumien vetovoiman vahvistamista sekä erilaisten oheis- ja viihdepalvelujen lisäämistä. Samalla ”korkeakulttuuriin”, kokeileviin kulttuurimuotoihin tai paikalliskulttuurien ja -perinteiden vaalimiseen suhtauduttiin vieroksuvasti tai kielteisesti, mikäli niiden katsottiin rajoittavan toiminnan kaupallisia hyödyntämismahdollisuuksia. Kulttuuritapahtumia tuli toteuttaa ensisijaisesti talouden ehdoilla; ajatus kulttuurin ja taiteen autonomiasta nähtiin idealistisena, jälkeenjääneenä ja konservatiivisena ”siilipuolustuksena”, mikä ei tue esimerkiksi kuntien nykyaikaista kehittämistyötä globaalitalouden aikakaudella (taulukko 6).

Mitenkään mä en aliarvioi kulttuuri-idealismia. Mutta nykypäivän muutoksiin pitää osata vastata oikeella tavalla. Muuten me jäädään junasta. (haastateltava Porista.)

Mut kyl mä uskon, että siitä tulee ja pitääkin tulla ammattimaista toimintaa, ja se pitää tuotteistaa, ja se on mun mielestä vanhanaikainen ajattelu että kulttuuri, että sitä ei vois muka kaupallistaa. Että se ei oo sit tyylikästä, jos se on kaupallista, vaan se pitäis tulla jostain taiteilijan sielusta ja vain apurahoilla suurin piirtein tulla toimeen nää kulttuuri-ihmiset. (haastateltava Jyväskyläästä.)

Markkinadiskurssin eräs ilmentymä oli yrittäjyyteen perustuvan toimintatavan puolustus tapahtuman organisoinnissa. Esimerkiksi Turussa Keskiäikaisten markkinoiden kaupunkivetoista organisointitapaa pidettiin ongelmallisena taloudellisten hyötyjen maksimoinnin kannalta. Turun kaupungin kulttuurikeskuksen alaisuudessa toimiva tapahtuma ei pysty erään haastateltavan mukaan kaupungin byrokraatiasta ja puistojen suojelupoliitikasta johtuen luontevasti laajentumaan. Lisäksi kaupungin organisaation sisällä toimiva festivaali ei voi nykymallilla saavuttaa niitä taloudellisia voittoja, mihin tapahtumalla olisi – toimiesaan yrityksenä – runsaan yleisömäärän ja kysynnän vuoksi hyvät edellytykset.

TAULUKKO 6. Argumentaation rakenne markkinadiskurssissa.

KULTTUURINEN JA ALUEELLINEN MERKITYS	TAVOITE	JOHTOPÄÄTÖS
Festivaali on arvokas imago ja medianäkyvyytensä vuoksi, keskeinen osa kunnan kehittämisspolitiikkaa	Yleisömäärän ja tapahtuman koon kasvattaminen, oheistuotteiden, -palveluiden ja markkinointitapahtumien lisääminen, yrittäjyyteen perustuvien toimintamuotojen omaksuminen, ohjelmiston viihteellistäminen, ajan hengen ja trendien seuraaminen, uusien työllisyysmahdollisuuksien luominen	Festivaalia tulee kehittää talouden ehdoilla, taiteen ja kulttuurin asema alisteinen

Puhdas markkinadiskurssi esiintyi tutkimusaineistossa selvänä vähemmistönä. Yleisempää oli, että markkinadiskurssin piirteitä oli konstruoitunut muiden diskurssityyppien sisään. Leimallista markkinadiskurssille oli sulautuminen koskemattomuusdiskursseihin; taiteen ja kulttuurin autonomialle annettiin myös näissä diskursseissa arvoa, mutta sitä ei pidetty välttämättä ristiriidassa markkinoiden lainalaisuuksiin nähden. Näitä konsensushakuisia ja eri arvolähtökohtia yhdistäviä diskursseja nimitän jatkossa sulautumisdiskursseiksi. Niitä voi luonnehtia taiteen ja kulttuurin ehdoilla tapahtuvan hallitun kaupallistumisen tai tuotteistamisen puolustamiseksi, mikä nousi koko tutkimusaineistossa korostuneesti esille.

En mä usko, et jos on vahva itsetunto ja vahva identiteetti, silloin ei pelätä tämmösiä kaupallistamisen pöpöjä. Uskalletaan rohkeesti lähteä uusiin avauksiin ja silti pidetään kiinni omasta autonomiasta, ei olla alisteisia liikaa taloudellisille pyrkimyksille. (haastateltava Jyväskylältä.)

Sulautumisdiskursseissa korostui kulttuurin ja talouden yhteenkietoutuminen ilman, että toinen alistaa tai dominoi toista. Tapahtumien yhteydessä tämä merkitsi ohjelmiston kaupallisuuden ja taiteellisuuden hallittua yhdistelyä. Vallitsevana retoriikkana oli festivaalin taiteellisesta ytimestä kiinnipitämisen puolustus, joka kuitenkin tapahtui samanaikaisesti uusien kaupallisten kerrostumien vahvistumisen kanssa. Taiteellista ydintä puolustettiin ikään kuin perustelemalla sen avulla koko tapahtuman järjestämisen mielekkyys, olemassaolon oikeutus. Festivaalien ideologinen lähtökohta, jos näin voi sanoa, perustui siksi myös sulautumisdiskursseissa ensisijaisesti kulttuurin sisäsyntyisiin merkityksiin. Taiteellisen ytimen ja kaupallisen viihteen samanaikaisuus tuli tutkimusaineistossa näkyvimmin esille Rääkkylän Kihauksen, Pori Jazz -festivaalin ja Sata-Häme Soi -juhlien yhteydessä.

Sulautumisdiskursseissa tapahtumien ohjelmistoon haettiin siis kompromissia kaupallisuuden ja taiteellisten arvojen väliltä. Tämä ilmeni taiteellisen ytimen merkityksen korostamisena, jonka rinnalla tapahtuma on vuosien kuluessa jossain määrin myös viihteellistynyt.

Se menee sillä tavalla, et tää taiteellinen puoli ja pohja ja ei-kaupallisuus ja se, on säilynyt suunnilleen sen kokosena, ku se on perustamisesta lähtien ollu. Sit tää kasvu on perustunu siihen, et on tullu kaupallista taidetta, populaaritaidetta ja sponsorointia ja kaikkea, mut se on ihan samal taval ku enneki olemassa semmosen, sen kokoisena kerrostumana ku on harrastusta. Kasvu on suurelle yleisölle, harrastuspiirien ulkopuolelle, jokamiehelle ja näin pois päin. Mut ei sitä niin voi sanoo, et se ois kadonnu johonkin, mut sitä kasvua ei pysty sillä ihan puhtaasti taiteellisella ja tämmösellä aatteellisella pohjalla tekemään. (haastateltava Porista.)

Yks on tämmönen harrastajasoittajaryhmä aspekti ja yks on tämmönen sanoisko jollakin tavalla kaupallinen aspekti kuitenkin. Näitten asiointen kesken täytyy vallita semmonen äärimmäisen hyvä tasapaino, se on myöskin äärimmäisen herkkä tasapaino. Tää on se semmonen iso pallo, jonka päällä me koko ajan kävellään. Ja kyllä me ollaan pysyty sen pallon päällä kuitenkin. (haastateltava Ikaalisista.)

Kaupallisuus hyväksyttiin taiteellisen ytimen rinnalla siltä osin kuin se ”on linjassa tapahtuman ohjelmiston kanssa”. Tätä ei pidetty niinkään kaupallisena ajatteluna, vaan pikemmin kysymys oli ”taloudellisten realiteettien huomioimisesta”. Tähtiesiintyjien hankkimista, yleisön reifikaatiota tai ”varmoja valintoja” pidettiin ikään kuin välttämättömänä pahana tapahtuman taloudellisen menestyksen kannalta, vaikka pääsääntöisesti yhdistyspohjalta toimivien festivaalien tavoitteena ei ollutkaan taloudellisten tuottojen maksimointi. Olennaista oli kuitenkin välttää taloudellisia alijäämiä.

Sulautumiskursseja voidaan pitää paitsi taiteen ja kaupallisuuden välisenä tasapainoiluna myös kulttuurifestivaalin ja aluekehityksen välisen suhteen jäsentämisen arvolähtökohtana (taulukko 7). Aluekehitystyössä kulttuuriset ja taloudelliset arvot sekoittuvat moniulotteisesti toisiinsa (Kainulainen 2004b). Kysymys on empiirisesti vaikeasti hahmottuvasta ilmiökokoaisuudesta, josta kulttuuristen ja taloudellisten piirteiden erottaminen toisistaan on vaikeaa. Tutkimushaastatteluuissa nämä hybridiset diskurssit nousivat esille erityisesti puhuttaessa paikakunnan kulttuuri-ilmapiiristä ja imagosta. Molempien koh-

dalla kulttuuritapahtuma nähtiin nimenomaan paitsi omalakisena ja autonomisena ilmiönä myös aluekehitystyötä palvelevana strategisena instrumenttina. Esimerkiksi Turun Keskiaikaiset markkinat, Pori Jazz, Kuhmon Kamarimusiikki ja Sodankylän elokuvajuhlat miellettiin selkeästi kuntien ja kaupunkien imagollisiksi lippulaivoiksi sekä eräänlaisiksi elämysmatkailun edistäjiksi. Kysymys oli talouselämän kulttuuristumisen puolestamisesta globaalitalouden aikakaudella, jota leimaa alueiden välisen erottautumiskilpailun kiristyminen (taulukko 7).

Myöhemmin tutkimukseni huomio kohdistuu kulttuuri-ilmapiiirin, kulttuuritoimintojen klusteroitumisen ja imagojen merkitysten hahmottamiseen osana alueellista kehittämistyötä. Kuten todettu, nämä talousmaantieteellisesti ”epäselyt” prosessit sisältävät arvolähtökohtien osalta sulautumisdiskurssin piirteitä.

TAULUKKO 7. Argumentaation rakenne sulautumisdiskurssissa.

KULTTUURINEN JA ALUEELLINEN MERKITYS	TAVOITTEET	JOHTOPÄÄTÖS	KULTTUURIN JA TALOUDEEN SUHDE
Festivaalilla on taiteellista ja kaupallista arvoa, keskeinen osa kunnan kehittämiss politiikkaa	Korkea taiteellinen taso, kulttuurisen harrastustoiminnan lisääminen ja esille tuominen, taloudellinen menestys, taiteellisen ytimen ja kaupallisen viihteen erottaminen ohjelmistossa, medianäkyvyyden saavuttaminen, alueen imagon vahvistaminen ja matkailun edistäminen, kunnan luovan kulttuuri-ilmapiiirin vahvistaminen	Taiteen ja kulttuurin ehdoilla tapahtuva kaupallisuuden hallinta, kaupallisuus ja viihde ”välttämätön paha” tai ”taloudellinen realiteetti”	Komplementaarinen vuorovaikutus, hybridinen yhteenkietoutuminen

MAASEUDUN FESTIVAALIEN ERITYISPIIRTEITÄ

Seuraavaksi kuvaan tapahtumakohtaisesti koskemattomuus-, markkina- ja sulautumisdiskurssien sisältöjä. Kussakin tarkastelun kohteena olleessa festivaalissa nämä puhettavat kietoutuivat toisiinsa kontekstuaalisesti tapahtumien ja paikkakuntien erityispiirteitä ilmentäen. Esitän tulkintani siitä, miten mainitut

diskurssityypit nousivat esille maaseutu ympäristöissä toteutetuissa festivaaleissa. Maaseutu- ja kaupunkidiskurssien erottaminen on ainoastaan analyttisesti perusteltua, koska todellisuudessa koskemattomuus-, markkina- ja sulautumisdiskurssit eivät määrity maaseutu- tai kaupunkimaisen elinympäristön mukaan, vaan pikemminkin kysymys on festivaalin luonteen sisäisestä dynamiikasta. Maaseutudiskursseja koskevat kuvaukset perustuvat aiemmin julkaisemani raportin tuloksiin, joita tuolin kutsuin kaupallisuuskursseiksi (Kainulainen 2004b, 61–80). Huomionarvoista on erityisesti se, että koskemattomuus-, markkina- ja sulautumisdiskurssit tulivat esille kaikkien tapahtumien yhteydessä. Eroja tapahtumien välillä oli lähinnä siinä, mikä painoarvo kullekin diskurssityypille annettiin.

Koska erittelen festivaalien sisältöjä diskurssilähtöisesti, en kuvaa tässä yhteydessä tapahtumien historiaa ja sisältöjä yksityiskohtaisesti. Festivaalien organisointiin, budjetteihin ja sisältöihin palaan seikkaperäisemmin luvussa 11, jossa tarkastelun kohteina ovat tapahtumien institutionaaliset heijastusvaikutukset.

Sata-Häme Soi

Ikaalisissa järjestettävän Sata-Häme Soi -tapahtuman perustamisen lähtökohtana oli 1970-luvulla omaehtoisen kansanmusiikki- ja kansantanssiperinteen vaaliminen sekä uusien esiintymismahdollisuuksien tarjoaminen alan harrastajille. Myös tänä päivänä tapahtuman ydintavoite kiinnittyy harmonikkamusiikkiin, ja se tarjoaa esiintymisfoorumia paitsi alan ammattilaisille myös harrastajille. Eräs haastateltava määritteli tapahtuman tavoitteen seuraavasti:

Se on määritelty hyvin väljästi, eli se on nimenomaan tämän harmonikkamusiikin sekä soittimen että siihen liittyvän musiikin jalostaminen, sen tradition ylläpitäminen ja edelleen kehittäminen. Se on se, mikä tää koko ydin on, mutta se on kovin väljästi määritelty.

Tapahtuman luonne ja ohjelmisto ovat kuitenkin muuttuneet 1980-luvulta lähtien viihteellisempään ja kaupallisempaan suuntaan. Esimerkiksi kansantanssin osuus on ohjelmistossa vuosien

kuluessa vähentynyt ja nuorisoseurojen piirissä harjoitetusta pelimannimusiikista on siirrytty vähitellen ”vihteellisen harmonikkamusiikin” esittämiseen. Samalla ohjelmistoa on laajennettu rock- ja popmusiikin kansallisilla kärkinimillä (esim. Mamba ja Yö -yhtyeet). Tätä on perusteltu ensisijaisesti yleisömäärien kasvattamisella ja talouden tasapainon turvaamisella.

Alkuvaiheessahan se oli tämmöinen hyvin puhtaasti kansanmusiikki- ja kansantanssijuhla. Kansantanssin osuus on vähentynyt, kansantanssiesityksiä ei siinä laajuudessa ollenkaan ole. Kansanmusiikin merkitys on edelleen suuri, mutta sinne on tullut myös tämmöistä viihdemusiikkia ja tämmöstä monialaisempaa musiikkia, jotta tapahtuma houkuttelisi entistä laajempia kävijäryhmiä.

Se muutos tapahtui silloin 80-luvulla jo, eli silloin lähdettiin näihin isoihin viihdeorkestereihin ja siihen viihteellisempään suuntaan. Toki Kultainen harmonikka-kilpailu on rakennettu nimenomaan viihteellisen harmonikkamusiikin soitantoon, ja siihen tähdätäänkin, että löydetään hyviä viihdeharmonikan soittajia, vaikka pääsääntöisesti heillä on täysin klassinen tausta.

Esiintyjien valinnan ohella kaupallistumiskehitys on heijastunut myös tapahtuman oheistoimintaan. Erilaisten oheispalvelujen sekä myyntitoiminnan lisääntyminen on muuttanut tapahtuman luonnetta ”markkinatorin” suuntaan, jolloin taiteellinen ja kulttuurinen toiminta sekä tuotteiden ja tavaroiden kulutus ovat kietoutuneet tiiviimmin toisiinsa. Tätä voidaan pitää talouden ja kulttuurin yhteensulautumisdiskurssin eräänä ilmentymänä.

Kaupallistumisestaan huolimatta Sata-Häme Soi -juhlien ohjelmiston suunnittelussa tavoitteena on edelleen löytää mielekäs tasapaino ja kompromissi kaupallisuuden ja harmonikkamusiikin välille. Tätä ilmentää pyrkimys erottaa tapahtuman kulttuurinen ydin ja kaupallinen oheisohjelmisto toisistaan, mikä on toisaalta lisännyt haastateltavien mukaan tapahtuman imagon häilyvyyttä ja himmentänyt sen sisällöllistä profiilia. Kaupallisuus ja viihteellistyminen koettiin diskursseissa ikään kuin taloudellisena realiteettina tai pakkona – ”välttämättömänä pahana”.

Näitä Sata-Häme Soi -tapahtumia on varmaan enemmänkin kehitetty kulttuuria ajatellen, mutta pakko on ajatella myöskin taloutta, että saadaan sitten kuitenkin isompia massoja liikkeelle. Moni vanhempi ihminen on sanonut, että esimerkiksi näistä perjantai-illan konserteista, jotka on tarkoitettu aikuisikään ehtineille nuorille, että eihän tämä oo mitään haitarimusiikkia. Siinä on se taloudellinen puoli, koska rahaa tarvitaan paljon, kun juhlat järjestetään, vaikka kuinka ne tehdään talkoilla, niin sitä rahaa tarvitaan. Tämmösisistä aina kun saadaan massaa vähän enempi liikkeelle ja lipputuloja, niin siitä tulee aina myöskin sitä taloudellista hyötyä.

Sata-Häme Soi -tapahtumaa koskevasta haastatteluaiaineistosta erottui selvästi myös markkinadiskurssi, jossa kaupallisuutta puolustettiin voimakkaasti. Viihteellistymisen katsottiin monipuolistaneen ohjelmistoa. ”Kevyempi” ohjelmatarjonta palveli diskurssin mukaan paremmin suurta yleisöä samalla kun se houkutteli uusia kävijäryhmiä. Lisäksi kaupallisuutta puolustettiin vetoamalla yritysmaailman intresseihin sekä tapahtuman brandin uudistamisen tarpeisiin. Yrityslähtöisempi ote mahdollistaisi diskurssin mukaan tapahtuman kehittämisen enemmän yritysten pr-tilaisuudeksi, mikä edellyttäisi muun muassa suurempien konserttitilojen saamista paikkakunnalle. Tässä yhteydessä esimerkiksi Pori Jazz -festivaali koettiin tavoittelemisen arvoiseksi esikuvaksi, joka palvelee monipuolisesti myös elinkeinoelämää.

Ehkä sitä vois niinkun enemmän sillä tavalla, että sais näitä yrityksiä tuomaan asiakkaitansa sinne, että siitä tulis osittain myöskin tällainen asiakastapahtuma yrityksille, tällainen pr-tapahtuma. Mun mielestä se on semmoinen iso mahdollisuus, tilaisuus, koska juuri kuten sanoin, niin en usko, että yritykset viitsii vuosikymmenestä toiseen viedä asiakkaitaan, eikä sitten asiakkaatkaan välttämättä halua vuodesta toiseen mennä samaan kulttuuritapahtumaan. Pori Jazzihan on tähän saakka ollut leimallisesti näistä kesän kulttuuritapahtumista se, mihin yritykset ovat asiakkaitaan vieneet, mutta mun mielestäni tän pitäisi niinkun vähän yrittää sillä puolella kilpailla, tuota, koska siihen olisi kyllä täydet mahdollisuudet, koska tää sijainti on niin erinomaisen hyvä Ikaalisilla ja tällä tapahtumalla profiili on erittäin korkea ja hyvä.

Kuhmon Kamarimusiikki

Kuhmon Kamarimusiikki -festivaalin toimintafilosofian lähtökohtana on taiteen autonomian ja riippumattomuuden puolustus sekä tätä tukevan ilmapiirin, ”Kuhmon hengen”, vaaliminen.

Mehän on määritelty nää meidän arvot ja tavoitteet ja muut. Ja tota sitten kun ajatellaan, siis kyllähän se on nimenomaan taiteellinen. Että meillä on semmonen ollu alusta lähtien, että taide kulkee kaiken edellä.

Koskemattomuusdiskursseissa taiteen ja muun oheistoiminnan välille vedettiin jyrkät rajat. Kuhmo haluaa tarjota yleisölleen ennen kaikkea laadukkaan ja korkeatasoisen kamarimusiikkitaapahtuman, mikä toisaalta nähtiin myös festivaalin taloudellisen menestyksen ja toiminnan jatkuvuuden perusedellytykseksi. Taiteellisen tason ylläpitämisellä oli havaittavissa kaksi, osin toisiinsa nähden ristiriitaista, funktiota. Toisaalta pyrkimyksenä oli tarjota taidenautintoja Kuhmon hengessä, toisaalta taiteelliset sisällöt ja paikallinen ilmapiiri loivat tapahtumalle vetovoimaisen ja ainutkertaisen brandin. Siksi myös Kuhmossa sulautumisdiskurssi oli selvästi rakentunut ikään kuin piilevästi koskemattomuusdiskurssin sisään.

Taiteellisten arvojen rinnalla tapahtuman tavoitteissa korostui ainutkertaisen ilmapiirin vaaliminen, jonka Kuhmon Kamarimusiikki ympäristöineen tarjoaa. Kuhmo-hengen ainekset muodostuvat paitsi laadukkaasta musiikista myös ”luonnonläheisyydestä, hiljaisuudesta ja rauhallisuudesta”. Tämä on osoitus siitä, miten alueellisessa kehittämistyössä negatiivisia mielikuvia usein herättävä syrjäinen sijainti voidaan kääntää diskursiivisesti vetoimatekijäksi, omaleimaisuudeksi, joka perustuu nimenomaan maaseutualueiden omiin vahvuuksiin ja niiden luovaan esille nostoon. Luonnonläheisyyden ja taiteellisuuden kombinaatiosta koostuvaa Kuhmon henkeä leimasi paikallisissa diskursseissa voimakas koskemattomuuden ihanne, mikä ilmeni muun muassa yritysyhteistyökumppaneiden valinnan yhteydessä.

Kuhmon Kamarimusiikin diskursseissa puhdas markkinälähtöisyys, kaupallisuus ja viihteellisyys koettiin vieraaksi

ajatukseksi, vaikka joissakin yksittäisissä mielipiteissä tuli esille myös toive kaupallisuuden lisäämisestä. Selkeään vähemmistöön jääneissä markkinadiskursseissa korostuivat erityisesti paikallisen yritysmaailman edut sekä alueen matkailutulon lisäämisen tarve. Pääsääntöisesti kaupallisuuden ja ei-kaupallisuuden välille vedettiin kuitenkin Kuhmossa jyrkät rajat. Leimallista diskursseille oli se, että tapahtuma halutaan säilyttää nimenomaan ei-kaupallisena. Muussa tapauksessa kadotetaan tapahtuman alkuperäinen tarkoitus. Siksi myös yleisömäärien kasvattamiseen suhtauduttiin varauksellisesti.

Niin kyllä rajoja asettaa kaiketi niinkun ikään kuin tämä Kuhmo-henki, sieltä määräytyvä odotus siitä, että niin Kuhmon Kamarimusiikki olisi tämmönen ja pysyisi ja säilyisi tämmösenä familiaarisena, tämmösenä hyvin tämmösenä intiiminä ja niinkun tällaisissa metropoleissa tutusta tiukan kontrolloidusta ympäristöstä, niin poikkeavana tapahtumana. Ja sen puoleen niin esimerkiksi sen yleisömäärän kasvattaminen, niin ei ole myöskään tämän Kuhmo-hengen varjelemisen kannalta [järkevää].

Kuhmo-hengen ja taiteellisen tason koskemattomuus on joutunut aika ajoin paikkakunnalla myös koetukselle. Arvoristiriitoja on esiintynyt nimenomaan paikallisen elinkeinoelämän intressien ja tapahtuman toteutuksen yhteensovittamisen yhteydessä. Kamarimusiikin ensisijaisuus ja autenttisuus sekä paikallisten yritysten markkinointi eivät edusta diskursseissa aina samaa arvolähtökohtaa ja ideaalia. Yritysten tuotteiden ja palveluiden markkinointi sekä tapahtuman taiteellisuus nähtiin selvästi toisiinsa nähden vastakkaisina ja ristiriitaisina pyrkimyksinä. Silti tapahtuman tavoitteena on toimia myös yritysystävällisesti jo pelkästään taloudellisista syistä johtuen.

Yritysten läsnäolo tapahtumassa nähtiin taidepainotteisuudesta huolimatta festivaalille merkityksellisenä. Yritysten markkinointi- ja myyntitoiminta on kuitenkin festivaalialueella tarkasti ja hienovaraisesti kontrolloitu kokonaisuus, jonka yhteydessä halutaan tarkasti valvoa sitä, että ”hyvän maun rajoja” kunnioitetaan. Kyse on ennen kaikkea siitä, miten yritystoiminta ikään kuin tuodaan tapahtuman näyttämölle. Erityisen kes-

keiseksi taloutta ja kulttuuria yhteenliittäviksi elementeiksi nousivat tällöin ne muodot ja tavat, joiden kautta esimerkiksi yritykset näkyvät sponsoroinnin yhteydessä tapahtuman eri tilaisuuksissa. Siksi haastatteluissa tuotiin esille ajatus ”näkyvästä sponsoroinnista tai yritys yhteistyöstä”. Yritysten mukanaolo on tärkeää, mutta se ei saa olla liian ilmeistä, konkreettista tai hallitsevaa; tapahtuman taiteelliselle imagolle haitallista.

Rääkkylän Kihaus

Rääkkylän Kihaus -festivaalin ensisijaisena, koskemattomuusdiskurssia ilmentävänä, taiteellisena tavoitteena on ollut karjalaisen ja suomalais-ugrilaisen kansanmusiikin esille tuominen sekä suomalaisen kansanmusiikin kärkinimien esittäminen yleisölle. Lisäksi pyrkimyksenä on ollut edistää kansanmusiikin harrastustoimintaa sekä aktivoida erityisesti nuoria alan pariin.

Tavoitteena on edistää kansanmusiikkia ja luoda tilanteita missä se voi tulla esille tää paikallinen osaaminen. Elikkä tämä Kihauksen pihahan on se, jossa se soi se paikallinen musiikki. Ja toisaalta sehän myöskin koko sen vuoden pyörittää ja nostaa niitä nuoria osallistumaan siihen kansanmusiikkiharrastukseen. Sillähän se merkitys, että se ei oo pelkästään tapahtuma vaan siis se on koko tähän harrastukseen ja harrastamiseen liittyvä asia.

Kansanmusiikin rinnalla Kihauksen ohjelmisto on koostunut kuitenkin myös markkinalähtöisestä musiikkitarjonnasta, mikä vuoksi tapahtuman perustavoitteet ja alkuperäinen tehtävä ovat tulleet uudelleenarvioinnin kohteeksi. Tällöin on pohdittu tapahtuman perimmäistä tarkoitusta ja luonnetta. Miltä osin Kihausta tulisi kehittää nimenomaan kansanmusiikkitapahtumana, ja missä määrin tapahtuman taloudellinen tasapaino tulisi turvata viihteellisemmällä tai kaupallisemmalla ohjelmistolla?

Mutta kyl se niin ku se perusjuttu tässä karjalaisessa kansanmusiikissa pitäis säily sen vuoksi, että se kuitenkin pitemmällä tähtäimellä se kantava voima. Siihen sopivasti sekoitettuna, joku tämmönen tuota kuuluisuuden konsertti, niin on varmasti paikallaan, joka sitten on siinä tulomuodostuksessa merkittävä.

Sulautumisdiskurssista on muodostunut tapahtuman olemassaolon oikeutuksen keskeinen lähtökohta. Talouden tasapainottamisen johdosta on esiintyjien valinnassa viime vuosina turvauttu myös kaupallisempaan tarjontaan, mikä on herättänyt keskustelua tapahtuman imagosta ja perustavoitteista. Sulautumisdiskurssissa nousi esille halu säilyttää tapahtuma kaupallisuudesta huolimatta edelleen ”kihausmaisena”, sen alkuperäistä ideaa ja tehtävää kunnioittavana festivaalina. Kihausmaisuus sisältää diskurssien mukaan jotakin aitoa ja koskematonta erotuksena kaupallistuneesta kulttuurista. Siksi kihausmaisuus uusintaa käsitteenä osaltaan talouden ja kulttuurin dikotomiaa; joidenkin haastattelujen mukaan kaupallisuus koettiin uhkaksi tapahtuman alkuperäisen luonteen säilymisen kannalta.

Taloudelliset reunaehdot ovat pakottaneet Kihaus-festivaalin viihteellistämään ohjelmapolitiikkaansa. Taloudellisista syistä joihinkin festivaalin toteuttaminen on edellyttänyt myös suurta yleisöä kiinnostavaa ohjelmatarjontaa. Lisäksi kuntatalouden heikko tila sekä Kihauksen velat kunnalle ovat luoneet yhteiskunnallisia paineita tapahtuman uudistamiseen siten, että tapahtumasta koitava taloudellinen rasite olisi kunnalle mahdollisimman pieni. Paikkakunnalla onkin käynnissä vilkas kulttuuripoliittinen keskustelu tapahtuman paikallisista merkityksistä ja hyödyistä. Koskemattomuus-, sulautumis- ja markkinadiskurssien painoarvoja punnitaan ja koetellaan, mikä on näkynyt muun muassa lukuisten lehtijuttujen muodossa.

Myös Kihauksessa kaupallisuuden ja taiteen rajan häilyvyys sekä sulautuminen tulivat esille erityisesti tapahtuman imagon rakentamisen yhteydessä. Kansanmusiikin esille tuominen on paitsi musiikillisesti ja taiteellisesti tapahtuman ensisijainen tavoite myös tapahtuman imagon rakennusaines. Kihaus-imago ilmentää markkinadiskurssin voimistumisesta huolimatta profiililtaan kansanmusiikkilähtöistä, maaseudun elämäntapaan ja arvomaailmaan pohjautuvaa kesäjuhlaa, jossa perinne ja nykypäivä kohtaavat.

Sodankylän elokuvajuhlat

Sodankylän elokuvajuhlien diskursseissa tapahtuman olemassaolon merkitykset kiinnittyivät vahvasti itse taiteen, elokuvan, olemukseen erotuksena muusta viihdestä. Elokuva on toiminnan ytimessä. Kun haastateltavilta tiedusteltiin tapahtuman tehtäviin ja tarkoitukseen liittyviä seikkoja, nousi vastauksissa päällimmäisenä esille elokuvan sisältöihin pureutuminen taiteenlajina, ei viihteenä. Elokuvan olemusta ei leimaa keveys tai kaupallisuus, vaan pikemmin se nähtiin ilmaisuvoimaisena itseisarvona. Siksi tapahtumasta oli pyritty karsimaan kaikki ”turha” ja epäolennainen ohjelmajärjestelmä minimiin. Tärkeintä oli tilan antaminen itse pääasialle.

Minkä vuoksi vuodesta toiseen ylipäänsä tätä tapahtumaa järjestetään? Se on tota elokuva puhtaimmillaan elikkä elokuva tämmösenä taiteenlajina. Että siitä on karsittu semmonen ylimääräinen kaikki turha pois. Että tää on niminomaan elokuvan juhlaa ja tota elokuvan arvostuksen nostamista ja ylläpitämistä.

Tapahtuman taiteellinen ydin haluttiin pitää ikään kuin puhtaana ja koskemattomana, mikä oli heijastunut esimerkiksi yritys yhteistyön sisältöihin ja luonteeseen. Yritys yhteistyön ehdot, esimerkiksi sponsorointisopimukset, laadittiin tarkasti (kuten Kuhmon tapauksessa) ”hyvän maun rajoja” kunnioittaen, jotta tapahtuman alkuperäinen henki ja omaleimaisuus säilyvät koskemattomina. Tapahtuman olosuhteet – rauhallisuus, syrjäisyys, maaseutumaisuus – ovat tarjonneet ainutlaatuiset puitteet elokuvien tarkasteluun niiden sisällöistä käsin ilman viihdemaailman ja kaupunkien hälyä, levottomuutta ja salamavalvoja. Tämä lienee se eksoottinen seikka, jonka vuoksi tapahtuma on houkuttellut vuodesta toiseen maailman kärkiohjaajia juhlien päävieraisiksi.

Sodankylän elokuvajuhlat olivat kaupallisuuden suhteen eri vaiheessa kuin esimerkiksi Sata-Häme Soi - ja Kihaus -tapahtumat. Haastattelujen mukaan tapahtuma oli muuttunut viime vuosina vähemmän kaupalliseksi, vähemmän oheistoimintaa ja

vähemmän ”rihkaman myyntiä” sisältäväksi ja enemmän itse elokuvaan painottuvaksi festivaaliksi.

Kyllä joo, sen huomaa myös siitä että tuolla kylällä, niin nää viihdepaikat ovat vähentyneet. Se porukka, joka tänne tulee niin se tulee elokuvan takia, se tulee kattoon elokuvia, kokemaan elokuvaa, kokemaan nää ohjaajat ja sen tunnelman mikä täällä on yleensä. Että se viihde on kyllä jäänyt hyvin vähälle.

Tapahtuman tunnelma ja vetovoima, Sodankylän henki, muodostui Lapin eksotiikan, elokuvien ja yleisön vuorovaikutuksesta, ei niinkään ”markkinahumusta”, kuten haastattelussa painotettiin. Oheisohjelman vähentyminen oli heijastunut myös paikallisten palveluiden kysyntään, jota koskeva huoli ilmeni Sodankylässä markkinadiskurssina.

Kaupallisuuden ja taiteen rajojen häilyvyys (sulautumisdiskurssi) ilmeni elokuvajuhlien yhteydessä muun muassa ohjaajavieraiden valinnassa. Maailmankuulut ohjaajat ovat edustaneet paitsi elokuva-alan huippuosaamista myös lisänneet tapahtuman kotimaista ja kansainvälistä kiinnostavuutta sekä vetovoimaisuutta, jolla on ollut vaikutuksia tapahtuman taloudelliseen kannattavuuteen ja yleisömäärien kehitykseen. Näin ollen Sodankylän elokuvajuhlien ainutlaatuinen ilmapiiri (jota markkinoinnissa käytetty käännös *Midnight Sun Film Festival* osuvasti kuvaa) kytkeytyi paitsi elokuvataiteellisiin sisältöihin myös tapahtuman imagoon. Tapahtuman ilmapiiriä haluttiin vaalia paitsi taiteen koskemattomuuden vuoksi myös tapahtuman vetovoiman ylläpitämisen johdosta. Toisin sanoen lähtökohtana oli se, että kehittämällä tapahtumaa talouden tai kaupallisuuden ehdoilla vaarannetaan myös sen taloudellinen kestävyys. Taiteellisen tason ja ilmapiiriin ylläpitämisen periaatteeseen sisältyi näin ollen paitsi koskemattomuus- myös markkinadiskursseja.

Pentinkulman päivät

Uralassa järjestettävien Pentinkulman päivien perustavoitteena on ollut kirjallisuuden edistäminen ja tukeminen eri muodoissaan. Sodankylän elokuvajuhlien tapaan ”taidetta taiteen ehdoilla”

-periaate ja koskemattomuusdiskurssit olivat vahvasti läsnä myös Urjalan haastatteluissa.

No se on kirjallinen tapahtuma ja kyllä siinä on ainoastaan se yksi asia että edistää kirjallisuuden lukemista. Ei sillä mitään muuta semmosta tavoitetta oo.

Taiteen ja viihteen erot määriteltiin jyrkkärajaisesti. Vastaavasti viihteellisyys ja elinkeinoelämän markkinalähtöisyys koettiin vieraaksi lähtökohdaksi, mikä selittyi osin myös tapahtuman rahoitusrakenteella. Tapahtumaa toteutettiin projektimuodossa opetusministeriön rahoituksella, mikä ei ikään kuin pakottanut elinkeinoyhteyksien vahvistamiseen ja kaupallisuuden lisäämiseen. Pikemminkin päinvastoin. Taiteellista tasoa pidettiin opetusministeriön myöntämän rahoituksen ehtona.

Pentinkulman päivien osalta sulautumiskursseissa ei tullut esille niinkään huoli liian suuresta kaupallisuudesta, vaan pikemminkin haastatteluissa puhuttiin taiteellisuuden ylikorostumisen vaarasta, mikä koettiin erityisesti paikkakunnan asukkaiden kannalta osin vieraannuttavaksi tekijäksi. Siksi tapahtuman erääksi tavoitteeksi mainittiin ”yleisöystävällisyyden lisääminen”. Sillä ei kuitenkaan tarkoitettu välttämättä kaupallisen ohjelmiston lisäämistä, vaan pikemminkin kulttuurisen ohjelmiston monipuolistamista. Paikalliselle väestölle oli pyritty tarjoamaan paitsi kirjallisuustilaisuuksia myös yhä enemmän muuta oheistoimintaa, josta näkyvimpänä ilmenemismuotona oli kotiseututapahtumana vakiintuneen Urjala-viikon liittäminen osaksi tapahtumaa. Urjala-viikko koostui kulttuurisesti ”keveämmästä” ja paikallislähtöisemmästä ohjelmistosta (kuten harrastajateatteriesityksistä). Toisaalta haastatteluissa korostettiin Urjala-viikon ja tapahtuman erillisyyttä, mikä oli merkki koskemattomuusdiskurssin puolustamisesta.

Silloin kun mäkin tulin tänne, niin kritisoi tii n, että siinä tapahtumassa ei ole urjalalaisille tarpeeksi, että se korkeantason kirjallisuustapahtuma, tämä Pentinkulman päivät, joka kerää kyllä valtakunnallista näkyvyyttä ja valtakunnallisia ihmisiä tänne mut, että tavallinen urjalalainen ei löydä siitä isellensä tapahtumaa (...) Sitten on rakennettu tämmöstä Urjala

viikkoo siihen rinnalle, Pentinkulman päivien yhteyteen Urjala viikkoo, johon on sitten koottu vähän kevyempää tavaraa (...). Mutta kuitenkin pidetty kokoajan huolta siitä, että tästä ei tuu olutfestaria, että se on siinä poikkeava, että pitääkööt muut niinku olutfestareita.

Taiteen ja talouden sulautumisdiskurssi ilmeni Urjalassa muun muassa tapahtuman alkuperäisyyden puolustamisen ja aitouden luoman imagon välisessä suhteessa. Tapahtuman historiallisuus juontaa juurensa vuoteen 1978, jolloin nousi esille ajatus Väinö Linnan ja kirjallisuustapahtuman yhdistämisestä. Tuolloin katsottiin, että Väinö Linnan syntymäpäitäjä, Urjala, tarjoaisi kirjallisuustapahtumalle aidon historiallisen ympäristön. Historian henkilöittäneen tapahtuman perustavoitteeksi asetettiin paitsi perinteiden vaaliminen myös medianäkyvyyden saavuttaminen, jota henkilöhistoriallinen ulottuvuus on osaltaan palvellut vuosittain vaihtuvasta teemasta huolimatta. Tapahtuman historialliset juuret ovat toimineet täten sekä kirjallisuusperinteen vaalimistarkoituksessa että alueen imagon rakennusaineksena.

Sulautumisdiskurssin tulkinta ja käsitteellistäminen

KÄYTTÖARVO, VAIHTOARVO JA MERKKIARVO

Sulautumisdiskursseissa eri arvolähtökohdat kietoutuvat toisiinsa. Arvojen muodostumista on syytä pohtia myös teoreettisesti, koska kulttuurifestivaalien tertiäärisille merkityksille on leimallista arvojen hybridisyys.

Arvojen välisen suhteen käsitteellistämässä on voimme jälleen palata Theodor Adornon klassiseen kritiikkiin. Se soveltuu alueen kulttuuripääoman määrittelyn lähtökohdaksi, jossa eri arvoluottuvuudet (kulttuuriset ja taloudelliset) kietoutuvat toisiinsa. Alueen kulttuuripääoma toimii jatkossa festivaalien aluetaloudellisten merkitysten tarkastelun arvolutautuneena yläkäsitteenä.

Adornon näkemykset arvoista liittyivät kulttuuriteollisuuden vastaanoton ja taiteen autonomian problematiikkaan; siihen, mikä arvo, merkitys tai funktio kulttuurille suhteessa kuluttajaan tai

kokijaan määrittänyt. Onko kulttuuri vain kulutettava hyödyke vai itseisarvo? Arvoteoria määrittää viime kädessä sen, mikä tekee taiteesta tai kulttuurista arvokkaan, hyödyllisen tai käyttökelpoisen. Samalla arvot ohjaavat kaikkea kulttuuriin ja taiteeseen liittyvää yhteiskunnallista keskustelua; niiden perusteella määritellään kulttuurin asemaa sivistäjänä, aluekehittäjänä tai kaupallisena tuotteena.

Adornon tulkinnat taiteen tai kulttuuriteollisuuden käyttökelpoisuudesta auttavat jäsentämään arvoja myös aluekehityksen kontekstissa. Kuntien elinkeino- ja kulttuuripoliittinen kehittäminen on läpeensä arvosidonnaista toimintaa, jossa talouden ja kulttuurin maailmat kohtaavat. Päätökset kulttuurilaitosten rakentamisesta tai peruskorjauksesta, näyttelijöiden palkkaamisesta tai vaikkapa kulttuurifestivaalin tukemisesta herättävät usein ristiriitoja ja poliittisia vastakkainasetteluja. Kiintoisaa on pohtia sitä, millä perustein eri osapuolet puolustelevat näkemyksiään. Minkälaisia merkityksiä kulttuuritoimintaan liitetään? Toisin sanoen: mitä arvolähtökohtia eri näkemykset edustavat? Nähdäkseni päätöksenteossa nojaututaan usein eri arvolähtökohtien jyrkkään erottamiseen. Jos kannatat teatterin peruskorjaushankkeen rahoittamista, kannatat kulttuurin ja taiteen itseisarvoja. Jos taas vastustat, toimit ikään kuin kulttuurin vihamiehenä – talouselämän asialla. Nähdäkseni vaihtoehdot eivät ole todellisuudessa toisensa poissulkevia, minkä myös sulautumisdiskurssit osoittivat. Taiteen tukeminen ja elinkeinopoliittikka voivat yhdistyä alueellisessa kehittämistoiminnassa toisiaan täydentäväksi kokonaisuudeksi. Kuvaan jatkossa talouden ja kulttuurin yhteenkietoutuneisuutta alueen kulttuuripääoman käsitteen avulla, joka koostuu erilaisen arvolähtökohtien vuoropuhelusta. Ensin on kuitenkin syytä pohtia, miten kulttuurin hyötyjä ja merkityksiä koskevia arvolähtökohtia voidaan jäsentää. Näissä pohdintoissa Adornon kriittinen ajattelu on edelleen relevantti lähtökohta.

Adornon arvoteoria ilmentää binaarista logiikkaa, koska kulttuurin ”arvolle” eksplikoituu kaksi toisilleen vastakkaista käsitteellistä lähtökohtaa. Hänen mukaansa taiteen arvoilla on kak-

soisrooli, mikä perustuu käyttö- ja vaihtoarvon erotteluun.⁵² Käyttöarvo on taiteen tai kulttuurin itseisarvo, sisäsyntyinen ja itseohjautuva, esteettisiä ja spirituaalisia piirteitä sisältävä ominaisuus tai ilmenemismuoto, joka tuottaa kokijalleen iloa, elämyksiä ja nautintoja. Se perustuu näkemykseen ”taiteen puhtaasta kokemisesta”. Sen itseisarvoa ilmentää sellainen kokemuskellisuus, jonka arvoa ei voida rahassa mitata tai todentaa. Vaihtoarvon määrittelyn lähtökohtana on sitä vastoin välineellisyys ja rahallinen mitattavuus, mikä rinnastuu tuotteen taloudelliseen arvoon. Taloudellinen arvo määrittyy tuotteen materiaalien ominaisuuksien sekä siihen käytetyn työpanoksen perusteella. Samalla vaihtoarvo perustuu utilitaristiseen tai instrumentaaliseen ajatteluun. Taiteen tai kulttuurin arvo liitetään spesifiin käyttötarkoitukseen, joka on esimerkiksi esteettisen tai moraalisen kokemuksen ulkopuolella. (van den Braembussche 1996, 35; Cook 1996, 32 ja 48; Hautamäki 1999, 31.)

Standardoidun massatuotannon työntyminen kulttuuriteollisuuteen on Adornon mielestä turmiollista juuri kulttuurin ja taiteen käyttöarvojen kannalta. Vaihtoarvo nousee tällöin hallitsevaan asemaan, kun taas käyttöarvot vähitellen tuhoutuvat (O’Connor 2003, 12). Näkemys perustuu kulttuurin ja talouden jyrkkään vastakkainasetteluun, toistensa poissulkevuuteen – samaan päättelyketjuun, jonka nojalla esimerkiksi tänäkin päivänä suomalaisessa kunnassa voidaan puolustaa tai vastustaa kaupunginteatterin peruskorjausta tai kulttuurifestivaalin taloudellista tukemista. Kysymys on siitä, kumpaan leiriin haluat kuulua. Tässä tutkimuksessa pyrin murtamaan tämän konventionaalisen vastakkainasettelun.

Adornon ajattelussa kulttuuriset ja taiteelliset objektit menettävät standardoinnin myötä paitsi autonomiansa myös niiden sisäsyntyisen arvonsa, käyttöarvon, ja muuttuvat kapitalistisen tuotannon välineiksi, vaihtoarvoiksi. Samalla ne muodostuvat pseudoyksilöllisyyttä ja keinotodellisuutta ilmentäviksi fetisseiksi tai sosiaalisen arvonannon välikappaleiksi, jolloin yh-

⁵² Käsiteparia on alunperin käyttänyt Karl Marx omassa tuotannossaan.

teys alkuperäiseen ja luomisvoimaiseen taiteeseen katoaa. Pseudotuotteet rinnastuvat mielikuvituksen tuottamaan keinotodellisuuteen; niillä ei ole yhteyttä todellisiin käyttöominaisuuksiin. Kulttuurin tuotteistamisessa tai hyödykkeistämässä on siksi Adornon mukaan kyse kulttuurin standardoimisesta, reifikaatista ja niiden muuttumisesta pelkiksi fetisseiksi, pinnallisten nautintojen kohteiksi. Ajatuskulku johtaa äärimmäisessä tapauksessa siihen, että ainoastaan taloudellisesti vaihdettavissa tai myytävissä olevat (tai vaihtoarvoa omaavat) kulttuurin tuotteet ovat arvokkaita. (Adorno & Horkheimer 1979, 158; Adorno 1991a, 34; Hautamäki 1999, 37; Witkin 2003, 58.)⁵³

Vaihtoarvojen yleistyminen sekä kulttuuriteollisuuden ja taiteen kaupallistuminen on siis nähty uhkakuvaksi kulttuurin sisäisen olemuksen ja merkityksen kannalta. Nostalgisen instrumentaalisuus–itseisarvo-dikotomiaa ylläpitävän näkemyksen mukaan vaihtoarvon korostuminen tuhoaa taiteelta sen esteettisen ja moraalisen arvon (Braembussche 1996, 40). Kapitalismi ja teollistuminen ovat ikään kuin lisänneet ”kulttuuristen arvojen eroosiota”, jolloin ”kulttuurin hyveelliset” aspektit ovat jääneet takaa-alalle (Ray & Sayer 1999, 10).

Adornoon kohdistuneen kritiikin myötä kulttuurin ja talouden välisen suhteen rakentumista on kuitenkin tarkasteltu uudessa valossa. Jyrkkiä ja dikotomisia käsittepareja on korvattu entistä häilyvämmillä ja kirjavammilla näkökulmilla. Esimerkiksi Ray ja Sayer (1999, 10) ovat liittäneet talouden ja kulttuurin suhteen uudelleenrakentumisen elämän tyylillistymiseen (*the stylization of life*), joka ammentaa sisältöä vaihtoarvon käsitteestä. Kulttuurin vaihtoarvo kytkeytyy tällöin tuotteiden brandiomi-

⁵³ Kulttuurituotteiden vaihtoarvo ja fetissiominaisuus ruokkivat kollektiivisen narsismin kehittymistä, mitä Adorno pitää sosiaalisen heikkouden kompensationsa. Narsistisuutta palvelva vaihtoarvo rinnastuu sosiaalisen statuksen edellyttämien merkien ylläpitämiseen. Samalla taiteen itseisarvoa tai käyttöarvoa ilmentävät piirteet jäävät kulttuurin kuluksessa takaa-alalle. (Witkin 2003, 31.) Myös monet muut tutkijat ja ajattelijat ovat nähneet kaupallisuuden taiteen kannalta turmiolliseksi ilmiöksi. Esimerkiksi van den Braembusschen (1996, 39–40) mukaan kaupallisuuden johdosta taiteen alkuperäinen arvo ohenee ja pelkistyy. Esimerkiksi mainonnan ja julkisuuden myötä van Goghin teokset ovat hänen mukaansa menettäneet osin alkuperäisen ilmaisuvoimaisen symbolisen ja autenttisen arvonsa, koska niistä on tullut kuluttajille vaihtoarvon objekteja.

naisuuksiin; esteettisiin, visuaalisiin ja verbaalisiin kuoriin, joilla ei ole suoraa yhteyttä tuotteiden käyttöarvoon.⁵⁴

Vaihtoarvon rinnastaminen tyylien ja brandien maailmaan hämärtää talouden ja kulttuurin välistä suhdetta. Kumpi dominoi ja millä tavoin? Tällöin tulemme lähelle merkkiarvon käsitettä, jonka avainteorietikkona on ollut erityisesti Jean Baudrillard. Hän on korostanut merkkiarvojen (*sign value*) tärkeyttä tuotteissa ja hyödykkeissä, koska niille on konstruoitu elämäntapoja ja identiteettejä ilmentäviä symbolisia merkityksiä. Esimerkiksi mainosten sisällöt ja tuotteiden design on usein suunniteltu tiettyjä elämäntyyliä silmällä pitäen samalla kun kuluttajista on tullut yhä refleksiivisempiä. Tuotteistaminen ja uusien merkkiarvojen luominen ovat mahdollistaneet myös sen, että vahvan kulttuurisen identiteetin ja sisällön omaavat tuotteet on irrotettu niiden alkuperäisestä kontekstistaan. (Sayer 1997, 19–23.)

Myös kulttuurifestivaalien sisältöihin ja symboliikkaan liittyy merkkiarvojen piirteitä. Tapahtuman genre voi houkutella ja puhutella tietyn elämäntyylin omaavia ihmisiä. Samalla tapahtuman imago voi toimia kuntakuvan rakennusaineksena. Molemmissa puolissa on kyse kulttuurin ja talouden vuoropuhelusta, joka kytkeytyy merkkiarvojen sisältöihin.

Baudrillard on korostanut hyödykkeiden merkkiarvojen keskeytyä kulutukseen nähden. Hänestä ”merkkien leikki” (*play of signs*) on muodostunut sosiaalisen vuorovaikutuksen ja kulutuksen hallitsevaksi muodoksi (Nixon 1997, 184). Merkkien logiikka dominoi kulutusta pikemminkin kuin kuluttajien tarpeet. Kulutus päätöksen määrittäjänä eivät tällöin ole tuotteiden käyttöarvo tai konkreettinen hyödyllisyys vaan pikemminkin kuluttajien halut (*desire*) (Poster 1988, 1). Mainonta luo uusia tarpeita, haluja ja mieltymyksiä kuluttajille, joilla ei ole paljoakaan tekemistä ”käytännöllisen hyödyn” tai biologisten tarpeiden tyydyttämisen kanssa. Baudrillardin (1988, 22–23) mukaan kaik-

⁵⁴ Kulttuurituotteiden ulkokuori voi kuitenkin peittää alleen illuusion, joka houkutteluvuudessaan ja viettelevyydessään sisältää joidenkin tutkijoiden mukaan petokseen rinnastettavia piirteitä kuluttajiin nähden. Ironista tässä illuusiossa on se, että tuotteiden vaihtoarvo on naamioitu ikään kuin käyttöarvon kaapuun (Jarvis 1998, 73; Loisa 2003, 53).

ki halut, intohimot, suunnitelmat ja maut on abstrahoitu kapitalistisessa yhteiskunnassa kulutettaviksi merkeiksi. Siksi merkien markkinoilla syntyy vaikutelma, että kaikki inhimilliseen todellisuuteen liittyvät asiat, ilmiöt, tunteet ja kokemukset ovat myytävissä. Kulutuksen paratiiseissa, kaupungeissa, voimme ostaa mitä tahansa – ja yhä useammin myös milloin tahansa. Tämä ei ole tapahtunut sattumalta, vaan kyse on joidenkin tulkintojen mukaan kapitalistisen yhteiskunnan sosiaalisten suhteiden uusin-tamisesta. (Nixon 1997, 184.)

Kiinnostavaa merkkiarvon käsitteessä on tämän tutkimuksen kannalta erityisesti se, että siinä taloudelliset ja kulttuuriset piirteet liukenevat näkymättömällä tavalla toisiinsa. Huomionarvoista merkkiarvossa on myös se, että sitä on pidetty eräänlaisena adornolaisen arvoteorian synteessinä; vaihto- ja käyttöarvon positiivisena kompromissina:

Merkki ilman merkitystä on puhdas merkki, joka vastaanotossaan käynnistää merkityksen antoprosessin referenteineen ja representaatioineen. Merkkiarvo tuotetaan käyttö- ja vaihtoarvon komplementaarisen ristiriitasuhteen positiivisena ratkaisuna, jossa käyttöarvo tulee tulkituksi vaihtoarvon alibina. (Ahponen 1991, 40–41.)

Kuten todettu, adornolainen tapa erottaa kulttuurin tuotteiden vaihto- ja käyttöarvot toisistaan ilmentää dikotomista ja essentialistista näkemystä kulttuurin heijastusvaikutuksista yhteiskuntaelämän eri osa-alueisiin nähden. Baudrillard (1988, 99 ja 103) on kuitenkin vastustanut vaihto- ja käyttöarvojen jyrkkää erotte-
lua. Hänelle käyttöarvo on ainoastaan vaihtoarvon yksi ulottuvuus. Vaihtoarvon näkökulma ikään kuin täydentää käyttöarvoa liittäen siihen antropologisen näkökulman, merkitysvälittisyyden elementin. Siksi Baudrillard (1988) on nähnyt merkkiarvon käsitteen vaihto- ja käyttöarvojen kokonaisvaltaisena fuusiona.⁵⁵

Merkkiarvon käsite ilmentää vaihtoarvoa synteettisempää ja prosessuaalisempaa näkemystä kulttuurin ja talouden eri arvo-

⁵⁵ Toisaalta merkkiarvo voidaan ymmärtää myös vaihtoarvon korvanneeksi käsitteeksi, joka toimintalogiikaltaan ilmentää samaa kulttuurin ”todellisen arvon” häviämistä painottaen symbolisten imagojen ja merkien roolia kulttuurin arvon määrittelyssä (Featherstone 1992, 270).

lähtökohtien yhteenkietoutuneisuudesta ja relationaalisuudesta. Seuraavaksi kuvaan kulttuuritoimintojen eri arvolähtökohtien yhteenkietoutumista alueen kulttuuripääoman käsitteen valossa. Alueen kulttuuripääoman käsite sekä aiemmin esittämäni sulautumisdiskurssit ilmentävät moniulotteista arvoteoriaa, ja ne tarjoavat mahdollisuuden eri arvolähtökohtien rinnakkaisuuden, päällekkäisyyden ja hybridisyyden tarkastelulle. Väitän, että myös kulttuuritapahtumien tertiäärinen aluetaloudellinen merkittävyys ilmentää kokonaisvaltaisesti käyttö-, vaihto- ja merkkiarvojen yhteenkietoutuneisuutta.

ALUEEN KULTTUURIPÄÄOMA

Kulttuurin ja talouden erillisyyden purkamisen tarve on tullut esille aiemmin esitellyn maantieteen kulttuurisen käänteen yhteydessä. Tarvitsemme moniulotteisia tarttumapintoja ja käsitteitä, joiden avulla voimme pureutua kokonaisvaltaisesti kulttuuritoimintojen asemaan esimerkiksi kuntien kehittämistoiminnan yhteydessä. Taiteen ja massakulttuurin tai kulttuurin ja kaupallisuuden jaottelu on joidenkin tulkintojen mukaan vanhentunut. Dikotomioiden sijaan tarvitsemme yhteenliittäviä sidokäsitteitä, jotka ammentavat sisältöä käyttöarvon, vaihtoarvon ja merkkiarvon moniulotteisesta vuoropuhelusta.

Kyseistä näkemystä edustaa muun muassa kulttuurin taloustieteilijä David Throsby, joka on arvoteoriassaan kytkenyt liberaalit ja kriittiset näkemykset toisiinsa. Teoriassaan Throsby (1999b; 2001, 48–50; 2004) on käyttänyt talouden ja kulttuurin arvolähtökohtia välittävänä ja yhteenliittävänä käsitteellisenä siltana kulttuuripääoman (*cultural capital*) termiä, jolle hän on antanut esimerkiksi Pierre Bourdieun tunnettuun kulttuuripääoman käsitteeseen nähden poikkeavan merkityksen (ks. kulttuuripääoman eri määrittelyjä Throsby 1999b, 4–5; 2001, 48–50). Throsbyn kulttuuripääoman käsite mahdollistaa kulttuuritoimintojen taloudellisten (merkki- ja vaihtoarvojen) ja sisäsyntyisten arvojen (tai käyttöarvojen) samanaikaisen määrittelyn sekä ennen kaikkea niiden yhteensovittamisen.

We can define cultural capital as an asset which embodies, stores or provides cultural value in addition to whatever economic value it may possess (Throsby 2001, 46).

Rinnastan tässä tutkimuksessa kulttuuripääoman käsitteen Throsbyn ajattelua soveltaen laajasti kuntien kulttuuritoimintojen ja niiden eri ilmenemismuotojen (kulttuuri-ilmapiiri, symbolit, kulttuuri- ja taidealojen organisaatiot ym. aktiviteetit) kokonaisuuteen. Siksi puhun alueen kulttuuripääomasta, jonka yhtenä rakennusaineksena ovat erilaiset kulttuurifestivaalit. Lähestymistapani poikkeaa Bourdieun habituksia, elämäntapoja, dispositioita, kenttiä, pääomia ja panoksia tarkastelevasta näkökulmasta (vrt. Ilmonen 1998 ja Ahponen 1999, 106). Bourdieu on kiinnittänyt kulttuuripääoman käsitteen erityisesti ihmisen yksilöllisiin ominaisuuksiin, voimavaroihin ja kykyihin, joita hän on hankkinut erilaisilla sosiaalisilla kentillä. Tässä tutkimuksessa en ole kuitenkaan kiinnostunut yksilöiden, esimerkiksi tapahtumanjärjestäjien, henkilökohtaisesta kulttuuripääomasta (heidän kulttuurin lukutaidostaan, asenteistaan, heidän hallussaan olevista kulttuurisista artefakteista tai koulutustaus-tastaan). Tutkimukseni ensisijaisena huomion kohteena on kulttuurin tai kulttuuritapahtuman arvo alueiden kehittämisen voimavarana, ei niinkään se, miten festivaali edistää paikkakunnilla asuvien ihmisten habitusten ja statusten kehittymistä erilaisilla sosiaalisilla kentillä. Näiden kahden näkökulman erottelu ei kuitenkaan ole yksinkertaista. Kulttuurifestivaali voi välillisesti heijastua esimerkiksi asukkaiden kulttuuriseen osaamiseen tai innostaa heitä taideharrastuksiin, joilla on yhteys heidän habituksensa kehitykseen. Tässä tutkimuksessa tarkastelen kuitenkin kulttuuritapahtumien arvoa nimenomaan kuntien kehityksen näkökulmasta ja tässä kontekstissa yksilöiden positioihin nähden irrallisena ilmiönä.

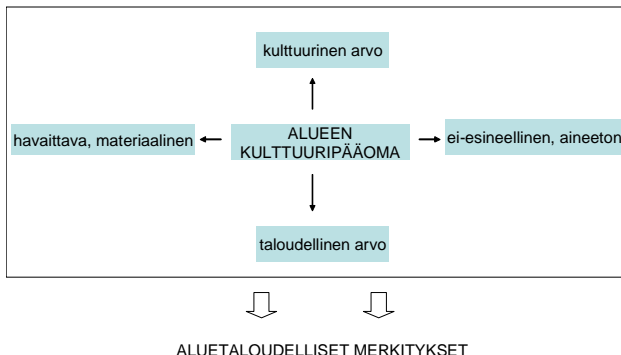
Bourdieu on nähnyt kulttuuripääoman – kuten myös sosiaali-sen, symbolisen ja taloudellisen pääoman – keinoksi, jonka avulla yksilöt pyrkivät vahvistamaan niitä ominaisuuksia (tai pääomia), jotka ovat tavoitelluille sosiaalisille kentille pääsyn (esimerkiksi

jonkin oppilaitoksen opiskelijaksi valinnan) kannalta arvokkaita. Sosiaalinen kenttä (esim. tietty taiteenala) panoksineen ja pääoman muotoineen (esimerkiksi lahjakkuus, tiedot, suhteet) toimii Bourdieun ajattelussa yhteiskunnallisten erottelumekanismien ja sosiaalisten luokkien rakentumisen perustana. Ihmisten pääomien, suhtautumistapojen ja elämäntapojen kokonaisuus, habitus, määrittää Bourdieun teoriassa kentälle kelpaavuutta, esimerkiksi sitä, kuka mielletään taideapurahoja myönnettäessä taiteilijaksi, kuka ei. Tarkastelun keskipisteeseen asettuvat tällöin vallan, sosiaalisen erottelun ja symbolisen kamppailun näkökulmat.

Bourdieu (1986) käyttämä kulttuuripääoman käsite koostuu kolmesta osa-alueesta; (1) koulutuksen ja sosialisoinnin välityksellä pitkän ajan kuluessa muodostuneesta arvojen ja asenteiden kokonaisuudesta, yksilöllisestä habituksesta (*The Embodied State*); (2) kulttuurin aineellisista ja objektivoituneista ilmentymistä (kirjoituksista, maalauksista, patsaista, kulttuurihistoriallisista rakennuksista jne.) (*The Objectified State*) sekä (3) kulttuuripääoman institutionalisoituneista rakenteista (erilaiset muodolliset pätevyudet, kuten ammattitutkinnot) (*The Institutionalized State*).

Bourdieuun lähestymistapa sivuaa alueen kulttuuripääoman käsitettä. Peruserona on kuitenkin se, että tarkastelen kulttuuripääoman ulottuvuuksia alueiden kehityksen näkökulmasta ja toisaalta se, ettei tutkimuksen ensisijaisena tehtävänä ole tunnistaa eri toimijoiden tai edes alueiden tai ryhmien hegemonisia ja kilpailevia valta-asemia. On selvää, että tapahtumanjärjestäjät, kuntien päättäjät ja yrittäjät edustavat bourdieulaisittain erilaisia sosiaalisia kenttiä, jotka osaltaan muokkaavat paikallista asenneilmapiiriä puhuttaessa esimerkiksi festivaalien merkityksistä. Olennaista tämän tutkimuksen kannalta ei kuitenkaan ole analysoida haastatteluissa esille tulevien näkemysten tarkoituksiperiä tai haastateltavien motiiveja. Tavoitteena on nostaa esille ne alueelliset merkitysulottuvuudet, joita festivaaleille kuntien kehittämisen yhteydessä annetaan.

Kulttuurifestivaaleille määrittyy erilaisia alueellisia merkityksiä puheissa, jotka muodostavat alueellisen kehittämistyön yhteydessä usein kiistellyn kokonaisuuden. Erilaisissa vuorovaikutustilanteissa arvolähtökohtia koetellaan, puolustetaan ja vastustetaan. Olennaista alueen kulttuuripääoman käsitteen käyttökelpoisuudessa on se, että se kietoo eri arvolähtökohdat toisiinsa. Esimerkiksi Ahposta (1991, 40–41) soveltaen kulttuurifestivaalien arvot voivat koostua samanaikaisesti kulttuuriarvosta (esteettisenä ja ylevöittävästä itseisarvona), hyvinvointiarvosta (kulttuuridemokratian ja tasa-arvon toteuttajana) sekä merkkiarvosta (esimerkiksi kunnan imagon rakentajana). Alueen kulttuuripääoma voi olla myös konkreettista ja havaittavaa (*tangible*) tai abstraktia, ei-esineellistä todellisuutta (*intangible*) (Throsby 1999b; 2001). Ensin mainittu yhteys viittaa esimerkiksi rakennuksiin, taideteoksiin, kulttuurialan organisaatioihin tai kulttuuriperintökohteisiin (esimerkiksi patsaisiin, muistomerkkeihin, linnoihin). Jälkimmäisessä tapauksessa alueen kulttuuripääoma ilmenee puolestaan kollektiivisina uskomuksina, ilmapiiirinä, ideoina, kokemuksina, toimintakäytäntöinä tai asenteina, jotka eri muodoissaan yhdistävät tiettyjä ihmisryhmiä. Sekä materiaalisesti että immateriaalisesti ilmenevällä kulttuuripääomalla voi samanaikaisesti olla sekä taloudellista välinearvoa että kulttuurin sisäsyntyisyyteen kiinnittyvää itseisarvoa (kuva 10; Throsby 1999b, 6–8; 2001, 46–48.).



KUVA 10. Alueen kulttuuripääoman käsite.

Alueen kulttuuripääoma ilmenee myös kuntien ja kaupunkien kehityksen yhteydessä sekä materiaalisessa että immateriaalisessa muodossa. Toisaalta esimerkiksi kulttuurifestivaali vahvistaa alueen kulttuuripääomaa lisäämällä muun muassa alueen kulttuurituotteiden ja -palveluiden tarjontaa. Toisaalta se voi heijastua alueen elävyyteen ja luovaan kulttuuri-ilmapiiiriin, jolla voi olla välillinen yhteys esimerkiksi uusien innovaatioiden kehittämiseen. Molemmilla on yhteys sekä tapahtumapaikkakuntien taloudelliseen kehitykseen että tapahtuman taiteellisiin/kulttuurisiin arvoihin. Tämä ei kuitenkaan merkitse sitä, että taloudelliset ja kulttuuriset arvot olisivat toisiinsa nähden aina ristiriidattomia, vaan pikemminkin sitä, että arvojen keskinäisyyden määrittäminen on sidoksissa kontekstiin (aikaan ja paikkaan) ja toiminnan tarkoituksellisuuteen.

Alueen kulttuuripääoman käsite rakentaa siis synteisiä kulttuurin itseisarvojen ja talouden välinearvojen välille. Näkemys poikkeaa tässä suhteessa esimerkiksi Cantellin (1999a, 265; 2001, 58–60) käyttämästä kulttuuripääoman käsitteestä. Puhuessaan kulttuurisesta pääomasta Cantell on viitannut niihin kulttuurin sisäsyntyisiin ja luovaa potentiaalia sisältäviin ominaispiirteisiin, jotka eivät ole palautettavissa taloudelliseen hyötyajatteluun.

KULTTUURIN JA TALOUDEN KOHTAAMINEN ELÄMYSTALOUESSA

Kulttuuria ja taloutta koskevien arvolähtökohtien rinnakkaisuus on tuotu esille lukuisissa tutkimuksissa. Viime kädessä keskustelu palautuu ihmisten kokemusmaailmaan ja elämyksen käsitteeseen. Klamer (1996, 25–26) on huomauttanut, että kulttuurin tuotteilla voi olla samanaikaisesti monia arvoja. Esimerkiksi taulu voi tarjota taiteellisen kokemuksen, mutta se voidaan nähdä myös investoinnin kohteena, koristeena tai arvovaltaa ja statusta ilmentävänä objektina (ks. myös Scott 1997, 323–324). Sama koskee teatteriesitystä tai kulttuurifestivaalia. Kaupallisen viihdearvon lisäksi ne voivat adornolaisittain tarjota yleviä kokemuksia. Cookin (1996, 115) mukaan taiteella voi kontekstistaan riippuen olla sekä taiteellisia että institutionaalisia funktioita. Yksit-

täinen taideteos voi olla hänen mukaansa työllistäjä, socialisaation väline, yrityksen imagon kohentaja sekä henkilökohtaisen itsetunnon kohottaja. Samanaikaisesti se voi tyydyttää ihmisten itseisarvottomia tarpeita ja haluja, jotka kytkeytyvät taiteelliseen nautintoon ja sen ”kohottavaan” tai ylevöittäväan vaikutukseen.

Ashworth (1999, 69) on vastaavasti tarkastellut goottilaisessa katedraalissa vierailun merkityksiä. Yleisö voi kokea sen esteettisenä elämyksenä, paikkaan kiinnittyvänä identifikaationa, henkisenä ja uskonnollisena kokemuksena, koulutuksellisenä oppimisprosessina, historiallisena kertomuksena tai viihdyttävänä vapaa-ajankohteena. Kulttuuriperinnön kohteissa voidaan täten samanaikaisesti havaita piirteitä, jotka ilmentävät sekä taloudellisia että kulttuurisia arvoja. Myös alueen kulttuuripääoman käsite mahdollistaa vastaavalla tavalla talouden ja kulttuurin sfäärien yhteensovittamisen ilman, että toinen on toiseen nähden välttämättä alisteisessa tai dominoivassa asemassa (Throsby 2004).⁵⁶

Alueen kulttuuripääoman käsitteen valossa kulttuurituotteen – kuten kulttuuritapahtuman – vaihto-, käyttö- ja merkkiarvojen välistä suhdetta ilmentää kontingentti luonne (Sayer 2000, 177). Sama festivaali voi saada sekä käyttöarvoon, vaihtoarvoon että merkkiarvoon liittyviä ominaisuuksia erilaisissa historiallisesti, sosiaalisesti ja alueellisesti määrittävissä konteksteissa. Alueen kulttuuripääoman käsite ei myöskään välttämättä ole ristiriidassa sen adornolaisen peruslähtökohdan kanssa, että nimenomaan autonomisina taide ja kulttuuri säilyvät ilmaisuvoimaisina. Kyse on pikemminkin siitä, että tuo luovassa riippumattomuuden ti-

⁵⁶ Aina voidaan kuitenkin kysyä, milloin on kyse ”paikkojen kannibalisoitumisesta”, kuten Cantell (1999a, 264) on Molotchia siteeraen pohtinut. Voivatko kulttuuri ja talous kietoutua arvojen kautta ylipäänsä toisiinsa ilman, että toinen alistaa tai hallitsee toista? Eikö esimerkiksi rock- tai populaarimusiikkia voida redusoida ominaisuuksiensa perusteella adornolaisittain reifikoituneeksi tavarafetisiksi tai ainoastaan taloudellista arvoa sisältäväksi tuotteeksi (Loisa 2003, 79)? Biljoonien dollarien bisneksistä huolimatta myös rockmusiikin kulutus sisältää kuitenkin aina myös kokemuksia, elämyksiä, spontaanisuutta ja impulsiivisuutta, joiden arvoa ei voida rahassa mitata. Bernsteinin (1991, 18) mukaan popmusiikki voi toisaalta sisältää adornolaisittain hyödykkeistämisen, reifikaation ja standardoinnin piirteitä, mutta yhtä hyvin se voi ilmentää tai ilmaista myös erilaisia ”aitoja” tunteita, kuten tuskaa, raivoa, vimmaa, iloa, kapinaa, seksuaalisuutta ja niin edelleen. Kulttuurin kulutus voidaan näin ollen nähdä yksilöllisenä ja merkitysvälittisenä luovana prosessina, jonka arvo määrittyy sosiaalisen kontekstin ja kokemuksellisuuden kautta.

lassa toteutunut ilmaisuvoima voi sisältää myös taloudellisia aspekteja, joita on mahdotonta jyrkkärajaisesti erottaa esimerkiksi taiteellisista arvoista. Kysymys on dynaamisesta ja kontekstisidonnaisesta tavasta hahmottaa kulttuuritapahtumille annettujen arvojen moninaisuutta.

Kulttuuristen ja taloudellisten arvojen yhteenkietouneisuuden näkökulma liittyy aikamme kulutustottumuksiin, joita leimaa-
vat kokemuksellisuus ja elämystaloudellisuus. Erilaisten arvojen kohtaaminen tapahtuu tilassa, jota kutsutaan elämykseksi. Laajassa perspektiivissä kulttuurifestivaalit ovat osa elämystaloutta (*experience economy*), jossa kysynnän ja tarjonnan kohtaaminen perustuu elämysten tuottamiseen ja kuluttamiseen (Pine II & Gilmore 1999). Schultze on vastaavasti puhunut elämysteiskunnasta (*erlebnisesellschaft*) (Noro 1995).⁵⁷

Pine II:n ja Gilmoren (1999, 187) mukaan tuotteiden arvo perustuu elämystaloudessa yhä enemmän näkymättömään, ei-havaittavaan, todellisuuteen. Kokemuksellisuudesta tai elämyksellisyydestä on muodostunut tuotteiden taloudellisen arvon keskeisin määrittäjä. Siksi Caves (2000, 3) on kutsunut luovan talouden tuotteita ”kokemuksellisiksi hyödykkeiksi” (*experience*

⁵⁷ Elämysten kuluttamista koskevissa tutkimuksissa on painotettu kuluttajien aktiivista roolia. Kuluttaessaan palvelua tai tuotetta ja astuessaan aktiivisena toimijana kulutuksen näyttämölle yksilön tulee kokea muuttuvansa ikään kuin kohti ideaaliminää ja olevansa jotakin erityistä, kuten Pine II ja Gilmore (1999) ovat painottaneet. Kuluttajaa puhuttelevassa elämyksellisessä tuotteessa ei täten ole kyse ainoastaan viihtymisasiästä tai viihteydestä, vaan nimenomaan näyttämölle siirtymisestä – vastaanottajasta kokijaksi. Kuluttajien aktiivisen roolin korostuminen elämyksien vastaanotossa vertautuu myös Schultzen näkemyksiin elämysteiskunnasta (Noro 1995). Elämysteiskunnan käsitteen taustalla on toisen maailmansodan jälkeinen modernisaatioprosessi, joka johti Schultzen mukaan läntisissä teollisuusmaissa runsauden yhteiskuntien kehittymiseen. Runsauden yhteiskuntia leimaavina piirteinä olivat tavaroiden ja palvelujen tarjonnan moninkertaistuminen sekä vapaa-ajan ja varallisuuden lisääntyminen, jotka yhdessä johtivat yksilöllisten valinnanvapauksien lisääntymiseen. Arkielämän valinnanmahdollisuuksien lisääntymisestä, identiteettien hajoamisesta ja siitä seuranneesta epävarmuudesta on keskusteltu yhteiskuntatieteilijöiden keskuudessa runsaasti (esim. Jallinoja 1995; Hänninen 1998; Eräsaari 1998; Hoikkala 1998). Schultzen mielestä arkielämän mahdollisuuksien lisääntyminen, kulutuksen kasvu ja ihmisten toiminnallisten rajojen väljentyminen ovat johtaneet siihen, että ihmisen ajatukset suuntautuvat yhä voimakkaammin sisäänpäin – häneen itseensä eli tunteisiin ja sellaisiin psykologisiin prosesseihin, jotka tekevät ihmisistä yhä elämystaloudellisempia. Valinnanvapauksien lisääntymisen, ylätäydlläisyyden ja kulutuskeskeisen elämäntavan yhteisvaikutuksesta kehittyi elämysteiskuntia, joissa yksilöiden valintoja ohjaa ”elämystaloudellisuus”. (Noro 1995, 121–123.)

goods). Kirjassaan Pine II ja Gilmore (1999) ovat antaneet yrityksille lukuisia käytännön neuvoja, miten tuotekehittäessään tulisi huomioida elämyksellisyyden elementti. Heidän perusväitteensä on se, että yritysmaailma on siirtynyt hyödykkeiden ja palvelujen tarjoamisesta juuri kokemusten tuotteistamiseen. Tee-
maan sidotusta, henkilökohtaisuutta ja persoonallisuutta korostavasta elämyksellisestä piirteestä on muodostunut uuden vuosituhannen tuotteiden brandi. Elämyksellisten tuotteiden kulutus perustuu niiden symboliarvoon; esimerkiksi Suomen Lapin kulttuurimatkalutuotteiden yhteydessä näitä voivat olla muun muassa arktisen luonnon piirteet (lumi, jää, kaamos, kylmyys, revontulet, hiljaisuus jne.), uskomukset ja riitit (haltijat, maahiset, shamaanit, jouluku) tai elämäntavan ominaisuudet (ruokakulttuuri ja saamelaisuus eri muodoissaan) (Wilenius 2004, 125).

Elämyksen käsitteessä talous ja kulttuuri kohtaavat moniulotteisesti toisensa. Kulttuurilla on elämyksellisissä tuotteissa kaksoisfunktio. Yhtäältä merkitysvälitteinen kulttuuri itsessään syntyy elämyksistä ja niiden symbolisista ilmauksista (esim. Ahponen 1999, 77). Tällöin kulttuuri mahdollisesti yllättää, järjestyttää, vavahduttaa tai hauskuttaa. Toisaalta juuri elämykset muodostavat kulttuurista tuotteen ja määrittävät sen taloudellisen arvon (Pine II & Gilmore 1999), jota vahvistaa sen vetovoimainen merkkiarvo. Näin kulttuuriset (tai symboliset ja imaginaariset) ainekset ovat sekoittuneet hybridisellä tavalla materiaaliin, tuotteen käyttöarvoa ilmentäviin ominaisuuksiin. Siksi kulttuurin osuutta tuotteiden taloudellisen arvon muodostumisessa on määrittämisesti yhä vaikeampi määrittellä tai tarkasti mitata. Usein voidaan ainoastaan todeta ja tulkita, että kulttuurinen aspekti vaikuttaa tuotteen taloudellisen arvon muodostumiseen.

Vastaavalla logiikalla voimme tarkastella myös kulttuuritapahtumien tertiäärisiä aluetaloudellisia merkityksiä. Voimme päätellä, että kulttuuritapahtuma vaikuttaa kunnan imagoon tai luovaan ilmapiiriin, vaikka sen taloudellista painoarvoa ei pystytä elämysyhteiskunnassa tarkasti määrittelemään. Tällöin joudumme pohtimaan esimerkiksi sitä, mikä on luovuuden taloudelli-

nen arvo. Luovuus sitoo käsitteenä kulttuurin ja talouden monilotteisesti toisiinsa. Ilmiselvää on, että luovuudella on myös alueiden kehityksen yhteydessä taloudellista arvoa, mutta tuota arvoa ei voida yksiselitteisesti mitata, havainnoida tai kausaalisesti osoittaa – yhteiskunnallisessa tilanteessa, jossa luovuus nähdään talouselämän keskeisimpänä moottorina (Florida 2002).

*

Olen tarkastellut tässä luvussa kulttuurifestivaalien arvolähtökohtien jäsentämisen ehtoja ja peruskäsitteitä. Kulttuuritoimintojen strateginen asema alueiden kehittämistyössä perustuu nähdäkseni viime kädessä siihen, mikä arvo kulttuurille annetaan. Olen peilannut tapahtumien arvolähtökohtia teoreettisesti ja empiirisesti Theodor Adornon klassiseen massakulttuurin kritiikkiin. Adornolainen keskustelu kulttuurin tuotannon standardoimisesta, autonomisen taiteen olemuksesta ja kulttuurin kulu-duksesta on edelleen käyttökelpoinen lähtökohta tarkasteltaessa suomalaisten festivaalien arvosidonnaisia diskursseja ja alueiden kehittämisen lähtökohtia. Näkemykset kulttuurin tuotannon ja fordistisen liukuhihnatuotannon suhteesta, kulttuurin tuotteiden pseudoyksilöllisyydestä sekä ihmisen kokemuksen kriisistä tai ihmismielen regressiosta tarjoavat myös tänä päivänä perustan arvoteorian pohtimiselle. Olen korostanut, että Adornon käsitteelliset lähtökohdat ilmentävät kulttuuritoimintojen ja aluekehityksen välisen suhteen peruspolariteettia; kulttuurin ja talouden tai itseisarvojen ja välinearvojen erillisyyttä. Myös empiirisessä tarkastelussa sekä paikallisten diskurssien erittelyssä nämä jakolinjat nousivat esille, vaikka eivät yhtä voimakkaina, mitä Adorno aikanaan esitti.

Koskemattomuusdiskurssissa festivaalin ohjelmiston ja sisällön autonomiaa puolustettiin puhumalla taiteellisesta tasosta, ammattimaisuudesta, poikkeavuudesta, yllätyksellisyydestä, keikelevuudesta ja avantgardesta. Tapahtumia tuli tällöin toteuttaa nimenomaan taiteen ja kulttuurin ehdoilla. Koskemattomuusdiskurssien vastakohtana tutkimusaineistosta nousi esille markkinadiskurssi, joka puolusti tapahtumien tuotteistamista,

kaupallisuutta ja markkinalähtöisyyttä. Festivaaleja tuli tässä katsantokannassa kehittää esimerkiksi yritysten pr-tilaisuutena.

Puhdas markkinadiskurssi esiintyi kuitenkin tutkimusaineistossa selvänä vähemmistönä. Sille oli leimallista sulautuminen koskemattomuusdiskursseihin. Taiteelle ja kulttuurille annettiin sulautumisdiskursseissa itseisarvoa, mutta sitä ei pidetty välttämättä ristiriidassa markkinoiden lainalaisuuksiin nähden. Olen luonnehtinut sulautumisdiskursseja taiteen tai kulttuurin ehdoilla tapahtuvan hallitun kaupallistumisen tai tuotteistamisen puolustamiseksi. Kuntien kehittämistä koskevissa näkemyksissä sulautumisdiskurssien piirteitä oli havaittavissa puhuttaessa esimerkiksi paikkakunnan kulttuuri-ilmapiiiristä tai alueen imagoista. Näin ollen sulautumisdiskurssit tulivat korostuneesti esille kulttuurifestivaalien tertiäristen merkitysulottuvuuksien yhteydessä.

Sulautumisdiskurssien käsitteellisenä johtopäätöksenä esitin, että kulttuurifestivaalin vaihto-, käyttö- ja merkkiarvot kietoutuvat niiden yhteydessä hybridisellä tavalla toisiinsa. Kiteytin ajatuksen alueen kulttuuripääoman käsitteeseen, jossa kriittiset ja liberaalit arvolähtökohdat sulautuvat toisiinsa. Alueen kulttuuripääomalle voi latautua kuntien kehityksen yhteydessä samanlaisesti monia erilaisia merkityksiä. Viime kädessä merkityksenannon prosessit kiinnittyvät ihmisten kokemus- tai elämismaailmaan, joka ikään kuin suhteuttaa festivaalien erilaiset arvolähtökohdat toisiinsa.

Kulttuurin tuottamisen ja kuluttamisen yhteydessä erilaiset arvot kohtaavat tilassa, jota voidaan kutsua elämykseksi. Elämys-taloudessa tai elämyshakuisessa alueellisessa kehittämistyössä ei ole itsestään selvää puhua esimerkiksi instrumentaalisesta, kulttuuria välineellistävistä toiminnasta tai ei-instrumentaalisesta kulttuuripolitiikasta. Nämä näkökulmat nousevat esille myös jatkossa tarkasteltaessa kulttuuritapahtumien tertiärisiä aluetaloudellisia ulottuvuuksia; kuntien imagojen rakentumista sekä kulttuuritoimintojen alueellisen juurtumisen dynamiikkaa.

10

Alueen kulttuuripääoma symbolitaloudessa

Lähtökohta ja peruskäsitteet

MERKKIARVOT JA SYMBOLITALOUS

Aakerin ja Joachimsthalerin (2000, 31–32) yritysten brandien johtamista käsittelevän teoksen perusajatuksena on se, ettei brandien vaikutusta yksittäisen organisaation menestymiseen nähdä voida lyhyellä aikavälillä määrällisesti mitata. Sama logiikka pätee myös aluetasolla. Kulttuuritapahtumien aluetaloudelliset merkitykset realisoituvat paitsi suorina ja laskennallisina taloudellisina hyötyinä myös tulkinnallisina merkki- ja symboliarvoina. Mittaamattomuudesta huolimatta alueiden imagoista on tullut yhä tärkeämpiä kilpailutekijöitä kaupungeille ja kunnille.

Pureudun tässä luvussa kulttuurin ja talouden vuorovaikutukseen merkkiarvojen näkökulmasta. Erityisesti tavoitteenani on pohtia kulttuurin ja alueiden imagojen välistä suhdetta. Kysymys on talouselämän ja aluekehityksen kulttuuristumisen prosessien tulkinnasta. Pohdin, miten talouselämän logiikka on kietoutunut kulttuuriseen merkityksenantoon ja representatioiden eri muotoihin (esim. Sayer 1997).

Kuten aiemmin on tullut esille, lukuisat tutkimukset ovat viitanneet kulttuurin ja talouden yhteenkietoutuneisuudella Jean Baudrillardin näkemyksiin tuotteiden merkkiarvosta. Kulutta-

jat kuluttavat Baudrillardin (1988) mukaan materiaalisten hyödykkeiden sijaan yhä enemmän merkkejä, joiden sisältö koostuu kognitiivisista ja esteettisistä piirteistä (ks. myös Lash & Urry 1994). Merkit viittaavat tuotteiden symbolisiin merkityksiin, jotka ammentavat sisältöä kulttuurista. Juuri merkit ja merkkiarvot muodostavat Baudrillardin (1988) ajattelussa kulturalisoitumisen ytimen. Sitä mukaa kun tuotanto, kulutus ja koko talouselämä merkkiytyy niin samalla myös talouselämän kulturalisoituminen syvenee (emt., 32).

Tullakseen kulutuksen kohteeksi objekteilla (tuotteilla tai palveluilla) tulee olla merkkiarvoa – oli kyseessä sitten hammasharja tai auto. Merkin kautta tuotteelle muodostuu ”persoonallista hehkoa”, mikä irrottaa sen symbolisesti materiaalisesta sisällöstä (tai käyttöarvosta) toteuttaen merkkiytymisen ydinfunktiota – erottautumista (Baudrillard 1988, 22). Myös tuotteiden taloudellinen arvo perustuu yhä enemmän niiden sisältämään merkkii-tai symboliarvoon. Tämä konkretisoituu brandin käsitteessä, jonka ydinsisältönä on pidetty merkkiarvon aikaansaamaa lisäarvoa, mikä realisoituu yritysten kilpailuetujen ja lisääntyvien taloudellisten tuottojen muodossa (Järvi 2001, 6).

Merkkien syntymekanismi kiinnittyy signifikaation (*signification*) käsitteeseen, joka viittaa siihen prosessiin, missä ”joku” (*the signifier*) muuttuu merkitykseltään ja symboliselta sisällöltään joksikin toiseksi (*the signified*) (esim. Hopkins 1998, 68). Signifikaatio eli merkityksellistäminen siirtää huomion asioiden, esineiden ja ilmiöiden funktionaalisesta sisällöstä (denotaatiosta, ”kirjaimellisesta merkityksestä”) niiden kulttuurisiin merkityksiin (konnotaatioihin), joilla on yhtymäkohtia esimerkiksi vallitsevaan arvomaailmaan, elämäntyyliihin ja sosiaaliseen arvontaan (esim. Lehtonen 1996, 110; Gottdiener 2002, 8–9). Konnotaatiot määrittävät Baudrillardin (1988, 44) mukaan yhä enemmän tuotteiden taloudellista arvoa, jolloin ne voivat ilmentää arvontoa, tyyliä, menestystä tai muuta sellaista ominaisuutta, joka määrittyy sosiaalisen vuorovaikutuksen kautta. Tässä mielessä merkeillä kyllästetyt tuotteet voidaan ymmärtää positio-

naaliseksi ja arvoltaan relationaaliseksi. Toisin sanoen, ne ovat sidottuja siihen kontekstiin, jossa niiden hyödyllisyyttä arvioidaan. Jälkitekollisessa yhteiskunnassa signifikaation logiikka ilmenee paitsi tuotteiden merkkiarvoissa myös paikkojen ja alueiden imagojen muuttuvissa merkityksissä sekä niiden tietoisessa muuntelussa, mihin tutkimukseni huomio jatkossa erityisesti kohdistuu.

Baudrillardin (1988) ajatukset merkkiarvoista ja konnotaatioista implikoivat näkemystä, jonka mukaan ”yksilölliset” kulutuspäätökset ja tuotteiden ostaminen ovat läpeensä sosiaalisesti määrittyviä tapahtumia. Yksilöllisiä tarpeita (joilla ei tässä yhteydessä viitata biologisiin välttämättömyksiin) ei täten ole ”puhtaina” olemassa (*a need is not a need*), vaan tarpeet perustuvat sosiaaliseen tarpeeseen erottautua. Tuotteiden kulutus perustuu siksi arvolatautuneisiin kollektiivisiin käyttäytymismalleihin, joita ohjaa ryhmien ja yhteisöjen integroitumisen, sosiaalisen kontrollin, hallinnan ja vallankäytön dynamiikka. (emt., 49.)⁵⁸ Sosiaalisesta välittyneisyydestä johtuen merkkiarvolla kyllästetyt tuotteet ja palvelut toimivat ihmisten identiteettien jatkeina ja elämäntapojen muovaajina (Featherstone 1992; Pred 1996; O’Connor 2003). Esimerkiksi osallistuminen kulttuuritapahtumaan voi merkitä paitsi arjesta irrottautumisen tuomaa iloa myös identiteetin ja tyylin rakentamista tietyn kulttuurisen genren piirissä ja siihen kuulumisen tunteen kautta.

Tutkimuksissa on paljon puhuttu myös siitä kuinka jatkuvasti muuttuvien merkkivirtojen vastaanottaminen on tehnyt kuluttajista – päinvastoin kuin esimerkiksi Adorno on subjektiviteetin passivoitumisesta puhuessaan väittänyt – entistä refleksiivisempiä. Estetisoitunut arkielämä edellyttää kuluttajilta jatkuvaa ja valpasta tietoisuutta muuttuvista merkkiarvoista ja tyyleistä

⁵⁸ Kollektiiviset käyttäytymismallit ja niiden symboliset ulottuvuudet määrittävät kulutuspäätöksiä. Samalla kulutusyhteiskunnan symboliset konnotaatiot ja tuotteiden viettelevä voima simuloivat kuluttajien haluja ja tarpeita, jotka ikään kuin merkkien kaapuun peitettyinä näyttävät todellisilta. Sosiaalisen välitysprosessin johdosta yksilölliset tarpeet ovat kuitenkin relationaalisia sosiaalisia konstruktioita. Relationaalisuudesta johtuen tarpeita ei voida koskaan täysin tyydyttää eikä tarpeen käsitettä voida universaalisuudella määritellä (Baudrillard 1988, 45).

sekä niihin latautuneista kulttuurisista koodeista. Lashin (1995) mukaan merkkien muuntelun lisääntyessä yksilöiden kuluttaminen perustuu yhä enemmän ”esteettiseen refleksiivisyyteen”, jonka dynamiikkaa ohjaavat kuvitelluissa yhteisöissä syntyneet, jaetut ja opitut asenteet sekä ennakkokäsitykset tuotteiden ominaisuuksista (myös O’Connor & Wynne 1996a, 6).

Merkkiytyvässä maailmassa tuotanto, kulutus ja valta kietoutuvat moniulotteisesti toisiinsa. Siksi myös kulttuurin talouden tuotteisiin ja palveluihin liitetyistä mielikuvista, äänistä ja kertomuksista on muodostunut Lashin (1995) mukaan jälkiteollisissa yhteiskunnissa keskeisiä vallankäytön välineitä, jotka kytkeytyvät usein ylikansallisten yritysten toiminnan logiikkaan. Samalla kulttuuriin merkkeihin ja symboleihin kytkeytyessään vallankäytöstä on tullut ikään kuin näkymätöntä (Ahponen 1999, 10).

Kulttuurin talous on merkkien tuotannon keskeinen lähde ja voimavara. Se tuottaa esimerkiksi elokuvien, musiikin ja kirjallisuuden välityksellä markkinoilla myytäviin tuotteisiin uusia sisältöjä ja merkkivirtoja; symbolisia pintoja, jotka heijastuvat kulutustottumuksiin ja ilmenevät arkielämän estetisoitumisena. Yhteiskunnallisena prosessina tuotannon estetisoituminen ilmentää talouselämän kulttuuristumista (Uusitalo 1999, 135). Aluekehityksen yhteydessä voimme vastaavasti puhua aluetalouden toimintadynamiikan kulttuuristumisesta.

Konkreettisimmillaan tuotannon estetisoituminen on havaittavissa erilaisilla design-intensiivisillä tuotannonaloilla, kuten vaate-, kenkä-, huonekalu- ja autoteollisuudessa. Näillä aloilla tuotteisiin ja palveluihin sisältyy olennaisena osana ekspressiivinen funktio, mikä heijastuu myös arkielämän estetisoitumiseen ja kuluttajien tyylihaluun. Design-tuotteissa tuotteiden arvo ja merkkien koostumus määräytyvät makujen, tyylien ja kohderyhmien mukaan. Koska tyyli ja maut ovat jatkuvassa muutoksen tilassa, myös design on vaihtuvaa ja tilapäistä. Samalla media ja mainonta osallistuvat osaltaan aktiivisesti makujen ja erottelujen (tyylin ja tyyliittömyyden) tekoon. (Du Gay 1997; Ahponen 2001, 293.) Jäsentäessään postmodernin yhteiskunnan muutosprosesseja Urry (1995, 177) on tähdentänyt, että vallit-

sevassa kulutuskulttuurissa erilaiset tuotteet, muotivirtaukset ja teknologiat vaihtuvat nopeasti. Kulutusyhteiskunnan sykkeessä materiaalien hyödykkeiden lisäksi myös erottautumista vahvistavien merkkien, elämäntyylien, ihmissuhteiden sekä arvojen vaihtuvuus ja kierto on nopeaa. Kaikkea leimaa lyhytnäköisyys. Tofflerin sanoin elämme heitä pois -yhteiskunnassa (*throwaway society*) (emt.). Kuten Ahponen (2001, 293) on todennut: ”Olenaista on jatkuva liike ja muutos. Siksi tuotekehittely perustuu jatkuvaan merkkien ja ideoiden muunteluun, loputtomaan dekonstruktioon.”

Vaihtuvuuden, silmänräpäyksellisyyden, tilapäisyyden ja lyhytnäköisyyden leimaamassa yhteiskunnassa merkkien ja imagojen painoarvo sosiaalista elämää, aluetaloutta ja kulttuurista kehitystä ohjaavana voimana on kuluneiden vuosikymmenten aikana selvästi korostunut. Samalla imagot ovat tulleet kertakäyttötavaroiksi kulutusyhteiskunnissa, joissa ihmisten kyllästyminen tuotteisiin on nopeaa.⁵⁹ Siksi uusien erottautumisen muotojen ja symbolien etsintä on kiihkeää ja jatkuvaa – markkinointikon-sulttien ja erilaisten imagon rakentajien suosio vastaa näin ollen aikamme yhteiskunnan tarpeita, ajan henkeä.

Merkkien ja imagojen korostumisella on myös moraalinen ulottuvuutensa. Karvonen (1999, 222) on Packardiin viitaten kysynyt, mitkä ovat kaiken tämän suostuttelun seuraamukset moraalillemme. Voimme ajatella, että markkinatalouden kasvu perustuu systemaattiselle tyytymättömyyden luomiselle ja uusien tarpeiden synnyttämiselle. Ja kuten todettu, tarpeiden synnyttämisen dynamona toimivat juuri tuotteiden ja palveluiden merkkiarvot (Lash & Urry 1994, 14).

Moraalitonta tai ei, estetisoituneessa ja merkkiytyneessä maailmassa taloudellinen ja kulttuurinen sfääri ja imagot ovat kietoutuneet hybridisellä tavalla toisiinsa. Siksi talouden kulttuu-

⁵⁹ Kyse on laajasta yhteiskunnallisesta muutoksesta. Esimerkiksi keskustelu alueiden markkinoinnista ja imagoista käynnistyi samaan aikaan, kun tutkimusmaailmassa alkoi postmodernismia koskeva keskustelu. Postmodernille aikakaudelle on leimallista ilmiöiden eklektismi; niiden uudenlainen sekoittuminen, esteettisyyden korostuminen, fragmentoituminen, jäljittely jne. (Holcomb 1993, 141.)

ristumisen näkökulma ei ole irrallinen ilmiö esimerkiksi kulttuuritapahtumien aluetaloudellisiin merkityksiin nähden. Kysymys on koko yhteiskuntaa koskettavasta prosessista. Tuotteita, erilaisia kaupunkitiloja, maisemia, palveluja ja koko kulttuuria ilmentää simulaatioiden kyllästävä todellisuus, mitä Baudrillard on provokatiivisesti kutsunut todellisuuden loppumiseksi (*the end of the real*) (Featherstone 1992, 271). Simulaatioiden hallitsema todellisuus ei edusta Baudrillardin (1988, 169) ajattelussa ”todellisuutta” vaan pikemminkin ”hypertodellisuutta” (*hyperreal*). Hypertodellisuudella ei ole ”todellista” alkuperää – se on pelkkä simulaatio. Samalla simulaatio murtaa ”todellisen” ja ”kuvitteellisen” sekä ”oikean” ja ”väärän” raja-aitoja, mikä ilmenee esimerkiksi viihde- ja mediateollisuuden elämystuotteissa ja -palveluissa.

Kuvatut metatason pohdinnat koskettavat myös suomalais-entien kuntien toimintaympäristöjen rakentumista ja aluetalouden kehityksen uutta dynamiikkaa. Kulttuuriset symbolit tarjoavat kaupungeille mahdollisuuden imagolliseen erottautumiseen niiden pyrkiessä houkuttelemaan alueilleen globaaleja virtoja (työvoimaa, asukkaita, matkailijoita, pääomia jne.). Täten Baudrillardin maalailema hypertodellisuus ilmenee myös alueiden imagoissa. Postmodernissa yltäkylläisyyden ja näyteikkunoiden fantasia-maailmojen leimaamassa yhteiskunnassa myös paikkoihin liitettyjä mielikuvia tietoisesti simuloidaan (*place is simulated*) markkinatalouden tarpeiden mukaisesti hohdokkaiksi ja veto-voimaisiksi, jotta kilpailukykyä edistävien yhteiskunnallisten toimintojen kiinnostus niitä kohtaan säilyisi ja vahvistuisi (Urry 1995, 219).⁶⁰ Samalla erilaisten tuotteiden, palveluiden ja näh-

⁶⁰ Aluetasolla merkkin ja visuaalisuuden kulutus ilmenee sekä kaupunkitilassa (esim. Zukin 1995) että maaseutualueilla (esim. Hopkins 1998). Esimerkiksi Hopkinsin (1998, 77) mukaan kulutuksen ja tuotteistamisen esterisointuminen ja symbolisointuminen maaseudulla ilmentää post-ruralisointumista (*post-rural*). Sen peruspiirteenä on materiaalsen ja fyysisen maaseutuympäristön muuttuminen postmoderniksi tuotteeksi ja merkkiarvoiksi. Etuliite *post* ei tällöin viittaa niinkään postmoderniin aika-kauteen, vaan pikemminkin muutokseen, jossa maatalousvaltaisesta maaseutuidenteiteistä on siirrytty kohti laajempaa ja pluralistisempaa merkkin tuotannon kulttuurikulttuuria. Hopkins (emt., 78) puhuu paikkojen myyttien uudelleen tuottamisen kulttuuripolitiikasta maaseudun imagojen muovaamisen yhteydessä.

tävyyksien ilmentämät symboliset merkkiarvot luovat alueille uudenlaista mielikuvituksellista symboliarvoa. Sekä tuotteiden että alueiden arvossa ja houkuttelevuudessa imagot ja todellisuus sekä kulttuuri ja talous sekoittuvat toisiinsa hybridisellä tavalla. Tällöin kulttuurista muodostuu yhä enemmän alueille taloudellista arvoa ja menestystä ilmentävien merkkien peili.

Alueille, kaupungeille ja maaseutukunnille rakennetaan ja muunnellaan jatkuvasti aikamme arvomaailmoja puhuttelevia merkkiarvoja. Zukin (1995) on luonnehtinut tuotteiden ja alueiden merkkiarvoja symbolitalouden kehityksen ilmentymiksi, koska esteettisyys ja semiotiikka muodostavat tuotteiden arvon muodostuksen keskeisen lähtökohdan. Symbolitaloudessa on Zukinin (1995, 8) mukaan uutta imagojen ja tuotteiden symbioosi, tuotteiden puhuttelevuus kaupunkitilojen representatioiden ilmentyminä sekä imagojen myynti kansallisilla ja globaaleilla markkinoilla. Kaupunkitilan symbolit ja merkit ovat Zukinin (1992) ajattelussa paitsi esteettisiä ominaisuuksia myös vallankäytön elementtejä ja täten myös sosiaalisia konstruktioita. Tilan käsite ilmentää hänelle kulttuurisesti latautunutta voimaa, joka erilaisten symbolien ja merkkien välityksellä ohjaa ja kontrolloi yhteiskunnallista todellisuutta. Valta taas merkitsee Zukinille nimenomaan taloudellista valtaa, sillä tilan symbolit ja kulttuurin talouden ilmentymät ovat vain tuotteiden, palveluiden ja yritysten taloudellisen arvon kasvattamisen välineitä. Siksi myös Philo ja Kearns (1993, 23) ovat puhuneet kaupunkien markkinoinnin ja postmodernin arkkitehtuurin yhteydessä nimenomaan ”vallan arkkitehtuurista” (*architecture of power*), jonka avulla alueille pyritään houkuttelemaan työvoimaa, yrityksiä, pääomia ja matkailijoita. He näkevät kaupunkimarkkinoinnin yleistymisen nimenomaan talouden ja pääomien logiikan ohjaamaksi hegemoniseksi projektiksi.

Symbolitalouden vahvistuminen on merkinnyt kulttuuristen hyödykkeiden ja palveluiden (*cultural products*) kysynnän ja tarjonnan kasvua (Scott 1997). Kulttuurin tuotteita ilmentävät – päinvastoin kuin Adorno on esittänyt – heterogeenisuus ja monipuolisuus. Ne ammentavat sisältöä mitä erilaisimmista kult-

tuurin ilmentymistä; perinteisestä käsityökulttuurista, esittävästä taiteesta, kuvataiteesta, muotoilusta, audiovisuaalisesta teollisuudesta ja niin edelleen. Sisällöllisesti kulttuurin tuotteita yhdistävät symbolien manipulointi, elämyksellisyys, semioottisuus ja esteettisyys. Myös alueiden kehityksen dynamiikka on kytkeytynyt yhä moniulotteisemmin symbolitalouden ja kulttuurin tuotannon toimintalogiikkaan, mikä ilmenee alueiden markkinoinnissa.

Merkkien ja symbolien kulutuksen myötä kulttuuri on työntynyt yhä moniulotteisemmin alueiden kehityksen ja tuotteiden valmistusprosessien osa-alueeksi. Karvonen (1999, 28) on Jamesonia siteeratessaan todennut, että ”mielikuvayhteiskunnassa kulttuuri ei enää elä omassa puoliautonomisessa piirissään, vaan se laajenee käsittämään koko yhteiskuntaelämän niin, että kaikkea tulee kulttuurista”. Jamesonia siteeraten hän on edelleen todennut, että ”kulutusyhteiskunnan koko perusolemus on kulttuurinen; mikään yhteiskunta ei ole koskaan ollut niin merkeillä ja kuvilla kyllästetty kuin tämä yhteiskunta on”.⁶¹

Yhteiskunnan, talouden ja alueiden kulttuuristuminen ilmenee erityisesti viestinnän ja markkinoinnin maailmassa. Morleyn ja Robinsin (1995, 31) ajattelua soveltaen viestinnässä käytetty uusi mediateknologia synnyttää esimerkiksi kaupungeissa uusia kuvitteellisia (kulttuurin) tiloja (*imaginary space*), joita erilaisen tavaroiden ja palvelujen markkinointi luo ja ylläpitää. Kuvitteellisten tilojen ja imagoteollisuuden välittäjänä esimerkiksi audiovisuaalinen mainonta luo jatkuvasti uusia vetovoimaisia mielikuvatodellisuuksia ja fantasiamaailmoja. Näissä maailmoissa toden ja epätoden välinen raja hämärtyy. Olennaista markkinoinnin kannalta on se, että ne vetoavat tunteisiin ja puhuttelevat

⁶¹ Karvosen (1997, 16–18) mukaan mielikuvien yhteiskunnallisen vaikutusvallan kasvu liittyi kapitalismin uuteen vaiheeseen, myöhäiskapitalismiin, johon eräiden tutkijoiden mukaan siirryttiin Amerikassa jo 1950-luvulla. Suomessa markkinatalouden kehitysvaihe ja liiketaloudellinen ajattelutapa seurasivat parikymmentä vuotta myöhemmin. Vähitellen kaikki yhteiskunnalliset toiminnot alkoivat kaupallistua ja muuttua imagojen rakennuksen kohteeksi. Myyminen, markkinointi ja vaihtoarvon logiikka levisivät kaupan piiristä laajemmalle muuhun yhteiskuntaan.

valittuja kohderyhmiä. Siksi mediakulttuurin ymmärtäminen ja ihmisten arvomaailmoja koskevien glokaalien virtausten lukutaito on muodostumassa myös alueiden kehittämistyössä yhä keskeisemmäksi strategisen kehittämistyön välineeksi.

Viestinnän sisältöjen ja merkkien muuntelu rinnastuu tulevaisuuden tutkija Rolf Jensenin (1999) ajatuksiin tarinayhteiskunnasta. Jensenin mukaan tulevaisuuden kertomusyhteiskunta ammentaa sisältöä ”tarinoista”, jotka luovat kuvitteellisia tiloja, vetoavat tunteisiin ja toimivat pragmatisoituneen sekä rationalisoituneen yhteiskunnan vastavoimina. Tarinoista on tullut jälkiteollisissa yhteiskunnissa keskeinen menestystekijä erilaisille organisaatioille, henkilöille, tuotteille tai alueille. Samalla materiaalisuuden rinnalla myös ideaalisesta, aineettomasta tai näkymättömästä todellisuudesta on tullut esimerkiksi alueellista kehitystä yhä enemmän ohjaava voimavara (ks. Karvonen 1999, 17).

Jensen (1999, 52) on kuvannut mielikuvayhteiskunnan synnyttämiä tarinoita yhteiskunnallisten arvostusten (*value statement*) kuvaajiksi ja heijastuspinoiksi, jotka eivät ole standardoitavissa tieteellisiksi tai absoluuttisiksi totuuksiksi. tarinat voivat käsitellä koko ihmiskuntaa ja univsumia koskettavia ikuisuuskyymyksiä tai jokapäiväistä arkea. Niitä voidaan välittää tai kertoa suullisesti ja kirjoitetussa muodossa imagojen rakentamisen ja symbolien tuottamisen yhteydessä; pelien muodossa, uutisissa, kulttuuri- ja urheilutapahtumissa, museoissa, elokuvissa ja niin edelleen.

Tarinoiden vallankumous voidaan liittää myös globaalitalouden logiikkaan, jota säätelee alueiden ja kaupunkien erottautumisen pakko. Alueiden strategisen kehittämisen kannalta on yhä olennaisempaa, että niihin assosioituu erilaisten kuluttajaryhmien keskuudessa – ainakin mielikuvien tasolla – ”merkityksellisiä tarinoita” (*meaningful stories*) (Danielzyk & Wood 2001, 70). Alueiden imagojen puhuttelevuus ja houkuttelevuus perustuvat muista alueista poikkeaviin ja tunteisiin vetoaviin tarinoihin, jotka ovat visualisoitavissa erilaisiksi merkeiksi; kuviksi ja hahmoiksi.

HYBRIDISET TEEMAYMPÄRISTÖT JA PAIKKOJEN KESYTTÄMINEN

Tuotannon estetisoituminen, merkkiarvot ja tarinat ovat heijastuneet konkreettisesti alueiden ja kaupunkien kehitykseen. Teemoitettujen ympäristöjen tuottaminen on kehityksen eräs johdannainen ja aikamme trendi. Teemoitus merkitsee alueisiin ja sen elämäntapoihin liittyvien merkkien ja tarinoiden tietoista muokkaamista ja manipulointia. Siksi se on läpeensä sosiaalinen prosessi. Keskeinen kysymys alueiden tai kaupunginosien teemoituksessa onkin se, kenen ehdoilla alueisiin liittyviä merkkejä tuotetaan ja ohjailaan. Seuraavaksi viivähän hetken kyseisissä pohdinnoissa, minkä jälkeen näkökulma siirtyy spesifimmin alueiden markkinointiin ja kulttuuri-imagojen tuottamiseen.

Alueiden tai ympäristöjen teemoitus ei ole sinänsä uusi ilmiö. Gottdienerin (2001, 2) mukaan kaupallisesti teemoitetut ympäristöt (teemapuistot, teemaravintolat, teemamatkat) ovat olleet osa amerikkalaista yhteiskuntaa jo 1950-luvulta lähtien, vaikka sielläkin ne ovat varsinaisesti yleistyneet vasta 1970-luvulla. Tänä päivänä teemoitus ulottuu Pohjois-Amerikassa lähes kaikkiin arkielämän osa-alueisiin. Teemoitusta voidaan havaita muun muassa asuinalueiden suunnittelussa, ostoskeskuksissa, lentoasemilla, urheilustadioneilla, museoissa sekä erilaisissa vapaa-ajan keskuksissa. Ilmiö on levinnyt myös Eurooppaan ja muihin maanosiin.

Käsitteenä teemoitettu ympäristö (*themed environment*) viittaa fyysisiin ympäristöihin, joiden sisällöt ja merkitykset ovat sosiaalisesti konstruoituja (Gottdiener 2001, 148). Teemaympäristö tai -kaupunki rakentuu nimensä mukaisesti tietyn asian, teeman tai funktion ympärille, ja kaupungissa tai tietyllä alueella kaikki merkittävät toiminnot on suunnattu ja valjastettu ylläpitämään tätä tiettyä teemakulttuuria. Teemakaupunkien yhteydessä on puhuttu muun muassa Disney-kaupungista, joulu-kaupungista sekä erilaisten uskonnollisten ja etnisten ryhmien kaupungeista tai kaupunginosista (esim. Zukin 1995).

Myös teemaympäristöissä on kyse kulttuurisesti merkitysvälitteisestä prosessista, koska teemat itsessään koostuvat symbolisista merkeistä ja heijastelevat aikamme virtauksia, tyylejä, tottu-

muksia ja elämäntapoja. Kuluttajien näkökulmasta teemoitetut ympäristöt simuloivat kollektiivisia fantasiaita ja ihanteita sekä tuottavat virikkeitä elämishakuisille elämäntyyleille; nostalgisoivat menneisyyttä, representoivat historiaa, ilmentävät eksoottista etnisyyttä, nuorisokulttuuria, alakulttuureja ja niin edelleen. Samalla kaupallisista teemaympäristöistä on muodostunut ikään kuin kuluttajien identiteettien muokkaajia – itsemme peilejä (Hannigan 1998, 67; Gottdiener 2001, 148). Kulttuurin talous on ollut eri muodoissaan luonteva teemaympäristöjen rakennusaines.

Urry (1995, 149) on korostanut visuaalisuuden merkitystä imagoa tuottavien teemojen yhteydessä. Hänen mukaansa juuri ”visuaalisuuden kulutus” on johtanut siihen, että alueiden imagojen rakennuksessa vallitsevaksi tendenssiksi on muodostunut teemoitettujen ympäristöjen suunnittelu. Kulttuurisilla merkityksillä, symboleilla ja tyyleillä ladattua visuaalista kulutusta voi tapahtua monissa eri konteksteissa, esimerkiksi shoppailun, ruokailun, urheilemisen, koulutuksen ja taide-elämysten yhteydessä (Lash & Urry 1994, 271). Teemoitusta ja visuaalisen kaupunki-ilmeen tai imagon rakentamista voi nähdä muun muassa erilaisilla markkinapaikoilla, kulttuuriaukioilla, taidefestivaaleilla ja vapaa-ajan keskuksissa.

Teemaympäristöille on leimallista erilaisten teemojen tietoinen sekoittelu ja yhdistäminen. Hybridisten teemaympäristöjen sisällöt voivat liittyä samanaikaisesti esimerkiksi viihteeseen, taiteeseen, koulutukseen, ravintolassa käyntiin sekä erilaisten kaupallisten palveluiden ja tavaroiden kulutukseen. Gottdiener (2001, 74, 101) ja Hannigan (1998, 90–100) ovat kuvanneet hybridisiä teemaympäristöjä käsitteillä ”*eatertainment*” ja ”*shopertainment*” ja ”*edutainment*”. Gottdienerin (2001) mukaan hybridisiä tiloja voi tunnistaa muun muassa museoissa, ravintoloissa, tavarataloissa, elokuvakeskuksissa, lentoasemilla ja teemapuistoissa. Olenaista on se, että ne ilmentävät monikäyttöisyyttä, monien arvojen, merkitysten ja tyylien rinnakkaisuutta – multifunktionaalisuutta. Näin ollen hybridisissä teemaympäristöissä toteu-

tuu elämyksellisyuden peruslähtökohta; monien arvojen ja merkitysten rinnakkaisuus.

Hannigan (1998, 90–93) on esimerkiksi tarkastellut *shopertainment*-ympäristöjä suurissa ostoskeskuksissa, joissa tuotteiden ja palveluiden kulutuskokemukset ovat kietoutuneet esimerkiksi historiaa ja nostalgiaa ilmentävien fasadien visuaalisuuteen sekä erilaisiin kulttuuri- ja viihde-elämyksiin, kuten museossa tai teatterissa käyntiin. *Eatertainment*-ympäristöissä puolestaan lounas ja viihde ovat sulautuneet toisiinsa, mistä esimerkkinä Hannigan on maininnut muun muassa Hard Rock Cafe ja Planet Hollywood -ravintolaketjut. Koulutukseen kiinnittyvissä *edutainment*-teemaympäristöissä vastaavasti koulutukselliset ja kasvatukselliset päämäärät ovat yhdistyneet ja sekoittuneet kulttuurisiin aktiviteetteihin sekä teknologian ja viihteen värittämiin kaupallistuneisiin fantasiamaailmoihin (emt., 98–100). Esimerkiksi museossa käynnistä on voinut muodostua paitsi oppimisympäristö myös viihteen ja teknologian muodostama interaktiivinen virtuaalitodellisuus. Kaupunkimarkkinoinnin osaluueena hybridiset teemaympäristöt ovat luoneet mahdollisuuksia pluralististen elämysten kokemiseen samassa paikassa. Hybridisyys ja pluralistisuus ovat ilmentäneet puolestaan postmodernille aikakaudelle leimallisia joustavia genrejä (*flexible cultural genre*) (Roche 1998, 7).⁶²

Postmoderneja identiteettejä muokkaavat ja peilaavat teema-alueet ovat myös toimineet alueen imagoa tuottavien tarinoiden kasvualustana sekä erilaisia elämäntapoja, -tyylejä ja arvoja ilmentävinä kohtaamispaikkoina. Ajatus kytkeytyy Jensenin (1999, 87–97) visioon, jonka mukaan tulevaisuuden yhteiskunnissa vallitsevat suunnattomat identiteettimarkkinat. Myös teemaympäristöjen on toimittava ikään kuin identiteettien peileinä, jolloin niiden puhuttelevuus kietoutuu esimerkiksi seuraaviin näkökohtiin:

⁶² Myös kaupunkien teemoitus sisältää ajatuksen kulttuurin ja talouden merkitysvälitteisestä yhteenkietoutuneisuudesta, jossa imagot ja identiteetit sekä merkkiarvot ja käyttöarvot sulautuvat toisiinsa. Baudrillardin (1988, 32–33) mukaan merkkien, simulaatioiden, identiteettien, kulutuksen ja tuotannon sekoittumisessa on kyse hybridisten teemaympäristöjen syntyisestä, mikä osaltaan ilmentää yhteiskuntien kulturalisoitumista.

- Miten jännittävä ihminen olen?
- Miten jännittävä alue on?
- Mitä arvostan?
- Mitä alueella arvostetaan?
- Kenestä eroan ja poikkean?
- Mistä teema-alue erottautuu?

Kaikkiin kysymyksiin löytyy vastaus tuotteista tai alueista, niiden brandeista ja teemoista, joita kulutamme tai käytämme, ja joihin on kätkeyty jokin tarina meistä, kuluttajista. Jensenin arvion mukaan tulevaisuutta leimaa yhä enemmän ”kuka minä olen -markkinat” (*The Who-Am-I Market*), joiden välityksellä identiteettimme jatkuvasti uudelleen konstruoituu (emt.). Alueet ja niitä ilmentävät tuotteet, palvelut ja ympäristöt heijastavat symbolisesti sitä, mitä kuluttaja on tai ainakin haluaisi olla. Juuri siksi alueen symbolinen ja kulttuurinen aspekti ovat muodostuneet mielikuva- tai elämysyhteiskunnassa yhä tärkeämmiksi kulutuksen kohteiksi.

Teema-alueiden rakentuminen on siis läpeensä kulttuurinen prosessi, kuten Mark Gottdiener (2001) on teoksessaan *The Theming of America* tähdentänyt. Kysymys on kulttuuristen merkien ja symbolien tietoisesta tuottamisesta, mikä palvelee ennen muuta talouselämän ja imagojen rakentajien tarpeita.

Teemoitus paikkojen keinotekoisena muokkauksena on herättänyt runsaasti myös kriittistä keskustelua. Esimerkiksi Chang (2000) on nähnyt teemoituksen paikkojen aktiviteettien ja visuaalisuuden harkittuna kontrollointina, mitä hän on kutsunut ”paikkojen kesyttämiseksi” (*taming of place*). Ajatus rinnastuu Hanniganin (1998, 81) näkemyksiin kontrolloidusta, laskelmoidusta ja ennustettavasta teemaympäristöstä, millä hän on puolestaan viitannut Ritzerin Mcdonaldsaation teoriaan ja toisaalta Relphin (1976) paikattomuutta koskeviin tulkintoihin. Hanniganin mukaan teemoitettujen ympäristöjen palvelut on yleensä paketoitu ennakoitavaan, kaupalliseen ja yllätyksettömään sekä nopeaan kulutukseen tähtäävään muotoon, aivan ku-

ten ”Big Mac” -ateriakokonaisuudet. Hanniganin (1998, 10) mukaan alueiden teemoitus tyydyttää siksi lähinnä keskiluokaisen kuluttajan kaipuuta turvalliseen ja ennustettavaan ympäristöön. Teemojen yhteydessä on ikään kuin konstruoitu illuusio turvallisuudesta ja ennustettavuudesta, joka on paketoitu kaupallisesti myytävään muotoon.

Teemoitettujen ympäristöjen kesyttäminen ilmenee kritiikin mukaan esimerkiksi etnisyyden rekonstruoinnin ja erilaisten elämäntyyliä ilmentävien tuotteiden ja palveluiden kulutuksen yhteydessä, minkä voi havaita vaikkapa aasialaisten ravintoloiden tai pikaruokaketjujen symboleissa ja merkeissä tai eksoottisten matkakohteiden ohjelmapalvelujen (esimerkiksi paikallista kulttuuria ilmentävien tanssiesitysten) uudelleen tuottamisessa – kuitenkin irroitettuna alkuperäisestä tarkoituksestaan ja kontekstistaan (O’Connor & Wynne 1996b, 54–55; Hannigan 1998, 183). Samalla paikallinen elämäntyyli (kulttuuri) on muokattu kulttuurin taloutta ja markkinoita palvelevaksi kokonaisuudeksi. Elämäntapaan pohjautuva kulttuuri on muuttunut alueen elinkeinoelämää palvelevaksi tuotteeksi. Kaupallisuuden ja kulttuurin yhdistyessä esimerkiksi etnisyyden teemana on Hanniganin (1998, 183) mielestä heijastellut usein vähemmistökulttuurien alkuperäisten elämäntapojen sijaan pikemminkin valtaa pitävän ryhmittymän näkemyksiä siitä, mikä heidän elämäntavoissaan ja arvoissaan on (tuotteistamisen kannalta) kiinnostavaa.

Philo ja Kearns (1993, 3–5) ovat kiinnittäneet huomiota samaan asiaan. He ovat puhuneet kulttuurin ja historian manipuloimisesta, koska kulttuuri on valjastettu ja alistettu paikkojen myynnin ja markkinoinnin välineeksi. Tällöin matkailijoille, työvoimalle ja muille tavoitelluille kohderyhmille on annettu keinotekoinen mielikuva siitä, että markkinoinnin kohteena olevat traditiot, tapahtumat, elämäntyyli ja taidemuodot olisivat paikallisesti juurtuneita (*locally rooted*) kulttuurin muotoja. Kyse on Philon ja Kearnsin mielestä lähinnä epäautenttisesta rekonstruktioista. Heidän mukaansa vallitseva kilpailutalous on johtanut siihen, että paikkoja ja kulttuuria tuotteistetaan kysei-

sellä talouden logiikalla. Keskustelu palautuu näin ollen jälleen kulttuurin ja talouden suhteen rakentumiseen. Kumpi hallitsee paikallista kehittämisspolitiikkaa? Kummalla on hegemoninen asema paikallisissa diskursseissa?

Autenttisuuskeskustelua on käyty pitkään varsinkin matkailuteollisuuden ympärillä. Esimerkiksi Järviluoman (1994, 10) mukaan matkailuteollisuudella on taipumus tuottaa epäaitoja ja lavastettuja ympäristöjä, joita turistit pitävät aitoina. Hän on puhunut ”lavastetusta autenttisuudesta”, Kostiainen (1997) ”menneisyyden manipuloimisesta”, Boorstin (Karvonen 1999, 177) ”ihmistekoisesta tekotodellisuudesta” ja Baudrillard (Bennett 1999, 22) ”matkailuteollisuuden hypertodellisuuksista”. Bennett (1999, 229) on Baudrillardin ajatuksiin nojautuen todennut, että matkailuteollisuudella on taipumus rakentaa erilaisiin kulttuurikohteisiin jäljitelmiä, jotka tarjoavat hetkellisiä elämyksiä. Ne ovat kuitenkin olemukseltaan keinotekoisia tai adornolaisittain standardoituja sekä laskelmoidun markkinavetoisia. Myös Urryn (1995, 161) mukaan monet kulttuuri-matkailukohteet tuottavat ”artefaktuaalista historiaa”, jossa monet alkuperäiset sosiaalisen elämän piirteet on joko trivialisoitu tai marginalisoitu.

Suomessa Petrisalo (1988 ja 1994) on kritisoinut hankkeita, joissa matkailukohteen vetovoiman rakentamiseksi alueen perinteitä on käytetty ensisijaisesti sosiokulttuurisen muutoksen välineenä ja hyödyntämisen kohteena, ei dynaamisena itseänsä tuottavana subjektina. Alkuperäisyyden tai autenttisuuden ihanteesta kiinni pitäminen edellyttäisi hänen mukaansa paikallisen kontekstin ja paikallisten asukkaiden elämäntapojen ja kokemusten huomiointia matkailukohdetta suunniteltaessa. Kestävä matkailu (*sustainable tourism*) perustuisi paikallisten arvojen kunnioittamiselle, mistä hyötyvät pitkällä aikavälillä sekä matkailuteollisuus että kulttuurisektori (Throsby 2001, 130). Muussa tapauksessa rekonstruoidaan illuusio, valheellinen kuva todellisuudesta, jonka sisältö ja ”merkit” on keinotekoisesti luotu. Samalla alkuperäisen kulttuurin ”pyhyys” ja koskemattomuuden

ihanne tulevat uhatuiksi. Toisaalta Aho (1994) on huomauttanut, että aitous voi olla matkailuyrittäjien kannalta myös toisijaista, sillä (elämys)matkailijoiden vaatimukset autenttisuudesta voivat vaihdella ja olla hyvin erilaisia. Tärkeintä yrittäjälle on usein elämyksen tuottaminen.

Mainittujen kriittisten puheenvuorojen johdosta Chang (1998) on nähnyt paikkojen ja ympäristöjen teemoituksessa perustavanlaatuisia ongelmia. Paikkoja teemoitetaan usein lyhytnäköisesti kuluttajien ja matkailijoiden preferenssejä silmällä pitäen. Samalla unohdetaan paikkojen historiallisten kerrostumien, kulttuurin ja elämäntapojen moninaisuus – itse asiassa tuo moninaisuus hävitetään valikoiden, jotta valitut ja taktisesti halutut teemat nousevat selkeämmin imagojen muovaajiksi. Teemoitettujen ympäristöjen suunnittelijat ja paikkojen kesyttäjät tulevat Changin (1998) mielestä tiedostaen tai tiedostamattaan tukahduttaneeksi paikkojen sisäsyntyisen identiteetin ja organisen kehityksen mahdollisuuksia. Teemoitettujen paikkojen keinotekoiset simulaatiot – esimerkiksi teknologian ja kulttuurihistorian yhdistelmät – irtautuvat hänen mukaansa usein paikallisyhteisöjen elämäntapojen konteksteista, vaikka hän myöntääkin, että ne saattavat toisaalta myös vahvistaa asukkaiden itsetuntoa, paikallista identiteettiä sekä ylpeyttä omasta alueestaan. Peruslähtökohtana on kuitenkin se, että kaupunkien teemoituksen, paikalliskulttuurin arvojen sekä kaupunkien strategisen elävöittämisen välillä vallitsee alituinen jännite ja arvolataus.

Lopuksi on huomattava, että näkemys keinotekoisuuteen pohjautuvasta teemoituksen logiikasta on sellaisenaan yksipuolinen ja usein todellisuutta pelkistävä. Se implikoi näkemystä aidosta todellisuudesta, joka on jäänyt keinotekoisien fasadien ja kaupallistettujen teemojen puristukseen. Edellä kuvatut tavat erottaa aito ja keinotekoinen ilmentävätkin kulttuurin ja talouden dualismia – vastakkainasettelua. Ajatuskulku viittaa siihen, että kun keinotekoinen ja rationaalinen talous työntyy luonnollisen ja ”todellisen” kulttuurin piiriin, kääntyy prosessi itseään vastaan. Kulttuuri kuihtuu aidoista merkityksistä ja muuttuu keinote-

koiseksi tuotteeksi vailla alkuperäistä sisältöä. Kulttuurin ja talouden hybridisen vuorovaikutuksen näkökulmasta ajatus on kuitenkin monessa suhteessa sekä teoreettisesti että empiirisesti kestämätön. Hierarkkisilla käsitepareilla operoivaa käsitteellistämistä voidaan kritisoida essentialismista. Dikotominen puhe kulttuurin ja talouden suhteesta olisi korvattava näkökulmilla, joissa nähdään aste-eroja kulttuurisen tuotannon keinotekoisuudessa ja ”rationaalisessa harkinnanvaraisuudessa”. (Karvosta 1999, 183–186 soveltaen.)

Näkemyksiä autenttisuuden vaatimuksesta voidaan täten kritisoida siitä, että ne antavat epäkriittisen ja essentialistisen kuvan todellisuuden ehdottomuudesta, aidon kulttuurin tavoittamisesta ja siihen ”kaivautumisen mahdollisuudesta”, kuten Karvonen (1999, 92) on huomauttanut. Hän (1999, 90) on kysynyt, ”miten voimme kurkistaa todellisuuteen ilman, että kyseessä ei olisi todellisuuden havaitsemista ja tulkintaa, vaan että todellisuus tavoitettaisiin sellaisenaan”? Karvosen mukaan todellisuutta ei voida tavoittaa puhtaana ja viattomana. Kysymys on aina havait-sijan kognitiivisten rakenteiden tai elämismailman kokemus- ja tietovarantojen suodattamasta tulkinnasta – konstruktioista. Siksi Karvonen on problematisoinut ”havaitsemisen” käsitteen, joka on aina suhteessa johonkin – tässä mielessä relationaalinen prosessi. Myös teemaympäristöjen aitous on aina viime kädessä riippuvainen havait-sijan tulkinnasta siinä tilanteessa ja siitä suhteiden kudelmasta, jonka määrittämässä positiossa hän todellisuutta tarkkailee.

Myös Urryn (1995, 149) mukaan postmodernissa yhteiskunnassa representaation ja todellisuuden välinen suhde problematisoituu, koska lisääntyvä kulutus kohdistuu merkkeihin ja imagoihin, joita ilmentää yhä enemmän visuaalisuus. Hänen mukaansa ei ole olemassa ”aitoa todellisuutta” erotuksena representaatioiden eri muodoista (Lash & Urry 1994, 272). Talouden ja kulttuurin hybridisessä suhteessa on kysymys juuri tästä prosessista. Kuntien ja kaupunkien kehittämissäpolitiikassa kulttuurin tukeminen, talouselämän vahvistaminen ja alueen uudistaminen liukenevat moniulotteisesti toisiinsa. Tämä konkretisoituu

jatkossa tarkasteltaessa kuntien imagojen ja alueen kulttuuripääoman välisiä yhteyksiä.

MERKKIARVOJEN GLOBALISOITUMINEN

Merkkiarvojen ja tarinoiden yhteiskunnallisen vaikutusvallan kasvun myötä paitsi talouselämä ja tuotanto myös ihmisten arkielämä ja koko yhteiskunnan toimintalogiikka on yhä enemmän kulttuurisesti latautunut. Lashin ja Urryn (1994, 143) mukaan moderni yhteiskunta on korvautunut jälkiteollisella kulttuuriyhteiskunnalla (*culture society*).

Yhteiskuntien kulttuuristumisen ja alueiden kehityksen vuorovaikutussuhteen tarkastelua monimutkaistaa se, että merkit paitsi muuttavat muotoaan myös liikkuvat globaaleina virtoina. Kehitystä ovat vauhdittaneet uusien tietoliikenneyhteyksien kehitys sekä ihmisten, palveluiden ja tavaroiden liikkuvuuden lisääntyminen. Seurauksena erilaiset elämäntavat ja -tyylit sekä kulttuuriset koodit ja symbolit ovat globalisoituneet, homogenisoituneet ja fragmentoituneet. Globalisoitumisen ja erilaisten kulttuurien sekoittumisen (*hybridisation of cultures*) johdosta alueet tai paikat eivät enää ole selviä identiteettien, arvomaailmojen ja merkien lähteitä tai elämäntapojen muovaajia. Niiden tilalle tai rinnalle on syntynyt kansainvälisten markkinoiden ohjaama globaali elektroninen tila, joka vaikuttaa yhä enemmän ihmisten arkielämän toimintaan ja arvostuksiin. Osin tästä johtuen myös paikan ja alueen käsitteet ovat tulleet problemaattiseksi, relationaaliseksi. Median, mainonnan ja teknologian vuoropuhelun synnyttämässä uudessa elektronisessa kulttuurin tilassa (*a new electronic cultural space*) sekä imagojen, simulaation ja paikatomuuden kokemuksen sävyttämässä todellisuudessa perinteiset paikan ja ajan horisontit ovat murentuneet toimintaa ja arvomaailmoja ohjaavina ja määrittävinä kontekstuaalisina kehyksinä. (Morley & Robins 1995; Robins 1997, 18.)

Kehityksen taustalla on yhä voimistuva globalisaatio, joka voidaan tiivistäen määritellä tavaroiden, hyödykkeiden, informaation ja palveluiden sekä ihmisten maailmanlaajuisiksi liikku-

vuudeksi ja keskinäiseksi vuorovaikutukseksi. Globalisaation myötä talouden ydinprosessit (tuotanto ja kulutus) organisoituvat paitsi paikallisella myös globaalilla tasolla. (Robins 1997, 14; Kostiainen 1999, 41.)

Uuden globaalin toimintaympäristön dynamiikkaa on viime vuosina kuvattu usein virtojen tilaksi. Tutkija toisensa perään on viitannut Manuel Castelliin, jonka mukaan paikat ovat muuttuneet virroiksi, mihin on liittynyt muun muassa tuotannon ja kulutuksen prosessien delokalisoitumista, irrottautumista alueista ja paikoista (Morley & Robins 1995, 29). Castellsin mukaan toimintaympäristöjen uusi kehityslogiikka on muuttanut radikaalisti ajan ja paikan merkityksiä: paikkojen tila (*space of places*) on hänen mukaansa korvautumassa virtojen tilalla (*space of flows*), jossa informaatio-, teknologia-, pääoma-, symboli- ja mielikuva- virrat yhdistyvät moniulotteisesti toisiinsa (Linnamaa 1999, 34).⁶³

Globaalien merkkivirtojen seurauksena lokaliteetit ovat tempautuneet ylikansallisten virtojen ja verkostojen osaksi, mitä on kuvattu globalisaation käsitteellä (esim. Vartiainen 1998). Aluekehityksen näkökulmasta globalisaatioprosessi sisältää yhtäältä alueista ja kansallisvaltiosta irrottautuneen virtojen ja verkostojen maailman sekä toisaalta paikallisuuteen kiinnittyvät sosiokulttuuriset käytännöt. Kulttuurintutkimuksen näkökulmasta glo-

⁶³ Kostiainen (1999, 44–45) on jakanut virrat kahteen pääluokkaan sen mukaan välittyvätkö ne tietoverkkojen välityksellä vai fyysisesti ihmisten todellisina siirtymisinä. Tietoverkkojen välityksellä kulkevat pääoma-, informaatio-, teknologia- sekä kulttuurivirrat. Kulttuurivirtoja ovat erilaiset symbolivirrat, äänivirrat ja kuvavirrat. Sen sijaan ihmis- ja organisaatiovirrat (opiskelija-, asiantuntija-, yritys- ja matkailijavirrat) eivät kulje tietoverkkoja pitkin, mutta niiden mukana voi puolestaan kulkea informaatiota. Äikäs (2001, 188) on puolestaan puhunut ”virtojen imagoista” (*images of flows*), jolloin imagovirrat voidaan nähdä muun muassa kaupunkien elinkeinopoliittikkaa ohjaavina välineinä. Virtojen myötä esimerkiksi uudet ja muodikkaat teknologiakeskukset – ja niiden symboliset imagoresurssit – ovat nousseet usein kaupunkihistoriaa (materiaalisia imagoresursseja) oleellisemmiksi imagon rakennuksen lähtökohdiksi ja mielikuvien muodostajiksi.

Aluetalouksien kehitykseen vaikuttavasta kulttuuriulottuvuudesta on erotettu myös viisi erilaista globaalia virtaa; (1) etniset virrat (matkailijat, maahanmuuttajat, pakolaiset, vierastyöläiset jne.), (2) teknologiavirrat (informaatioteknologian siirtyminen yli kaikenlaisten rajojen jne.), (3) mediavirrat (tiedotusvälineiden kautta välittyvät imagot ja tuotteet) sekä (5) ideologiavirrat (näkemykset demokratiasta, vapaudesta, oikeudesta, kansallisuudesta jne.). (Amin & Thrift 1995, 95; Urry 1995, 153.)

kaalin käsitteellä on puolestaan viitattu paikallisen ja kansainvälisen merkitystuotannon yhdistämiseen. Paikallinen kulttuuri tuottaa edelleen diversiteettiä yhteiskuntiin, mutta paikallisuus muovautuu yhä enemmän kansainvälisten kulttuuristen vaikutteiden ja virtausten kautta. Glokalisoitumisen johdosta kulttuurit eivät ole pelkästään kansallisia tai paikallisia, vaan kulttuurialueita ja ideologioita leimaa lisääntyvässä määrin monikansallisuus tai poikkikansallisuus (Koivunen 1999, 284–285). Paikallisyhteisöön kiinnittyvästä merkitystuotannosta osa on kytkeytynyt globaalin merkkituotannon piiriin, mikä on johtanut paitsi erilaisten merkkituotteiden määrälliseen kasvuun myös yksilöiden valinnanvapauksien lisääntymiseen identiteettien rakennuksessa.

Kulttuurialojen kasvava taloudellinen potentiaali kiinnittyy joidenkin tulkintojen mukaan yhä enemmän juuri paikallisten ja globaalien merkkituotantojen risteyskohtaan. Samalla merkkien globaali kiertokulku ja sen suhde paikalliseen symbolimaailmaan määrittää kulttuurin tuotteen menestymismahdollisuuksia paikallisilla ja kansainvälisillä markkinoilla. Toisin sanoen sellainen tuote myy ja käy kaupaksi, jonka merkit ja symbolit puhuttelevat glokaaleja merkitystodellisuuksia. (O'Connor & Wynne 1996a, 7; Koivunen 1999, 284–285).

Alueiden kehityksen, kulttuurin talouden ja symbolitalouden suhteita analysoivassa tutkimuksessa on kiinnitettävä huomiota globaalien ja lokaalien prosessien kompleksiseen vuorovaikutukseen, joka muovaa alueiden historiallista, sosiaalista ja taloudellista kehitystä ja muutosprosesseja (Urry 1995, 152). Tämä ilmenee esimerkiksi tarkasteltaessa kaupunkien markkinoinnin sisältöjä ja/tai alueiden strategisen imagojen hallinnan prosesseja. Molemmat näkökulmat ovat olennaisia pohdittaessa esimerkiksi kulttuuritapahtumien tertiäärisiä aluetaloudellisia merkityksiä. Ovatko festivaalin imago ja sisällöt esimerkiksi sellaisia, että ne puhuttelevat lähinnä paikallisyhteisön arvoja? Vai perustuu ko sen vetovoima pikemminkin viihdeteollisuuden globaaleihin virtauksiin?

ALUEEN IMAGO

Glokalisaaatiosta johtuen kaupunkien ja alueiden markkinointi on tullut paradoksaaliseen tilanteeseen. Globaalien virtojen ja kommunikaatioyhteyksien myötä yksittäisten alueiden sosiaaliset, fyysiset ja kulttuuriset erot ovat jatkuvasti pienentyneet, mutta samanaikaisesti alueilla ja kaupunkiseuduilla on yhä suurempi tarve erottautua menestyäkseen kansainvälisessä kilpailussa. Kaupunkien kehittämisstrategioissa on toisin sanoen kauttaaltaan läsnä erottautumisen imperatiivi (*imperative of differentiation*). Samanaikaisesti kaupunkien tulee kuitenkin ilmentää globaaleja ja nykyaikaisia trendejä ja menestyksen symboleja, mikä luo puolestaan painetta yhdenmukaisuuden imperatiivin (*imperative of uniformity*) noudattamiselle. Nämä glokaalit ja osin ristiriitaiset piirteet tulevat esille esimerkiksi sellaisissa kaupunkien markkinointistrategioissa, joissa alueiden kulttuurihistorialliset piirteet ja uusi teknologia yhdistyvät toisiaan täydentäväksi kokonaisuudeksi. (Griffiths 1998, 44–56.)

Glokalisoituneiden merkkivirtojen kehitys on paitsi vauhdittanut yhteiskuntien ja aluetalouksien kulttuuristumista myös pakottanut alueet uudenlaiseen erottautumisen kilpailuun. Myös suomalaiset kaupungit ja kunnat joutuvat pohtimaan asemaansa osana kansainvälistä talousjärjestelmää. Keskustelu kaupunkien suhteellisista kilpailueduista ja omaleimaisuudesta on tullut globalisoitumisen (erityisesti yritysten ja osaavan työvoiman lisääntyneen liikkuvuuden) sekä merkkiarvojen korostumisen myötä yhä tärkeämmäksi strategisen aluekehitystyön lähtökohdaksi. Samalla alueiden imagosta on muodostunut alueiden kilpailukyvyyn keskeinen elementti (esim. Linnamaa 2004). Imagosta on tullut strateginen kehittämiskohde, johon pyritään tietoisilla valinnoilla vaikuttamaan. Näissä valinnoissa alueeseen liitettyillä kulttuurisilla merkityksillä on kasvava strateginen asema. Yhdeksi avainkysymykseksi alueellisessa kehittämistyössä onkin muodostunut se, miten alueet tai kaupungit rakentavat kulttuurin avulla uskottavan, vetovoimaisen ja jännittävän, muista alueista erottuvan ja omaleimaisen imagon. Miten paikallista

kulttuuria tai kulttuurin taloutta voidaan hyödyntää globaalissa kilpailussa ja alueiden markkinoinnissa? Kulttuurifestivaalit voivat toimia osaltaan jälkiteollisten kaupunki-imagojen rakennusaineiksina.

*

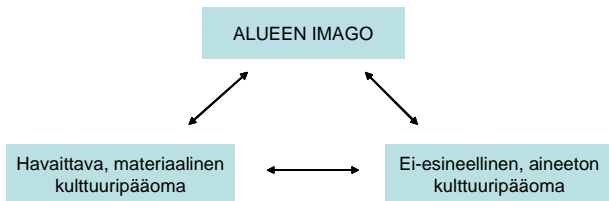
Ennen kulttuuri-imagojen tarkastelua on kuitenkin syytä täsmentää alueen imagon käsitettä, joka on tutkimuksissa erotettu esimerkiksi alueeseen liitetystä mielikuvista (Karvonen 1999; Äikäs 2001; Rainisto 2003). Imagojen tutkiminen on vuosien saatossa ollut monen eri tieteenalan kiinnostuksen kohteena. Esimerkiksi sosiologit, mediatutkijat, taloustieteilijät ja maantieteilijät ovat kukin tarkastelleet imagojen rakentumisen dynamiikkaa omista teoriaperinteistään käsin. Tieteenalasta riippumatta imagon käsitteellä on yleisesti viitattu viestinnän kautta tapahtuvaan merkkien ja symbolien tuotantoon.⁶⁴ Tällaisen merkkituotannon piiriin on sisällytetty kaikkien aistipiirien kautta vaikuttava viestintä ja kaikki merkkijärjestelmät, olivatpa ne kuvallisia, kirjallisia, musiikillisia tai vaikkapa nonverbaalisia.

Kun imagon eri ulottuvuuksia on tarkasteltu tietyn alueen (kuten kunnan, kaupungin tai vaikkapa valtion) näkökulmasta, on puhuttu alueellisesta imagosta. Alueen imago voidaan väljästi määritellä ihmisten alueeseen liittämien uskomusten, ideoiden ja vaikutelmien summaksi (esim. Burgess 1982; Kneafsey & Ilbery & Parrot & Burns 1997; Kotler ym. 1999, 160–161). Kysymys on viestinnän kautta muodostuvista alueellisista representaatioista, jotka ovat usein ideologisesti värittyneitä. Alueen tai paikan imago ilmentää pelkistetysti kaikkia alueeseen liitettäviä assosiaatioita ja mielikuvia; historian, erilaisten palvelujen, ilmapiirin, elämäntapojen ja fyysisen ympäristön monikerroksista kokonaisuutta, joka synnyttää vastaanottajan kokeemusmaailmassa positiivisia ja/tai negatiivisia konnotaatioita.

⁶⁴ Imagon käsite otettiin Suomessa käyttöön vasta 1970-luvulla, vaikka Yhdysvalloissa sen käyttö oli vakiintunut jo 1950-luvulla. Sana imago perustuu latinankieliseen kantasanaan ja englanninkieliseen "image"-termiin. Imagen käsite viittaa vertauskuvaan siitä, että ihmisen ymmärrys on ikään kuin "visuaalinen kuva ulkoisesta todellisuudesta". (Karvonen 1999, 36–37.)

Alueen imago muodostuu osaltaan myös alueen kulttuuripääoman materiaalisista ja immateriaalisista ominaispiirteistä. Yhtäältä sitä muovaavat konkreettiset kulttuurin tuotteet ja palvelut (kulttuurirakennukset, -laitokset, -tapahtumat jne.), toisaalta sen käyttövoimana voivat olla kulttuuri-ilmapiirin eri piirteet (moniarvoisuus, boheemisuus, luovuus, sallivuus, suvaitsevaisuus, kaupungin elävyys ja niin edelleen). Äikkään (2000b, 81) mukaan kulttuuri-instituutioihin – eli tässä tapauksessa alueen aineellisiin kulttuuripääoman muotoihin – painottuva imagonäkökulma on ollut perinteinen tapa hahmottaa ”kaupungin kulttuurista vireyttä”. Nykyisin imagojen kulttuurisuus on hänen mukaansa ”institutionaalista kulttuuria syvempää”, kokonaisvaltaisempaa ja diskursiivisempaa – itse sanoisin alueen kulttuuripääoman aineettomuuteen tai näkymättömyyteen enemmän painottuvaa (Kainulainen 2004a).

Tarkastelen tässä tutkimuksessa alueen kulttuuripääoman immateriaalisia ja materiaalisia imagoulottuvuuksia kokonaisuutena (kuva 11). Tutkin empiirisessä tarkastelussa kuntien kulttuuri-imagoja koskevia diskursseja sekä materiaalisesta että ei-aineellisesta näkökulmasta. Tavoitteenani on konstruoida kokonaisvaltainen näkemys diskursseista, jotka ilmentävät alueen kulttuuripääoman moniulotteista asemaa ja roolia suomalaisten kaupunkien ja kuntien imagojen rakentamisen prosesseissa.



KUVA 11. Kulttuuripääoma ja alueen imago.

Lähtökohtani vastaa Markowskin (2000, 15) näkemystä, jonka mukaan kaupunkituote markkinoinnin kohteena koostuu materiaalistien ja ei-materiaalistien elementtien kombinaatiosta, jonka

sisältöjä tai alueellisia vaikutuksia on empiirisesti mahdotonta yksiselitteisesti mitata tai määritellä. Äikäs (2000; 2001) on vastaavasti erottanut alueiden imagoista materiaalisia ja symbolisia imagoresursseja. Edellisillä hän on viitannut materiaalsiin, perinteisiin kaupunkikulttuurin pysyvyyttä ja historiallisuutta ilmentäviin tunnettuustekijöihin ja maisemiin, kuten rakennuksiin, puistoihin, muistomerkkeihin ja kaupunkirakenteeseen. Jälkimmäisessä näkökulmassa alueen imago on kiinnittynyt puolestaan tietoisesti tuotettuun symboliseen todellisuuteen, jonka avulla alueen imagoa on pyritty muovaamaan kaupunkimarkkinoinnin yhteydessä uudella tavalla haluttuun suuntaan (esim. ”Rock City”, ”Gateway city” tai erilaiset teknologiakylä-imagot) siten, että ne ilmentävät globaaleja (matkailija-, osaja-, yritys- ja työvoimavirtoja puhuttelevia) representaatioita. Esimerkiksi Oulun kaupungin markkinointi on pohjautunut Äikkään mukaan teknologiapainotuksen vuoksi symbolisten imagoressurssien hyödyntämiseen.

Imagoja koskevissa tutkimuksissa on ollut tapana erotella myös lähettäjän ja vastaanottajan näkökulmat toisistaan. Karvosen (1999, 43) mukaan imagon käsite viittaa sellaisenaan lähettäjän viestinnälliseen toimintaan ja mielikuva puolestaan vastaanottajan tulkintaan. Samalla kannalla on ollut Äikäs (2001, 62), jonka mukaan ilman imagon ja mielikuvan käsitteellistä erottelua puhe imagoista on problemaattista.⁶⁵ Vastaavalla tavalla Rainisto (2003, 48) on käyttänyt lähettäjä–vastaanottaja-jaottelua brandikäsitteen yhteydessä erotellessaan brandin identiteetin ja brandin imagon. Edellisellä hän on viitannut tuotteen brandin ainutkertaisiin ominaisuuksiin ja mielikuviin, joita tuotteen myyjä tai markkinoija haluaa luoda tai ylläpitää. Vastaavasti jälkimmäisessä käsitteessä painopiste on ollut brandin vastaanotossa eli siinä, minkälaiseksi brandi todellisuudessa kuluttajien keskuu-

⁶⁵ Tämä ilmenee erityisesti silloin, kun esimerkiksi markkinoinnin ja imagojen tarkastelun yhteydessä ei tehdä selvää eroa viestinnällisten ja mentaalisen imagon käsitteiden välille. Kysymys on ensisijaisesti analyttisestä jaottelusta. Todellisuudessa mielikuvan ja imagon välinen ero ei ole käsitteellisesti jyrkkä, vaan kyse on pikemminkin yhdessä konstruoitumisen prosesseista ja tulkintojen moninaisuudesta erilaisissa kaupunkikon- teksteissa (Äikäs 2000, 78).

dessa mielletään. Samalla logiikalla myös kaupunki-imagojen tuottamisen dynamiikasta on erotettu tilan representaatiot tai representationaaliset tilat (Cantell 1999, 23–24, 256). Edellisellä on tarkoitettu hallitsevia ideologisia representaatioita ja semioottisia koodeja, joita esimerkiksi tutkijat, viranomaiset ja insinöörit ylläpitävät kaupunkien kehittämistyön yhteydessä. Jälkimmäinen on puolestaan kytkeyty representaatioiden vastaanottoon eli asukkaiden ja tilojen käyttäjien kokemuksiin tiloista.

Myös maantieteellinen imagoja koskeva tutkimusperinne on jakautunut kuvatulla tavalla lähettäjän ja vastaanottajien näkökulmiin (Äikäs 2001, 58–59). Imagojen vastaanottaminen on liittynyt mentaalisten mielikuvien tutkimusperinteeseen (Phillips 1993) ja vastaavasti lähettäminen paikkojen markkinoinnin näkökulmaan (Burgess 1982; Watson 1991). Tässä tutkimuksessa kumpikaan mainituista traditioista ei ole sellaisenaan ongelmanasettelun lähtökohtana. Näkökulmani painottuu pikemminkin siihen, miten kuntien ja kaupunkien imagot ilmenevät paikallisissa diskursseissa. En siis erittele empiirisesti niitä ulottuvuuksia tai sitä keinovalikoimaa, joiden avulla alueellisia imagoja ”todellisuudessa” tuotetaan ja ylläpidetään erilaisissa markkinointimateriaaleissa, mainoksissa, kampanjoissa tai paikan promootiossa (vrt. esim. Burgess 1982; Watson 1991; Äikäs 2001). Tarkastelun kohteena olisi tällöin tietoisesti luotu tavoitekuva tai paikkojen markkinointi ”an sich” eli se, minkä tutkittava alueyhteisö haluaa itsestään viestinnän avulla luoda (esim. Karvonen 2001, 46; Zimmerbauer 2002a, 17).

Empiirisen tarkasteluni kiintopisteenä on kuntien ja kaupunkien imagoja koskeva puheavaruus, diskurssit, joiden välityksellä alueiden imagoja kunnissa ja kaupungeissa tuotetaan ja konstruoidaan. Kiinnostukseni kohteena on erityisesti se, mikä rooli, positio tai merkitys alueen kulttuuripääoman aineellisille ja aineettomille muodoille annetaan kaupunkien ja kuntien markkinoinnin ja imagojen rakentumisen osa-alueena. Tavoitteenani on nostaa esille näkökulmia ja argumentteja, joiden nojalla kulttuuri-imagojen roolia perustellaan osana kuntien ja kaupunkien kehittämistyötä. Samalla kyse on alueiden tai paikka-

kuntien kokonaisimagojen hahmottamisesta osana alueiden strategista kehittämistyötä ja aikamme kilpailukykyretoriikkaa. Tutkimuskohde rajautuu täten mielikuvien vastaanottamisen sijaan alueen imagojen tuottamisen prosessien diskursiiviseen tarkasteluun. Mutta kuten todettu, imagojen tuottamisen ja mielikuvien vastaanottamisen jyrkkärajan erottelu on ongelmallista eikä sellaisenaan tämän tutkimuksen tavoitteiden kannalta välttämätöntä.⁶⁶

Tutkimukseen valittu näkökulma poikkeaa kuitenkin painotukseltaan mielikuvien vastaanottamisen tai mentaalisen imagon tarkastelusta. Mielikuvien vastaanottamiseen kiinnittyvä lähestymistapa pureutuisi siihen, miten imagojen havaitseminen ja tulkinta kietoutuvat ihmisen subjektiiviseen tietorakenteeseen (Karvonen 1999, 40) tai elämismaailmaan (Schutz 1970). Esimerkiksi maantieteessä on pitkä tutkimusperinne mentaalisten mielikuvien tarkastelussa. Kevin Lynch pyrki jo 1960-luvulla klassikkoteoksessaan *Image of the city* osoittamaan yksilötasolla ympäristöä koskevien kognitiivisten rakenteiden universaalisuuden amerikkalaisessa kaupunkiympäristössä. Myöhemmin keskustelua on herättänyt erityisesti mentaalisten mielikuvien historiallisuus, poliittisuus ja sosiaalinen välittyneisyys. (Phillips 1993; Karvonen 1999, 94–96.)

Alueen kulttuuri-imago

KULTTUURI-IMAGOJEN HALLINTA JA PAIKKOJEN MARKKINOINTI

Lähettäjän näkökulma alueen imagon tarkastelussa perustuu siihen, että alueiden imagoja voidaan tietoisesti ohjailla, säädellä, muunnella ja hallita erilaisten markkinointi- ja promootiotointen avulla. Yhtäältä alueiden imagoihin voidaan kiin-

⁶⁶ Kaupunkien imagoja koskevat diskurssit edustavat yhtä järjestelmää, regiimiä, joka tuottaa representaatioita kaupungeista ja alueista. Niiden lisäksi representaatiot voivat tulla esille esimerkiksi kaupunkien markkinointimateriaaleissa, paikkojen nimissä, kartoissa sekä erilaisissa kirjallisissa ja kuvallisissa dokumenteissa. Kaupunkia koskevat representaatiot muodostuvat näin ollen monen eri tekijän kokonaisuudesta, jotka ovat usein luonteeltaan poliittisesti kiistanalaisia ja arvosidonnaisia sosiaalisia konstruktioita. (Short 1999, 38"39.)

nittää täysin uusia ja tietoisesti suunniteltuja mielikuvallisia tai keinotekoisia kokonaisuuksia. Olennaista tällöin on se, että imagosta valitaan alueen vetovoiman ja markkinoinnin kannalta kaikista puoleensavetävimmät piirteet. Toisaalta negatiivisia mielleyhtymiä herättäviä ominaisuuksia voidaan peittää tai häivyttää, esimerkiksi kohdentamalla kaupunkimarkkinoinnin sisältöjä strategisesti haluttuun, globaaleja virtoja puhuttelevaan, suuntaan.

Kaupunki- ja aluemarkkinoinnissa on kyse viettelystä, vakuuttelusta ja suostuttelusta, kuten missä tahansa markkinoinnissa. Ilmiöllä on semioottinen yhteys retoriikan maailmaan; siihen, kuinka haluttuun kohderyhmään vedotaan, kuinka heidät vakuutetaan jostakin asiasta. Siksi ei ole yllättävää, että juuri retoriikan ja viestinnän merkitys on korostunut merkkiytyvässä kaupunkimarkkinoinnin maailmassa. Sama merkkien viettelevä logiikka voidaan palauttaa myös arkielämän sosiaalisten suhteiden tasolle. Karvonen (1999, 240) ja Ahponen (2001, 39) ovat tarkastelleet vakuuttelun ja suostuttelun dynamiikkaa Erwin Goffmanin fenomenologian ja etnometodologian valossa. Goffmann on puhunut arjen näyttämöistä ja vaikutelmien hallinnasta (*impression management*) eli siitä, miten ”ihmiset kontrolloivat itsestään toisilleen antamaansa vaikutelmaa”.

Aluetutkimuksen piirissä vastaava ajatuskulku on liitetty alueiden imagojen tuottamisen näkökulmaan. Tällöin on pohdittu sitä, miten eri alueet, maaseutukunnat tai metropolit ovat pyrkineet kontrolloimaan sitä mielikuvaa, jota he itsestään välittävät. Kotlerin ym. (1999, 161, ks. myös Rainisto 2003, 76) sanoin kyse on paikkojen strategisesta imagojen johtamisesta ja hallinnasta (*strategic image management*).⁶⁷ Se perustuu suunnitelmalliseen paikkojen markkinointiin, jossa on kyse

- niiden mekanismien tiedostamisesta, jotka ohjaavat alueellisen imagon syntyä (esimerkiksi pohdittaessa, mistä alueen imago koostuu eri kohderyhmien kohdalla)
- kyvystä ja resursseista arvioida, mitata ja kontrolloida alueen imagon vaikuttavuutta ja merkittävyyttä eri kohderyhmiin nähden

⁶⁷ Tuoteimagojen kohdalla on vastaavasti puhuttu brandihallinnasta (Järvi 2001).

- imagon position määrittelystä suhteessa kilpailijoihin; esimerkiksi muihin alueisiin tai tuoteryhmiin nähden. (Kotleria ym. 1999 soveltaen; ks. myös Ashworth & Woogd 1990, 29–32; Rainisto 2003, 53.)

Imagojen hallinnan strategisuus viittaa imagojen tietoiseen muuntueluun ja johdonmukaiseen suunnitteluun. Kyse on niiden keinojen säätelystä ja määrittelystä, joiden yhteydessä laaditaan suunnitelmia, visioita ja toimintaperiaatteita siitä, mihin suuntaan imagoja tai brandeja halutaan kehittää (Järvi 2001). Alueiden kehittämisen yhteydessä strateginen imagojen hallinta on aina myös osa laajempaa alue- tai kaupunkisuunnittelua. Strategisuus viittaa tällöin alueen kehittämispolitiikkaan ja spesifimmin kehittämistyön fokusointiin; niiden toimenpiteiden valintaan, joiden avulla alueen arvioidaan tulevaisuudessa kehittyvän haluttuun suuntaan. Suunnittelun (ja kehittämisen) käsite puolestaan implikoi mahdollisuutta tehdä valintoja eri toimenpiteiden välillä, mikä perustuu arvioihin erilaisten kehittämisinstrumenttien erilaisista alueellisista vaikutuksista. (Healey 2004, 46.)⁶⁸

⁶⁸ Imagojen ohjailu- ja muokkausmahdollisuuksiin on suhtauduttava myös kriittisesti. Alueisiin liitetyt mielikuvat ovat aina yhdistelmä paikallisia ja ylipaikallisia virtauksia, joiden hallinta erilaisin markkinointitoimenpitein on problemaattista. Esimerkiksi Griffiths (1998, 489) on muistuttanut, että imagon rakentumista on ylipaikallisten representaatiivirtausten johdosta vaikea paikallisesti ohjailla ja muovata. Propagandistiset imagoa tuottavat tarinat, mainokset ja alueiden promootiotoimenpiteet ovat aina osa laajempaa representaationaalista prosessia, jota tuottavat muun muassa laaja joukko erilaisia kulttuurin tuotteita, kuten kirjat, matkakäsitteet, elokuvat, internet-sivustot sekä TV- ja sanomalehtiartikkelit.

Myös imagojen vastaanoton relationaalisuus vaikeuttaa imagojen strategisia hallintapyrkimyksiä. Siksi haluttu imagon rekonstruointi alueiden strategisena kehittämismälinenä ei ole Karvosen (2001, 46) mukaan ongelmaton. Hän painottaa, että kaupunki voi pyrkiä hallitsemaan ja johtamaan kuvan syntymistä, mutta kaupunki ei voi koskaan täysin määrätä millaisia mielikuvia ihmiset siitä muodostavat. Karvonen (1999, 51) on puhunut imagon rakentumisesta passiivi muodossa, ei rakentamisesta, joka voidaan tarkoituksellisesti, suunnitelmallisesti ja laskelmoidusti saattaa valmiiksi.

Relationaalisesta näkökulmasta alueen imago ja vetovoimaisuus ovat dynaamisia – ja läpeensä sosiaalisia – prosesseja, joita voidaan kaupunkiseudun ominaisuuksia muuttamalla, tiedottamalla kohdentamalla sekä potentiaalisten muuttajien arvoja seuraamalla ohjata, mutta ei koskaan täysin hallita. Tästä huolimatta kaupunki voi imagoaan parantamalla luoda edellytyksiä – mahdollistavan toimintaympäristön – potentiaalisten muuttajien houkuttelulle sekä lisätä positiivisten mielikuvien syntymisen todennäköisyyttä, esimerkiksi profiloitumalla kulttuurikaupungiksi. (Rauniota ja Linnamaata 2000, 20 sekä Karvosta 2001, 46 soveltaen.)

Vaikutelmien hallinnasta ja kaupunkien mielikuvamarkkinoinnista on muodostunut alueellisessa kehittämistyössä strateginen kilpailutekijä (Oatley 1998, 5). Samalla myös vetovoimaista symboliikkaa sisältävistä kulttuuri-imagosta ja niitä ilmentävistä tarinoista (metaforat, visuaalisuus, kuvat jne.) on muodostunut alueiden kehittämistyön välineitä, joiden avulla kunnat ja kaupungit pyrkivät houkuttelemaan alueilleen työvoima-, matkailija-, asukas- ja pääomavirtoja.

Alueen kulttuuripääoman imagomerkitys kilpailutekijänä perustuu kaupungin kokonaisimagon asemointiin. Asemoinnista johtuen kulttuuri-imagojen hallinnassa on kysymys aina relativistisesta kokonaisuudesta; se määrittyy aina suhteessa johonkin *toiseen* ilman absoluuttista perustaa. (ks. brandien asemoinnista Aaker & Joachimsthaler 2000, 51 ja 70; Rainisto 2003, 53.) Myös alueen kilpailuetu on suhteellinen käsite; strateginen ja muuttuva yhteiskunnallinen tilanne, joka määrittyy toisten kilpailijoiden (alueiden, kaupunkien tai kansakuntien) ominaisuuksien sekä markkinoinnin kohderyhmien arvojen kautta (Oatley 1998, 5; Raunio & Linnamaa 2000, 38). Kilpailuetuaan parantavien alueiden on siksi tiedostettava alueensa imagon strateginen asema. Esimerkiksi alueiden vahvuuksiin nojautuva hyvä, laadukas ja kulttuurisesti monipuolinen elinympäristö ei sellaisenaan välttämättä riitä alueellisen kilpailuedun saavuttamiseen. Kaupunkiseudun vahvuudet eivät välttämättä ole kilpailuetuja, kuten Raunio (2000, 35–36) on painottanut.

Vaikuttavan ja tehokkaan kulttuuri-imagon tulee olla omaileimainen, ainutkertainen ja muista erottuva (Kotler ym. 1999, 167). Paikat kilpailevat globaalissa todellisuudessa imagosta ja markkinoista tullakseen huomatuksi (*to get noticed*) ja saavuttaakseen semioottisen edun (*semiotic advantage*) (Robins 1997, 31). Korostamalla vahvuuksiaan kaupunki tai alue voi profiloitua kulttuuriteemaan ja korostaa sitä viestinnässään. Profiloituminen tai teemoitus rinnastuu tavoitekuvan luomiseen eli ajatukseen siitä, minkälaiseksi kaupungin mielikuvien halutaan erilaisten markkinointitoimenpiteiden avulla kehittyvän. (Karvonen 2001, 46.)

Ainutkertaiset teemat ja esimerkiksi kulttuuriin profiloituminen voivat luoda alueille omaleimaista ja esimerkiksi tavoiteltujen kohderyhmien arvomaailmaa puhuttelevaa imagollista kilpailuetua, jolla ne erottuvat kilpailijoistaan. Kaupungin teemallisessa kehittämisessä voivat tällöin korostua esimerkiksi historian näytteillepano (museot, kirkot, linnat jne.), historian esittäminen (perinnejuhlat, kansanmusiikki- ja -tanssitapahtumat jne.), historian maisemaan sitominen (opastetut reitit ym.) ja/tai historian henkilöittäminen (ks. Kainulainen 2000a, 148–150; Kostainen 1997).

Kulttuuri-imagoihin profiloitumisesta voidaan esimerkkinä mainita Irlannissa sijaitseva Limerickin kaupunki. Sen imagollisen arvonlisäysprosessin, aluemarkkinoinnin ja teemoituksen lähtökohdat ovat olleet nimenomaan kulttuurisia. Paikallinen runous, musiikki, laulu ja tanssi ovat muodostaneet alueen markkinoinnin keskeiset pääteemat, jotka on kytketty alueella toimineisiin merkkihenkilöihin (James Joyce, Samuel Beckett, Oliver Goldsmith, Oscar Wilde). Heidän nimeään on käytetty monipuolisesti hyväksi alueen markkinointipyrkimyksissä, ja heidän julkisuusarvonsa johdosta muun muassa paikallisen konserttitalon, festivaalin, yli 300 pubin ja yliopiston imago on tutkimusten mukaan parantunut. (Kotler ym. 1999, 45–46.)

Kulttuuriteemaan profiloitumista on voitu havaita paitsi kaupungeissa myös harvemmin asutulla maaseudulla (Gottdiener 2001, 105). Hopkins (1998) on esimerkiksi tunnistanut Kanadan Ontarion maaseudun matkailumarkkinoinnista toistuvia teemoja ja aihepiirejä, jotka ilmenivät paikallisten identiteettien, myyttien, maisemien ja kulttuurien representaatioina. Tutkimuskohteena hänellä olivat alueen markkinoinnissa käytettyjen sloganien ja logojen merkitykset ja symbolit, joista hän on erottanut neljä keskeistä teemaa; fyysisen ympäristön, yhteisöllisyyden, sijaintiin kiinnittyvät erityispiirteet sekä kulttuuriperinnön. Ympäristöteema kytkeytyi matkailumainonnassa luonnonläheisyyteen, johon liittyi ainutlaatuisuuden, koskemattomuuden, maagisuuden, idyllisyyden, ikimuistoisuuden ja spirituaalisuu-

den myyttisiä ihanteita. Yhteisöllisyysteema puolestaan viestitti matkailijoille vieraanvaraisuutta, lämminhenkisyyttä, ystävällisyyttä, turvallisuutta, rauhallisuutta, kotoisuutta ja yhteenkuuluvuutta. Sloganit kiinnittyivät symbolisesti myös paikkojen sijainteihin. Matkailijoita houkuteltiin tulemaan muun muassa kantarimusiikin kotipaikkaan tai pakenemaan kaupungin kiireitä ja levotonta humua paikkaan, jossa voit löytää itsesi. Kulttuuriperintöön erikoistuneet matkailukohteet mainostivat puolestaan itseään ”hyvillä vanhoilla ajoilla”, paluulla edelliselle vuosisadalle, traditioiden vaalimisella ja niin edelleen.⁶⁹

Kulttuuripääoman asema alueen imagon ja markkinoinnin kokonaisuudessa riippuu monista paikallisista ja ylipaikallisista tekijöistä. Kulttuuri-imagojen hallinnan lähtökohtana voidaan pitää ainakin seuraavia peruskysymyksiä (Myerscough 1988, 93; Ashworth & Voogd 1990, 100–101 soveltaen):

- *Strateginen kysymys*: Miksi kulttuuri-imagoihin halutaan vaikuttaa?
- *Sisältökysymykset*: Mikä määrittää sen, minkälaista kulttuuria markkinoidaan? Missä määrin aluetta voidaan markkinoida ”kulttuurisena kohteena” (*cultural destination*)?
- *Taktiset kysymykset*: Miten valittu kulttuuri-informaatio ja brandi välitetään kohderyhmille? Missä määrin alueen kulttuuriset kohteet (palvelut, tuotteet, ympäristöt jne.) tarvitsevat markkinointia? Mitkä ovat relevantteja kansallisia ja kansainvälisiä markkinoita? Mitä markkinointikokonaisuuksia (esimerkiksi kulttuurimatkalupaketteja) voidaan kehittää?

Kysymyksenasettelua voidaan pohtia tarkastelemalla alueiden markkinoinnin peruslähtökohtia. Perinteisesti markkinoinnin käsite on liittynyt liiketalouden alaan. Sillä on viitattu prosessiin, jossa hyödykkeitä suunnitellaan vastaamaan haluttujen kuluttajaryhmien tarpeita ja toiveita. Paikkoihin ja alueisiin sovellettuna markkinoinnin kieli on liittynyt siihen, että myös paikat tai alueet voidaan nähdä hyödykkeinä, kuluttamisen kohteina

⁶⁹ Kulttuuriset erityispiirteet ovat tulleet esille myös monissa muissa kaupunkien markkinointimateriaaleja tarkastelevissa tutkimuksissa (esim. Burgess 1982; Ashworth & Voogd 1990; Barke & Harrop 1994; Gold 1994; Griffiths 1998; Ashworth 1999; Kotler ym. 1999; Short 1999; Kostianen 2001; Äikäs 2001).

na, joita myydään ja ostetaan markkinoilla. Peruslähtökohta alueiden ja kaupunkien markkinoinnissa on toisin sanoen ollut se, että niitä voidaan markkinoida kuin tuotteita (Holcomb 1994; Hopkins 1998; Ward 1998). Siksi on puhuttu paikkatuotteista (*place commodities, place-product, urban good*), joissa kulttuuriset ja taloudelliset elementit muodostavat toisiinsa kietoutuvan kokonaisuuden (Hopkins 1998, 67; Markowski 2000).

Paikan markkinointi voidaan ymmärtää tietoisiksi alueiden imagojen ja symbolien tuotannoksi ja niitä koskevien viestien välittämiseksi (Hopkins 1998, 66). Ashworth ja Voogd (1994, 41) ovat määritelleet paikan markkinoinnin käsitteen seuraavasti:

Place marketing can be defined as a process whereby local activities are related as closely as possible to the demands of targeted customers.

Kotlerin ym. (1999, 25) mukaan paikkamarkkinoinnin (*place-marketing*) ydinelementtejä ovat puolestaan

- aluetta tai alueyhteisöä koskevan vahvan ja vetovoimaisen imagon luominen
- vetovoimaisten ”kiihokkeiden ja yllykkeiden” suunnittelu, esille tuominen ja markkinointi potentiaalisille hyödykkeiden ja palveluiden kuluttajille
- kohdealueen tuotteiden ja palveluiden tehokas jakelu ja toimittaminen asiakkaille.

Määrittelyssä korostuvat alueen imagojen, tuotteiden valmistuksen, palvelujen organisoinnin, jakelun ja markkinoinnin kokonaisuus, jossa eri osa-alueet täydentävät toisiaan. Paikkojen markkinoinnin rinnalla tutkimuksissa on puhuttu muun muassa kaupunkimarkkinoinnista, (*city marketing*) paikkojen promootiosta (*place promotion*) ja paikkojen myynnistä (*selling places*) (esim. Holcomb 1993; Kearns & Philo 1993; Gold & Ward 1994; Markowski 2000; Rainisto 2003, 60–61). Kaikkien lähtökohdana on ollut viestien lähettäjän näkökulma, joka voidaan jakaa analyttisesti (1) markkinoinnin, (2) promootion sekä (3) strategioiden ulottuvuuksiin (Äikäs 2004, 92–93). Alueiden markkinoinnilla on viitattu tällöin konkreettiseen mainontaan ja eri-

lasiin markkinointimateriaaleihin; esimerkiksi sloganeihin, esitteisiin tai tienvarsien mainoskyltteihin. Promootio on puolestaan rinnastettu alueiden kokonaisvaltaiseen (esimerkiksi elinkeinopoliittiseen) kehittämistyöhön, jonka yhteydessä kulttuurista ammennetaan markkinointitarkoituksessa sisältöä erilaisiin lippulaivaprojekteihin ja investointeihin (esim. vanhojen rakennusten kunnostuksen ja matkailuhankkeiden toteutuksen yhteydessä). Strateginen ulottuvuus on taas viitannut mainittuja toimenpiteitä edeltäviin ja niiden sisältöjä linjaaviin virallisiin dokumentteihin, joissa on punnittu kulttuurin painoarvoa ja strategista merkitystä osana kaupunkien ja kuntien imagollista kokonaisuutta ja markkinointia. Kaikki kolme aluemarkkinoinnin ulottuvuutta täydentävät toisiaan ja muodostavat kokonaisuuden kaupunkien ja alueiden kehittämistyössä. Kaikissa vaiheissa ja toimenpiteissä on kysymys aktiivisesta ja tietoisesta imagojen rakentamisesta, jossa alueen kulttuuripääoman ulottuvuudet ja ilmentymät voivat olla läsnä sekä materiaalisessa että immateriaalisessa muodossa.

Alueen kulttuuripääoma voi tulla esille paikkatuotteen markkinoinnissa monien eri viestintäkanavien ja -keinojen välityksellä. Kotler ym. (1999, 51–66) ovat jakaneet kaupunkimarkkinoinnin neljään strategiseen ulottuvuuteen, joissa kaikissa alueen kulttuuripääomalla voi olla oma roolinsa. Heidän mukaansa (1) imagomarkkinointi perustuu ensinnäkin uskottaviin ja havainnollistettaviin sloganeihin/iskulauseisiin ja viesteihin. (2) Vetovoima- tai kohdemarkkinointi (*attraction marketing*) tukeutuu puolestaan erilaisiin fyysisiin kohteisiin, kuten luonnon nähtävyyksiin, arkkitehtuuriin, messukeskuksiin ja (kävely)katuihin. Vetovoima- ja kohdemarkkinoinnin lähtökohtana voivat olla myös alueen historia, ostospaikat, erilaiset kulttuurikohteet, vapaa-aikaja viihdekeskukset, urheiluareenat, festivaalit, rakennukset, monumentit, patsaat ja museot. (3) Infrastruktuurin markkinointi perustuu vastaavasti muun muassa alueen tieverkkoon, tietoliikenneyhteyksiin, lasten päivähoidopalveluihin ja koulutusmahdollisuuksiin. (4) Ihmisten markkinoinnin lähtökohtana ovat

alueen elämäntavat (esim. irlantilaisuus), tunnetut henkilöt, paikallisten johtajien imagot, koulutettu työvoima ja/tai yrittäjyysperinne. (vrt. Burgess 1982; Hopkins 1998; Kostiainen 2001, 22.)

Alueen kulttuuripääoma voi esiintyä paikan markkinoinnissa sekä materiaalisessa että immateriaalisessa muodossa. Erityisesti immateriaalisen kulttuuripääoman kontrollointi- ja markkinointimahdollisuudet ovat rajalliset. Tämä nousi esille myös tutkimuksen aikana suoritetuissa haastatteluissa. Suomalaisia kaupunkia koskevista diskursseista immateriaalisille kulttuuripääoman piirteille (mitä esimerkiksi retorinen puhe ”luovasta kaupungista” ilmentää) annettiin alueen imagojen yhteydessä huomattava painoarvo. Esimerkiksi Oulu, Jyväskylä ja Turku haluavat olla diskurssien mukaan ilmapiiriltään luovia, avoimia, sallivia ja suvaitsevaisia kaupunkia, jotta ne houkuttelisivat yrityksiä ja osaaavaa työvoimaa (vrt. Florida 2002). Samalla aineeton kulttuuriilmapiiri nähtiin kuitenkin varsin epämääräiseksi ja imagolisesti hallitsemattomaksi, omalakiseksi, abstraktiksi ja monimuotoiseksi kokonaisuudeksi.

Immateriaalisen kulttuuri-imagon hallitsemattomuus heijastuu myös imagojen taloudellisen arvon määrittelyyn. Markowskia (2000, 21) soveltaen alueen kulttuuripääoman taloudellinen arvo alueiden markkinoinnissa voidaan jakaa (1) käyttöarvoon (*use value*) sekä (2) markkina-arvoon (*economic value based on market value*). Käyttöarvo kytkeytyy esimerkiksi elinympäristön laatuun, kulttuuriperintöön, ilmapiiriin tai paikan henkeen; sellaiseen luovuuden ja osaamisen kokonaisuuteen, jonka taloudellinen arvo ei redusoidu alueen imagon yhteydessä hintajärjestelmän tai kysynnän ja tarjonnan logiikkaan. Kysymys on kokonaisvaltaisesta paikan laadusta, immateriaalisesta kulttuuripääomasta, jonka imagoarvo tunnetaan ja tunnistetaan diskurssiivisena konstruktiona, mutta sitä ei voida yksiselitteisesti empiirisesti osoittaa tai sen merkitystä mitata. Kulttuuripääoman markkina-arvo kietoutuu puolestaan alueen konkreettisiin kulttuurituotteisiin ja -palveluihin, joille on kysynnän ja tarjonnan kautta määriteltävissä sekä edunsaajat että taloudellinen arvo.

Vastaavan immateriaalisuuden ja mittaamattomuuden suhteen ovat havainneet myös Ashworth ja Voogd (1990, 77; 1994, 44), joiden mukaan paikkojen imagojen monikerroksellisuudesta johtuen paikkatuotteen imagon taloudellista arvoa ei voida sellaisenaan hinnoitella tai määritellä. Markowski (2000) on määritellyt kaupungin megatuotteeksi (*megaproduct*), kun sitä markkinoidaan kokonaisuutena. Hän (emt., 16) on korostanut, että erityisesti megatuotteen aineettomia piirteitä on usein vaikea mieltää, määritellä ja mitata.

Many elements of this megaproduct have a non-material character and are difficult to perceive. Many are hard to define. Thus, elements of the megaproduct include the image of the city, local cultural climate, entrepreneurial climate, capacity for self-organization and the formation of network-type links between various entities, as well as its transport system and the quality of the institutions controlling local development. (Markowski 2000, 16.)

Kulttuuri-imagojen aluetaloudellisten merkitysten mittaamattomuudesta johtuen voidaan kysyä, milloin esimerkiksi paikan markkinoinnin voidaan katsoa onnistuneen tai milloin sen avulla on saavutettu tavoiteltuja tuloksia. Myös edunsaajien määrittely on hankalaa. Esimerkiksi kaupunkien keskushallinto toimii verotulojen kerääjänä, mutta kaupunkimarkkinoinnin hyötyjen yhteydessä Markowski (2000, 20) on nähnyt kaupungin (”julkinena entiteettinä”) ainoastaan kvasiomistajana (*quasi-owner*). Positiivisesta kaupunki-imagosta tai vaikkapa luovasta kulttuuri-ilmapiiiristä hyötyvät samanaikaisesti niin julkinen sektori, yritykset, yhdistykset, epäviralliset yhteisöt, perheet kuin yksittäiset kansalaisetkin. Laadukas imago houkuttelee välillisesti alueelle yrityksiä ja työvoimaa lisäten verotuloja, työllisyyttä ja samalla alueen kokonaisuvinvointia, jonka merkitys ulottuu myös asukkaiden elämänlaatuun.

Monikerroksisten kulttuuri-imagojen kokonaistaloudellisten arvojen määrittely on paikan markkinoinnin hyötyjä arvioitaessa kompleksista, mikä on huomioitava pohdittaessa esimerkiksi kulttuuritapahtumista johtuvien imagojen aluetaloudellisia merkityksiä. Kaupunkituotteen osana kulttuuri-imagon kokonaisarvo

ei redusoidu hintajärjestelmän logiikkaan normaalien hyödykkeiden, tuotteiden ja palvelujen tapaan.

KAUPUNGIT JA KULTTUURIVETOINEN KEHITTÄMISTYÖ

Kulttuuri-imagojen muuntelu ja strateginen hallinta ovat kaupunkien uudistamisprosesseissa kokonaisvaltaisen kehittämispoliitiikan osa-alueita. Monissa eurooppalaisissa kaupungeissa on viime vuosikymmenten aikana toteutettu mittavia kulttuurihankkeita; esimerkiksi rakennettu suuria konserttisaleja, hyödynnety vanhoja teollisuuskiinteistöjä kulttuuritiloina tai järjestetty suuria kulttuurifestivaaleja. Ne ovat paitsi luoneet edellytyksiä kulttuuriselle ja taiteelliselle toiminnalle myös toimineet kaupunkien markkinoinnin välineinä ja imagollisina lippulainoina. Alue-markkinointi ja kulttuurin kehittäminen ovat olleet erottamattomassa yhteydessä toisiinsa. Tarkastelen seuraavaksi kaupunkien kulttuurivetoisia uudistamisprosesseja erityisesti alueiden markkinoinnin näkökulmasta. Tämän jälkeen pureudun siihen, mikä asema kulttuuri-imagolle annetaan suomalaisten kuntien kehittämisen yhteydessä.⁷⁰

Paikkojen ja alueiden markkinoinnin yleistyminen rinnastuu aikakauteen, jolloin kulttuuri tuotiin esimerkiksi monissa teollisen rakennemuutoksen runtelemissa kaupungeissa uudistamisprosessien osa-alueiksi ja imagollisiksi lippulainoiksi. Ensimmäiset aihepiiriä käsitelleet tutkimukset ilmestyivät 1970-luvun lopussa, mutta varsinaisesti vasta 1980- ja 1990-luvuilla kaupunkien kulttuurivetoiset uudistamisprosessit (*culture-led urban regene-*

⁷⁰ Paikkojen tai kaupunkien imagojen rakentaminen ei ole uusi, ainoastaan 2000-lukua leimaava ilmiö, sillä alueiden markkinoinnin juuret ulottuvat aina 1800-luvun puolivälin yhdysvaltalaisiin kaupunkeihin sekä 1900-luvun vaihteen Britannian ja Ranskan matkailukohteisiin (Rainisto 2003, 11). Keskeiseksi kaupunkien kehittämisen ja suunnittelun välineeksi paikkojen markkinointi on kuitenkin tullut Euroopassa vasta 1970- ja 1980-luvuilla (esim. Burgess 1982; Bianchini 1993; Paddison 1993; Griffiths 1998, 41; Cantell 1999b; Kotler ym. 1999; Heikkinen 2000; Markowski 2000; Rainisto 2003, 59). Aluksi kyse oli lähinnä kaupunkien ja alueiden mainonnasta ja sattumanvaraisesta promootiotoiminnasta. Vuosien kuluessa kulttuuri-imagojen rakennus on tullut strategisemmaksi, kokonaisvaltaisemmaksi ja suunnitelmallisemmaksi aluekehitystyön osa-alueeksi (Burgess 1982; Rainisto 2003).

ration) tulivat laajemman tieteellisen ja yhteiskunnallisen keskustelun kohteiksi (esim. Bianchini 1991; O'Connor & Wynne 1996a; Cliche ym. 2002; Bayliss 2004). Tuolloin monet Euroopan ja Pohjois-Amerikan suurkaupungit pyrkivät rakennemuutoksen ja deindustrialisaation seurauksena muuttamaan teollisen kaupungin negatiivisia konnotaatioita ajan henkeä paremmin vastaaviksi jälkiteollisiksi imagoiksi (Watson 1991; Booth & Boyle 1993; Gonzalez 1993; Griffiths 1993; Holcomb 1993; Paddison 1993; Short & Benton & Luce & Walton 1993; Barke & Harrop 1994; O'Connor & Wynne 1996b; Gomez 1998; Short 1999). Rakennemuutoksen ongelmista kärsineet ja teollisia työpaikkoja menettäneet kaupungit ryhtyivät markkinoimaan itseään yhä enemmän jälkiteollisen palveluyhteiskunnan ”hengessä”. Imagojen muovaajina käytettiin muun muassa erilaisia kulttuurikohteita, -laitoksia ja -tapahtumia.

Kaupunkien erottautumiskilpailun voimistuessa imagoja ryhdyttiin tietoisesti ohjailemaan haluttuun suuntaan. Ei ole satumaa, että samanaikaisesti alkoi puhe sekä alueiden imagojen hallinnasta että kulttuurin tuotteistamisesta, jotka molemmat olivat saman asian kääntöpuolia. Instrumentaalisen, taloudellista rationaliteettia painottaneen kulttuuripolitiikan ja kulttuurivetoisten kaupunkien regeneraatioprosessien tavoitteena oli yhdessä parantaa alueiden kilpailukykyä ja vetovoimaa yrityksiin, matkailijoihin ja uusiin asukkaisiin nähden. Gomezin (1998) mukaan omaleimaiset kulttuuritapahtumat, instrumentaalinen kulttuuripolitiikka, turismin edistäminen ja kaupunki-imagon parantaminen olivat kaikki toisiinsa nähden sidoksissa olevia keinoja, joiden avulla kaupunkien taloudellista kehitystä pyrittiin vahvistamaan.

Myös kulttuuripolitiikan järjestelmät ja aluekehittämisen logiikat alkoivat kietoutua kaupunkien kulttuurivetoisissa uudistamisprosesseissa uudella tavalla toisiinsa. Samalla kulttuurinen ja taloudellinen sfääri lähenivät kaupunkien kehittämis-politiikassa toisiaan (O'Connor & Wynne 1996). Talouselämä alkoi konkreettisesti kulttuuristua. Franco Bianchinin ja Michael Par-

kinsonin vuonna 1993 toimittama teos *Cultural policy and urban regeneration* on yksi merkittävä keskustelunavaus ja yleiskatsaus siitä, miten ja miksi kulttuurisektori liitettiin kaupunkien strategisen kehittämistyön osa-alueeksi. Bianchinin mukaan kulttuuri-imagojen merkityksen vahvistuminen Euroopassa heijasteli laajemmin myös kulttuuripolitiikan strategisten tavoitteiden muutosta. Teollisuuden rakennemuutos, poliittisen ilmapiiirin muuttuminen ”markkinahenkisempään” suuntaan sekä alue- ja paikallishallinnon vahvistuminen käänsivät Bianchinin (1993) mielestä kulttuuripoliittisen katseen sosiaalisista kysymyksistä taloudellisiin näkökulmiin. Kulttuurin vaikutuksia ryhdyttiin tarkastelemaan 1970- ja 1980-lukujen taitteessa sosiaalisen koheesion lujittamisen, luovuuden vahvistamisen tai ruohonjuuritason osallistumismahdollisuuksien tarjoamisen ohella myös kaupunkien taloudellisten muutosprosessien näkökulmasta. Kulttuurin taloudesta käytävä keskustelu vilkastui, ja se sai yhä merkittävämmän yhteiskunnallisen aseman.

Kehityksen myötä kaupunki-imagojen, kaupunkien palvelurakenteiden ja kulttuurin talouden yhteydet saivat yhä enemmän strategista huomiota osakseen alueiden kehittämissä. Kulttuurin kasvavilla toimialoilla (kuten media-, muoti- ja viihdeteollisuudella) nähtiin yhä enemmän taloudellista ja työllistävää potentiaalia erityisesti matkailuelinkeinon yhteydessä. Myös alueiden välisen kilpailun kiristymisen ja hierarkkisen differentoitumisen lisääntyminen pakottivat kaupungit luomaan uusia kulttuurisia vetovoimatekijöitä sekä diversifioimaan taloudellista perustaansa (Griffiths 1993, 42). Suomesta ja ulkomailta löytyy runsaasti esimerkkejä projekteista, joissa kaupungit ovat käyttäneet erilaisia kulttuuriprojekteja strategisen kehittämisen ja imagojen kohentamisen välineinä. Kulttuuri on voinut olla kaupungeissa joko kaupunkien uudistamisprosessien kärkiteema tai kaupunkimarkkinoinnin yksi osa-alue. (esim. Montgomery 1990; 1995; Skot-Hansen 1998; Cantell 1999b; Khakee 1999, 98; Heikkinen 1998 ja 2000; Hitters 2000; Richards 2000; Rainisto 2003, 153, 175; Bayliss 2004).

Esimerkiksi Britanniassa ja muualla Euroopassa monet teollisuuskaupungit (Bilbao, Bradford, Bologna, Frankfurt, Glasgow, Halifax, Leeds, Manchester, Sheffield) panostivat 1980- ja 1990-luvuilla aiempaa enemmän kulttuuri-imagojen kehittämiseen ja matkailullisen vetovoiman vahvistamiseen. Kulttuuri-imagot alkoivat toimia ikään kuin kaupunkien symboleina, jotka ilmensivät eleganssia, sofistikoituneisuutta, kosmopoliittisuutta, dynaamisuutta, modernisuutta, innovatiivisuutta ja/tai suvaitsevaisuutta. Samalla kulttuuriprojekteista tuli yhä näkyvämpi osa kaupunkien uudistamisprosesseja, joiden yhteydessä kulttuurilaitokset, elinkeinoelämä ja aluehallinto ryhtyivät muodostamaan uudenlaisia strategisia kumppanuuksia. Monissa eurooppalaisissa suurkaupungeissa kulttuuri nostettiin strategisen kehittämistyön osa-alueeksi nimenomaan yksityisen ja julkisen sektorin lisääntyvän yhteistyön avulla. Uusien kumppanuuksien myötä useissa kaupungeissa käynnistettiin mittavia kulttuuri-vetoisia ”lippulaivaprojekteja”, joiden yhtenä tavoitteena oli kaupunkien kulttuuri-imagojen vahvistaminen. (Bianchini 1993; Gonzalez 1993; Griffiths 1993; Hajer 1993; Paddison 1993; Bayliss 2004.)

Kehitys ilmensi uutta ”yrittäjäkaupungin politiikkaa”, jonka seurauksena yksityinen sektori sai näkyvämmän ja aktiivisemman roolin kaupunkien uudistamisprosesseissa. Yrittäjäkaupungissa eri toiminnot organisoituivat markkinoiden ja vapaan kilpailun ehdoilla niiden pyrkiessä houkuttelemaan alueille uusia asukkaita, matkailijoita ja yrittäjiä, jolloin kaupunkimarkkinoinnissa korostui ajatus eri kohderyhmille muokattavasta kaupunkituotteesta. Samalla kaupunkisuunnittelun sisältö muuttui yhä kulttuuri-orientoituneemmaksi. (Jauhiainen 1995, 342–343; Heikkinen 1998, 54; Cantell 1999b, 136.)

Esimerkiksi vanhojen teollisuuskiinteistöjen (telakoiden, kaivosten, varastorakennusten, juna-asemien, suurten tehtaiden ja niin edelleen) uudelleenrakentaminen ja muuttaminen kulttuuri(perintö)kohteiksi merkitsi suurta muutosta myös kiinteistöpolitiikassa. Kulttuurin lippulaivaprojekteissa taidegallerioita,

museoita ja konserttitaloja käytettiin yksityisten sijoitusten ja pääomien houkuttelun välineinä hankkeissa, joissa vähittäismyynti, vapaa-ajan toiminnot, liike-elämä, asuminen sekä kulttuuri-toiminnot muodostivat toisiaan täydentäviä ja vahvistavia kokonaisuuksia. (Ward 1998; O'Connor 2003, 16–18; Bayliss 2004.) Zukin (1995) on kuvannut kehityskulkua symbolitalouden kasvuksi, jonka myötä kulutus, vapaa-aika, vähittäiskauppa ja asuntoalueiden kehittäminen alkoivat kietoutua kaupunkien kulttuuripääoman eri muotoihin.

Kulttuurin talouteen panostettiin monissa kaupungeissa entistä enemmän, koska sen katsottiin paitsi muovaavan alueiden imagoja myös monipuolistavan kaupunkien taloudellista perustaa ja palvelurakennetta. Teollisen rakennemuutoksen ja teollisten työpaikkojen vähenemisen vastapainona kulttuuriteollisuus nähtiin monissa kaupungeissa uutena korvaavana tuotannonalana ja samalla yhä merkittävämpänä alueiden kilpailukyvyn elementtinä.

Kuvatun kehitysprosessin johdosta alueiden kulttuuri-imagojen rakentuminen ja alueen kulttuuripääoma on nähty monissa kaupungeissa kokonaisvaltaiseksi regeneraatioprosessien osaluueksi. Alueiden kulttuuripääoma on luonut samanaikaisesti uusia työllistymisen mahdollisuuksia, monipuolistanut paikallista elinkeinoelämää sekä synnyttänyt sekä suoria että epäsuoria tulovaikutuksia. Lisäksi alueen kulttuuripääoma on toiminut kaupunkien imagollisena kasvojenkohottajana. Näissä projekteissa kulttuuri on nähty eräänlaiseksi positiivisen kehityskierteen moottoriksi, jonka ansiosta kaupungin kehitys voi kääntyä menestystarinaksi. Kulttuurin lippulaivaprojekteihin panostamalla kaupunkialueille on voinut muodostua kulttuuriteollisia keskittymiä, eräänlaisia kulttuurien sulatusuuneja, joissa teattereiden, konserttitalojen, etnisten kaupunginosien, taiteilijoiden ja designereiden alueelliset tiivistymät ovat säteilleet ja luoneet moniarvoista ilmapiiriä sekä avointa ja elävää kaupunkikulttuuria, mikä on puolestaan parantanut asukkaiden elämänlaatua, lujittanut sosiaalista koheesiota sekä tukenut elinkeinoelämän toimintaedellytyksiä.

Alueiden ja kaupunkien strategisessa suunnittelussa kulttuurin ja talouden suhde on siis nähty moniulotteisena ja holistisena kokonaisuutena, jossa kulttuurivetoiset uudistamisprosessit ovat yhdistyneet urbaaneihin elämäntapoihin ja taloudelliseen kehitykseen. Montgomery (1995, 143–144) on kiteyttänyt alueen kulttuuripääoman roolit ja tehtävät kaupunkien uudistamisprosesseissa seuraavasti:

- Paikallisen kulttuuritarjonnan kulutus generoi kysyntää myös muille tuotannonaloille vireyttäen paikallista talouselämää.
- Kulttuuripalvelut luovat perustan talouden ympärivuorokautiseen toimintaan luomalla ilta- ja yöelämään liittyviä palveluita ja toimintamahdollisuuksia.
- Kulttuuri elävöittää kaupunkien keskustojen elämää muun muassa erilaisten tapahtumien ja festivaalien kautta.
- Kulttuuripääoman muodot eivät ainoastaan toimi julkisin varoin rahoitettuina staattisina kohteina tai laitoksina, vaan niiden vaikutukset heijastuvat dynaamisesti luovaan ilmapäiriin; toimintojen klusteroitumiseen ja verkostoitumiseen sekä uusien ideoiden ja tuotteiden synnyttämiseen.
- Kulttuuri toimii kaupunkien fyysisen ympäristön uudistamisprosessien dynamona, jossa paikallinen design ja yleisilme yhdistyvät paikalliseen identiteettiin ja kulttuuriseen omaleimaisuuteen.
- Kulttuuri toimii osana kaupunkien markkinointia ja imagojen rakennusta, millä on yhteys investointien, yritysten, uusien asukkaiden, työvoiman sekä matkailijoiden houkutteluun.
- Kaupunkien uudistamisprosessien lähtökohtana ja moottorina kulttuuri synnyttää alueille uutta kriittistä massaa. Samalla kulttuuriset aktiviteetit eivät luo ainoastaan elinvoimaisuutta, osaamista ja energiaa alueille, vaan ne myös lisäävät alueella asuvien ihmisten kosmopoliittisuutta, sivistystä ja intellektuaalisuutta.

Kuvattujen yleispiirteiden lisäksi kulttuurilla on nähty olevan eri kaupungeissa erilaisia kehittämissiippoliittisiä tehtäviä. Joissakin kaupungeissa kulttuurisektoria on saatettu käyttää deindustrialisaation haittavaikutusten lieventäjänä ja imagojen kohentajana. Näin on tapahtunut esimerkiksi Rotterdamissa ja Cardif-

fissa. Toisaalta epäselvän tai sisällöllisesti ”tyhjän” imagon omanneet kaupungit ovat voineet hyödyntää kulttuurisia symboleja uusina erottautumisen keinoina (Frankfurt ja Strasbourg). (Cantell 2001, 58; Gibson ym. 2002.)

Bianchini (1993; Cantell 1999b, 100–103) on tutkinut yksityiskohtaisemmin kulttuurisektorin rooleja eurooppalaisten kaupunkien kehittämisen osa-alueina. Hänen mukaansa kulttuurin ja kehityksen kontekstit on jaettavissa neljään päätyyppiin:

- *Taantuvat kaupungit*, joissa kulttuuria on käytetty talouden monimuotoistamisessa ja imagon uudelleenrakentamisessa (Bilbao, Bradford, Birmingham, Glasgow, Liverpool, Rotterdam, Sheffield). Kulttuuri-imago on toiminut ikään kuin kaupunkien uudelleen syntyminen ja dynaamisuuden symbolina. Tunnetuin esimerkki on Glasgow, jossa kulttuuri toimi 80-luvulla kaupungin promootion välineenä ja suurten markkinointikampanjoiden keskeisenä sisältönä.
- *Taloudellisesti vauraat jaltai poliittisesti ja hallinnollisesti vahvat kaupungit*, jotka ovat kuitenkin kulttuuritoiminnoiltaan suhteellisen vaatimattomia. Näissä tapauksissa kulttuuri on tuotu kehittämisen osa-alueeksi kaupungin kilpailukyvyyn säilyttämisen turvaamiseksi (Frankfurt, München, Stuttgart, Bryssel, Strasbourg). Esimerkiksi Frankfurt on pyrkinyt vahvistamaan statustaan vahvana liike-elämän ja kommunikaation keskittymänä tuottamalla laaja-alaisesti monipuolisia kulttuuripalveluja. Kulttuuri-imago on toiminut Frankfurtissa eleganssin, sofistikoituneen ja kosmopoliittisen kaupungin symbolina.
- Merkittäviä suurkaupunkeja on kehitetty myös *Euroopan kulttuuripääkaupunkeina*, jotka ovat usein olleet jo lähtökohdiltaan kulttuurituotannon keskuksia ja niiden asema on ollut tässä mielessä vakaa. Kulttuuripolitiikan avulla kaupunkien asemaa on pyritty edelleen vahvistamaan kulttuurikeskuksina liittämällä paikallinen kulttuurinfrastrukturi muodin, makujen, tyylien, teknologian ja markkinoinnin ajankohtaisiin trendeihin (Lontoo, Pariisi, Amsterdam, Berliini, Rooma).
- *Tutkimukseen ja kehitystyöhön panostaneet kaupungit*, joiden menestys riippuu osin kulttuurisista tekijöistä. Luovuutta ja lahjakkuutta tukeva ympäristö tuottaa innovaatioita sekä luo yhteyksiä paikallisen

kulttuurin talouden ja tutkimuksen välille (Rennes, Grenoble, Köln, Milano, Barcelona). Kulttuuri-*imago* on toiminut näissä kaupungeissa modernisuuden ja innovatiivisuuden symbolina. Kehittämistyössä on tällöin panostettu esimerkiksi muotiteollisuuden sekä käsi- ja taide-teollisuuden eri muotojen, erilaisten design-intensiivisten alojen ja korkean teknologian toimintojen lisäämiseen, jotka kaikki ovat ammentaneet sisältöään ja luomisvoimaansa kulttuurisista symboleista.

Kaiken kaikkiaan kaupunkien kulttuurivetoisissa uudistamisprosesseissa on monipuolistettu kaupunkialueiden talouselämää, luotu kaupunkeihin uudenlaista hohtoa, vetovoimaa ja mielikuvaa moniarvoisesta elinympäristöstä. Lisäksi kulttuuriprojektien kunnianhimoisena tavoitteena on usein ollut muun muassa rikollisuuden vähentäminen ja asukkaiden elämänlaadun parantaminen. Laajassa mielessä kaupunkien kulttuuriveton kehittämissä työssä voidaan määritellä hegemoniseksi projektiksi, joka on perustunut erityisesti kulttuurin, kaupallisuuden ja *imagojen* liittoon.

KULTTUURIKOHTEET KAUPUNKIEN UUDISTAMISPROSESSEISSA

Kulttuurin taloutta on käytetty runsaan kahdenkymmenen vuoden aikana monin eri tavoin kaupunkien kehittämistyön välineenä. Tämä on konkretisoitunut muun muassa suurten kulttuurilaitosten rakentamisena, vanhojen teollisuuskiinteistöjen uusio-käyttönä (erilaisina kulttuurikeskuksina), kokonaisten kulttuurikortteleiden/kaupunginosien suunnitteluna, kulttuurin kärkihankkeina sekä suurten kulttuurifestivaalien järjestämisenä (Kivimäkeä 2004 soveltaen).

Kulttuurilaitosten rakentaminen on kytkeytynyt monin eri tavoin kaupunkien uudistamisprosesseihin. Esimerkkinä voidaan mainita mittavat museoinvestoinnit, joiden tavoitteina on ollut paitsi tuoda esille monipuolisia ja ainutlaatuisia kokoelmia myös rakentaa museoiden ympärille aivan uudenlaisia kulttuuri- ja vapaa-ajankeskuksia kaupunkien markkinoinnin ja *imagojen* osaluueiksi (Griffiths 1993, 40). Museot, ostoskeskukset ja ravintolat ovat muodostaneet näissä projekteissa viihteen, taiteen ja kaupallisuuden kombinaatioita, hybridisiä teemaympäristöjä. Näin

on tapahtunut muun muassa Barcelonassa, jossa Ravalin kaupunginosan kulttuurikeskuksen rakentamisprojekti on ollut merkittävässä roolissa kaupungin uudistumisprosessissa ja kaupunki-imagojen strategisessa hallinnassa (Jauhiainen 1995, 145–151).⁷¹

Myös esittävät taiteet ovat olleet avainasemassa kaupunkien kehittämistyössä, erityisesti kulttuurilaitoksia koskeneiden investointien yhteydessä. Esimerkiksi sinfoniaorkesterit ja suuret konserttitalot ovat toimineet monissa kaupungeissa eräänlaisina kulttuurisina symboleina ja eleganssin ilmentäjinä. Tästä hyvänä kotimaisena esimerkkinä mainittakoon Lahden Sibelius-talo.

Sibelius-talon rakentaminen perustui 1990-luvulla sekä uusien konserttitilojen tarpeeseen että elinkeinopoliittisiin linjauksiin. Vanha konserttitalo ei täyttänyt nykyajan vaatimuksia, joten puitteiltaan laadukkaampien tilojen rakentaminen katsottiin välttämättömäksi. Toisaalta kaupunki kaipasi 1990-luvun alun laman ja sen aiheuttaman työttömyysasteen nousun johdosta uutta piristysruisketta elinkeinoelämään. Kulttuuritalo nähtiin uudeksi positiivisen kehityskierteen moottoriksi ja kaupungin imagolliseksi lippulaivaksi, minkä arvioitiin puurakentamisen edelläkävijänä houkuttelevan kaupunkiin uusia matkailijoita, yrityksiä ja lisäävän kaupunkikuvan elävyyttä. (Kangas & Hirvonen 2001, 71–72.)

Sibelius-talo suunniteltiin ympäristöineen kokonaisvaltaiseksi kulttuurimiljöökseksi, joka konserttinautintojen ohella tarjoaisi kaupunkilaisille uusia osallistumisen areenoita sekä erilaisia virkis-

⁷¹ Kulttuurikeskuksen tiloissa – joissa on hyödynnetty vanhaa 1700-luvulta peräisin olevaa rakennusta – on ollut muun muassa kirjasto, näyttelytiloja, taidegalleria, baari, ravintola, järjestötiloja, kirjakauppa ja elokuvateatteri. Jauhaisen (1995, 149) mukaan alueen uudistamisessa – jonka yhtenä osa-alueena oli erillinen kulttuurikeskusprojekti – liittyi sekä kielteisiä että myönteisiä piirteitä. Positiivista oli alueen asuinolojen paraneminen ja sosiaalisten ongelmien väheneminen. Negatiivisina puolina nousivat esille gentrifikaatioprosessi ja alueen yleinen hintatason nousu, mikä ilmeni erityisesti asuntojen kustannuskehityksessä. Lisäksi alueen uudistuminen tapahtui paikallisen kulttuurin ja historian kustannuksella, koska alueen uudistaminen perustui ”ulkoapäin tuotuun” kulttuuriin. Siksi kriittinen kysymys Jauhaisen (emt., 150) mukaan onkin, kuka Ravalin uudistamisesta viime kädessä hyötyi – paikallinen väestö vai hallitseva eliitti. Esimerkki kuvaa kulttuurivetoisen kaupunkisuunnittelun arvosidonnaista, poliittista ja kiistanalaista luonnetta.

tys-, kulttuuri- ja vapaa-ajan palveluja. Kaikkien osatekijöiden yhteisvaikutuksesta Sibeliustalo miellettiin uudeksi vetovoimaiseksi brandiksi, jolla oli suora yhteys kaupungin kokonaisvaltaiseen kehittämisspolitiikkaan. Markkinalähtöisellä toimintastrategiallaan talo-hanke synnytti myös uutta kumppanuutta elinkeinoelämän, kaupungin hallinnon ja kulttuurin toimijoiden välille. (Kangas & Hirvonen 2001, 71–72.)

Vastaavalla tavalla myös suurilla kulttuuritapahtumilla on ollut 1980-luvulta lähtien keskeinen rooli kaupunkien uudistamisprosesseissa niiden imagollisina lippulaivoina sekä elävien ja moniarvoisten kaupunkikeskustojen tunnusmerkkeinä (esim. Basset 1993, 1775; Booth & Boyle 1993; Hajer 1993; Ward 1998; Prentice & Andersen 2003; Bayliss 2004). Tapahtumamarkkinoinnin tuloksena monet kaupungit ja niiden ainutlaatuinen imago tunnetaan juuri niissä järjestettävistä tapahtumista. Festivaaleista on tullut eräs merkittävä keino, joiden avulla kaupungit ovat pyrkineet asemoimaan itsensä luoviksi tai kulttuurihenkiseksi kaupungeiksi. Joissakin kaupungeissa on Richardsin (2000) mukaan ollut kyse nimenomaan (kulttuuri)tapahtuma-vetoisesta kaupunkien uudistamispolitiikasta (*event-led economic regeneration policies*), mikä on korostunut esimerkiksi Euroopan kulttuuripääkaupunkiprojekteissa. Kulttuuripääkaupungeissa, kuten Helsingissä vuonna 2000, erilaiset kulttuuritapahtumat loivat kaupunkikeskustaan speaktaakkeleja, jotka toivat alueelle uutta sykettä ja elävyyttä, mitä puolestaan hyödynnettiin tietoisesti kaupunkimarkkinoinnin yhteydessä (Cantell 1999; Heikkinen 1998; 2000).

Myös käsillä olevan tutkimuksen aikana suoritettujen haastattelujen yhteydessä kulttuurifestivaalin imagollinen potentiaali suomalaisen kaupunkikuvan rakentajana tuli monipuolisesti esille. Esimerkiksi Jyväskylän kaupungin diskursseissa nostettiin esille kulttuuri-imagollisen kärjen puuttumisen ongelma. Näkyvä kulttuuri-imagoa profiloiva festivaali tukisi Jyväskylän elinkeinomarkkinointia sekä vahvistaisi kulttuurikaupungin imagoa. Siksi kaupungissa on viime vuosina keskusteltu muun mu-

assa suuren kulttuurifestivaalin suunnittelun ja toteuttamisen tarpeesta, jolloin on viitattu Pori Jazz -tyyppiseen, elinkeinoelämää kiinnostavaan, suuria yleisömääriä houkuttelevaan ja huomattavaa medianäkyvyyttä saavaan tapahtumaan. Ajatuksesta on kuitenkin luovuttu sillä periaatteella, että ”ei suurta festivaalia voi väkisin luoda”. Mikäli suurempi festivaali haluttaisiin kuitenkin toteuttaa, tulisi sen haastateltavien mukaan perustua jo olemassa olevien tapahtumien sisältöihin. Tässä yhteydessä Jyväskylän Kesä -festivaalin rooli aluekehittäjänä nostettiin voimakaimmin esille. Keskustelua herättikin se, tulisiko Jyväskylän Kesä -festivaalia kehittää kooltaan ja julkisuusarvoltaan suuremmaksi, näkyvämmäksi ja kenties kaupallisemmaksi tapahtumaksi, joka profiloisi kaupungin imagoa kulttuurisempaan suuntaan.

Myös Oulussa on aika ajoin keskusteltu suuren ja näkyvän megatapahtuman tarpeesta, joka profiloisi kaupungin imagoa teknologiateemaa täydentävällä ja pehmentävällä tavalla. Tapah-tuman järjestämistä on haastattelujen mukaan ”pari kertaa yritetty ja satsattu aika kovasti”, mutta samalla tavoitteista on jouduttu tinkimään, koska on havaittu, ”et sen pitää syntyä luonnostaan jostakin pätkähullusta jutusta”.

Suuren kaupunkifestivaalin tarpeen rinnalla tai sen sijaan Oulun diskursseissa korostettiin kulttuuritarjonnan monipuolisuuden merkitystä kulttuuri-imagon rakentajana. Kärjistäen kaupunki ei voisi tällöin haastateltavien mukaan toimia kulttuuri-imagollisesti kuin Pori: yhden suurifestivaalin kaupunkina. Pikemminkin sen tulee toimia monipuolisena kulttuurikaupunkina, jossa ”jatkuvasti tapahtuisi jotakin”. Kulttuuri-imagollisen kärki-ajattelun sijaan diskursseissa haluttiinkin korostaa festivaalien ketjuajattelua; tarjonnan monipuolisuutta ja ympärivuotisuutta.

Me halutaan panostaa siihen, et täällä koko ajan saattaa olla yhtä aikaa hyviä tapahtumia päällekkäin. Tarjonta on runsas. Ja pääsääntöisesti hyvin mielenkiintoista ja haasteellista ja antoisaa. (haastateltava Oulusta.)

Myös Tampereen diskursseissa painotettiin tapahtumaketjuajattelua. Tampereella ei niinkään ole tavoitteena luoda yhtä imagollista lippulaivaa, megatapahtumaa, vaan pikemminkin pyrkimyk-

senä on ylläpitää ja vahvistaa perättäisten tapahtumien toimintaedellytyksiä. Tampereen imagoa kulttuurikaupunkina vahvistavat haastateltavien mukaan monet festivaalit; Tampereen Teatterikesä, Tampereen Elokuvajuhlat, Tampere Biennale, Pispalan Sottiisi, Tammerfest, Tammerkosken Sillalla, Tampereen Kukkaisviikot, Tampere Jazz Happening ja MindTrek.

Koko ajan tapahtuu ja se tuo ihmisiä ulkopuolelta ja se on selitys, meidän, yks selittäjä sille, että meidän hotellien käyttökapasiteetti on tasanen läpi vuoden ja se on maan toiseksi korkein.

Suomalaisissa maaseutukunnissa tilanne on toisenlainen. Yksittäinen kulttuurifestivaali voi toimia aidosti koko kunnan imagoa ilmentävänä lippulaivana. Näin on tapahtunut esimerkiksi Kuhmossa, jossa kamarimusiikkifestivaalia kuvattiin paikkakunnan ”brändiksi”. Kaupunki on pyrkinyt aktiivisesti tukemaan festivaalia myös elinkeinopoliittisin perustein ja harjoittanut musiikkitapahtumaa tukevaa promootiotoimintaa. Samalla festivaalista on tullut merkittävä osa kaupungin strategista kehittämissiisityötä.

Musiikki-imagon hallinnan ja konstruoinnin yhteydessä Kuhmon kaupungin strategisista promootiotoimenpiteistä merkittävin on ollut 1990-luvulla toteutettu Kuhmo-talon rakennushanke, joka profiloit kulttuurilaitoksena kaupungin imagoa.⁷² Kaupunki on pyrkinyt hyödyntämään kamarimusiikkifestivaalin ja Kuhmo-talon imagoa eri tavoin kaupungin markkinoinnissa; yritysten pr- ja myyntitilaisuuksissa, matkailun ohjelmapalvelujen kehittämisessä sekä luomalla alueelle uusia festivaalivieraille tarkoitettuja palveluja.

Kulttuurifestivaaleja on siis käytetty monissa kaupungeissa ja maaseutukunnissa alueen markkinoinnin välineinä ja imagollisina lippulaivoina. Alueiden imagojen hallinta ja festivaalien markkinointi ovat olleet erottamattomassa vuorovaikutussuhteessa. Samalla tapahtuman sisällön suunnittelu ja toteutus sekä paikalli-

⁷² Akustiikkitalaan erinomaisena pidetyn musiikkitalon pääomistajana on Kuhmon kaupunki. Festivaali on puolestaan maksanut määrätyn vuokraosuuden talon käytöstä tapahtuman aikana.

nen kehittämispolitiikka ovat muodostaneet toisiaan täydentävän kokonaisuuden (Carlsen & Williams 1999). Hittersin (2000, 190–191) mukaan tapahtumat ovat olleet luonteeltaan ideaalisia kaupunkien kulttuuriohjelmien toteuttajia, koska ne ovat toiminoillaan parantaneet kaupunkien kulttuuri-infrastruktuuria, tarjonneet mahdollisuuksia taiteellisille kokeiluille, eivätkä ne ole olleet täysin riippuvaisia julkisesta rahoituksesta. Lisäksi ne ovat houkutelleet suuria yleisömääriä ja yritysyrityskumppaneita. Festivaalien sisään on täten rakentunut samanaikaisesti sekä taiteellisen toiminnan edistämisyrittäykset, kaupungin markkinointi, elinympäristön laadun parantaminen että taloudellisen toiminnan vireyttäminen. Myös Waterman (1998, 60–62) on nähnyt kulttuuritapahtumilla selkeän kaksoisfunktion. Yhtäältä tapahtumat ovat tuottaneet taide-elämyksiä ja esteettisiä kokemuksia, toisaalta ne ovat olleet osa kaupunkien ja alueiden regeneraatioprosesseja ja palvelleet alueiden tarpeita kaupallistuneina markkinoinnin lippulaivoina.

Kulttuurin ja taiteen kaksoisrooli kaupunkien kehittämisen yhteydessä on kirvoittanut vuosien kuluessa myös runsaasti kriittistä keskustelua. Kritiikin lähtökohtana on tavallisesti ollut kulttuuripolitiikan instrumentalisoitumiseen liittyvät argumentit. Kulttuurin ja taiteen autonominen asema on nähty aluekehitysprosesseissa uhatuksi, ja eri tahot ovat huolestuneet kulttuurin alisteisesta asemasta yhteiskunnan taloudellisiin arvoihin nähden. Esimerkiksi Ahposen (1994, 111–114) mukaan kulttuurista on tullut imagojen korostumisen myötä elinkeinopolitiikan markkinoinnin väline. Taloudellinen pääoma on alkanut määrätä kulttuurin symbolista vaihtoarvoa samalla kun kannattavuuslaskelmat ovat alkaneet ohjata kulttuurin käyttöä mielihyvän tuottajana. Myös Skot-Hansenin (1998) mielestä monet kaupungit ovat omaksuneet instrumentaalisen kulttuuripoliittisen ajattelun, jonka on katsottu palvelleen parhaiten niiden strategista kehittämistyötä. Tämä lähtökohta on nostanut esille taiteen autonomisuuteen, imagoihin ja kaupunkikeskustojen elävöittämiseen liittyvien tavoitteiden kiistanalaisuuden ja yhteensovittami-

sen ongelman kulttuurifestivaalien suunnittelussa (Hitters 2000). Kulttuuripoliittisen ajattelun istuttaminen tapahtumien suunnitteluun ja kaupunkistrategioihin edellyttää erilaisten arvostusten kokonaisvaltaista ymmärtämistä, mikä on suuri haaste strategiselle kaupunkisuunnittelulle.

Kulttuurin talouden ”poliittisuus” on noussut esille paitsi kulttuurilaitosten ja -tapahtumien suunnittelussa myös kulttuurirakennusten ja -kortteleiden kehittämisen yhteydessä. Esimerkiksi vanhoille teollisuuskiinteistöille on luotu korjauksen ja kunnostuksen myötä uusia käyttömuotoja; asuntoja, populaarimusiikin tiloja, museoita, taidegallerioita ja niin edelleen. Samalla kulttuurihistoriallisesti arvokkaita kohteita on käytetty sellaisenaan kaupunkien promootion ja markkinoinnin välineinä. Myös nämä toimenpiteet ovat olleet arvosidonnaisia ja kiistanalaisia prosesseja.

Saksassa Nordrhein-Westfalenin osavaltiossa sijaitseva Ruhrin teollisuusalueen uudistaminen on esimerkki kulttuuriperinteen uusiokäytöstä, jossa alueen markkinoinnin, kulttuurin talouden ja matkailun intressit ovat kohdanneet. Alueesta on kehitetty osin kulttuuriin nojautuen uutta matkailun vetovoimatekijää. Samalla alueen teollisuusperinnön negatiivisia konnotaatioita on pyritty häivyttämään ja korvaamaan uudella jälkiteollisella imagolla. Lukuisten projektien turvin alueen teollisuuskulttuuri ja viihde on yhdistetty interaktiiviseksi elämysmaailmaksi, joka tarjoaa puitteet erilaisille kulttuuri- ja vapaa-ajan toiminnoille (näytelyille, konserteille, teatteriesityksille jne.). Alueella on järjestetty muun muassa kulttuurifestivaaleja osaksi restauroiduissa tai käyttötarkoitukseen sopiviksi muunnelluissa teollisuushalleissa. Teollisen perinteen leimaama ympäristö on tarjonnut kulissit myös erilaisille musiikki- ja teatteriesityksille. Kaikkien toimenpiteiden ja hankkeiden tavoitteena on ollut Ruhrin alueen kokonaisvaltainen uudistaminen ja vetovoiman lisääminen. Tutkimusten mukaan työssä on onnistuttu varsin hyvin, sillä alueen uudistettua imagoa on luonnehdittu harmaan kaivosimagon sijaan valoisaksi ja vihreäksi. Tulevaisuudessa alueen eri

matkailupalveluihin odotetaan syntyvän jopa 6000 uutta työpaikkaa. (Vilhula 2003.)

Ruhrin positiivisista kehitysnäkymistä huolimatta myös historian elävöittämisen yhteydessä erilaiset kulttuuripoliittiset intressit ovat usein kohdanneet. Harmonian sijaan kehitystä ovat voineet sävyttää ristiriidat ja kulttuurikamppailut. Pendlebury (2002) on nostanut esille rakennusten konservoinnin ja kaupunkien regeneraation välisen ristiriidan brittiläisessä kontekstissa. Matkailijoita houkuttelevien imagojen ja brandien rakentamisen vaarana on hänen mukaansa historiallisen todellisuuden korvautuminen keinotekoisilla fasadeilla ja rakennusten autenttisuuden kadottaminen. Pendlebury on nähnyt konfliktitilanteiden riskin juuri historiallisten rakennusten konservatiivisissa (*conservation-led regeneration*) kaupunkistrategioissa. Samaa vastakkainasettelua painottaen Barke ja Harrop (1994) ovat erottaneet kaupunkien imagon ja identiteetin toisistaan. Identiteetti kuvastaa heidän mukaansa paikan ominaispiirteitä tai olemusta, kun taas imago on ainoastaan tuon todellisuuden mielikuvallinen heijastuma. Myös vanhojen teollisuuskaupunkien rakennemuutosprosesseista Barke ja Harrop ovat halunneet erottaa kaupunkien imagot ja identiteetit toisistaan, koska ne voivat olla keskenään ristiriidassa. Mahdollisissa konfliktitilanteissa on heidän mukaansa kysymys ennen kaikkea siitä, miten ja kenelle kaupunkia viime kädessä markkinoidaan.

Myös kokonaisten kulttuurikortteleiden suunnittelu osana kaupunkien markkinointia ja uudistumisprosesseja on toisinaan aiheuttanut kulttuuripoliittisia vastakkainasetteluja. Kulttuuri-alueet tai -yhdyskunnat ovat voineet muodostaa esimerkiksi taiteilijoiden, ravintoloiden ja kirjakauppojen paikallisia keskittymiä synnyttäen alueille tunnusomaista sosiaalista koheesiota ja identiteettiä sekä ulkoista imagoa ja boheemia ilmapiiriä. (esim. Griffiths 1993; Montgomery 1995; O'Connor & Wynne 1996b; Hannigan 1998, 57; McCarthyn 1998; Bayliss 2004.) Kulttuurikortteleiden liittäminen osaksi kaupunkisuunnittelua on voinut muodostua jännitteiseksi sosioekonomiseksi prosessiksi.

Erilaisissa diskursseissa kulttuuriyhdyshenkilön asema ja merkitys on määrittynyt eri tavoin. Esimerkkinä mainittakoon Dublinin kaupungin keskusta-alueen strateginen uudistamistyö. Kaupungin kilpailukyvyyn kohentamiseksi ja talouden toimintaedellytysten parantamiseksi kaupungissa on toteutettu keskustan kulttuurivetoinen uudistamisprojekti, *Temple Bar Initiative*. Sen lähtökohtana on ollut kaupungin kulttuurikorttelin uudistaminen ja kulttuuristen aktiviteettien lisääminen. Uudistamisprosessin taustalla oli Dublinin valinta vuoden 1991 kulttuuripääkaupungiksi, jota varten Temple Bar -alueesta ryhdyttiin suunnittelemaan kaupungin uutta kulttuuri-imagollista lippulaivaa. (Montgomery 1995; Ashworth 1999, 82.)

Projektin suunnitelmissa ja alueen kehittämispolitiikassa kulttuuri nähtiin paitsi matkailun vetovoimatekijänä myös laajemmin kaupungin taloudellisen ja sosiaalisen uudistumiskyvyn voimavarana. Temple Bar -alueesta toivottiin paikkakunnalle uutta ja pysyvää kulttuuriteollisuuden keskittymää, jossa historiallinen arkkitehtuuri, matkailuelinkeino, taiteet sekä boheemi elämäntapa ja kulttuurinen elävyys yhdistyisivät vetovoimaiseksi kokonaisuudeksi. Tiivistettynä projektin yleisiä tavoitteita olivat korttelialueen fyysisen ympäristön ja arvokkaiden rakennusten suojeleminen sekä kunnostus, alueen matkailun ja vapaa-ajan toiminnan vireyttäminen sekä uusien työllisyysmahdollisuuksien luominen. Kulttuuriin investoimalla pyrkimyksenä oli turvata pitkällä aikavälillä kaupungin taloudellinen kasvu ja tukea (kulttuuri)yrittäjyyteen perustuvaa toimintaa. (Montgomery 1995; Ashworth 1999, 82.)

Temple Bar -alueesta muodostuikin vähitellen kaupunkilaisien uusi suosittu vapaa-ajanviettopaikka sekä turistien vierailukohde. Projektin aikana alueelle rakennettiin ja korjattiin runsaasti uusia asuntoja, ja sinne syntyi runsaasti erilaisia vähittäiskauppoja ja pienyrityksiä. Kulttuuritoiminnan edistämiseksi alueelle perustettiin myös erilaisia kulttuuri-instituutioita. Vuosien kuluessa alueelle sijoittui kaikkiaan kaksitoista eri alojen kulttuurikeskusta, joista esimerkkinä mainittakoon Irlannin

elokuvakeskus, Temple Barin musiikkikeskus, valokuvagalleria sekä monet kulttuurifestivaalit, kuten *Temple Bar Blues Festival*. Alue toimi näin ollen eräänlaisena kulttuurin talouden klusteroitumisen moottorina, josta seurasi erilaisia leviämis- ja laajenemisvaikutuksia; uusien kulttuurialan yritysten kasautumista, matkailijoiden määrän lisääntymistä sekä erilaisten palveluelinkeinojen kasvua, joiden yhteisvaikutuksesta koko alueen elävyyttä ja kulttuurinen syke vilkastui. Baylissin (2004, 508) mukaan kyse oli luovan ympäristön (*creative milieu*) kehittymisestä, jossa erilaiset synergiaedut ruokkivat toinen toisiaan. Tämä ilmeni erityisesti paikallisten toimijoiden sosiaalisissa vuorovaikutussuhteissa; kokemusten, ideoiden, työvälineiden ja tilojen vaihdossa sekä sitä tukevissa kollektiivisissa oppimisprosesseissa. Lisäksi yhteistyön edut tulivat esille henkilökunnan vaihdon sekä koulutustarjonnan, yhteismarkkinoinnin ja yhteisen tuotekehittelyn yhteydessä. Paikallisen toimijaverkoston rakentuminen perustui julkisen ja yksityisen sektorin uuteen strategiseen kumppanuuteen, joka tähtäsi Temple Bar -alueen monipuoliseen kehittämiseen.

Kehityksellä oli kuitenkin myös kääntöpuolensa. McCarthyn (1998) kritiikin mukaan hankkeen investointien ja yritystoiminnan edistämisen seurauksena alueen hintataso nousi, mikä johti gentrifikaatioon.⁷³ Elinkustannusten, tonttien ja asuntojen hintojen kasvun seurauksena monien taiteilijoiden ja kulttuuritoimijoiden muutto alueelta oli väistämätöntä. Samalla myös alueen alkuperäinen boheemi ”kulttuurinen henki” muutti kritiikin mukaan muotoaan ja menetti autenttisuuttaan. Näin ollen alun

⁷³ Gentrifikaation käsitettä on käytetty 1970-luvulta lähtien kaupunkialueiden ”vuokra-kuilujen” kasvun kuvaajana, jonka seurauksena alueiden sosioekonominen ja kulttuurinen rakenne ovat muuttuneet. Peruslähtökohana on taantuneen kaupunginosan fyysisen, taloudellisen ja sosiaalisen rakenteen muuttaminen kaupunkien uudistamis- ja kehittämispolitiikan avulla, minkä seurauksena alueelle muuttaa aiempaa varakkaampaa väestöä. Hintatason nousun myötä alueen alkuperäiset asukkaat siirtyvät pois alueelta. Gentrifikaatioon liittyy näin ollen sekä kielteisiä että myönteisiä piirteitä – alueen fyysisistä ja taloudellista elpymistä ja sosiaalista marginalisoitumista. Se liittyy paitsi tonttien ja rakennusten hintojen nousuun myös taloudelliseen ja kulttuuriseen vallankäyttöön. Vuosien kuluessa ”Rent gap” -teorian empiirisestä todennettavuudesta on kuitenkin käyty runsaasti myös ristiriitaisia debatteja. (Jauhainen 1995, 24–31; O’Connor ja Wynne 1996b, 49–50.)

perin kulttuurin kehittämiseen painottunut projekti kääntyi McCarthy (1998) mukaan vähitellen kulttuuritoiminnan vastaiseksi, sen toimintamahdollisuuksia supistavaksi, ylhäältä päin johdetuksi toimintaohjelmaksi.

McCarthy (1998, 277) onkin huomauttanut, että kulttuurin liittäminen osaksi kaupunkien kehittämisstrategioita laiminlyö usein alueen paikalliskulttuurin ominaispiirteitä ja toimintaedellytyksiä. Hänen mukaansa Temple Bar -esimerkki osoitti, että sosiaalisten, taloudellisten, kulttuuristen ja ympäristöllisten tavoitteiden yhdistäminen toisiinsa holistiseksi ja tasapainoiseksi kokonaisuudeksi on haasteellista kaupunkien strategisessa kehittämisessä. Erityisenä ongelmana McCarthy (emt., 278) piti Temple Bar -tapauksessa sosiaalisen näkökulman laiminlyöntiä suunnitteluprosessin aikana samalla kun symbolinen ulottuvuus kaupunkikuvan uudistamisessa sai ylikorostuneen aseman. Kaupunkien kulttuurivetoinen uudistamistyö tarvitsee hänen mukaansa strategisesti kokonaisvaltaisen, eri politiikan lohkoja yhdistävän ja eri sidosryhmien tarpeita (diskursseja) aidosti tulkitsevan kehittämisotteen.

Montgomeryn (1995) näkemykset Temple Bar -projektin seurauksista ovat olleet huomattavasti positiivisempia. Hänen mukaansa hintojen nousu ja gentrifikaatio ovat kaupunkien talouselämän kiertokulun luonnollinen seuraus. Jos alueen talouselämää halutaan vireyttää – vaikka kulttuurin avulla – on alueen infrastruktuurin (katujen ja rakennusten kunto, puistoalueet ja niin edelleen) täytettävä aikansa vaatimukset, mikä heijastuu väistämättä myös alueen hintatasoon. Kulttuurin talouden kasvulle tulee hänen mukaansa luoda laadukkaat puitteet, mikäli alueelle halutaan houkuttaa uusia yrityksiä ja investointeja. Siksi gentrifikaatiota ei tule nähdä Montgomeryn mukaan sosiaalisena vihollisena, vaan pikemminkin hyvinvoinnin kasvun ilmauksena. Hänestä terveen ja hyvinvointia edistävän gentrifikaation tunnusmerkkinä on prosessi, joka vahvistaa alueen kulttuurista diversiteettiä. Vastaavasti epäterveeksi gentrifikaatioksi hän luonnehtii yhdenmukaisuutta ja samuutta lisäävää uudistumisprosessia.

Montgomeryn (1995) ja McCarthy'n (1998) erilaiset näkemykset ilmentävät nähdäkseni laajemminkin kaupunkien kehittämisstrategioiden ja kulttuurin roolin tulkinnallista, diskursiivista ja kontekstisidonnaista luonnetta. Hegemoniset tulkinnat toimivat suunnittelun vallankäytön legitimoijina, kaupunkitilan muovaajina sekä kulttuuri-talous-suhteen rakentajina osana toimintaympäristöjen ja alueiden strategista kehittämistä. Jotta erilaiset tulkinnat ja näkökulmat tulisivat huomioiduksi esimerkiksi kulttuurikortteleiden ja -klustereiden kehittämisen yhteydessä, tarvitaan usein koordinoivaa tahoja, joka kantaa kumppanuuden hengessä kokonaisvastuuta kulttuuri-alueiden sosiaalisten ja taloudellisten prosessien yhteensovittamisesta (Bayliss 2004, 499). Koordinoiva taho toimii parhaimmillaan sillanrakentajana julkisen, yksityisen ja kolmannen sektorin välissä.

Kaiken kaikkiaan erilaisten kulttuuriohjelmien ja kaupunkien uudistamisen vuoropuhelun lisääntyminen on ilmentänyt yleistä kulttuuripolitiikan muutosta, jossa perinteisestä subventiopolitiikasta sekä valtion ja kuntien kulttuuri-instituutioiden ylläpitämisestä on siirrytty uusiin julkisen sektorin ja yritysten välisiin kumppanuuksiin, kulttuurin tuotteistamiseen sekä eri kulttuurialoja tukevien elinkeinojen kehittämiseen (musiikki- ja elokuvateollisuus, televisiotuotanto, audiovisuaalinen tiedonvälitys ja niin edelleen) (esim. Cantell 1999b, 93–94; Gibson ym. 2002). Tämän laajan kehityskaaren seurauksena kulttuurista on tullut monissa Euroopan kaupungeissa keskeinen osa paikkakuntien markkinointia niiden pyrkiessä houkuttelemaan alueelleen uusia asukkaita, yrityksiä ja matkailijoita. Samalla kaupunkien markkinoinnista on muodostunut merkittävä kulttuuripolitiikan legitimoinnin väline, mikä kuvastaa kulttuurin hyödyistä ja yhteiskunnallisesta merkityksestä käytävän arvokeskustelun muutosta (Bianchini 1993). Alueiden kehittämisen konteksteissa kulttuurin merkitystä on perusteltu yhä useammin merkki- ja vaihtoarvoista käsin samalla kun itseisarvoon tai käyttöarvoon liittyvät argumentit ovat saaneet vähemmän huomiota osakseen.

Syystäkin on puhuttu instrumentaalisen kulttuuripolitiikan yleisty-
misestä.

*

Kulttuurin ja alueiden kehittämisen yhteyksien tiivistämiseen on suhtauduttava myös kriittisen varauksellisesti paitsi kulttuurin autonomisen aseman vuoksi myös elinkeinopoliittisia seurannaisvaikutuksia arvioitaessa. Tutkimukset ovat muun muassa osoittaneet, etteivät esimerkiksi kulttuurin työllistävät vaikutukset ole aina olleet niin merkittäviä kaupunkien uudistamisprosessien yhteydessä, mitä on oletettu. Tämä on tuotu usein esille esimerkiksi Glasgown klassisen esimerkin yhteydessä. Glasgown tapaus on dokumentoitu seikkaperäisesti lukuisissa tutkimuksissa, joten siihen ei ole enää syytä palata yksityiskohtaisesti tässä tutkimuksessa (esim. Paddison 1993; Cantell 1994, 27–33; Booth & Boyle 1993).

Glasgow on perinteisesti nähty onnistuneena esimerkkinä kaupungin ”kasvojen kohotuksesta”, ja siksi kaupungin kehittämismallia on myöhemmin sovellettu myös muissa Euroopan suurkaupungeissa (Myerscough 1988, 132–133; Gomez 1998; Griffiths 1998, 46). Merkittävimpänä innovaationa Glasgown tapauksessa on pidetty markkinointifilosofian uudelleen suuntaamista yksittäisistä kohteista osaksi laajempaa ja integroitua imagonrakennusprojektia, jonka osa-alueina ovat olleet paikalliset kulttuuritapahtumat sekä kulttuuri-infrastruktuurin kehittäminen. Onnistumisista ja monissa yhteyksissä dokumentoidusta menestystarinasta huolimatta kulttuurin strateginen hyödyntäminen kaupungin kehittämistyössä on herättänyt myöhemmin runsaasti myös ristiriitaista keskustelua (ks. esim. Booth & Boyle 1993; Gomez 1998).

Kulttuurin rooliin kaupunkien imago- tai vetovoimatekijänä on siis suhtauduttava myös kriittisesti. Monien tutkimusten mukaan kulttuuri-infrastruktuuri ei ole sellaisenaan ratkaisevassa roolissa esimerkiksi yritysten ja osaavan työvoiman sijaintipäätöksissä. Toisaalta kulttuuri-instituutiot tai -tapahtumat eivät tee yksin kaupungeista eläviä tai vetovoimaisia. Lisäksi kulttuurivetoiset

uudistamisprosessit eivät ole sellaisenaan riittävä lääke tai lopullinen ratkaisu sosiaalisten ongelmien (kuten työttömyyden ja rikollisuuden) vähentämiseen (Holcomb 1993, 140–141). Kyse on ennen muuta kaupunkien strategisen suunnittelun ja johtamisen kokonaisuuden hallinnasta, jossa alueen kulttuuripääoma imagoineen, työpaikkoineen ja elämyksineen muodostaa ainoastaan yhden elementin osana laajempaa kokonaisuutta.

KULTTUURI-IMAGOT JA SUOMALAISET KAUPUNGIT

Myös monissa suomalaisissa kaupungeissa ja maaseutukunnissa kulttuuri-imagot on integroitu osaksi alueiden kehittämispolitiikkaa. Esimerkiksi Helsingissä kulttuurin roolia on vahvistettu kaupungin markkinoinnissa erityisesti vuoden 2000 kulttuuripääkaupunkihankkeen aikana. Kulttuuripääkaupunkivuosi nähtiin ennen muuta kaupungin imagon kohentamisen välineenä, jonka avulla ”kylmän ja etäisen kaupungin mielikuvaa” pyrittiin muovaamaan ”eurooppalaiseksi”, ”läheiseksi” ja ”eläväksi” kulttuurikaupungiksi (Cantell 1999b; Heikkinen 1998; 2000; Cantell & Schulman 2001). Samalla kulttuuri miellettiin kaupunkikuvaa laaja-alaisesti muovaavaksi tekijäksi, jossa yhdistyivät sekä immateriaalisen että materiaalisen kulttuuripääoman piirteet. Heikkinen (2000, 209) on luonnehtinut kulttuuripääkaupunkihankkeen kulttuurisia ulottuvuuksia näin:

Culture is the space or degree of material and spiritual development achieved over time with all its phenomena.

Myös käsillä olevan tutkimuksen haastatteluaineistossa alueen kulttuuripääoman asema osana suomalaisten kaupunkien markkinointia ja imagollista profiilia nousi selvästi esille. Esitän seuraavaksi haastattelujen perusteella tulkintani siitä, mikä painoarvo kulttuuri-imagoilta annettiin kohdekaupunkien (Jyväskylä, Oulu, Pori, Tampere ja Turku) ja maaseutukuntien (Ikaalinen, Kuhmo, Rääkkylä, Sodankylä ja Urjala) diskursseissa. Tarkasteluni painottuu sisäisen kuntakuvan näkökulmaan eli siihen, missä valossa alueella asuvat ihmiset eli haastateltavat itse näkevät alueensa imagon (ks. Zimmerbauer 2002b). En tässä yhteydes-

sä tyypittele diskursseja, vaan tuon esille kunkin kunnan/kaupungin kulttuuri-imagon erityispiirteet siltä osin kuin ne nousivat haastatteluaineistosta esille. Olennaista on sen pohtiminen, minkä roolin alueen kulttuuripääoma saa suomalaisissa kaupunkien ja kuntien imagoissa. Onko kulttuurilla ylipäänsä painoarvoa näissä keskusteluissa 2000-luvun Suomessa? Missä mielessä ja miltä osin alueen kulttuuripääoman katsotaan profiloivan kuntien/kaupunkien imagoja? Keskeistä kaupunkien kulttuuri-imagojen tarkastelussa on eri teemojen komplementaarisuus. Esimerkiksi Helsingin kulttuurivuoden muita teemoja olivat ”tieto, teknologia ja tulevaisuus” (Cantell 1999b).

Jyväskylä

Suorittamieni haastattelujen perusteella Jyväskylän imagoa rakentaviksi teemoiksi hahmottuivat teknologia-, liikunta- ja opiskelukaupungin maine. Yleisenä sateenvarjoteemana mainittiin *Human Technology City* -slogan (ks. Juutilainen & Sorvisto & Nukari 2005), jossa kaupungin strategisen kehittämistyön yhdeksi kärkialaksi valittu hyvinvointiteknologia yhdistyy käsitteellisesti elämisen laadun teemaan. Slogan niveltyy paikallisissa diskursseissa myös liikuntakaupungin imagoon, jota profiloii muun muassa Jyväskylän yliopiston liikunta- ja terveystieteiden tiedekunta erillisine tutkimusyksiköineen. Kulttuuriteema asemoitiin mainittuja keskeisiä imagollisia pilareita ikään kuin ruokkivaksi ja täydentäväksi elementiksi, mutta varsinaista kulttuuri- tai matkailukaupungin leimaa Jyväskylälle ei haastatteluissa annettu.

Kulttuuripääoman rooli hahmottui *Human Technology City* -sloganin yhteydessä erääksi elämän laatua tuottavaksi ja luovaa toimintaympäristöä konstruoivaksi tekijäksi, mutta ei sellaisenaan itsenäiseksi imagotekijäksi. Slogan kytkeytyy diskursseissa ”pehmeiden arvojen yleistymiseen” jonka yhtenä vahvistuvana elementtinä nähtiin kulttuurinen ulottuvuus.

Ihmisten arvomaailmaki muuttu erilaiseksi. Että tämmöset eräällä lailla pehmeämmät arvot, ne tulee uuteen arvoon. Meidän brändi on Human

Technology City, ja tää human side, se korostuu ja se pitää sisällään tän luovan, luovuuden ja luovuus ja kulttuuriasiat, ni ne tulee jo hyvin lähelle toisiaan. Että nää tulee korostumaan tässä kaupunkipolitiikassa ja elinkeinopolitiikassa myöskin, mutta tällä hetkellä ne on enemmän semmosella ideatasolla ja niit ei oo kauheesti esimerkiks elinkeinopolitiikan kautta resurssoitu siis taloudellisesti.

Kulttuuripääoma nähtiin kaupunkikuvan pehmentäjänä ja täydentäjänä. Teknologia-, liikunta-, opiskelu- ja kulttuuri-imagot miellettiin kokonaisuudeksi, jossa pehmeät (ihmisläheiset) ja kovat arvot liukenevat toisiinsa. Myös kaupungin koko ja elinympäristö liitettiin imagotekijänä elämänlaadun teemaan, mitä ilmensivät muun muassa luonnon ja rantaviivan läheisyys sekä tiivis ydinkeskusta kävelykatuineen ja puistoineen.

Ja ja tuota, sitten se mitä me muutamia vuosia sitten alettiin ehkä enemmän tuoda esille, oli se pienuudesta tehdä hyve, elikä me puhuttiin yhdessä vaiheessa aika paljon, pieni suuri kaupunki. Elikä me ollaan aika pieni, silloin tietysti vielä oikeesti vähän pienempi, mutta siitä myöskin niinkun hyve, että me ollaan ihmisläheinen, turvallinen, sopivankokoinen, kävelymatkan etäisyydellä, meil on tiivis kaupunkikeskusta.

Kulttuuriteema nähtiin diskursseissa muodikkaasti luovaa toimintaympäristöä konstruoivaksi tekijäksi. Jo kompakti kaupunkirakenne miellettiin sellaisenaan kulttuurista ilmapiiriä luovaksi ja ylläpitäväksi tekijäksi. Erityisesti kävelykadun nuorekasta, liikunnallista ja kulttuurista atmosfääriä kuvattiin diskursseissa eräänlaiseksi aineettoman kulttuuripääoman kotipesäksi ja luovan kaupungin imagoa konstruoivaksi tekijäksi. Kulttuuri-imagot ja luova ilmapiiri liitettiin myös opiskelukaupungin maineeseen, jota vahvistavat lukuisat oppilaitokset (joissa yhteensä yli 20 000 opiskelijaa), menestyneet ja perinteikkäät kuorot sekä paikkakunnan vireä bändikulttuuri. Alueen kulttuuripääoman aineellisina vahvuuksina Jyväskylän imagon rakentajina mainittiin muun muassa Jyväskylän Kesä -festivaali, Alvar Aallon arkkitehtuuri, sinfoniaorkesteri, kaupunginteatteri, harrastajateatterit, yksittäiset taiteilijat sekä monipuolinen messu- ja kongressitoiminta erilaisine tapahtumineen. Kaiken kaikkiaan Jyvä-

kylän imago koostui monimuotoisesta kokonaisuudesta, jota luonnehdittiin haastatteluissa muun muassa seuraavasti:

Se koulukaupunki, opiskelijakaupunki ja siitä kaikenlaiset kumpuavat asiat. Sitten on tämä ihmisläheisen teknologian puoli hyvin monella tavalla, hyvinvointiteknologia, nanoteknologia. Onhan meillä nämä osaamisalat ja osaamiskeskusalat. Siellä on toki sitten metallia ja puuta ja paperia ja kaikkee, että energiaa. Tämän tämmösen ihan ihmisläheisen teknologian kehitystyö. Sitten on tämä messu- ja kongressitoiminta, kokoukset, isot tapahtumat, sit jos otetaan yksittäisiä asioina, niin mahdollittoman tärkeitä meidän kulttuurisaralla on Alvar Aalto ja hänen tuotantonsa maailmanlaajusti. Sitten eittämättä merkittävä on Neste Rally Finland, varsin merkittävä. Omista tapahtumista hyvin tärkeä on Jyväskylän Kesä, jos aatellaan yksittäisiä juttuja, sittehän meillä on valtava määrä menestyneitä kuoroja ja rock-muusikoita ja joku Jelmury., Tanssiali lutakko, että niitä löytyy eri kohderyhmille, nuorille ja klassiselta puolelta, monia tällaisia asioita. Ja sitten tietysti yks tärkeä on tavallaan on tää liikuntakaupungin maine, koska täällä on Suomen ainoa liikunta- ja terveystieteiden tiedekunta ja näitä liikuntaan ja terveyteen liittyviä erityisosaamisalueitten keskuksia.

Oulu

Teknologiakaupunkina tunnetun Oulun imagon rakennuspyrkimyksiä leimasivat paikallisten diskurssien valossa käsitteet laajentaminen ja monipuolistaminen. Myös Oulu haluaa pehmentää ja laajentaa kaupunkikuvaansa kulttuurilla. Haastateltavien mukaan Oulun osaamiseen ja teknologiaan perustuvaa imagoa tulisi laajentaa ”inhimillisillä tekijöillä” ja ”ihmisyden” uudella painottamisella.⁷⁴ Kysymys ei kuitenkaan ole ollut siitä, että teknologian merkitystä imagossa haluttaisiin vähentää. Pikemminkin kyse on imagon vakiintumisesta; siitä, että Oulu tunnetaan jo teknologiakaupunkina. Viesti on ikään kuin ”mennyt jo perille”. Tämän perussanomien rinnalle tarvitaan diskurssin mukaan Jyväskylän tavoin uusia, täydentäviä ja entistä pehmeämpiä imagollisia kärkiä. Tästä syystä alueen kulttuuripää-

⁷⁴ Paikkakunnalla on esiintynyt teknologia-imagon kritiikkiä Äikkään (2004) mukaan jo 1990-luvun puolivälistä lähtien.

oman merkitys nähtiin – urheilu- ja liikuntakaupunki-imagojen ohella – kaupungin tulevaisuuden kannalta entistä keskeisemmäksi imagon rakennusaineeksi.

Mutta kyllä aika monella suulla on todettu, että se on ollut fiksu ja johdonmukainen markkinointi-idea, että Oulua on markkinoitu ja kehitetty teknologiakaupunkina, mut se on mennyt se viesti jo läpi, sitä ei enää tarvi viedä. Nyt alkaisi olla aika kehittää niitä muita perusviestejä. Eli jos joku osaaja tai perhe tai yritys on hakeutumassa, niin me voidaan aika pitkälle olettaa, että se tietää että se on teknologiakaupunki. Ei sitä tarvi jankuttaa. Mut se että vois viestiä että tää on monipuolinen urheilu- ja liikuntaharrastusten kaupunki. Ja tää on ympärivuotisten kulttuuripalveluiden kaupunki. Niin sitä viestiä me tosiaan tarvittais nyt. Mutta se ei ole vastakkainen, se vaan uusi viesti on sen vanhan rinnalla. Ei se tarkoita, että se tallaa sen vanhan yli, vaan että se kohoaa siihen rinnalle.

Myöskään Oulua ei pidetty imagollisesti varsinaisena kulttuuri-kaupunkina, vaikka kaupungin kulttuuritoimintaa ja -tarjontaa kuvattiin monipuoliseksi. Kulttuurin osalta kaupunkimarkkinoinnin kärkiteemoiksi mainittiin esimerkiksi lasten ja nuorten kulttuuri, teatteri ja ”maailman pohjoisin sinfoniaorkesteri”.

No ainakin toi lasten ja nuorten kulttuuri. Se on ollu semmonen selkee [kaupunkimarkkinoinnin] alue. Ja sitte ku meillä on tämmönen pitkä linja, missä me ollaan isompia ja suurimpia, niin siihen samaan kuuluu maailman pohjoisin sinfoniaorkesteri, ja teatterihan on ihan omilla ansi-oilla noussu must kansallisestikin vaikuttavaksi paikaksi, jota me ollaan myös käytetty ihan esimerkinomaisena meidän omassa markkinoinnissa ja sitte ihan viime vuosina tätä meidän tavallaan, ei kaupunkiorganisaation vaan ihan tämän alueen luovuuden mittareina ja näkyminä on käytetty Mieskuoro Huutaja ja Musiikkivideofestareita. Nehän on olleet semmosia, jotka tavallaa kulminoivat sitä oululaista hulluutta ja luovuutta. Ne ovat olleet hirveen hyviä niinku näytön paikkoja. Niitä me ollaan käytetty.

Kulttuuri-imagojen osalta Oulun diskursseissa korostui erityisesti alueen immateriaalisen kulttuuripääoman uudenlaisen ”brändäämisen” tarve. Luovuus (ja jo muutamia vuosia aiemmin suvaitsevaisuus) olivat nousseet haastateltavien mukaan teknologiapainotteisen ”Osaava Oulu” -brandin täydentäviksi osa-alueiksi, mitä perusteltiin muun muassa sillä, että kaupunki pys-

tyisi olemaan ”aidosti eurooppalainen toimija globalisoituvassa maailmassa”.

Luovuus on se voimavara, joka pitäisi ottaa [kaupunkimarkkinoinnissa] käyttöön. Ihan monella sektorilla, ei niin että se rajattaisiin kulttuuriin. Tottahan se siellä on luonnollisin. Tavallaan tämän kaiken kehittämisen lähtökohdانا on kaks tekijää tai arvoa, miten niitä nyt ajatteleeikin. Ne on luovuus ja suvaitsevaisuus. Ne on ne, joitten varassa me Oulu-brändiä rakennetaan.

Immateriaalinen kulttuuripääoma nähtiin resurssiksi, jonka puitteissa omaleimainen ”oululainen hulluus ja luovuus” voisivat olla myös kehittämispoliittisia työkaluja ja imagollisia vahvuuksia. Tämä puhuttelisi erityisesti nuoria sekä yllätyksellisiin, jännittäviin ja energisiin toimintaympäristöihin hakeutuvaa osaavaa työvoimaa, luovaa luokkaa (Florida 2002). Esimerkkeinä aineettoman kulttuuripääoman imagollisesta potentiaalista mainittiin mieskuoro Huutajien ja Oulun Musiikkivideofestivaalien omaleimaisuus, joiden katsottiin osaltaan toimivan ”konservatiivisen teknologia-imagon” vastapainoina, laajentajina ja täydentäjinä. Esimerkiksi Oulun Musiikkivideofestivaalien kansallisen ja kansainvälisen tunnettuuden katsottiin luovan kaupunkiin nuorekasta, avointa ja suvaitsevaista imagoa, koska tapahtumassa on kysymys muun muassa ”niinkin hölmöstä, hassusta ja absurdista jutusta kuin ilmakitaran soitosta”. Haastateltavien mukaan tapahtuman kärkikohteesta, ilmakitaransoiton MM-kilpailusta, on uutisoitu – ehkä juuri sen ”kummallisuuden” vuoksi – laajasti kansainvälisissä tiedotusvälineissä, esimerkiksi sellaisissa median jättiläisissä, kuten Time-lehdessä, Wall Street Journalissa sekä CNN:n pääuutislähetyksessä. Näillä kaikilla katsottiin olevan merkitystä Oulun luovan ja nuorekkaan kaupunki-imagon rakentajina. Tapahtuma luo osaltaan mielikuvaa paikkakunnasta, jossa on monipuolisia kulttuurisia toimintamahdollisuuksia sekä ”uudenlaista särmää ja säpinää”.

Oulussa esille noussut immateriaalinen, luovuuteen kiinnittyvän kulttuuripääoman idea kytkettiin siis osaamiseen ja teknologiaan perustuvan imagon laajentamiseen ja monipuolistami-

seen. Oululaisen osaamisimagon tulisi diskurssien valossa perustua tulevaisuudessa paitsi huipputeknologian hallintaan myös yhä enemmän ajan henkeä vastaavaan moniarvoiseen, suvaitsevaiseen ja luovaan ilmapiiriin. Kyse ei siis ole osaamiseen liittyvän imagon painoarvon vähentymisestä, vaan pikemminkin sen sisällöllisestä rekonstruoinnista nykyajan arvomaailmoja vastavaksi kokonaisuudeksi. Luovuudesta on muodostunut diskurssissa ikään kuin osaamisen uusi retorinen jatke.

Pori

Myös Porissa alueen kulttuuripääoman asema on haastattelujen mukaan viime vuosina vahvistunut kaupungin markkinoinnissa ja imagojen rakennuksessa. Porin imagon katsottiin kehittyneen reilun kymmenen vuoden aikana ”savupiipputeollisuuden leimaamasta kaupunkikuvasta” kulttuurisempaan ja vetovoimaisempaan suuntaan.

Pori on siinä mielessä tämmöinen tyypillinen eurooppalainen kulttuuriteollisuusaloite, että se lähtee nimenomaan rakennemuutoksesta liikkeelle. Perinteinen teollisuus on lähtenyt laskuun, jolloin jotain uutta täytyy löytää. Tätä on tämmöinen keskienglantilainen toimintamalli. Pori on samanlainen kuin Manchester tai Sheffield tai joku muu keskienglantilainen perinteinen hiilitai terästeollisuuskaupunki tai kangasteollisuuskaupunki. Samanlaista toimintaa, tai samantyyppisiin ratkaisuihin on päädytty muun muassa Ruhrin alueella Saksassa, sieltä löytyy [nykyisin] paljon kulttuuriyrittäjyyteen liittyvää kehitystoimintaa.

Sitte ku tämä ulkoinen kuva oli silloin rapistunut ja puhuttiin Porin savupiipputeollisuuden [imagosta] ja tyhjänä törröttävistä tehtaista. Mutta kylä se palaute, minkä minä oon saanut, tuolla oon pyöriny aika paljon näitä esitelmiä pitämässä, niin se palaute on, että se mejän ulkoinen kuva on muuttunut ja yks tärkeä osatekijä on tällä kulttuuripuolella.

Selvästi eniten kaupunkikuvaa on profiloitunut Pori Jazz -festivaali, josta on muodostunut kaupunkimarkkinoinnin selkeä brandi. Kaupunki tunnetaan festivaali-imagostaan, ja erityisesti kuluneen viidentoista vuoden aikana Porin kaupunki on pyrkinyt tietoisesti ja suunnitelmallisesti hyödyntämään festivaalia kau-

punkimarkkinoinnin osa-alueena. Jazz edustaa imagossa paitsi musiikkiteemaa myös elämäntapaa ja henkistä ilmapiiriä, ”lifestyle”. Tätä kautta alueen kulttuuripääoman materiaallinen ja immateriaalinen ulottuvuus ovat yhdistyneet Porin kaupunkimarkkinoinnissa toisiinsa, mikä on kiteytetty sloganiin ”*Oikean rytmin Pori*”.

Mutta ajatellaan, että joku jazz ja tapabtuma. No se tapabtuma on tämän oleellinen juttu, mutta käsitteenä jazz ei ole pelkästään musiikkikäsite, vaan elämäntapakäsite. Ja sitten imagokäsitteenä se on ihan samanlainen, että oli tää sisältö mitä tahansa tulevaisuudessa, ni tää slogan ja tämän säilyy ja tietyllä tavalla se on lifestyle-kysymys, erottaa jazz-väen jostakin, esimerkiksi rockväestä ja näin pois päin.

Pori Jazzin lisäksi myös muulla kulttuuritoiminnalla nähtiin disкурсseissa imagollista kehityspotentiaalia. Erityiseksi painopisteeksi on nousemassa lasten kulttuuri. Lapsiystävällisyys ja lapsiperheille suunnattu markkinointi nähtiin kaupunki-imagossa strategisesti kasvavaksi osa-alueeksi. Lisäksi uutena kulttuuri-imagon vahvistajana ja potentiaalina pidettiin naapurikunnassa Nakkilassa sijaitsevaa Villilän tv- ja elokuvakeskusta, jonka kehittämistyö ja hankkeistaminen on parhaillaan käynnissä. Sen tavoitteena on tarjota tulevaisuudessa kansainväliset mitat täyttävät puitteet elokuvatuotantojen toteutukseen. Odotukset hanketta kohtaan ovat myös Porissa suuret ja Villilän toivotaan tulevaisuuden visioissa kehittyvän valtakunnallisesti merkittäväksi elokuvien tuotantokeskukseksi, ”Suomen Trollhättaniksi”. Villilän tv- ja elokuvakeskus hahmottui haastatteluissa kaupunkialuetta laajemman seudun ja koko maakunnan yhteiseksi elinkeinopoliittiseksi promootioprojektiksi, joka ammentaa sisältöä kulttuurista.

Meil on saatu mukava työkalu, kolmen vuoden kehittämisohjelma, mikä on pääasiassa markkinointiviestintää. Niin siinä on hyvät resurssit ja Villilä on siinä yks painopiste. Sen lisäksi täällä on tämmönen Kaupunki lapsille -profiili, jossa rakennetaan Porille uutta tämmöstä profiilia. Tavoitteena on synnyttää mielikuva Suomessa, että tää on hyvä kaupunki Suomessa lapsille ja lapsiperheille. Siinä on varauduttu semmoseen kymmenen vuoden työhön.

Ja ens vuonna on jo aika näkyvää toimintaa. Yksi [kaupunkimarkkinoinnin] kärki on tää lapsiystävällinen kaupunki, Villilä yksi ja tottakai nää vanhat. Jazz on jazz, ja se tulee suurinpiirtein omillaan toimeen. Nämä on täämmösiä kärkijuttuja.

Myös Porissa kulttuuritoiminnan monipuolisuuden esille tuominen nostettiin imagoista puhuttaessa usein esille. Kuvattujen avaintemojen ohella myös kaupungin muita kulttuurikohteita pidettiin imagollisesti merkittävänä. Esimerkkeinä mainittiin Porin taidemuseo, teatteri, kaupunginorkesteri (Sinfonietta) sekä uudemmat festivaalit (esimerkiksi Pori Folk, Lainsuojattomat-festivaali, Urkufestivaalit) sekä muut museot (esim. Satakunnan museo). Lisäksi kaupungin kulttuurisiksi vahvuuksiksi nimettiin keskustassa sijaitseva konsertti- ja elokuvakeskus (Promenadikeskus).

Tampere

Myös Tampereella alueen kulttuuripääoma on ollut näkyvästi esillä aluemarkkinoinnin osa-alueena. Kaupungin markkinointiviestinnän strategiassa tunnettuustavoitteeksi on asetettu se, että ”Tampere on yksi Euroopan tunnetuimmista koulutus- ja kulttuurikaupungeista”. Tampereen vahvuuksiksi on markkinointiviestinnässä nimetty osaamisesta, koulutuksesta ja kulttuurista rakentuva kokonaisuus. Kulttuurin ja vapaa-ajan teema koostuu matkailun palveluista, tapahtumista, urheilusta sekä ammatti- ja harrastajakulttuurista. Näiden ympärille on rakennettu ja suunniteltu erilaisia tuotekuvia osana kaupungin markkinointistrategiaa. (Kostiainen 2001, 18–21.)

Täi aloitetaan siitä, että meillä ois hyviä yrityksiä. Jotta meillä olisi hyviä yrityksiä, meillä täytyy olla koulutettua, osaavaa työvoimaa. Ja sitten meillä täytyy olla ympäristö, että ne työntekijät viihtyy täällä. Siitä tuli ne painopisteet että se on koulutuksen, osaamisen ja kulttuurin markkinointia.

Paikallisissa diskursseissa Tampere nähtiin monipuolisena kulttuurikaupunkina, jonka markkinointia ei haluta eikä voida rajata yhden sateenvarjobrandin alle. Siksi Tampereen kaupunkimarkkinoinnissa on luovuttu slogan-ajattelusta, joka oli 1990-

luvulla esillä erityisesti teatterikaupunki-imagon yhteydessä. Toki lukuisat teatterit ja Tampereen Teatterikesä profiloivat edelleen vahvasti kaupungin kulttuuri-imagoa, mutta diskursseissa korostettiin pyrkimystä nimenomaan kulttuuritarjonnan ja -palveluiden monipuolisuuden esille nostamiseen.

Tampere on kohtuullisen suuri kaupunki suomalaisessa mittakaavassa. Hyvin monipuolinen kaupunki, että täällä ei ole semmosta yhtä asiaa tai yhtä tapahtumaa tai yhtä teemaa, jota vaan markkinoitaisiin, vaan kokonaisuus. Ja tärkein on tietysti että palvelut pelaa ja on vireätä kulttuuria ja elinkeinoelämää ja koulutusta ja se niinku markkinoi itse itseään tavallaan. Ja se, mitä pidetään esillä vähän voimakkaammin on niitä vahvimpia alueita ja hyvin laajasti näitä kaupungin vahvuuksia. Ei pelkäästään jotain yhtä teemaa tai yhtä asiaa.

Ei ole mitään yhtä asiaa tai yhtä teemaa, tai lausetta, mitä vois markkinoida, vaan se, että niitä vahvuuksia on niin paljon ja ne on niin erilaisia, että niitä on aika vaikea saman otsikon alle laittaa. Sen takia on ehkä sitten nähty, että se brändi on siinä monipuolisuudessa.

Mut se on selvää, että meillä on nämä vuosittaiset festivaalit, jotka on yks semmonen runko, joka takaa sen, että kaikkina vuodenaikoina ympäri vuoden on jotain tämmöstä kansainvälisen tason tapahtumaa. Ja sitten on nämä meidän kulttuurilaitokset, eli lähinnä Tampere-talo ja teatterit, jotka ovat myöskin kansainvälisen tason tai ainakin valtakunnallisen tason voimakkaita tuottajia. Ne on siinä myös aika keskeisessä osassa. Nää on niitä kärkiasioita varmaankin. Sit siellä on tietysti paljon semmosta, joka ei oo niin johonkin konkreettiseen aikaan tai paikkaan sidottua. Voidaan ihan yhtä hyvin puhua kirjailijoiden Tampereesta taikka rockmusiikin Tampereesta. Siel on hyvin vahvoja tekijöitä ja vahvaa perinnettä. Kyl niitä löytyy paljonkin näitä tämmösiä strategisesti tärkeitä asioita, joita on vaikee panna ihan selvään tärkeysjärjestykseen.

Turku

Turun diskursseissa kaupunkimarkkinoinnin painoarvon katsottiin kasvaneen kaupunkien lisääntyneen kansainvälisen erottautumiskilpailun johdosta. Kulttuurielämän ja kaupunkimarkkinoinnin vuoropuhelun osalta korostettiin tarjonnan monipuoli-

suutta, minkä vuoksi myös Turussa selkeitä kulttuuri-imagollisia kärkiteemoja oli vaikea hahmottaa. Turun kaupungin yleisimagosta erottuvina osa-alueina on aiemmissa tutkimuksissa mainittu keskiaikainen historia, luovat toimialat, bio- ja informaatioteknologia sekä elintarvike- ja lääketeollisuus, joiden avulla kaupungin imagoa on pyritty profiloimaan (Äikäs 2001, 261).

Alueen kulttuuripääoman osalta haastatteluissa nousi keskiaikateema kaupungin imagosta korostuneimmiksi esille (ks. myös Äikäs 2001, 134). Keskiaikateeman rakennusaineiksina ovat olleet erityisesti Turun linna sekä Keskiaikaiset markkinat -tapahtuma, joilla molemmilla on ollut kaupungille huomattava matkailullinen merkitys. Turun linnalla on itseoikeutettu ja itsestään selvänä pidetty asema keskiajan kaupungin imagossa – onhan se kaupungin ainoa aito ja pysyvä keskiaikainen matkailu- ja kulttuurikohde. Linna toimii paitsi Turun imagollisena lippulaivana myös kansallisena symbolina. Turun kaupungin matkailun markkinoinnissa Turun linnaa ja keskiaikateemaa täydentää ja tukee Keskiaikaiset markkinat -tapahtuma, jonka tavoitteena on elävöittää Turun vanhan suurtorin aluetta, edistää kaupungin matkailua, paikallisten yritysten markkinointia sekä välittää tietoa keskiajasta. Äikkään (2001, 134) mukaan Keskiaikaiset markkinat -tapahtuma on ollut keskeinen osa kaupungin uutta ja aktiivista imagotuotantoa.

Turun kulttuuri-imagojen osalta ajankohtaiseksi aiheeksi haastatteluissa nousi esille Euroopan kulttuuripääkaupunki -hakemus. Hiukan ennen haastattelujen suorittamista Turun kaupunki oli päättänyt hakea vuoden 2011 kulttuuripääkaupungiksi. Hankkeen tavoitteena on paitsi vahvistaa kaupungin kulttuuri-imagoa myös löytää luovista toimialoista uusia ja pysyviä yrittäjyyden muotoja, jotka voisivat toimia jatkossa kaupungin kehityksen ja kasvun vetureina sekä eräänlaisena positiivisen kehityskierteen moottoreina. Luovien toimialojen vahvistamisen ohella pyrkimyksenä on nostaa kaupunkimarkkinoinnissa entistä korostuneemmiksi esille alueen immateriaalinen kulttuuripääoma. Myös Turku haluaa profiloitua luovaksi, suvaitsevaiseksi ja

vastaanottavaiseksi kaupungiksi, jossa virikkeellinen ympäristö tarjoaa mahdollisuuksia luovien toimialojen klusteroitumiselle.

Vireillä oleva kulttuuripääkaupunki-projekti hahmottui diskurssissa koko kaupungin promootiohankkeeksi, jonka pyrkimyksenä on kehittää kulttuuritoimintaa kollaboratiivisen valtion tai demokraattisen pluralismin hengessä hallinnonalojen ja eri toimialojen rajoja ylittäen. Hanke nähtiin samanaikaisesti elinkeino-, koulutus- ja kulttuuripolitiikaksi. Olennaista hankkeessa on haastateltavien mukaan ”perinteiset henkiset raja-aidat ylittävän” uudenlaisen yhteistyökulttuurin luominen, jossa esimerkiksi ”yliopisto, julkinen hallinto, kansalaisyhteiskunta, kaikki kylähullut, taiteilijat, yritykset toimivat interaktiivisesti”, mikä synnyttää kollektiivisen oppimisen välityksellä kaupunkiin uutta innovatiivisuutta. Pyrkimyksenä on tavoitella ”semmoista luovaa käymistilaa”, joka muodostaisi jatkossa merkittävän osan kaupungin kehittämispolitiikkaa. Parhailtaan kaupungin hallinnossa pohditaan, mitkä ovat niitä keinoja, ”operatiivisia hommia”, joita luovan, dynaamisen ja vuorovaikutteisen kaupunki-imagon kehittäminen käytännössä edellyttää. Miten esimerkiksi luovutusta voidaan markkinoida?

Myös Turun esimerkki osoitti, että alueen kulttuuripääoma toimii kaupunki-imagon tuottamisessa muiden ajan henkeen sopivien ”modernisuutta ilmentävien” imagollisten elementtien täydentäjänä (Äikäs 2001, 261). Kulttuuri-imagoluo pehmeämpää, ihmisläheisempää ja elämänlaatuun kiinnittyvää mielikuvaa alueesta tarjoten vastapainon kovemmalle, tehokkuudesta ja osaaamisesta kielivälle teknologiaimagolle.

*

Kaiken kaikkiaan suomalaisten kaupunkien imagodiskurssissa tuli esille kulttuuri- ja teknologiateemojen nivoutuminen toisiinsa, mikä ilmentää osaltaan symbolitalouden vahvistumista. Perinteiset talouden ja kulttuurin raja-aidat ovat murtumassa myös käytännön kehittämistyössä. Johtopäätöksenä voi todeta, että talouselämän kulttuuristuminen ilmenee myös suomalaisten kaupunki-imagojen rakentumisen yhteydessä. ”Kova talous” tai tek-

nologiisiin innovaatioihin kiinnittyvät menestyksen symbolit kietoutuvat 2000-luvun kaupunki-imagoina moniulotteisesti alueen kulttuuripääoman materiaalisiin ja immateriaalisiin muotoihin. Haastattelut osoittivat, että materiaalisen kulttuuripääoman rinnalla myös alueen aineeton kulttuuripääoma on noussemassa selkeästi esille kaupunkien imagojen rakentamispyrkimyksissä, mikä ilmeni erityisesti luovan kulttuuri-ilmapiiirin korostamisena.

FESTIVAALIT JA MAASEUTUKUNTIEN IMAGOT

Seuraavaksi tulkitsen alueen kulttuuripääoman asemaa maaseutukuntien imagojen osa-alueena. Näissä diskursseissa yksittäisten kulttuurifestivaalien suhteellinen merkitys on jo lähtökohtaisesti selvästi suurempi kuin kaupunkien kohdalla, mikä johtuu tutkimusaineiston luonteesta. Tutkimuksen kohteena oli sellaisia maaseutukuntia, joissa järjestetään vuosittain merkittävä kulttuuritapahtuma. Pyrkimyksenäni on siksi hahmottaa, miten paikalliset toimijat asemoivat erityisesti festivaalin imagon osaksi maaseutukuntien kokonaisimagoa. Kuinka hallitseva rooli festivaaleille diskursseissa annetaan, ja miksi? Havaintoni perustuvat pääosin aiemmin julkaisemaani raporttiin (Kainulainen 2004a), jonka johtopäätöksiä olen paikoin uudelleen tulkinnut ja muokannut.

Ikaalinen

Ikaalisten kaupunki tunnetaan erityisesti Sata-Häme Soi -tapahtumastaan ja kylpylästään. Kulttuurilla ja festivaalilla on näin ollen kiistaton asema yhtenä kaupungin imagollisena lippulaivana.⁷⁵

Totta kai sillä on suuri merkitys, ja sitten kun me aatellaan sitä, että kun joku Ikaalinen, otetaan nyt tätä Sata-Häme Soi, niin eihän millään tämän kokoisella paikkakunnalla, aniharvalla on tuollaista tuotetta, joka kerää sen 35 000–40 000 ihmistä tälle alueelle. Onhan sillä suuri merkitys.

⁷⁵ Sata-Häme Soi -tapahtuman tunnettuutta ja samalla Ikaalisten kaupungin imagoa vahvistaa osaltaan myös tapahtuman rinnalle kehitetty ”haitariristeily”, joka kokoaa keväisin runsaan osanottajajoukon tapahtuman teeman ympärille. Risteilystä on muodostunut merkittävä festivaalin imagollinen jatke.

Se on äärimmäisen tärkeä, se luo kuvaa tämmöisestä paikkakunnasta, joka on aktiivinen ja vireä, ja siellä on monipuolista palvelutarjontaa, erityisesti tällä kulttuurin saralla. Kyllähän se tekee Ikaalisen huomattavasti houkuttelevammaksi paikaksi kuin moni muu niin sanottu tuntematon paikka.

Kulttuuritapahtuman tai laajemmin alueen kulttuuripääoman imagerikitys on myös pienissä kaupungeissa ja maaseutukunnissa kokonaisuutta täydentävä. Ikaalisten diskursseissa hahmotui kolme keskeistä tunnettuustekijää, joiden varaan alueen kokonaisimago rakentui. Kylpyläkaupunki, Sata-Häme Soi ja harmonikkakaupunki sekä koulutuskaupunki olivat ne teemat, joista kaupunki haastattelujen perusteella tunnetaan. Lisäksi imagoa rakentaviksi tekijöiksi mainittiin puutarhakaupunkimiljöö sekä elinvoimaiset yritykset. Haasteena Ikaalisten kaupungin imagon rakentamisessa oli haastattelujen valossa eri osa-alueiden yhdistäminen toisiinsa toisiaan täydentäväksi kokonaisuudeksi. Tuodaanko kaupunkia esille yhden sateenvarjoimagon välityksellä vai tukeudutaanko pikemminkin imagollisten osatekijöiden vahvistamiseen?

Paikallisilla toimijoilla on diskurskien perusteella halu ”terävöittää” imagollista profiilia alueen vetovoiman vahvistamiseksi. Haastatteluissa nostettiin esille, ettei kaupunki voi rakentaa imagoaan ainoastaan harmonikkateeman varaan, jos se ”ei halua profiloitua 55+ ikäryhmän kaupungiksi”. Yhden kulttuuri-imagon ylikorostaminen koettiin Ikaalisissa kapea-alaiseksi imagojen hallinnan lähtökohdaksi. Myöskään kylpyläkaupunki-imago ei sellaisenaan riitä diskurssin mukaan esimerkiksi uusien asukkaiden houkutteluun. Pikemminkin tulisi suunnitelmallisesti kehittää yleistä sateenvarjoimagoa, jonka alabrändeinä olisivat festivaali-, kylpylä- ja koulutusteemat. Koulutusteema, jota ylläpitävät Ikaalisten käsi- ja taideteollisuusoppilaitos, ammattikorkeakoulu sekä kauppaoppilaitos (yhteensä yli 1200 opiskelijaa), toimisi osaltaan paikkakunnan imagon ”nuorentajana”.

Kuhmo

Myös Kuhmossa alueen kulttuuripääoma nähtiin kaupungin imagon kannalta kokonaisuutta täydentäväksi tekijäksi. Kamarimusiikkifestivaalin lisäksi kaupungin imagoa profiloivat puualan osaamiskeskittyminen sekä Venäjän rajan läheisyys rajanylityspaikoihin ja liikenneyhteyksiin.

No imagossa kamarimusiikin merkitys on tietysti erittäin suuri, vaikea nyt sanoa, että mitä se on noin prosenteissa. Mutta jos ajatellaan kunnan, kaupungin markkinointia, niin se on keskeinen, se on enempi kun puolet. Ja tota mut että nämä keihäänkärjet tai asiat, joilla me pyritään nyt erottumaan on ilman muuta kulttuuri ja kamarimusiikki, se muodostaa niinku yhden tärkeän kokonaisuuden. Sitten on tämä meidän omaan raaka-ainepohjaan perustuvan teollisuuden ja yrittäjätoiminnan edistäminen ja sitten on raja, raja on kolmas juttu. Tässä on kansainvälisen luokan rajanylityspaikka meillä, tuo Vartiuss ja se tämmösenä kolmantena asiana siten, että tästä on nyt Oulusta tai Perämeren satamista tuonne Arjoniemiin saakka liikennekäytävä auki ja me uskotaan, että sillä on merkitystä ja sitä pyritään monenlaisten projektien avulla viemään eteenpäin tätä liiketoimintaympäristön kehittämistä. Että se semmonen kolmas alue ja tähän puuhun, joka on yks tärkeä (...) Woodpolis-hankkeen kehittäminen tai eteenpäin vieminen Kuhmossa. Tämmösenä puualan osaamiskeskittymänä, ei osaamiskeskityksenä (...), jossa meillä on sitten yhteistyökumppaneita laajasti olemassa. Että nämä kolme aluetta, puu, raja ja kulttuuri, näin ne voi pelkistää.

Monista imagotekijöistä huolimatta kamarimusiikki on Kuhmossa paikkakunnan imagoa selvästi eniten profiloiva asia. Kuhmo tunnetaan nimenomaan kamarimusiikkikaupunkina. Kuitenkin merkittäväkin ja kansainvälisesti tunnettu tapahtuma muodostaa ainoastaan yhden elementin myös syrjäisen maaseutukunnan kulttuuri-imagossa. Kamarimusiikki-imagon rinnalla erityisesti Kalevala-teema konstruoi juurevasti kunnan kulttuuri-imagoa. Teema tuli esille erityisesti alan tietokeskuksen (Juminkeko) sekä matkailun ohjelmapalvelujen (Kalevalakylä) kautta. Kalevalaisuuden ja kamarimusiikkitapahtuman kokonaisuudesta muodostui kulttuuri-imagoa, jota Kuhmossa halutaan vaalia periaatteella ”*et me ollaan vireä kulttuurikaupunki EU:n rajalla*”.

Rääkkylä

Pienissä ja kasvukeskuksiin nähden syrjäisissä maaseutukunnissa puhe strategisesta imagojen hallinnasta on monessa tapauksessa liioittelua. Olenaisempaa on usein turvata olemassa olevat elämisen ehdot alueen asukkaille. Maaseutukuntien arkinen kehittämisspolitiikka painottuukin peruspalvelujen turvaamiseen sekä yritystoiminnan konkreettiseen tukemiseen, jolloin kunta-markkinointi ja kulttuuri-imagojen rakentaminen jäävät usein kaupunkeja vähäisemmälle huomiolle. Yritysten toimintaympäristön kehittämiseen ja kokonaisvaltaiseen elinkeinopolitiikkaan ei ole taloudellisia edellytyksiä tai esimerkiksi kulttuurista ei mielletä varsinaisen kehittämisspolitiikan osa-alueeksi.

Pohjois-Karjalassa sijaitseva Rääkkylä on esimerkki syrjäisestä maaseutukunnasta, jossa alueen kulttuuripääomaa ei pidetä resurssien rajallisuuden vuoksi keskeisenä kehittämisspoliittisena kysymyksenä, vaikka kulttuurifestivaali profiloikin voimakkaasti kunnan imagoa. Imagojen osalta kunnan kehittämisen kärkiteemoiksi mainittiin kuitenkin kansanmusiikki ja yritysystävällisyys. Kunta tunnetaan nimenomaan kansanmusiikistaan; Kihaus-tapahtumasta ja Värttinä-yhtyeestä. Kihauksen ansiosta kunta on myös joissakin yhteyksissä päässyt ”maailmankartalle”:

Se tuo kuuluisuutta, Rääkkylän nimi nyt tiedetään ja se tunnetaan justiin kansanmusiikista, Kihaus-tapahtumasta, Kaasisen Sarista ja tuota ehkä jo vähän tuota siitakesienimestä [joka on paikallinen yritys], mut tuota en tiedä et muut asiat nyt ois sen, nousis sitten esille.

Ja nimenomaan, et siitä kirjoitetaan myös ulkomailla. Ja tänne tulee ihmisiä ympäri Eurooppaa sen takia joka festivaalille, et tää on Värttinän kotikunta ja täällä on sitä, tätä ja tuota. Et se on semmonen mielenkiintonen juttu, et mitä asioita arvostetaan ja mitä ei.

”Peruspalvelujen” ja yritysten konkreettisten toimintaedellytysten turvaaminen nähtiin kuitenkin Rääkkylässä kunnan keskeisinä kehittämiskohteina. Kulttuuri-imago ei ole sellaisenaan stra-

teginen painopistealue, mihin osaltaan vaikuttivat pienen maaseutukunnan taloudelliset ongelmat. Haastatteluissa oli nähtävissä painotus, että ”ensin perusasiat kuntoon”.

On lähdetty siitä, että tän kuntatalouden huonontumisenkin aikana, niin tuota kunnan peruspalvelut pidetään kunnossa. Se tarkoittaa sitä, että on koulutoimi kunnossa, terveydenhoitojärjestelmät on kunnossa, sosiaalitoimi on kunnossa, lasten päivähoito- ja vanhustenhuoltoasiat kunnossa. Se on yksi niitä meidän periaatteita, mut sitten nehan ei oikeestaan näy, ne vaan on olemassa, jos ne on huonosti hoidettu, sit kuuluu. Jos ne on hyvin hoidettu, niin ihmiset on vaan tyytyväisiä. Sitten imitsipuoli [imago], niin tuota sitä pitää sit rakentaa tän elinkeinotoimen ja kansanmusiikin varaan, se kuuluu kyllä siihen elinkeinotoimeen, mut kansanmusiikki siitä selvästi nousee. Mutta myös, että ollaan yritystävällinen kunta, että halutaan että yrittäjien toimintaedellytykset on kunnossa.

Rääkkylää voidaan pitää esimerkkinä pienen maaseutukunnan kehittämispolitiikan rajallisuudesta. Imagoa ei koeta – Kihauksen kiistattomasta julkisuusarvosta huolimatta – kehittämistyön kannalta keskeisenä strategisena kohteena, mihin vaikuttivat ennen muuta kuntatalouden realiteetit. Imagojen hallinta- ja kontrollointipyrkimysten sijaan kulttuurifestivaali nähtiin Rääkkylän kunnan imagollisena lippulaivana ikään kuin itseohjautuvana lisäarvona.

Kihauksen roolin määrittely kunnan kehittämistyön osaluueena on vuosien kuluessa nostanut esille kulttuuripoliittisia kamppailuja ja jännitteitä. Olennaista on ollut se, kenellä on valta ja vastuu määritellä kulttuurin asemaa ja festivaalin paikallistaloudellisia merkityksiä. Miten eri tahot ovat mieltäneet festivaalin primääriset ja sekundääriset vaikutukset sekä tertiääriset merkitykset? Haastattelujen aikana kävi ilmi, että kulttuurin ja kunnan kehittämistyön välillä vallitsi eri näkökulmien vuoropuhelu, murrosvaihe tai käymistila, jossa festivaali ja alueen kulttuuripääoma hakivat diskursiivista paikkaansa osana kunnan kokonaisvaltaista kehittämistyötä. Keskustelu kulminoitui raahan; siihen, kuinka paljon kunnan tulisi tukea tapahtumaa.

Sodankylä

Kulttuurifestivaali profiloitua voimakkaasti myös Sodankylän kunnan imagoa. Kansallispuistojen ja Lapin tunnettujen matkailualueiden (mm. Saariselän tunturialue) ohella Sodankylän elokuvajuhlat on vakiintunut paikkakunnan keskeiseksi imagotekijäksi. Tapahtuman kansainvälinen maine ja mediajulkisuus ovat tarjonneet haastateltavien mukaan korvaamatonta imagoarvoa Keski-Lapin pääkaupungille. Vuosittain juhlille kokoontuu sankka joukko koti- ja ulkomaisia tiedotusvälineiden edustajia, joiden mielenkiinnon kohteina ovat erityisesti maailman mainetta saavuttaneet ohjaajavieraat. Sellaiset elokuvajuhlille osallistuneet elokuvaohjaajat kuin Krzysztof Kieslowski ja Francis Ford Coppola ovat herättäneet kiinnostusta paitsi kotimaisten myös kansainvälisten tiedotusvälineiden keskuudessa, mikä on osaltaan nostanut sekä Lapin että Sodankylän imagoarvoa – unohtamatta tapahtuman taiteellisen toimikunnan kotimaista ja kansainvälistä mainetta (Mika ja Aki Kaurismäki sekä Peter von Bagh).

Se on saanut paikkakunnallakin tälläsen yleisen hyväksynnän ja tietenkkin se, että kaikissa tv-lähetyksissä valtakunnallisissa lehdissä, kansainvälisiä, meil kun tämä herra Coppola oli täällä pari vuotta sitten, niin meil oli vissiin viis-kuus kansainvälistä televisioryhmää. Ja tässä ihan muutama kuukausi sitten sain ranskalaiselta televisioyhtiöltä yli puolen tunnin kasetin, joka oli suorana lähetyksenä tullut Ranskan tv:stä, niin siinä oli nyt sellanen ylistyslaulu Suomen Lapille ja Sodankylälle, et eihän me osattais ite tehdä edes niin hyvää elokuvaa saati et meidän rahat ei riittäis sellasen tuotannon tekemiseen.

Jos maailman johtavissa elokuva-alan lehdissä on sivukaupalla Sodankylästä ja Sodankylän elokuvajublistia, niin tota siinä semmosta ilmasta mainosta on. Ja täytyyhän sen luoda positiivista imagoa Sodankylälle, pakko.

Tapahtuman kansallinen ja kansainvälinen tunnettuus sekä alue-
taloudellinen arvo ovat tulleet esille muun muassa yritysmaailman kiinnostuksessa. Markkinointitihenkiset yritysvierailut ovat myös Sodankylässä olleet eräs keskeinen tapa hyödyntää tapahtuman imagoarvoa sekä harjoittaa yritys yhteistyötä. Kulttuuritapahtuma on luonut haastattelujen mukaan yritys vieraille miel-

lyttävän ja vapauttavan toimintaympäristön, mikä on voinut pitkällä aikavälillä heijastua paikallisen elinkeinoelämän toiminta-edellytyksiin.

Urjala

Myös Urjalan kunnassa järjestettävä Pentinkulman päivät -tapahtuma konstruoi paikallisissa diskursseissa kunnan imagoa. Tapahtuman lisäksi paikkakunnan kulttuurisina vahvuuksina ja imagotekijöinä mainittiin Martti ”Huuhaa” Innasen iskelmästä nimensä saanut Taikayön matkailutie, Väinö Linnan perinne, Nuutajärven lasitehtaan 1700-luvulta peräisin oleva kulttuuri-miljö, alueen ”maaseutuhenkisyys” ja ”hämäläinen torpparimaisema” sekä vanhat säilyneet kartanot.

Kulttuuritapahtuma on muodostanut myös Urjalassa yhden osan paikkakunnan kokonaisimagosta, jota on tukenut historian henkilöittämiseen liittyvä imagojen konstruointi. Vuonna 1978 ensimmäistä kertaa järjestetyn Pentinkulman päivät -tapahtuman isänä voidaan pitää Urjalassa syntynyttä kansalliskirjailija Väinö Linnaa, jonka nimeä hyödyntäen paikkakunnalle on suunniteltu ja toteutettu osin projektirahoituksen turvin myös Väinö Linna -kulttuurimatkailureitti. Väinö Linna -reitti on urjalalainen esimerkki siitä, miten maaseutukunta on hyödyntänyt kulttuuria ja tapahtuman teemaa promootiotoiminnassaan ja elinkeinopolitiikassaan.

Kulttuurin asema ei kuitenkaan ole selkeä Urjalan imagossa. Kyse on enemmänkin kulttuurisista vahvuuksista, jotka eivät välttämättä ole kohonneet valtakunnallista julkisuutta saaneiksi imagotekijöiksi. Kunnan imagon hallinnan haasteena jatkossa onkin kulttuuristen vahvuuksien kääntäminen kunnan tunnettuutta lisääviksi tekijöiksi.

No kyllä se on ihan selvästi kaks asiaa, josta Urjala tunnetaan eli Väinö Linnaan liittyvä tämä Pentinkulman päivät, talvi Pentinkulmalla ja sitten Väinö Linnan tämmönen kulttuurimatkailureitti ja sitten Nuutajärven lasikylä eli lasitehdas kaikkine taitelijoi neen siellä.

*

Yhteenvetona suomalaisten kaupunkien ja maaseutukuntien kulttuuri-imagoja koskevista puheista voidaan erottaa kaksi diskurssityyppiä; (1) alueen materiaalista kulttuuripääomaa koskeva ulottuvuus sekä (2) alueen kulttuuripääoman immateriaalisuuden korostaminen.

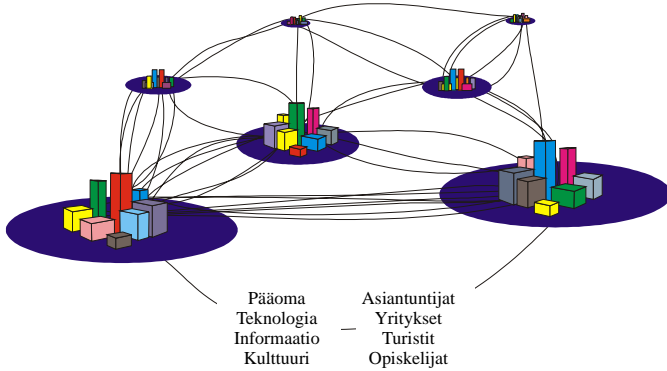
Ensimmäiseen puheavaruuteen liittyi konkreettisten kulttuuri-imagollisten kärkien ja kohteiden hahmottamisen tarve sekä kuntien teemallinen profiloituminen. Kärkiajattelu oli leimallisempaa maaseutukunnille, joiden imagolliset erottautumisen mahdollisuudet ja valinnanvapaudet ovat kaupungeja rajallisemmat. Tarkastelun kohteena olleet kulttuurifestivaalit nostettiin esille maaseutukunnissa erityisesti tunnettuutta lisäävinä materiaalisina objekteina, ei niinkään alueen ilmapiiriin syvällisemmin tai ympärivuotisesti heijastuvana aineettomana kulttuuripääomana.

Sen sijaan kaupunkien ja kasvukeskusten diskursseissa korostuivat joko alueen materiaalsen kulttuuripääoman täydentäminen tai ”kovaan talouteen” rajoittuneen imagon laajentaminen immateriaalisella kulttuuripääomalla. Haastattelujen mukaan monet suomalaiset kaupungit haluavat olla paitsi kulttuuri-kaupungeja myös luovia, suvaitsevaisia ja ilmapiiriltään avoimia kaupungeja. Aineeton kulttuuripääoma tuli esille puhuttaessa esimerkiksi kävelykadun nuorekkaasta ilmapiiristä, vireästä bändikulttuurista, oululaisesta hulluudesta ja luovuudesta tai jazz-imagosta elämäntyylin peilinä. Kaupunkien materiaalista kulttuuripääoma koskevissa diskursseissa korostettiin muun muassa kaupungin kulttuurifestivaalien, kulttuurilaitosten, arkkitehtuurin ja historiallisten kohteiden imagomerkityksiä. Alueen materiaalsen kulttuuripääoman osalta kaupungeissa painotettiin kuitenkin kärkikohteiden sijaan alueen kulttuuritarjonnan monipuolisuutta ja ympärivuotisuutta.

Kulttuuri ja alueen vetovoima

Kulttuuriin perustuva kaupunkien teemoitus ja markkinointi voivat lisätä alueen tunnettuutta ja julkisuusarvoa, mutta voi-

daanko niiden avulla myös vahvistaa alueiden vetovoimaa? Kuntien ja kaupunkien kilpailukyvyyn kannalta vetovoimalla on suuri merkitys, koska niiden on houkuteltava ja vieteltävä alueilleen erilaisia virtoja (kuva 12).



KUVA 12. Virtaava maailma (Sotarauta & Kostiainen 2002, 13).

Vetovoimansa vahvistamiseen pyrkivien alueiden ja kaupunkien tulee olla strategioissaan tietoisia niistä kohderyhmistä, joille markkinointi suunnataan. Alueiden ja kaupunkien markkinoinnin pääkohderyhmiä ovat Kotlerin ym. (1999, 33) mukaan

- matkailijat
- asukkaat ja työntekijät
- yritysmaailma ja teollisuus
- vientimarkkinat (alueelta vietävien tavaroiden ja palveluiden kohdealueet).

On selvää, että kulttuuritapahtumat, -laitokset, -korttelit tai vaikkapa erilaiset kulttuurihistorialliset kohteet houkuttelevat kaupunkeihin runsain mitoin kulttuurimatkailijoita. Siksi esimerkiksi alueiden kulttuurihistoriaa on jo vuosisatoja käytetty monissa kaupungeissa matkailullisen hyödyntämisen välineenä (Kostiainen 1997). Varsinkin turismin pitkälle kehittäneissä maissa, kuten Italiassa, Kreikassa ja Espanjassa, on ollut tavallista käyttää ja tuotteistaa menneisyyttä yhtenä keskeisenä matkailun vetovoimatekijänä.

Matkailijoiden houkuttelun lisäksi kulttuurisektoria voidaan hyödyntää myös työvoiman ja yritysten vetovoimatekijänä. Näkökulma on saanut viime vuosina yhä enemmän kiinnostusta osakseen, erityisesti luovaa taloutta koskeneen keskustelun yhteydessä. Ongelmana on kuitenkin ollut alueen kulttuuripääoman ja vetovoiman välisen yhteyden epäselvä ja häilyvä luonne. Siksi monissa kriittisissä puheenvuoroissa on saatettu lakonisesti todeta, että kyse on enemmän uskomuksista kuin tosiasioista.

Seuraavaksi tarkastelen alueen kulttuuripääoman merkitystä työvoiman ja yritysten houkuttelussa ja sijaintipäätöksissä. Molemmat tekijät ovat alueiden kehityksen ja kilpailukyvyn kannalta keskeisiä peruselementtejä, ja niillä on merkittävä asema paikallisessa kehittämiss politiikassa (esim. Laakso & Loikkanen 2000; Linnamaa 2004). Esimerkiksi Floridan (2002, 223) mukaan luovissa ammateissa työskentelevien osaajien sijaintipäätökset toimivat alueiden taloudellisen kasvun moottoreina. Ne alueet, jotka kykenevät houkuttelemaan osaavaa työvoimaa, menestyvät globaalissa kilpailussa.

Tutkimusten perusteella näyttää siltä, että alueen kulttuuripääomalla on kasvava merkitys osaavan työvoiman ja erityisesti korkean teknologian aloilla toimivien yritysten sijaintipäätöksissä (esim. Dziembowska-Kowalska & Funck 1999; Bayliss 2004). Samalla kuitenkin monessa eri yhteydessä on todettu, että kulttuurin merkitysten empiirinen todistaminen ei ole yksiselitteistä. Miten siis alueen kulttuuripääoman asemaa vetovoimatekijänä voidaan ylipäänsä hahmottaa?

ELÄMÄNLAATU JA OSAAVAN TYÖVOIMAN HOUKUTTELU

Alueen kulttuuripääoma ei toimi työvoiman sijaintipäätöksissä itsenäisenä vetovoimatekijänä, joka yksin ratkaisisi kaupunkien imago-ongelmat. Pikemminkin alueen kulttuuripääoma nivoutuu sijaintipäätöksiä määrittävien tekijöiden ryppäeseen, jonka osa-alueena kulttuurin vetovoimamerkitys realisoituu – jos realisoituu. Kysymys on elämänlaadun tai asuin- ja elinympäristön laadun kokonaisuudesta, jonka osana alueen kulttuuripääoman merkitys konstruoituu.

Elämänlaatu, alueen kulttuuripääoma ja työvoiman sijaintipäätökset kietoutuvat moniulotteisesti myös yritysten toimintaympäristöjen rakentumiseen. Elämänlaatutekijöiden on katsottu vaikuttaneen osaavan työvoiman sijaintipäätöksiin, jolla on puolestaan ollut yhteys innovatiivisen yritystoiminnan houkutteluun ja luovan ilmapiirin kehittymiseen. Siksi viime vuosina on käyty runsaasti keskustelua alueen vetovoiman ja luovien ympäristöjen (*creative milieu*) yhteyksistä. Luovalle alueelle on leimallista yritysten ja yhteisöjen rikas ja monipuolinen tiedon, teknologioiden ja ideoiden vaihto – kollektiivinen oppiminen. Kaikilla mainituilla piirteillä on väljästi tulkiten nähty olevan yhteys innovatiivisen toimintaympäristön kehittymiseen, mikä on tullut esille esimerkiksi yritystoiminnan klusteroitumisen dynamiikassa (Lundequist & Power 2002, 695). Tällaisen luovaksi alueeksi määritellyn verkoston ja positiivisen kehityskierteen muodostumisen lähtökohtana ja moottorina on pidetty juuri osaavan työvoiman houkuttelua (Florida 2002).

Osaava työvoima koostuu monimuotoisesta ihmisjoukosta, jota on lähtökohtaisesti mahdoton rajata esimerkiksi ammattiryhmittäin. Laajasti ajatellen osaajia ovat niin metallimiehet kuin huipputeknologian alojen yritysjohtajatkin. Jonkinlaisia rajanvetoja voidaan kuitenkin tehdä. Raunion (2002, 47) näkemykseen nojautuen globaalitalouden osaajiin sisältyy muun muassa kansainvälisissä virroissa liikkuva poliittinen ja taloudellinen ”eliitti” sekä ns. symboli-analyytikot, joiden työ edellyttää luovaa ongelmanratkaisukykyä. Määrittelyihin tai rajauksiin sen enempää pureutumatta, olennaista alueiden vetovoiman ulottuvuuksien erittelyn kannalta on se, että globaalitalouden osajat edustavat nimensä mukaisesti sellaisia elämäntapoja ja arvoja, joissa korostuu alttius liikkuvuuteen ja herkkyyys muuttopäätöksiin (emt.). Taustalla on vahva usko omaan selviytymiseen ja pärjäämiseen globaalin kilpailutalouden virroissa. Näistä ammattilaisista ja erikoisosaajista kilpailevat niin yritykset kuin alueetkin niiden pyrkiessä vahvistamaan omaa kilpailukykyään.

Elämänlaatuun liittyvät tekijät muodostavat osaavan työvoiman muuttopäätöksissä ainoastaan yhden kerrostuman. Todel-

lisuudessa päätöksentekoprosessit ovat yksilöiden ja perheiden monimuotoisen elämäkokonaisuuden summa ja seuraus, jolloin ihminen suhteuttaa elämänsä eri osa-alueita toisiinsa. Rautio (2002, 50) on jakanut globaalitalouden osajien muuttoalttiutta ohjaavat pääperiaatteet kolmeen ulottuvuuteen:

- Globalitalouden vaeltajien päätöksiä ohjaavat ensisijaisesti kiinnostavat työ- ja uramahdollisuudet.
- Elämänlaatumuuttajat etsiytyvät nimensä mukaisesti sellaisiin paikkoihin, joiden elinympäristön ja elämänlaadun ominaisuudet vastaavat haluttua elämäntapaa ja arvomaailmaa.
- Sosiaaliset suhteet ovat kolmas keskeinen muuttopäätösten motiivi, jolloin henkilökohtaiset ihmissuhteet ja perhesidokset ovat ratkaisevassa asemassa.

Kulttuurinäkökulman kannalta on kiinnostavaa ja relevanttia puurtua nimenomaan elämänlaadun ja muuttopäätösten yhteyksiin. Miten alueen kulttuuripääoma elämänlaadua tuottavana tekijänä heijastuu osaavan työvoiman muuttoalttiuteen?

Lukuisat tutkimukset ovat osoittaneet elämänlaatuun kiinnittyvien tekijöiden merkityksen kasvaneen yritysten ja työvoiman houkuttelussa ja sijaintipäätöksissä (esim. Johnson & Rasker 1995; Castells 1996, 52; Lowe & Crompton 1999; Rogerson 1999; Kotler ym. 1999; Wong 2001; Florida 2002). Elämänlaadun on todettu vaikuttaneen paitsi konkreettisiin sijaintipäätöksiin myös osaavan työvoiman juurtumiseen tietyille paikkakunnalle (Lowe & Crompton 1999, 212). Lisäksi elämänlaadun on havaittu saaneen erilaisia painoarvoja muuttoalueiden ja yritysten ominaisuuksista riippuen. Esimerkiksi Lowe ja Crompton (1999, 217–218) ovat tutkimuksessaan päätelleet, että elinympäristön laatuun liittyvät ominaisuudet ovat pienille yrityksille tärkeämpi sijaintitekijä kuin suuryrityksille. Lisäksi heidän mukaansa erityisesti osaavan työvoiman muutto- ja liikkumispäätöksissä korostuvat juuri elämänlaatuun liittyvät seikat. Siksi he ovat päätelleet, että mitä tärkeämpää yritykselle on koulutetun työvoiman saanti, sitä olennaisemmaksi tekijäksi myös yritysten sijaintipäätöksissä muodostuvat elinympäristön laatuun liittyvät tekijät (emt.).

Alueen kulttuuripääomalla on todettu olevan yhteys sekä alueen vetovoiman että elämänlaadun rakentumiseen (esim. Griffiths 1993, 42). Elämänlaadun, alueen kulttuuripääoman sekä yritysten ja työvoiman sijaintipäätösten välinen suhde ei kuitenkaan ole yksiselitteisesti operationalisoitavissa tai laskettavissa. Kyse on moniulotteisesta ilmiöstä, jossa yksilöiden kokonaisyhyvinvointi ja alueiden sosio-ekonomiset prosessit kytkeytyvät toisiinsa. Peruslähtökohtana näiden yhteyksien analysoinnissa on elämänlaadun käsitteen määrittely. Tällöin on kysyttävä, miten tai missä mielessä voimme ylipäänsä pitää elämänlaatua tutkittavana entiteettinä, kuten Rogerson (1999, 977) on huomauttanut.

Yritysten ja työvoiman sijaintipäätöksiä tarkastelleiden tutkimusten yhteydessä elämänlaatua on operationalisoitu monin eri tavoin. Tutkijoiden keskuudessa ei ole vallinnut yksimielisyyttä siitä, mistä osatekijöistä elämänlaatu koostuu tai miten sen merkityksiä alueen vetovoiman ja sijaintipäätösten osa-alueena tulisi mitata tai arvioida. Esimerkiksi Rogerson (1999) on jakanut elämänlaatua tarkastelleet tutkimukset kahteen peruslähtökohtaan; elinympäristön ominaisuuksia painottaviin sekä yksilölliseen hyvinvointiin kohdistuviin näkökulmiin. Molemmat perspektiivit täydentävät toisiaan. Käsillä olevan tutkimuksen kannalta on relevanttia tarkastella nimenomaan elinympäristökysymyksiä, koska tätä kautta alueen kulttuuripääoma on mahdollista kiinnittää alueellisen kehittämisen näkökulmaan.

Elinympäristön yhteydessä elämänlaatu on yhtäältä rinnastettu erilaisten palveluiden ja fyysisen ympäristön ominaisuuksiin (esim. päivähoito- ja terveydenhuoltopalvelut, elintaso, asumiskustannukset, ilmasto sekä erilaiset kulttuuri- ja vapaa-ajan palvelut). Toisaalta elämänlaadulla on viitattu paikkakunnan ilmapäiriin tai tunnelmaan (*ambiance*). (Lowe & Crompton 1999, 212.) Täten elinympäristön laadun määrittelyihin on sisällynyt joko implisiittisesti tai eksplisiittisesti sekä immateriaalisen että materiaalisen kulttuuripääoman piirteitä.

Elämänlaatu onkin monessa mielessä kulttuurisesti latautunut käsite. Ongelmallista tutkimuksissa on kuitenkin ollut alueen kulttuuripääoman eri merkitysten tunnistaminen elämänlaadun kokonaisuudesta. Kriittinen kysymys ei tällöin ole ollut ainoastaan se, miten montaa muuttujaa tai minkälaisia analyyttisiä kategorioita tutkimuksissa on käytetty (Lowe & Crompton 1999, 212). Pikemminkin problemaattista on ollut se, ovatko alueen kulttuuripääoman aineelliset ja aineettomat piirteet ylipäänsä kategorisoitavissa tai luokiteltavissa esimerkiksi tilastanalyysia varten elämänlaadun osa-alueiksi? On kysyttävä, miten alueen kulttuuripääoman roolia voidaan ylipäänsä jäsentää elämänlaatua ja vetovoimaa tuottavana tekijänä?

Perushavaintonani on ollut se, että miltei kaikissa yritysten ja työvoiman sijaintipäätöksiä tarkastelleissa tutkimuksissa kulttuurinäkökulma on tavalla tai toisella sisällytetty elämänlaadun käsitteeseen. Esimerkiksi Rogerson (1999, 981) on Bowlingin tuloksiin viitaten listannut ihmisten elämänkokonaisuuden merkittävimmät asiat tärkeysjärjestykseen. Vaikka luokittelu pelkistää todellisuutta, voidaan sen perusteella saada jonkinlainen ote myös kulttuurinäkökulmaan. Perhesuhteisiin, terveyteen, työhön ja elintason liittyvät seikat ovat luonnollisesti listan kärjessä. Alueen kulttuuripääoman kannalta mielenkiintoisia ovat esimerkiksi sosiaaliseen elämään ja vapaa-ajan aktiviteetteihin (listalla 8.) sekä spirituaaliseen elämään (11.) liittyvät seikat. Kulttuurin talous tarjoaa osaltaan harrastus- ja vapaa-ajanviettomahdollisuuksia, värittää sosiaalista elämää, tukee toisinaan henkistä hyvinvointia sekä antaa kasvattavia elämän kokemuksia.

Raunio ja Linnamaa (2000) ovat puolestaan tutkineet Suomessa asuin- ja elinympäristön laadun merkitystä osajien muuttopreferenssien ja kaupunkiseutujen kilpailukyvyyn näkökulmasta. Tutkimuksessaan he ovat jakaneet asuin- ja elinympäristön analyyttisesti neljään elementtiin: taloudelliseen (työ- ja uramahdollisuudet, asumiskustannukset ym.), sosiaaliseen (turvallisuus, sosiaaliset suhteet ym.), toiminnalliseen (palvelut ja seudun saavutettavuus) sekä fyysiseen (asuinalueen viihtyisyys, luonnon-

läheisyys jne.) osa-alueeseen. Osaavan työvoiman sijaintipäätöksiin vaikuttivat tutkimuksen mukaan ennen muuta asuinymppäristön viihtyisyyteen, sosiaalisiin suhteisiin sekä työpaikan laatuun liittyvät tekijät. Kulttuuriset erityispiirteet nousivat kyselyaineistossa esille lähinnä välillisesti (monen eri muuttujan taustalla vaikuttavina tekijöinä), eivät niinkään yksittäisen palvelumuodon kautta ilmenevänä tarpeena. Mielestäni tämäkin tulos kuvastaa kulttuurin, talouden ja aluekehityksen hybridistä luonnetta. Yksittäisen kulttuurisen avainvetovoimatekijän nimeämisen sijaan alueen kulttuuripääoma kietoutuu aluetalouteen vetovoimatekijänä monien sosiaalisten, yhteisöllisten, taiteellisten, ympäristöllisten tekijöiden summana, josta muodostuu osaltaan paikan tai alueen imagon kokonaisuus, paikan henki.⁷⁶

Alueen vetovoiman, kulttuuripääoman, elämänlaadun ja osaavan työvoiman sijaintipäätösten yhteyksiä tukee osaltaan myös paljon keskustelua herättänyt Floridan (2002, 223–234) tutkimus luovissa ammateissa toimivien ihmisten preferensseistä. Tutkimuksessaan hän on pohtinut luovuuden klusteroitumisen sosiospatiaalisia mekanismeja Yhdysvalloissa. Tarkastelun lähtökohtana on ollut se, että osaajien tai niin sanottujen luovien luokkien houkuttelu on alueiden kilpailukyvyyn keskeinen elementti ja alueiden uudistumisen voimanlähde. Tutkimusta varten suoritettujen haastattelujen perusteella luovan luokan edustajia vetivät puoleensa monipuoliset työmarkkinat, elämäntyylikelijät, sosiaalinen vuorovaikutteisuus, elinympäristön kulttuurinen diversiteetti sekä alueen autenttisuus, identiteetti ja elinympäristön laatu. (emt.)

Florida (2002, 223–224) ei viitannut monipuolisilla työmarkkinoilla niinkään yksittäisten työpaikkojen vetovoimaan,

⁷⁶ Osaavan työvoiman sijoittumiseen vaikuttavat Raunion ja Linnamaan (2000, 10) mukaan paikallisten työmarkkinoiden ja saavutettavuuden lisäksi paikalliseen kulttuuriin liittyen asuinymppäristön laatu sekä tietoisuus paikasta ja sen ”hengestä”. Vastavasti heikkolaatuinen asuin- ja elinympäristö muodostaa seudulle kilpailuhaitan, koska se vähentää osaavan työvoiman ja näin ollen myös heitä työllistävien yritysten halukkuutta sijoittua alueelle. Elämänlaatu ei täten ole tutkijoiden mukaan ainoastaan alueen sosiaalisen kehityksen mittari vaan myös tärkeä osa kaupunkiseudun kilpailukykyä ja elinkeinopolitiikkaa.

vaan pikemminkin työmarkkinoiden leveyteen, jotka luovat monipuolisia näköaloja tulevaisuuden työurien kannalta, eräänlaisen mahdollistavan toimintaympäristön. Erilaiset viihde- ja kulttuuripalvelut synnyttivät puolestaan elämäntyyliin kiinnittyvää vetovoimaa alueille, mikä osaltaan vaikutti luovissa ammateissa toimivien sijainti- ja muuttopäätöksiin. Vetovoimaisen alueen oli tarjottava myös sosiaalisen vuorovaikutuksen mahdollisuuksia kodin ja työn ulkopuolella, millä Florida viittasi vapaamuotoisiin kohtaamisen tiloihin (esimerkiksi kahvilakulttuuriin). Nämä sosiaaliset ”areenat” toimivat ammattinsa vuoksi liikkuvien, ”kvasianonymiteetin” omaavien, henkilöiden arkielämän merkittävinä sosiaalisina kenttinä. Landry (2000, 120) on tulkinnoissaan päätenyt siihen, että sosiaalisesti heterogeeniset kaupunkikeskustojen julkiset tilat (ravintolat, kahvilat, kirjastot, teatterit jne.) toimivat sellaisina ”neutraaleina alueina” (*neutral territory*), jotka ruokkivat ja stimuloivat luovaa ajattelua.

Myös kulttuurinen diversiteetti ja siihen olennaisesti liittyvä avoin sekä suvaitsevainen ilmapiiri houkuttelivat Floridan mukaan kaupunkeihin luovissa ammateissa toimivia ihmisiä ja heidän perheitään. Diversiteetti luo alueelle energisen, jännittävän ja tapahtumarikkaan ilmapiirin, joka osaltaan ruokkii ja stimuloi luovuutta. Tällä tavoin ilmenevä monikulttuurisuus ei Floridan (2002, 227) mielestä edellytä sitä, että kaupungin olisi oltava suuri metropoli, mutta se edellyttää, että kaupunki on kosmopoliittinen, erilaisia kulttuureja suvaitseva ”sulatusuuni”.⁷⁷

Luova luokka preferoi Floridan (2002) tutkimuksen mukaan siis moniarvoisia ja kulttuurisesti monimuotoisia alueita, joissa vallitsee avoin ja suvaitsevainen ilmapiiri. Kulttuuristen ja sosiaalisten palveluiden sekä harrastus- ja osallistumismahdollisuuksien moninaisuus toimii luovan luokan yhtenä vetovoimatekijänä.

⁷⁷ Yleisilmeeltään moniarvoista kaupunkia on kutsuttu monikulttuuriseksi, jolla on tarkoitettu alakulttuurisesti rikasta kaupunkia. Alakulttuurilla on viitattu muun muassa etnisiin, ideologisiin, seksuaalisiin, kulttuurisiin, radikaaleihin tai anarkistisiin ryhmiin. Monikulttuurisuus on moniperspektiivisyyttä; näköalojen, mielipiteiden ja mielikuvien monipuolisuutta – vaihtoehtoisia tapoja ajatella, erilaisia arvoja ja normeja. (esim. Helenius-Mäki 2001, 71.)

Myös paikan autenttisuus on keskeinen luovan luokan vetovoimatekijä, millä myös on yhteys alueen kulttuurisiin erityispiirteisiin (Florida 2002, 228). Autenttinen ja ainutkertainen ympäristö rakennettuine ympäristöineen, historiallisine asuinalueineen, musiikkikulttuureineen ja erilaisine tyylivirtauksineen luo alueille sitä hohdokkuutta ja imua, joka vetoaa luoviin ammattilaisiin.

Luovien luokkien elämäntapoihin kuuluu työpaikkojen vaihtuvuus ja ammatteihin liittyvien identiteettien jatkuva muutos. Siksi Florida (2002, 229–231) on päätellyt, että paikan identiteetin ja elämäntyylien merkitykset korostuvat luovien luokkien muuttopäätöksissä. Yrity maailmaan sitoutuneiden osaajien preferensseissä paikkojen ja alueiden persoonallisella statuksella on ikään kuin palkkatyön leimaaman arjen vastapainona yhä suurempi merkitys. Samalla hän on tullut kiistäneeksi Suomen kontekstissa esitetyn väitteen, jonka mukaan alueen ”vetovoimainen imago muodostuu nimenomaan yrityksestä ja sen tarjoamista mahdollisuuksista” eikä niinkään alueen muista ominaispiirteistä ja identiteetistä (Raunio 2002, 74–75). Tutkimuksen tulokset on kuitenkin suhteutettava yhdysvaltalaiseen kontekstiin, jossa osaajilla on usein enemmän valinnanmahdollisuuksia sijaintipäätösten yhteydessä. Suomen kaltaisessa pienessä ja kulttuurisesti varsin homogeenisessä yhteiskunnassa on luontevaa, että työpaikan sijaintiin liittyvillä tekijöillä on suhteellisesti suurempi painoarvo osaavan työvoiman muuttopäätöksissä.

Kaiken kaikkiaan alueen kulttuurinen diversiteetti ja luova ilmapiiri kietoutuvat Floridan ajattelussa moniulotteiseksi imagolliseksi kokonaisuudeksi, minkä perusteella luova luokka mieltää alueen vetovoimaiseksi tai heille vieraaksi. Osaavan työvoiman sijaintipäätöksiin vaikuttaa työmarkkinoiden, kulttuurisen diversiteetin, elämäntyylin, vuorovaikutteisuuden, autenttisuuden ja identiteetin kokonaisuus, mitä Florida (2002, 231) on kutsunut kokoavasti paikan laaduksi (*quality of place*). Paikan laatu jakautuu kolmeen elementtiin: fyysisen elinympäristöön, sosiaalisen vuorovaikutukseen sekä kulttuurisiin toiminta- ja va-

paa-ajanviettomahdollisuuksiin. Täten myös Floridan tutkimuksessa tulivat esille sekä alueen kulttuuripääoman materiaaliset että immateriaaliset piirteet elämänlaatua ja työntekijöiden liikkumista määrittävinä tekijöinä. Lundequist ja Power (2002, 699) ovat kiteyttäneet elämänlaadun merkityksen näin:

In short one cannot forget that people are not only skilled inputs into productive processes; they also desire stimulating and fun social contexts that add to a high quality of life.

Dziembowska-Kowalska ja Funck (2000, 5) ovat puhuneet alueiden vetovoiman yhteydessä laajasti alueen sosiokulttuurisesta ekologiasta (*socio-cultural ecology*), joka sisältää kulttuuritoimintojen lisäksi myös koulutukseen ja vapaa-aikaan liittyviä mahdollisuuksia, terveystalvuuksia sekä muita sosiaalisia instituutioita, jotka samalla muovaavat paikkakunnan kollektiivista arvoa maailmaa ja asenneilmapiiriä. Sosiokulttuurinen ekologia muodostuu myös alueen yrittäjyysilmapiiristä (*regional business climate*), joka toimii yritysten vetovoimatekijänä. Yrittäjyysilmapiiri on puolestaan kytköksissä muun muassa ihmisten työmoralliin, joka on historian myötä kehittyneen alueidentiteetin ja kollektiivisten tietorakenteiden tulos. Kaiken kaikkiaan Dziembowska-Kowalska ja Funck (2000, 5) ovat nähneet alueen kulttuuripääoman ikään kuin aluetalouden keiton suolana (*cultural 'salt' in the 'soup' of the regional economy*), jolla on monia ulkoisia ja sisäsyntyisiä vaikutuksia alueiden elinkeinotoiminnan kehittämiseen.⁷⁸

⁷⁸ Alueen vetovoiman, kulttuurisen moniarvoisuuden, kulttuuripalvelujen, elämäntyylien, elämänlaadun ja alueiden kilpailukykyyn toisiinsa liittäminen ei ole kaupunkien kehittämistyössä aivan uusi oivallus. Esimerkiksi Yhdysvalloissa, Saksassa ja Britanniassa elämänlaatuun ja kulttuuriin perustuvaa kaupunki-markkinointia on harjoitettu jo 1980-luvulta lähtien reaganismin ja thatcherismin liberaalin markkinatalouden aikana (Booth & Boyle 1993; Friedrichs & Dangschat 1993; Gold 1994, 34; Holcomb 1994, 125). Samalla elämänlaadun korostuminen osana kaupunkien markkinointia on kytkeytynyt myös laajemmin kulttuuripoliittikan ja kaupunkien strategisen kehittämistyön vuorovaikutuksen tiivistymiseen, joka sai alkunsa, kuten aiemmin on käynyt ilmi, monissa Länsi-Euroopan kaupungeissa jo 1970-luvulla (Bianchini 1993).

Kuvattujen esimerkkien valossa näyttää siltä, että elinympäristön laatu on vuosien kuluessa noussut entistä korostuneemmin alueiden kilpailukyvyyn ja vetovoiman osa-alueeksi, ja siksi monet kaupungit ovat nostaneet myös kulttuurisektorin yhä keskeisempään asemaan strategisessa kehittämistyössä. Florida (2002, 283) on peräänkuuluttanut ”luovuusstrategian” suunnittelun tärkeyttä osana kaupunkien elinkeinopolitiikkaa. Suorien yritystukien tai näyttävien imagollisten rakennusinvestointien sijaan kilpailukyvyyn ja osaamisen tason lisäämiseen pyrkivien alueiden ja kaupunkien tulisi hänen mukaan kiinnittää entistä enemmän ”strategista huomiotaan” kulttuurista diversiteettiä tuottavan toimintaympäristön kehittämiseen, uusiin ja vaihtoehtoisiin elämäntyyli mahdollisuuksiin sekä vapaa-ajan palveluihin ja avoimen, ”kumouksellisen”, ilmapiirin luomiseen. Nämä ovat Floridan mukaan tekijöitä, jotka houkuttelevat luovissa ammateissa toimivia osaajia sekä stimuloivat alueille luovaa kehittämisen eetosta, millä taas on ensiarvoisen tärkeä merkitys alueiden taloudellisen menestyksen kannalta pitkällä aikavälillä. Osin tästä johtuen myös Suomessa on viime vuosina puhuttu kokonaisvaltaisesta elinkeinopolitiikasta, jolla on haluttu korostaa sitä, että kaupunkien kehittämistyössä tulisi kiinnittää yhä enemmän huomiota suorien subventioiden (kuten yritystukien ja fyysisen infrastruktuurin) ohella yritysten toimintaympäristöjen laatua parantaviin kilpailutekijöihin (Nupponen 2001). Tämä avarampi strateginen ote on nostanut kulttuuri-imagot ja niiden vetovoimamerkitykset aivan uudella tavalla alueiden elinkeinopolitiikan ja strategisen kehittämistyön ytimeen.

ALUEEN KULTTUURIPÄÄOMA YRITYSTEN VETOVOIMATEKIJÄNÄ

Kuten edellä tuli esille, työvoiman ja yritysten sijaintipäätökset muodostavat toisiinsa kietoutuvan kokonaisuuden. Molemmissa prosesseissa alueen kulttuuripääomalla on oma roolinsa. Tämän kokonaisuuden hahmottamiseksi on pohdittava paitsi työvoiman liikkumispäätösten logiikkaa myös tunnistettava ne mekanismit,

joiden perusteella yritykset tekevät investointi- ja sijaintipäätöksiä.

Yritysten sijoittumiseen vaikuttavista tekijöistä on tehty runsaasti tutkimuksia. Rainisto (2003, 114–115) on esimerkiksi väitöskirjassaan tuonut esille tutkimuksen, jossa yritysten keskeisiä sijaintitekijöitä on selvitetty yhdeksässä Euroopan maassa 506 yrityksen osalta. Tulosten mukaan yritysten sijaintiin vaikuttivat vuonna 2002 seuraavat tekijät (kirjattu tärkeysjärjestyksessä):

- laadukkaan ja osaavan työvoiman saatavuus
- markkinoiden ja asiakkaiden saavutettavuus
- liikenneyhteydet muihin kaupunkeihin ja ulkomaille
- tietoliikenneyhteyksien laatu
- hallitusten luomat edellytykset yritystoiminnalle (mm. verotus, rahoitusmahdollisuudet ja erilaiset kannustimet)
- henkilöstökustannukset
- toimistotilojen kustannustaso
- toimistotilojen saatavuus
- liikenneyhteyksien sujuvuus kaupungissa ja lähiympäristössä
- paikallinen pääkieli
- työntekijöiden elämänlaatu
- saasteettomuus.

Listasta voidaan tunnistaa joitakin kulttuurisesti latautuneita piirteitä, kuten paikallisen kielen merkitys, osaavan työvoiman saatavuus sekä työntekijöiden elämänlaatu. Niiden yhteydessä alueen kulttuuripääoma on ikään kuin kätkeytynyt piileväksi ominaisuudeksi muuttujien taakse. Vastaava päätelmä voidaan tehdä myös suomalaisten tutkimusten osalta. Esimerkiksi Silanderin ym. (Kostiainen 1999, 51) tutkimuksessa yritysten sijaintipreferenssien tärkeysjärjestys muodostui seuraavaksi:

- työvoimatekijät (työvoiman saatavuus, koulutustaso, ammattitaito, tuottavuus ja pysyvyys)
- markkinatekijät (asiakkaiden läheisyys, laajentuvat markkinat, tonttien saatavuus ym.)

- kustannustekijät (maan hinta, toimitilojen hinta, työvoimakustannusten taso ym.)
- liikennesijainti (kuljetus ja liikenneyhteydet, rautatien läheisyys, sataman läheisyys ym.)
- elinympäristö (harrastusmahdollisuudet, kulttuuripalvelut, kunnan päivähoitotilanne ym.)
- mahdolliset tuet (kunnan rahoitustuki, hyvät kehitysalue-edut, kunnan valmius tarjota toimitiloja ym.)
- tietoympäristö (tutkimuspalvelujen läheisyys, koulutuspalvelujen läheisyys, korkeakoulun läheisyys ym.).

Keskuskauppakamari (2003) on puolestaan teettänyt vuonna 2002 Taloustutkimuksella selvityksen suomalaisten yritysten sijaintipäätöksiin ja kilpailukykyyn vaikuttavista tekijöistä. Kyselyyn vastasi kaikkiaan 927 yritysjohtajaa. Tulosten mukaan keskeisimpiä yritysten sijaintipaikkapäätöksiin vaikuttaneita tekijöitä olivat sopivan työvoiman saatavuus, liikenneyhteydet sekä turvallinen ja viihtyisä elinympäristö. Selvityksen mukaan viihtyisän elinympäristön merkitys yritysten sijaintipäätöksiin vaikuttavana tekijänä on kasvamassa, jonka osa-alueena tosin kulttuuripalveluilla ei sinänsä nähty olleen huomattavaa painoarvoa. Käytetyssä kyselylomakkeessa kulttuuria kuvaavia luokkia olivat ”kulttuuritarjonnan” ja ”kulttuuripalvelujen” termit. Juuri tämänkaltaista, todellisuutta pelkistävää, muuttujien empiristä kategorisointia voidaan kuitenkin pitää yritysten sijaintipäätösten ja alueen kulttuuripääoman yhteyksien hahmottamisen kannalta riittämättömänä. Emme voi tarttua niiden valossa kokonaisvaltaisesti kulttuurin, talouden ja aluekehityksen vuorovaikutuksen dynamiikkaan.

Alueen kulttuuripääoman eri ulottuvuuksien tunnistaminen yritysten sijaintipäätöksistä on kyselyjen ja tilastomenetelmien keinoin ongelmallista. Edellä esitetyissä tutkimuksissa kulttuurinäkökulma on pelkistynyt muuttujiksi, joita on epäkriittisesti kuvattu muun muassa elinympäristön laaduksi ja kulttuuripalveluiksi. Elinympäristön laadun karsinoiminen erilliseksi muuttujaksi ja kulttuurisen ulottuvuuden redusoiminen kulttuu-

ripalveluiksi antaa kapean kuvan alueen immateriaalisen ja materiaalisen kulttuuripääoman dynamiikasta osana alueiden kokonaisvetovoimaa.

Problemaattista monissa tutkimuksissa tai selvityksissä on esimerkiksi ollut työvoiman saatavuuden ja elämänlaadun analyytinen erottaminen toisistaan (yritysten sijaintipäätösten yhteydessä), kuten esimerkiksi Lowe ja Crompton (1999, 216) ovat tehneet. Heidän mukaan yritysten sijoittumiseen vaikuttavat suhteellisesti eniten seuraavat elämänlaatutekijät: ympäristön laatu, ilmasto/sää, alueen ilmapiiri (*ambience of area*), pendelöintiin tarvittava aika sekä koulutustarjonnan taso. Myös kulttuurisilla mahdollisuuksilla ja palveluilla (*cultural opportunities*) – jotka oli kategorisoitu erilliseksi muuttujaksi – arvioitiin olleen yritysten sijaintipäätösten kannalta merkitystä, joskin tuo merkitys oli edellä kuvattuja elämänlaatutekijöitä vähäisempi. Kuten on tullut esille, työvoiman saatavuus kietoutuu kuitenkin moniulotteisemmin elämänlaadun ja alueen kulttuuripääoman problematiikkaan.

Alueen kulttuuripääomalla voidaan arvioida olevan kasvava merkitys yritysten sijaintipäätöksissä, vaikka sen merkitys ilmenee välillisesti ja sen empiirinen todentaminen on vaikeaa. Vahvistusta tälle väitteelle antavat tutkimukset, joissa on osoitettu niin sanottujen pehmeiden sijaintitekijöiden merkityksen kasvaneen elinkeinoelämän sijaintipäätöksiä ohjaavina periaatteina (Ashworth & Voogd 1990, 4; Friedrichs & Dangschat 1993, 131; Fisher 1994; Korpipää & Saarela 1995, 48; Dziembowska-Kowalska & Funck 1999; Kotler ym 1999; Wong 2001, 26; Bayliss 2004). Esimerkiksi Kotler ym. (1999, 42–43) ovat jakaneet yritysten sijoittumista ohjaavat periaatteet koviksi ja pehmeiksi vetovoimatekijöiksi. Koviin vetovoimatekijöihin he ovat sisällyttäneet muun muassa alueen taloudellisen kehityksen vakauden, yleisen kustannustason, infrastruktuurin ja palvelurakenteen ominaisuudet sekä alueen sijaintiin liittyvät tekijät. Vastaavasti pehmeitä vetovoimatekijöitä ovat muun muassa tuotantorakenteen erikoistumiseen ja elämänlaatuun liittyvät tekijät, osaavan työvoiman saatavuus, kulttuuri, alueen johtamiskäy-

tännöt ja henkilökohtaiset kontaktit. Kovat vetovoimatekijät ovat Kotlerin ym. (emt., 42–43) mukaan luonteeltaan enemmän tai vähemmän objektiivisesti mitattavia, kun taas pehmeät vetovoimatekijät edustavat pikemminkin subjektiivista näkemystä potentiaalisen sijoittumispaikan ominaisuuksista ja yritykselle suotuisasta ”hengestä”. Myös Dziembowska-Kowalska ja Funck (1999, 1389) ovat määritelleet kovat sijaintitekijät sellaisiksi, joilla on suoria ja mitattavia taloudellisia nettovaikutuksia yritysten toimintaan. Niillä on välitön ja konkreettinen yhteys markkinavoimien logiikkaan. Aineettomia ominaisuuksia sisältäviä pehmeitä sijaintitekijöitä (*soft intangible factors*) on sen sijaan empiirisesti vaikeampi todentaa, kvantifioida, mitata tai havaita eikä niiden taloudellisia vaikutuksia voida määrällisesti spesifioida (emt.). Wong (2001, 26) on vastaavasti erottanut toisistaan traditionaaliset (klassiseen taloustieteeseen perustuvat) sijaintitekijät sekä immateriaaliset (*intangible*) paikallistalouksien kehityksen elementit.

Tutkimusten perusteella näyttää ilmeiseltä, että jälkiteollisissa tietoyhteiskunnissa kovien sijaintitekijöiden merkitys on vähentymässä yritysten sijaintipäätöksissä. Vastaavasti alueiden imagoon ja ilmapiiriin kiinnittyvien pehmeiden tekijöiden merkitys alueellisena menestystekijänä on korostumassa (Kotler ym. 1999, 227). Tämä johtuu siitä, että yritysten ja markkinoiden toimintaa ohjaa yhä enemmän erilaiset sosiaaliset ja kulttuuriset tekijät, kuten specialisoituneen tiedon saanti, toimintaympäristön luovuus ja virikkeellisyys sekä monipuolisen ja osaavan työvoiman saanti. Samalla erilaiset kulttuuriaktiiviteetit ovat saamassa yhä keskeisemmän strategisen aseman alueiden kilpailukyvyn kokonaisuudessa.

Esimerkiksi Saksassa on osoitettu, että yritykset ovat tehneet sijaintipäätöksiä osittain alueellisen imagon ja ”yhdyskuntien pehmeiden arvojen” perusteella (Ilmonen 1992, 120; Friedrichs & Dangschat 1993, 131; Korpipää & Saarela 1995, 48; Dziembowska-Kowalska & Funck 1999). Pehmeät yhdyskuntatekijät ovat liittyneet kulttuuriin sekä laajemmin alueen vapaaajan viettomahdollisuuksiin ja koulutustarjontaan, millä on ol-

lut yhteys osaavan työvoiman (*human capital*) saatavuuteen.⁷⁹ Esimerkiksi Dziembowska-Kowalska ja Funck (2000, 6–10) ovat Saksassa tekemässään tutkimuksessaan osoittaneet Karlsruhen kaupungin kulttuuri-instituutioiden vaikuttaneen siihen, että yritykset ovat sijoittuneet kyseiselle alueelle. Yrityskyselyn perusteella merkittävä osa alueen yrittäjistä näki paikallisilla kulttuurilaitoksilla (teattereilla, orkestereilla, museoilla ja näyttelyillä) olleen positiivisia vaikutuksia yritystoiminnan kilpailukykyyn. Nämä vaikutukset tulivat esille erityisesti korkean teknologian alan yrityksissä ja palvelusektorilla. Kulttuurilaitokset ja koko symbolitalous muodostavat kaupungeille sellaisen imagollisen kilpailuedun, jolla on merkitystä uusien yritysten ja investointien houkuttelussa sekä tuotteiden brandien rakentamisessa (Zukin 1995, 12 ja 75).⁸⁰

Elämänlaatuun ja kulttuuriin kiinnittyvien vetovoimatekijöiden painoarvon kasvun johdosta monet keskieuropallaiset kaupungit ovat pyrkineet luomaan itselleen uudenlaista, yrityksiä kiinnostavaa ”pehmeämpää imagoa”, joka perustuu osittain kulttuuriin ja taiteeseen. Tämä on tullut esille – kuten olen aiemmin kuvannut – esimerkiksi kaupunkien markkinoinnissa, jonka osa-alueena alueen kulttuuripääoman sisällöt (kulttuuripalvelut, kaupunkikeskustan elävyys, luova ilmapiiri ja niin edelleen) ovat saaneet aivan uudenlaisen painoarvon (esim. O’Connor & Wynne 1996b, 61; Rainisto 2003, 14).

Pehmeiden ja kovien sijaintitekijöiden merkitys on vaihdellut eri markkinointisukupolvien aikana. Kotler ym. (1999, 103–15; Kostiaista 2001b soveltaen) ovat erottaneet alueiden mark-

⁷⁹ Havainto ei ole aivan uusi, sillä jo 1970-luvulla tehtiin ensimmäisiä tutkimuksia, jotka osoittivat, että kulttuuripalveluilla ja elämänlaatutekijöillä on merkitystä yritysten sijaintipäätöksissä, erityisesti niiden pyrkiessä houkuttelemaan korkeasti koulutettua työvoimaa. Jo tuolloin todettiin, että kulttuuri luo alueille positiivista yrittäjyysilmapiiriä ja elävöittää kaupunkielämää, mikä lisää alueiden vetovoimaisuutta yritysten sijaintipaikkana sekä työskentely- ja asuinympäristönä (Cwi 1980; Shanahan 1980).

⁸⁰ Myös kulttuuritapahtumien osalta on esitetty argumentteja, joiden mukaan festivaalit houkuttelevat alueille välillisesti uutta yritystoimintaa ja parantavat täten epäsuorasti myös alueen työllisyyttä. O’Haganin (1992, 62) mukaan kaupunki, jossa on laadukas kulttuuritapahtuma voidaan nähdä potentiaalisten yrittäjien silmissä sellaisena, jonka työvoima on laadukasta ja motivoitunutta. Lisäksi festivaalien järjestämispaikka voidaan mieltää miellyttäväksi alueeksi yritysten johdon ja työntekijöiden keskuudessa.

kinoinnista eri vaiheita ja ajanjaksoja, joiden aikana markkinoinnin sisällöt ja painopisteet ovat muuttuneet. Yritysten kovia sijaintitekijöitä on vähitellen täydennetty asukkaiden elämänlaatua ja kulttuuriympäristöä korostavilla elementeillä. Ensimmäinen markkinointisukupolvi pyrki 1960-luvulla houkuttelemaan erityisesti raskasta teollisuutta vetoamalla alhaisiin tuotantokustannuksiin, halpaan työvoimaan, maan alhaiseen hintatasoon, verohelpotuksiin ja niin edelleen. Myöhemmin 1970- ja 1980-luvuilla siirryttiin toisen sukupolven markkinointistrategioihin. Markkinoinnin kohderyhmät laajenivat teollisuustyövoimasta muun muassa turismiin ja vientiteollisuuteen. Vähitellen 1990-luvulle tultaessa elämänlaatuun, kulttuuriin, myynteihin ja identiteetteihin liittyvät tekijät tulivat alueiden markkinoinnissa yhä keskeisempään asemaan (esim. Watson 1991, 68).

Kulttuurin kasvava asema alueiden markkinoinnissa ja yritysten sijaintipäätöksissä ei kuitenkaan ole ollut kiistaton ja itsestään selvä asia. Esimerkiksi Myerscoughin (1988, 136–143) Britanniaa koskeneen tutkimuksen mukaan kulttuuri-infrastruktuuri houkuttelee alueille yritystoimintaa, mutta yritykset tekevät sijaintipäätöksiä edelleen ensisijaisesti kovien liiketoiminnallisten toimintaedellytysten perusteella (markkinoiden läheisyys, kuljetuskustannukset, alihankintaverkostot, työvoiman ja toimitilojen saatavuus ja niin edelleen). Hansenin (1995, 312–313) tulkinnan mukaan kulttuuri-infrastruktuurilla ei täten ole ratkaisevaa merkitystä yritysten sijainnin kannalta. Myös Young ja Lever (1997) ovat kyseenalaistaneet kulttuurin merkityksen yritysten sijaintipäätöksissä. Manchesterin kaupunkia koskeneessa tutkimuksessaan he tulivat siihen johtopäätökseen, ettei jälkiteollisen kaupungin imagolla (jota muovaavat vapaa-ajanviettomahdollisuudet ja kulttuuritoiminnot) ole yritysten sijaintipäätöksissä keskeistä merkitystä. Yritysten sijainti perustuu heidänkin mukaansa edelleen ensisijaisesti konkreettisiin infrastruktuuri-tekijöihin, kuten toimistotilojen saatavuuteen ja hintaan, liikenneyhteyksiin ja työvoiman saatavuuteen. Siksi he suhtautuivat skeptisesti ”jälkiteollista henkeä” tuottavan kaupunkimarkkinoinnin toimivuuteen vetovoimatekijänä Manchesterin kaupungin kon-

tekstissa.

Yritysten sijaintipäätösten, elämänlaadun ja kulttuurin yhteyksistä ei siis vallitse tutkijoiden keskuudessa yksimielisyyttä. Kriittisissä puheenvuoroissa tutkimusten käsitteitä on moitittu epämääräisiksi ja häilyviksi – tai Markusenin (1999) termein on puhuttu teoreettisesta ja empiirisestä epätarkkuudesta tai epäselvien käsitteiden käytöstä. Bayliss (2004, 500–501) onkin aivan aiheellisesti huomauttanut, että alaa koskevia tutkimuksia leimaa sekavuus. Hänen mukaan tutkimusten on ollut vaikeaa osoittaa, mikä rooli kulttuurisella elämänlaadulla (*cultural quality of life*) on ”todella” ollut yritysten sijaintipäätöksissä. Konkreettiset empiiriset esimerkit ovat puuttuneet.

Kuten olen aiemmin – esimerkiksi Markusenin (1999) kritiikkiin viitaten – todennut, nähdäkseni tutkimusten sekavuus ilmentää teoreettis-metodologista haasteellisuutta. Vetovoiman ja alueen kulttuuripääoman yhteydet eivät aina taivu empiirisesti mitattaviin ja jyrkkärajaisiin kategorioihin, vaan kyse on kulttuurin ja talouden hybridisestä suhteesta. Näiden yhteyksien olemassaolo ei pelkisty ainoastaan kausalliteettien tunnistamiseen, sillä kysymys on eri sijaintitekijöiden kompleksisesta kokonaisuudesta. Alueen kulttuuripääoma toimii yritysten sijaintipäätösten kannalta kehityksen mahdollistajana ja toimintaedellytyksiä luovana tekijänä – ei luonnonlainomaisena kausaalisena voimana.

Yritysten sijaintitekijöiden painoarvon mittaamiseen ja keskiarvojen laskemiseen pohjautuva lähestymistapa voidaan liittää talousmaantieteelliseen tutkimusperinteeseen. Tutkimusten metodologiset valinnat ovat heijastelleet talousmaantieteellisten sijaintiteorioiden rationalistista tapaa hahmottaa taloudellisen toiminnan lainalaisuuksia.⁸¹ Rationalismi viittaa epistemologiseen

⁸¹ Laajassa mielessä pehmeitä sijaintitekijöitä, elämänlaatua ja paikkakunnan ilmapiiriä korostavien kulttuuristen näkökulmien esille nousu aluetaloudellisissa analyyseissä ilmentää aluetieteellisessä ajattelussa tapahtunutta paradigman muutosta, jota olen aiemmin kuvannut kulttuuriseksi käänteeksi (Brons & Pellenbarg 2003, 16–17). Kulttuurisen käänteen myötä talousmaantieteessä ryhdyttiin kiinnittämään yhä enemmän ja yhä moniulotteisemmin huomiota talouselämän ja kulttuurin välisiin kytköksiin, mikä on heijastunut sekä tutkimusmenetelmiin että tutkimusten ongelmanasetteluihin.

tuotkimusotteeseen, jossa tiedon tuottaminen on perustunut matemaattis-analyttisiin menetelmiin, jotka ammentavat selittävää voimaa tilastollisista monimuuttujamenetelmistä. Sijaintiteorioiden mekanistinen logiikka on pelkistänyt todellisuutta ja jättänyt usein talouselämän dynamiikan laadulliset ulottuvuudet tarkastelujen ulkopuolelle.

Nähdäkseni yritysten ja työvoiman sijaintipäätösten dynamiikan ymmärtäminen edellyttää näkemystä alueiden sosiaalisista konteksteista. Tarvitsemme mittaamisen ohella kokonaisvaltaista ja relationaalista tulkintaa kovien ja pehmeiden sijaintitekkijöiden välisen suhteen rakentumisesta sekä niiden sosiaalisesta välittyneisyydestä. Jatkossa tarkastelen näitä kysymyksiä paikallisten diskurssien valossa. Diskurssit kätkevät sisäänsä argumentteja, joissa nousee esille – joko eksplisiittisesti tai implisiittisesti – kovien ja pehmeiden sijaintitekkijöiden yhteenkietoutuminen. Eri sijaintitekkijöiden vuoropuhelun ja tulkinnallisuuden näkökulmat kyseenalaistavat kovien ja pehmeiden sijaintitekkijöiden jyrkkärajaisen tai dualistisen erittelyn. Kovat sijaintitekkijät ovat edelleenkin olemassa ja vaikuttavat olennaisella tavalla yritysten sijaintipäätöksiin, mutta niiden sisältämistä kerrostumista on tunnistettavissa myös pehmeiden sijaintitekkijöiden (kulttuurisia) piirteitä. Alueiden taloudellinen menestys riippuu viime kädessä kovien (kuten infrastruktuurin ja tonttien saatavuuden, alueen saavutettavuuden) ja pehmeiden (kuten sosiaali-, terveys- ja kulttuuripalveluiden, elinympäristön laadun sekä moniarvoisen ilmapiirin) sijaintitekkijöiden kombinaatiosta (Wong 2001). Kyse ei ole joko–tai-asetelmasta.

Materiaaliset sijainti- ja kustannustekijät ovat edelleen kiistatta keskeisiä yritysten sijaintipäätöksiin vaikuttavia tekijöitä. Niiden rinnalla alueen kulttuuripääomalla on oma merkityksensä. Kulttuuripalvelut tai alueen kulttuuripääoman eri muodot eivät kuitenkaan muodosta sellaisenaan ”itsenäistä” vetovoimatekijää. Pikemminkin kyse on imagollisesta täydentävyydestä. Kulttuurinen vireys, luova ilmapiiri, moniarvoisuus ja kulttuuripalvelujen saavutettavuus ovat kompleksisen alueellisen ima-

gon eräs kerrostuma, joka on hybridisellä tavalla kietoutunut kovien sijaintitekijöiden yhteyteen.

Olennaista on nähdäkseni se, että kulttuuritarjonta täydentää kovia sijaintitekijöitä, ja sillä on siksi positiivista lisäarvoa yritysten miettiessä erilaisia sijaintivaihtoehtoja toiminnolleen. Ajatus ei ole ristiriidassa sen kanssa, että tutkimusten mukaan työvoiman saatavuuteen ja investointeihin liittyvät kustannustekijät ovat edelleen yritysten sijaintipäätösten kannalta keskeisiä. Näitä sijoittumiseen vaikuttavia perusedellytyksiä tai ”pakkoja” Lowe ja Crompton (1999, 219) ovat kutsuneet ”*must have*”-tekijöiksi.

Tutkimusten mukaan monet yritykset ovat kuitenkin entistä vapaampia perinteisiin sijainnillisiin pakkoihin ja alueellisiin sidoksiin nähden.⁸² Toisin sanoen, yritykset ja työntekijät siirtyvät entistä herkemmin alueelta toiselle. Yrityksistä on tullut alueisiin nähden entistä juurettomampia (*footloose*). Footloose-yrityksiä leimaa sijaintipäätösten suhteellinen riippumattomuus alueiden fyysisistä ominaisuuksista ja infrastruktuurista.

Footloose companies may be defined as businesses whose financial performance is relatively independent of location decisions. Their principal resource is their employees and they are not tied to raw materials, natural resources, energy supplies, or local geographical markets. (Lowe & Crompton 1999, 220.)

Esimerkki tällaisesta alasta on elektroniikkateollisuus, jossa kuljetusteknologian kehitys ja komponenttien pienuus ovat mahdollistaneet niiden joustavan sijoittumisen ei-kuljetuskustannuksiin painottuvien kriteerien perusteella (Laakso & Loikkanen 2000, 30). Juurettomuus koskee paitsi yrityksiä myös osaavaa työvoimaa, joka on entistä valmiimpi ja vapaampi liikkumaan

⁸² Sijainnilliset *must have* -tekijät ovat liittyneet erityisesti tuotanto- ja kuljetuskustannuksiin. Edellisiin on tutkimuksissa sisällytetty raaka-aineiden, välituotteiden sekä työn ja pääoman kustannuksia. Jälkimmäiset puolestaan kattavat tuotantopanosten ja valmiiden tuotteiden kuljetuksista aiheutuvia kustannuksia. Lisäksi yritykset on toisinaan jaettu sijoittumisen dynamiikan perusteella tuotantokustannussuuntautuneisiin (esim. työvoimavaltainen tekstiili- ja vaatetusteollisuus) ja kuljetussuuntautuneisiin (esim. metsäteollisuus). Kuljetus- ja tuotantoteknologian muutoksesta johtuen yritykset ovat kuitenkin tulleet sijaintipäätöksissään entistä vapaammiksi *must have* -tekijöihin nähden, vaikka tässä suhteessa toimialojen välillä on eroja. (ks. Laakso & Loikkanen 2000, 26–30.)

globaaleilla työmarkkinoilla. Raunion (2002, 49) mukaan osaa-va työvoima on työpaikkojen vaihtamisen yhteydessä ”vapautunut yritysuskollisuuden ja paikkasidonnaisuuden kahleista”.

Alueellisiin sidoksiin nähden vapaampien työntekijöiden, yritysten ja pääomien (*footloose nature of capital*) sijaintipäätöksissä pehmeiden tekijöiden merkitys on kasvamassa (Friedrichs & Dangschat 1993, 120). Siksi esimerkiksi kulttuuritapahtumien ja kaupunkikeskustojen elävyyden synnyttämällä kosmopoliittisella imagolla on katsottu olevan yhteys erityisesti juurettomien yritysten sijaintipäätöksiin (Heikkinen 2000, 202).

Pehmeät, elämänlaatuun ja alueen kulttuuripääomaan kytkeytyvät sijaintitekijät muodostavat yritysten sijaintipäätöksissä ikään kuin kovien tekijöiden ympärille rakentuvan kerrostuman, jonka merkitys riippuu aikaan ja paikkaan kiinnittyvistä sosioekonomisista prosesseista. Pehmeät sijaintitekijät eivät näin ollen sellaisenaan determinoi tai ohjaa yritysten tai osaavan työvoiman sijaintipäätöksiä. Pikemminkin ne luovat kuntien ja kaupunkien kehitystä mahdollistavan toimintaympäristön, jotka tarjoavat puitteita ja yllykkeitä tavoiteltujen toimijoiden muuttopäätöksille.

Komplementaarisuudesta johtuen pehmeitä sijaintitekijöitä voidaan kutsua ”would like” -tekijöiksi (Lowe & Crompton 1999, 219). Samalla logiikalla Wong (2001) on päätellyt, että elämänlaatuun liittyvät tekijät korostuvat alueiden taloudellisen kehityksen yhteydessä, mikäli traditionaaliset kovat menestystekijät ovat potentiaalisella sijaintipaikkakunnalla kunnossa. Siksi hän on pitänyt elämänlaatua sekundäärisenä elementtinä yritysten sijaintipäätöksissä, jonka merkityksen realisoituminen konkreettisessa päätöksenteossa riippuu aina alueen elinkeinoelämän toimintaedellytysten kokonaisuudesta ja suhteellisesta asemasta muiden alueiden kilpailutekijöihin nähden.

Perustellusti voimme olettaa, että *would like* -tekijät ovat tulleet yhä ajankohtaisemmiksi ja merkittävimiksi globalisoituvassa maailmassa, jossa talouselämän toimijat ovat entistä vapaampia sijaintipäätöksissään. Jos ja kun työvoiman ja yritysten liikkuvuus entisestään tulevaisuudessa lisääntyy, on todennäköistä, että

pehmeiden *would like* -tekijöiden merkitys yritysten sijaintipäätöksissä entisestään korostuu (Lowe & Crompton 1999). Koviin sijaintitekijöiden suhteellinen merkitys vastaavasti vähenee, mikäli esimerkiksi teknologian kehitys kompensoi niistä aiheutuvia sijainnillisia pakkoja.

(Tieto)liikenneyhteyksien ja teknologian kehitys sekä globalisaatio ovat siis lisänneet yritysten valinnanvapauksia potentiaalisten sijaintivaihtoehtojen määrittelyssä. Yritysten sijoittumista ohjaavat yhä korostuneemmin erilaiset ympäristö- ja palvelutekijät, jotka liittyvät asumisen ja elinympäristön laatuun, ilmaan, turvallisuuteen, kulttuuri-ilmapiiiriin, -palveluihin ja niin edelleen. Samanaikaisesti alueiden välinen imago- ja erottautumiskilpailu on ikään kuin pakottanut kaupungit entistä aggressiivisempaan paikkojen markkinointiin. (Ashworth & Voogd 1990, 2; Begg 1999, 799; Short 1999, 42–43; Laakso & Loikkanen 2000, 30–31.)

Yhteenvetona osaavan työvoiman ja yritysten sijaintipäätöksen dynamiikasta voikin todeta, että kulttuurinen, alueellinen ja taloudellinen todellisuus kietoutuvat myös alueen vetovoiman tarkastelussa hybridisellä ja vaikeasti tunnistettavalla tavalla toisiinsa. Kulttuuristen piirteiden merkitys osana taloudellisen toiminnan sijaintipäätösten logiikkaa on ilmeinen, vaikka prosessin kokonaisvaltainen kuvaaminen lineaarisena kausaaliketjuna ei ole mahdollista. Talouselämä ei toimi tässä mielessä irrallisena, omana todellisuutenaan, kulttuurielämään nähden. Siksi aluetaloudellisten prosessien tarkastelu ei redusoidu esimerkiksi yritysten sijoittumispäätösten yhteydessä pelkästään ”taloudelliseksi” ongelmaksi (Amin ja Thrift 1995, 101).

Symbolitalouden kasvu, osaavan työvoiman houkuttelu sekä yritysten sijaintitekijät muodostavat kokonaisuuden, jossa kulttuurin ja talouden vuorovaikutus heijastuu alueiden kilpailukyvyn ja menestymisen edellytyksiin. Kehitys on johtanut hieman paradoksaaliseen tieteelliseen keskusteluun. Yhtäältä alueen kulttuuripääomasta on muodostunut tutkimusten mukaan yhä keskeisempi taloudellisia aktiviteetteja ohjaava tekijä. Toisaalta kulttuurin taloudellisen arvon ja merkitysten mittaaminen osa-

na alueen kehitystä, imagoa tai vetovoimaa on osoittautunut miltei mahdottomaksi tehtäväksi.

VETOVOIMADISKURSSIT

Myös tutkimuksen kuluessa suoritettujen haastattelujen yhteydessä kulttuuripääoman kasvava rooli alueiden vetovoimatekijänä nousi esille. Alueen kulttuuripääomalla nähtiin paikallisissa diskursseissa merkitystä yritysten ja osaavan työvoiman houkuttelun osalta erityisesti kaupunkiseuduilla. Sen sijaan maaseutupaikkakuntien osalta kulttuuri arvioitiin lähinnä asukkaiden ja yritysten alueelle juurruttaksi sekä matkailijoiden houkuttelijaksi, mutta ei yritysten ja työvoiman kannalta riittäväksi vetovoimatekijäksi. Maaseutukuntien diskursseissa esimerkiksi kulttuurifestivaalin katsottiin tosin luovan potentiaalisille muuttajille osaltaan mielikuvaa ”aktiivisesta ja vireästä paikkakunnasta”, millä voi olla ”välillinen vaikutus” muuttopäätöksiin. Pääsääntöisesti kulttuuritapahtuman vetovoimamerkityksiin suhtauduttiin kuitenkin maaseudulla skeptisesti. Kysymys oli laajemmin siitä, että maaseutukuntien kokonaisvetovoima koettiin heikoksi. Kovien vetovoimatekijöiden riittämättömyydestä johtuen myös pehmeiden vetovoimatekijöiden asema jäi diskursseissa marginaaliseksi.

Kaupungeissa (Turussa, Porissa, Tampereella, Jyväskylässä ja Oulussa) alueen kulttuuripääoman vetovoimamerkitys tuli monipuolisesti esille.⁸³ Olen tunnistanut kaupunkien vetovoimadiskursseista kolme toisiaan täydentävää ulottuvuutta, joita kutsun (1) komplementaarisuuskurssiksi, (2) elämänlaaduskurssiksi sekä (3) luovuuskurssiksi.

Alueen kulttuuripääoman asemaa ilmensi diskursseissa ensinnäkin komplementaarisuus, mikä viittaa siihen, että kulttuuri toimii alueen vetovoimatekijänä kokonaisuutta täydentäen. Komplementaarisuuden aspekti tuli tavalla tai toisella esille alu-

⁸³ Toki myös näillä alueilla oli yksittäisiä haastateltavia, jotka näkivät kulttuurin vetovoimamerkityksen vähäiseksi. Olennaista tutkimuksen näkökulman kannalta on kuitenkin pohtia sitä, miten kulttuurin vetovoimamerkitys ilmenee. Missä mielessä kulttuuria voidaan pitää vetovoimatekijänä?

een vetovoiman hahmottamisen yleisenä lähtökohtana miltei kaikissa haastatteluissa, erityisesti pohdittaessa yritysten sijaintipäätösten logiikkaa. Kulttuuripääoman suhteellinen asema alueen vetovoiman kokonaisuudessa on komplementaarisuusdiskurssin valossa kasvamassa.

Aiemmin esille nostamani *must have*- ja *would like* -sijaintitekijät asettuivat diskurssissa toisiaan täydentäväksi kokonaisuudeksi. Materiaaliset ja mitattavat *must have* -tekijät muodostivat diskurssin mukaan edelleen yritysten sijoittumiselle omat ehtonsa. Alueiden välisen globaalin kilpailun kiristyessä, osaavan työvoiman liikkuvuuden lisääntyessä sekä yritysten juurettomuuden yleistyessä *would like* -tekijöiden merkitys on kuitenkin korostumassa. Tässä kokonaisuudessa alueen kulttuuripääoma nähtiin kokonaisuutta täydentäväksi lisäarvoksi, joka muodostaa yhden osa-alueen laadukkaan ja kilpailukykyisen elinympäristön kokonaisuudessa. Lisäarvomerkitys korostui osaavan ja koulutetun työvoiman houkuttelun yhteydessä.

Sit mikä sil on yritysten sijoittumisen kannalta, se on jo vaikeampi kysymys, mutta kyllä yritysjohtajat ainakin väittää, että he mielellään sijoittuu paikkakunnalle, missä on erilaisia palveluja. Hyvät palvelut, myös vapaa ajan ja kulttuuripalvelut, koska on helpompi saada avainhenkilöitä töihin. Eli se menee niin päin, että ensin yritys katsoo, minne sen kannattaa sijoittua tiettyjen muiden sijaintitekijöiden osalta. Sit se rupee miettiin myös, miten se saa ihmisiä palvelukseen. Ja silloin missä on liigatason urheiluseuroja ja on teatteria ja orkesteria ja kunnon kauppoja, niin ne rupee olemaan sellasia tekijöitä, jotka vaikuttaa sijoittumiseen. Totta kai infra on tärkein ja se, että on ylipäättään saatavilla ammattitaitosta työvoimaa (...) Niin silloin kun mennään korkeammin koulutettuihin ja muihin, niin vastaaviin, niin muuttamaan tänne, niin kyllä silloin katsotaan sellasia tekijöitä. (haastateltava Porista.)

On ihan selvä, on niillä konkreettista merkitystä. Ne jotka tekee päätöksiä yritysten sijoittamisesta jonnekin, niin ne on kans ihmisiä. Ei kukaan lähde vaan sen takia jonnekin, että siellä on hyvä toimintaympäristö yritykselle, niinku yrityksen näkökulmasta. Vaan siellä yrityksessä työskentelee ihmisiä, jotka tarvii tiettyjä asioita. Kyllä ihan tällä perusinfraalla on merkitystä ja sitte tällasellä, just jotka on vetovoimatekijöitä. Ihan samalla lailla kun

meijän hyvät pyörätiet on yks vetovoimatekijä ja turvallinen ympäristö ja inhimillinen mittakaava kaupungin koossa, niin siihen kuuluu kans nää kulttuuriset tekijät, jotka ei oo ollenkaan vähäisiä. Kyllä se konkreettisesti voidaan osoittaaakin. (haastateltava Oulusta.)

Toisena diskurssityyppinä suomalaisten kaupunkien vetovoiman ja alueen kulttuuripääoman suhteen tarkastelussa nousi esille elämänlaatudiskurssi, jonka merkitys korostui erityisesti osaa-
van työvoiman muuttopäätösten yhteydessä. Haastattelussa painottuivat tällöin alueen kulttuuripääoman sisällöllinen monipuolisuus sekä yksilöiden ja perheiden elämänkokonaisuuden merkitys asumispreferenssien tarkasteluissa. Kulttuuri muodosti diskurssissa yhden aspektin elinympäristön laadun kokonaisuudessa. Elinympäristö nähtiin mahdollistavana valintojen kenttänä, jonka eri osa-alueet yksilö suhteuttaa muuttopäätöksissä toisiinsa. Alueen kulttuuripääoma on eräs elinympäristön laatua parantava tekijä, jolla on relationaalinen yhteys yksilöiden ja perheiden asuinalueiden valintoihin.

Alueen kulttuuripääoman materiaaliset ja immateriaaliset piirteet nähtiin viihtyisän ja laadukkaan elinympäristön rakennusaineeksi, joilla katsottiin olevan tätä kautta merkitystä sekä yritysten että työvoiman sijaintipäätöksissä. Siksi elämänlaadun merkitystä korostettiin myös kaupunkimarkkinoinnin yhteydessä.

Se liittyy enemmän tähän seudun yleiseen vetovoimaan ja tuota siihen elämisen laatuun, joka on yks vetovoimatekijä. Että kun me halutaan tänne koulutettuja ihmisiä, niin yleensä ihmiset sitten haluaa vapaa-aikaa, ihmiset on vaativampia, ne satsaa hirveesti siihen työelämään, mutta sitten pitää olla muutakin. Ja tää kulttuuri ja erilaiset kulttuuripalvelut ja niiden saatavuus, niin ne nousee aika keskeiseen asemaan. Ja me nähdään täällä, että varsinkin tulevaisuudessa, kun osaavasta työvoimasta ikärakenteen muuttuessa tulee pulaa, niin silloin osaajat valitsee hyvin tarkkaan sen, missä ne haluaa asua ja elää. Ja silloin ei vaikuta pelkästään tää työn sisältö, vaan myöskin tää kokonaispaketti, et miten on vapaa-ajan mahdollisuuksia, liikunta, ulkoilu, koulutusmahdollisuuksia, sitten näitä kulttuuriharrastusmahdollisuuksia ja tota sillä tavalla me nähdään, että sen merkitys tulevaisuudessa tulee entistä tärkeämmäksi. (haastateltava Jyväskylältä.)

Kyllähän tietysti elämisen laatu on sellanen, millä markkinoidaan tätä Jyväskylän seutua, mutta toistaseks tilannehan on ollu se, että meillä osavavaa työvoimaa on ollut saatavilla. (haastateltava Jyväskylältä.)

Elämänlaadun näkökulma kietoutui diskurssissa paitsi yksilön ja yrityksen valintoihin myös työn ja perhe-elämän kokonaisuuden rakentumiseen ja yhteensovittamiseen. Perheiden elämänkokonaisuudessa yhdistyy sekä yksityinen että julkinen elämä (esim. Kainulainen 1995, 107–116). Elämänkokonaisuuden moniulotteisuudesta johtuen yksilöiden ja perheiden muuttopäätökset eivät noudata standardinomaisia periaatteita, vaan pikemminkin kysymys on kontekstuaalisista elämänstrategioista (Tuomi 1991; Keski-Petäjä 1991). Jordan (1987, 17–18) on nimitänyt elämänstrategioita projekteiksi (*projects*) ja sitoumuksiksi (*commitments*). Projektit ovat pitkän tähtäimen suunnitelmia, joita ihmiset tekevät elämänsä aikana. Niitä ovat esimerkiksi asuminen, koulutukseen ja työhön liittyvät ratkaisut, jotka toinen toisiinsa vaikuttaen edellyttävät yhteensovitettavia valintoja ja päätöksiä. Sitoumukset ovat puolestaan yhtenäisyyttä ja jatkuvuutta ilmentäviä ihmissuhteita (kuten esimerkiksi avioliitto, ystävyys, kumppanuus sekä yhdistysten ja järjestöjen jäsenyys). Sitoumukset vaihtelevat lapsuuden kiintymyksistä ryhmien, yhteisöjen ja organisaatioiden statuksiin. Elämänkokonaisuudessa eri osa-alueet kietoutuvat toisiinsa. Sitoumukset vaikuttavat projekteihin ja päinvastoin. Tämän moninaisuuden hallinnassa alueen kulttuuripääoma on yksi elementti, joka elämänlaatua tuottavana tekijänä ohjaa perheiden tai työvoiman sijaintipäätöksiä.

Jos ajattelee semmosta liikkuvaa yksikköä ku perhe, ni voidaan ajatella, et sitä isäntää, tää on vähän stereotyyppinen mut kuitenkin, että sitä isäntää kiinnostaa esimerkiks korkeatasoiset kärppämsit. Sehän on Suomen mestari, ne on taatusti korkeatasoisia. Mut samanaikaisesti sitä vaimoa voi kiinnostaa esimerkiks tanssiteatteri, tää on joku moderni hyvä esitys samanaikaisesti. Lapsille voi olla tarjolla esimerkiks lastenelokuvia tai jotakin muuta (...) Meijän pitäis muistaa ajatella, että me ollaan osa laajaa kaval-kadia ja sen takia (...) sektoriajattelu, että kun bisnesalan markkinoijat, joku tämmöset yrityspalvelukeskukset tai muut, markkinoi niin ne puhuu bisnesihmisille bisneksestä, kun niitten pitäis kertoa niille esimerkiks kult-

tuurista ja liikuntamahdollisuuksista, golfkentistä. Kyllähän niitä aina ujutetaan, mut tuntuu et ne on aina vähän (...) semmosessa sekahedelmäsopassa sattumina joukossa, ja se ei oo minusta hyvä tilanne. Mä oon pikkusen kriittinen siinä, että yritysjohtajille ja yritysten avainhenkilöille, joita on esimerkiksi yritysten johtajien sihteeri, niin heille pitäis suunnata vähän laaja-alaisemmin sitä tietoa, eikä vaan sitä spesifiä, et tämmöset kokouksilat, tämmöset yrityspalvelut, tämmöset yrityshautomot, tämmösiä lainoja voi saada, vaan sitä kaikkee muuta. Koska ihminenkin on kokonaisuus. (haastateltava Oulusta.)

Perheiden muuttopäätösten kohdalla kysymys on siis moninaisten sitoumusten ja projektien kokonaisuuden hallinnasta sekä eri elämäalueiden yhteensovittamisesta. Näissä päätöksissä kohtaavat yksilön arjen merkittävimmät toimintakentät; palkkatyö, perhe-elämä, vapaa-aika ja markkinat (palvelut) (vrt. Allardt 1976, 65–67). Toimintakenttien kautta määräytyy ihmisten paikallinen sidos, jonka yhtenä elementtinä on alueen kulttuuripääoma eri muodoissaan (vrt. Kainulainen 1992). Paikallinen sidos tai ”paikallisyhteys” jäsenyytään tällöin monitasoisena kokonaisuutena, jonka on katsottu viittaavan maantieteellisessä katsannossa ”monikerrokselliseen spatialiteettiin”, mikä ulottuu elinympäristön ja arjen rutiinitoiminnoista globaalitalouden rakenteisiin ja virtoihin (Vartiainen 1988, 21; Andersson 1989).

Keskustelu paikallisuudesta sekä yksilöiden ja rakenteiden yhdessä konstruoitumisen prosesseista voidaan liittää myös reilu kymmenen vuotta sitten virinneeseen lokaliteettikeskusteluun, joka kytkettiin restrukturaation ideaan. Lokaliteettitutkimuksissa korostettiin yhdyskuntien taloudellisen ja sosiaalisen muutoksen monitasoisuutta. Paikallisyhdyskuntien kehityksen taustalla nähtiin sekä yhdyskuntaspesifit sosiaaliset prosessit että kansainvälinen restrukturaatio. Siksi tutkijat korostivat relationaalisen tilakäsityksen merkitystä, jonka mukaan tila ei ole mikään itsenäinen entiteetti, jolla olisi kausaalista voimaa. Pikemminkin kysymys on paikallisten ja ylipaikallisten prosessien samanaikaisesta evoluutiosta. (Cochrane 1987; Duncan & Savage 1989; Paasi 1989; Häkli 1991.)

Myös yksilöiden ja yritysten sijaintipäätösten ymmärtäminen sekä alueen kulttuuripääoman hahmottaminen osana alueen vetovoiman kokonaisuutta edellyttää monitasoisen spatialiteetin jäsentämistä. Alueen kulttuuripääoma muodostaa paikallistasolla yhden elämänlaatua tuottavan elementin, jonka painoarvon potentiaaliset muuttajat suhteuttavat kontekstuaalisiin elämänstrategioihinsa. Elämänlaatudiskursseissa alueen kulttuuripääomalla katsottiin olevan muutto- ja sijaintipäätöksiä ohjaava merkitys, mutta sen painoarvo realisoituu erilaisten mahdollisuuksien komplementaarisuuden kautta – ei itsenäisenä tai sellaisenaan ratkaisevana vetovoimatekijänä.

Kuvatusta prosessista johtuen elämäkokonaisuuden näkökulma on noussut yhä voimakkaammin esille myös kuntien kehittämispolitiikassa. Ei liene sattumaa ja irrallista elämänlaadun moniulotteisuuteen nähden, että kokonaisvaltaisen elinkeinopolitiikan painoarvoa on viime vuosina korostettu kaupunkien kehittämistyön yhteydessä. Kokonaisvaltainen elinkeinopolitiikka pyrkii luomaan mahdollistavan toimintaympäristön, joka sallii erilaisten yksilöiden ja perheiden erilaisten elämänstrategioiden yhteensovittamisen, millä on puolestaan yhteys yritysten toimintaedellytyksiin. Tässä kokonaisuudessa kulttuuriset kysymykset ovat yksi elämänlaatua tuottava tekijä – mikrotasolla alueen kulttuuripääoma on elämänstrategioiden yhteensovittamista mahdollistava elementti, makrotasolla alueen kulttuuripääomalla on yhteys alueiden vetovoiman ja kilpailukyvyn kehitykseen.

Mut jos puhutaan yritysmaailmassa, elinkeinoelämän kehittämistoiminnassa, ni silloin lokerointi on aina pahasta, et mielumminkin nähdä se kokonaisuutena, et mihin se liittyy, ja kulttuurihan liittyy kiinteesti elinkeinopolitiikkaan. Jos ajatellaan et edistetään yritysten toimintaympäristöä, ni et on hyvät kulttuuripalvelut on yks tärkein asia. Jääkiekko on varmaan tärkeempi joillekin miesinsinööreille, mut kyllä kulttuuripalvelut on yhtä tärkeä juttu jos ajatellaan, että minkälainen on houkutteleva, vetovoimainen ja kilpailukykyinen toimintaympäristö. Kyllä siellä pitää olla tietyt kulttuuripalvelut kunnossa. Jos ei niille miesinsinööreille, niin ainakin niille vaimoille, jotka pakottaa ne menemään, tää nyt on vitsi.

Mut vakavasti puhuttuna, niin se on yhtä merkittävä asia. Se on monisyinen juttu, koska puhutaan siitä, että nyt kehitetään kulttuuria ja koska kehitetään yritysten toimintaympäristöä, ne jatkuvasti menee päällekkäin ne asiat. Se on näkökulmasta kiinni. Joku sanoo, että se on kulttuurin kehittämistä, joku sanoo että se on elinkeinopolitiikkaa. (haastateltava Porista.)

Kolmantena ulottuvuutena alueen vetovoiman ja kulttuuripääoman vuorovaikutuksen osalta tutkimusaineistosta hahmottui luovuusdiskurssi, jota voidaan pitää eräänlaisena muoti-ilmiönä kaupunkien kehittämisspolitiikassa. Luovuus, suvaitsevaisuus ja moniarvoisuus nähtiin haastatteluissa uudella ja entistä moniulotteisemmalla tavalla kehittämisspoliittisina kysymyksinä, jotka tulisi huomioida esimerkiksi alueiden strategisessa ohjelmatyössä. Tällöin erityisesti immateriaaliselle ja näkymättömälle kulttuuripääomalle annettiin diskursseissa alueiden vetovoimaa ja alueiden elinkeinoelämää vahvistava merkitys, vaikka tuon merkityksen konkretisointi, osoittaminen tai todistaminen ei ollut yksiselitteistä.

Luovasta ilmapiiristä tai aineettomasta kulttuuripääomasta on luovuusdiskurssin valossa tullut yhä keskeisempi yritysten ja työvoiman sijoittumista määrittävä tekijä. Luova, avoin, salliva ja suvaitsevainen ilmapiiri toimii vetovoimatekijänä; sitä puolestaan konstruoi osaltaan aineellisen ja aineettoman kulttuuripääoman kokonaisuus, joka muodostaa kaupungille sille ominaisen ”atmosfääriin”. Luovan ilmapiirin konkretisointi tai kulttuuripalveluiden merkitysten arviointi ilmapiirin osa-alueena jäi luovuusdiskurssissa abstraktille tasolle, mikä kuvaa ilmiön mitaamatonta luonnetta.

Sanotaan, että ei oo kysymys siitä, mikä on luova kaupunki. Mitkä on ne mittarit. Floridalla on jotain mittareita, mut se mitä me on mietitty kavereiden kanssa, kaupungin johdossa, jos meidän yhteinen tavoite on lisätä kaupungin luovuutta, edistää luovuutta, ni mitkä on ne narut, joista pitää vetää? Mitkä on ne operatiiviset hommat mitä pitää tehdä? Koska ei se luovuus tule sillä, et kaupunginjohtaja sanoo, et pitää olla lisää luovuutta. Se ei ole semmonen. Sen pitää kasvaa ja näin pois päin. (kaupungin virkamies)

Luovan ilmapiirin katsottiin toimivan paitsi vetovoimatekijänä myös osaamiseen perustuvien toimialojen klusteroitumisen moottorina. Abstraktina, häilyvänä ja näkymättömänä konstruktiona luovuus toimii positiivisen kehityskierteen synnyttäjänä sekä erilaisten ulkoisvaikutusten generoijana, mikä edelleen ikään kuin itseään ruokkien vahvistaa prosessuaalisesti kaupungin vetovoimaa.

Ni saada dynaamisemmaksi ja ehkä suvaitsemammaksi ja avoimemmaksi tätä ajattelua. Silloin me nähdään, että se ei oo mikään irrallinen kysymys, vaan se on edellytys kaupungin menestymisen kannalta. Tulevaisuuden menestymisen [edellytys]. Se houkuttelee silloin semmosta osaavaa, aktiivista väestöä, vetää puoleensa. Se vetää sen tyyppistä teollisuutta. Ihmiset hakeutuvat, niil on taipumus hakeutua tietynlaisiin klustereihin, ilmapiiriin, jossa ne viihtyvät. Jossa on samanlaista ajattelua, tai jossa on suvaitsevaista ajattelua tai jotain muuta. (haastateltava Turusta.)

Kulttuurisesti luovan ilmapiirin moniulotteinen merkitys vetovoimatekijänä korostui erityisesti osaavan ja liikkuvan työväestön houkuttelussa samalla kun alueiden välinen kilpailu on globaalitalouden aikana kiristynyt. Keskustelu muistuttaa paljolti Richard Floridan (2002) osin aikaansaamaa ”hegemonista luovuusdiskurssia”, jonka myötä luovuudesta on muodostunut suosittu retorinen tehokeino kuntien strategioissa ja alan kehittämismaareissa.

No, kyllä mä vaan sanon, et kun kilpailu kiristyy, sehän on ihan selvää, että seudut kilpailee, maat kilpailee, niin silloin tuota nimenomaan, niin silloin tuota, nimenomaan tämmösillä lisäarvoilla on jatkuvasti kasvava merkitys ja viittaamaan siihen mitä sanoin, että tämmöset pehmeämmät ja uudet arvot, ne nousee. Ja silloin tota kulttuuriin arvostus tulee lisääntymään yleensäkin. Se on lisääntynyt jo, mut mä uskon et se tulee lisääntymään vielä enemmän. Ja näin olle n, niin seudun elinkeinopolitiikan kannattaa katsoa sitä, mitä seudulla on kulttuuritarjontaa, miten sitä voitais kehittää. Koska se on ilman muuta semmonen vetovoimatekijä ja sitte juuri tää luovuuden ilmapiirin syntyminen. Koska jos meil on paljon kulttuuri tapahtumia ja tämmönen vireä kulttuurinen ympäristö, niin se jotenkin leviää myöskin sitten muiden toimialojen yrityksiin tämmönen luova ilmapiiri. (haastateltava Jyväskylältä.)

TAULUKKO 8. Argumentaation rakenne vetovoimadiskurssissa.

Lähtökohta	Oikeutukset	Johtopäätös
Kulttuuripääoma vaikuttaa alueen vetovoimaan; osaavan työvoiman ja yritysten sijaintipäätöksiin erityisesti kaupunkialueilla	Alueen kulttuuripääoman komplementaarisuus, elämänlaadun moniulotteisuus, luovan ilmapiirin generoiva voima	Kokonaisvaltainen elinkeinopolitiikka ja vetovoimaisen toimintaympäristön kehittäminen sisältävät kulttuurisen ulottuvuuden, mikä ilmenee muun muassa kaupunkimarkkinoinnissa

Kaikki mainitut kolme diskurssityyppiä kiinnittyivät tavalla tai toisella alueen kulttuuripääoman merkityshorisontteihin (taulukko 8). Diskursseja yhdistävänä piirteenä voidaan pitää alueen vetovoiman prosessuaalista ja relationaalista luonnetta. Kulttuurisen vetovoiman komplementaarisuus määrittyy kontekstuaalisesti ja sen merkitys kytkeytyy alueen kokonaisvetovoimaan ja imagon eri kerrostumiin. Samoin elämänlaadun ja kulttuurin suhde määrittyy relationaalisen suhdeverkoston ja yksilöiden toimintakenttien kohtaamisten kautta. Luovuus puolestaan kietoutuu alueen immateriaalisena kulttuuripääomana paikalliseen ilmapiiriin, kollektiiviseen identiteettiin ja sosiaalisen vuorovaikutuksen dynamiikkaan.

*

Olen tässä luvussa kuvannut merkkiarvojen ja alueiden kulttuuri-imagojen välillistä, tertiääristä, asemaa aluetalouden kehitysprosesseissa. Tulkintojeni lähtökohtana on ollut merkkien yhteiskunnallisen roolin jäsentäminen; se, että ihmiset kuluttavat materiaalien hyödykkeiden sijaan yhä enemmän merkkejä, symboleja ja elämyksiä, jotka ammentavat sisältöä kulttuurista. Näillä yksilötason arvostuksilla ja preferensseillä on heijastusvaikutuksia myös alueiden kehityksen dynamiikkaan. Symbolitaloudessa kaupunkitilojen ja alueiden kehitysmahdollisuuksia ohjaa osaltaan merkkien ja symbolien viettelevä voima. Tämä konkretisoi- tuu esimerkiksi teemoitettujen ympäristöjen suunnittelussa. Teema-alueet ilmentävät kollektiivisia ihanteita ja tuottavat virikkeitä elämyshakuisille elämäntyyleille. Laajasti ajateltuna kyse

on talouselämän kulttuuristumisen prosessista, jolla on myös alueellinen ulottuvuutensa.

Olennaista merkkien kyllästämissä alueellisissa imagoissa on se, että ne puhuttelevat glokaaleja virtoja (esim. informaatio-, teknologia-, pääoma-, työvoima- ja yritysvirtoja). Siksi kaupunkien kehittämistä leimaa erottautumisen pakko.

Olen tarkastellut alueiden imagoja (symboli- ja merkkivirtoja) materiaalisen ja immateriaalisen kulttuuripääoman näkökulmasta. Molemmat pääoman muodot ovat tulleet kaupunkien ja alueiden strategisen imagojen hallinnan osa-alueiksi, mikä on ilmennyt esimerkiksi alueiden markkinoinnissa, promootiossa ja strategisissa linjauksissa. Monissa eurooppalaisissa kaupungeissa on toteutettu kulttuurivetoisia uudistamisprosesseja, joissa alueen kulttuuripääomaa on käytetty kokonaisvaltaisen kehittämispolitiikan veturina tai osa-alueena. Kulttuurivetoiset lippulaivaprojektit ovat yleistyneet erityisesti 1980-luvulta lähtien, jolloin kaupungit alkoivat suunnata yhä enemmän voimavarojaan paikan markkinointiin. Kulttuurin lippulaivaprojektien tavoitteina on ollut paitsi kaupunkien kulttuurisen diversiteetin ylläpitäminen ja taiteen edistäminen myös alueiden taloudellisen perustan monipuolistaminen sekä asukkaiden sosiaalisen hyvinvoinnin tukeminen. Kyse on ollut myös uudenlaisesta yrittäjäkaupungin politiikasta, jonka yhteydessä kulttuurilaitokset, elinkeinoelämä ja aluehallinto ovat muodostaneet uusia strategisia kumppanuusverkostoja. Kehittämistyö on konkretisoitunut usein mittavina investointeina, kuten uusien kulttuurilaitosten rakentamisena, vanhojen teollisuuskiinteistöjen uusiokäyttönä (erilaisia kulttuurikeskuksina), kokonaisten kulttuurikortteleiden suunnitteluna ja/tai suurten kulttuurifestivaalien järjestämisenä.

Myös Suomessa kulttuurinäkökulma on saamassa yhä enemmän painoarvoa kaupunkien kehittämispolitiikassa. Tutkimuksen aikana suoritetujen haastattelujen ja niistä johdettujen diskurssien perusteella kävi ilmi, että kaupungeissa on pyritty pehmentämään teknologiapainotteisia imagoja kulttuurisilla piirteillä, mikä on ilmentänyt osaltaan symbolitalouden vahvis-

tumista ja talouselämän kulttuuristumista. Samalla talouselämän ja kulttuurin välisiä rajoja on haluttu murtaa kaupunkien markkinoinnin ja imagojen rakentamisen yhteydessä. ”Kovaan talouteen” rajoittunutta imagoa on diskurssien valossa pyritty laajentamaan erityisesti alueen immateriaalisella kulttuuripääomalla. Monet suomalaiset kaupungit haluavat diskurssien mukaan olla paitsi kulttuurikaupunkeja myös luovia, suvaitsevaisia ja ilmapiiriltään avoimia kaupunkeja. Maaseutukuntien osalta tilanne oli toisenlainen. Maaseudun paikallisissa diskursseissa korostui kaupunkeja enemmän materiaalisten kulttuuri-imagollisten kärkien tunnistamisen tarve. Niissä imagolliset erot tautumisen mahdollisuudet ja valinnanvapaudet olivat kaupunki-alueita rajallisemmat.

Valtakunnallinen ja kansainvälinen tunnettuus tai omaleimainen imago voivat tarjota kaupungeille ja kunnille huomattavan lisäarvon tai kilpailuedun. Kehittämispoliittisesti vieläkin olenaisempaa on kuitenkin pohtia sitä, miten imago heijastuu alueiden vetovoimaan. Tarkastelin siksi luvun lopussa alueen kulttuuripääoman merkityksiä kuntien vetovoiman kannalta, erityisesti yritysten ja osaavan työvoiman sijaintipäätösten näkökulmasta. Osaavan työvoiman liikkuvuuden osalta nostin esille erityisesti Richard Floridan tutkimuksen, jonka mukaan luovaa luokkaa vetävät puoleensa alueen kulttuuriset piirteet; elämäntyylitekijät, alueen toimintakulttuuri, elinympäristön kulttuurinen diversiteetti, alueen autenttisuus ja identiteetti.

Yritysten vetovoimatekijöiden yhteydessä on usein puhuttu pehmeistä ja kovista sijaintitekijöistä. Edelliset ovat luonteeltaan mittaamattomia ja laadullisia, alueen kulttuuripääomaan liittyviä ominaisuuksia. Päättelin, että elämänlaatuun ja alueen kulttuuripääomaan kytkeytyvät piirteet muodostavat yritysten sijaintipäätöksissä kovia tekijöitä (kuten tuotanto- ja kuljetuskustannuksia) täydentävän kerrostuman. Ajatus konkretisoitui komplementaarisuuskurssissa, jonka mukaan alueen kulttuuripääoma ei ole itsenäinen vetovoimatekijä, vaan pikemminkin se on vaikeasti hahmotettava osa alueen kokonaisvetovoimaa. Tästä

syystä alueen kulttuuripääoman pelkistäminen esimerkiksi tilastollisiksi muuttujiksi on tutkimuksellisesti ongelmallista.

Myös muissa diskurssityypeissä nousi esille kulttuurin, alueen vetovoiman ja taloudellisen kehityksen moniulotteiset yhteydet. Elämänlaatudiskurssissa alueen kulttuuripääoma nähtiin yhdeksi elinympäristön laadun elementiksi, jonka merkitys muuttopäätöksissä riippuu yksilöiden elämänstrategioista. Elinympäristö ymmärrettiin tällöin liikkumista mahdollistavaksi toiminnan kentäksi, jonka eri osa-alueet potentiaaliset muuttajat suhteuttavat toisiinsa relationaalisissa päätöksentekoprosesseissa.

Luovuusdiskurssi oli kolmas ulottuvuus, jossa alueen kulttuuripääoman ja vetovoiman merkitykset nivoutuivat hybridisellä tavalla toisiinsa. Sen mukaan luova ja suvaitsevainen ilmapiiri toimii suomalaisten kaupunkien vetovoimatekijänä; sitä puolestaan konstruoi osaltaan alueen immateriaalinen ja materiaalinen kulttuuripääoma. Kaikkien kuvattujen diskurssityyppien taustalla oli nähtävissä myös yleinen kehittämisspoliittinen näkökulma: niiden perusteella esimerkiksi kaupunkien kokonaisvaltaisen elinkeinopolitiikan tulisi sisältää myös kulttuurisia ulottuvuuksia, mikä liittyy esimerkiksi kaupunkien markkinoinnin painotuksiin.

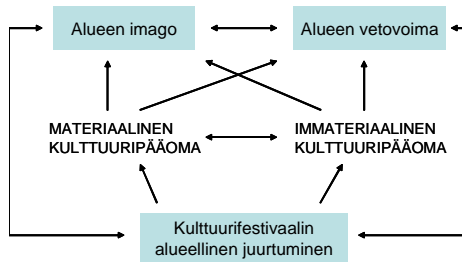
11

Kulttuuripääoman alueellinen juurtuminen

Jäsensin edellisessä luvussa käsitteellisesti ja empiirisesti sitä prosessia, jonka välityksellä alueen kulttuuripääoma heijastuu välillisesti työvoiman ja yritysten sijaintipäätöksiin. Vetovoiman ohella kulttuuripääoma voi toimia myös ”sisäsyntyisempänä” (*endogenous*) alueellisen kehittämisen dynamona. Tarkastelen seuraavaksi sitä prosessia, jonka välityksellä erityisesti kulttuurifestivaalit toimivat kuntien ja kaupunkien kehityksen impulsseina; paikallisen aloitteellisuuden ja omaehtoisen kehittämistyön liikkeelle panevina voimina – kulttuurisen osaamisen ja instituutioiden alueellisen keskittymisen kasvualustoina, mikä ilmenee alueella toimivien ihmisten ja yhteisöjen arvoissa, asenteissa ja toimintakäytännöissä.

Edellisessä luvussa osoitin, miten materiaallinen ja immateriaalinen kulttuuripääoma kietoutuvat alueiden imagojen ja vetovoiman kokonaisuuteen. Tässä luvussa erittelen alueen kulttuuripääoman syntymekanismeja (kuva 13). Pohdintojen lähtökohdana on se, että kulttuurin talous tai spesifimmin kulttuurifestivaalit synnyttävät tai juurruttavat alueille pitkällä aikavälillä uutta kulttuuripääomaa. Kysymys on alueiden imagojen tarkastelun tapaan kulttuuritapahtumien tertiääristen alueloudellisten merkitysten jäsentämisestä. Väitän, että festivaalit luovat alueille pitkän aikavälin kuluessa immateriaalista kulttuuripääomaa; luovaa ilmapiiriä ja ideoiden vaihtoa, kult-

tuurimyönteisyyttä, kulttuurista osaamista ja oppimisprosesseja, jotka konkretisoituvat uusina kulttuurialan organisoitumisen muotoina (materiaalisena kulttuuripääomana). Osoitan, että alueen immateriaalinen kulttuuripääoma vaikuttaa materiaalisen kulttuuripääoman kehittymiseen ja päinvastoin. Kutsun prosessia kulttuurisen luovuuden alueelliseksi juurtumiseksi, jolla on välillinen yhteys aluetalouden kehityksen dynamiikkaan.



KUVA 13. Alueen imagon ja vetovoiman suhde kulttuuripääoman alueelliseen juurtumiseen.

Kulttuuritoimintojen alueellinen keskittyminen

Tarkasteluni perustuu institutionaalisen aluetieteen näkökulmaan, jossa on ollut tapana korostaa alueellisten, sosiaalisten ja taloudellisten prosessien moniulotteista yhteenkietoutumista. Lähestymistapani liittyy varsin pitkään, laaja-alaiseen ja poikkitieteelliseen tutkimusperinteeseen. Institutionaalisen aluetieteen juuret ulottuvat muun muassa taloussosiologiaan (*economic sociology*), evolutionaariseen ja kognitiiviseen psykologiaan (*evolutionary and cognitive psychology*) sekä niin sanottuun vanhaan institutionaaliseen taloustieteeseen (*'old' institutional economics*) (Granovetter 1992a; Amin 1999). Myös kulttuurifestivaalien aluetaloudellisten merkitysten tarkastelu on mahdollista liittää tähän keskusteluun.

Institutionaalisen aluetieteen tai niin sanotun uuden institutionalismin (*new institutionalism*) edustajat ovat kritisoineet mekanistisia ja kompositionaalisia tutkimusotteita aluetalouden

dynamiikan tarkasteluissa. Kritiikki on kohdistunut erityisesti siihen olettamukseen, että alueiden taloudellinen ja poliittinen toiminta sekä niitä ilmentävät yhteiskunnalliset rakenteet (alueilla toimivat organisaatiot ja instituutiot) olisivat ihmisten valintojen tai yksilöllisten päätösten tulos. Kokonaisuus on kuitenkin jotakin enemmän. Alueiden kehitystä (ihmisten tai organisaatioiden päätöksiä ja toimintamalleja) ja sosiaalisia vuorovaikutussuhteita ohjaavat säännöt, tulkinnat ja kulttuuriset koodit. Lähestymistavan avainkäsite – instituutio – kuvaa juuri tuota yksilöllisten valintojen ja sosiaalisten rakenteiden väliin jäävää kohtaamisen kenttää; alueiden kehityksen sisäistä dynamiikkaa, merkityksiä ja taloudellisen toiminnan prosessuaalista luonnetta. Tätä institutionalismin yleistä lähtökohtaa on sovellettu monen eri tieteenalan piirissä. Kaikille lähestymistavoille on ollut yhteistä sosioekonomisia prosesseja koskevien atomististen tulkintojen ja selitysmallien kritiikki. (DiMaggio & Powell 1991, 2–3.)

Metodologisesti on ollut luontevaa, että institutionaalisessa aluetieteessä on korostettu sosiaalisesti konstruoidun prosessin merkitystä alueiden kehityksen ja dynamiikan selittäjänä (Healey 1997, 56). Lähtökohtana on tällöin ollut se, että aluetalouden prosesseja eivät ohjaa ainoastaan autonomisesti tai atomistisesti toimivien yksilöiden preferenssit (kuten esimerkiksi yksilöiden kulutus päätökset kulttuuritapahtumien talousvaikutusten analyysissä tai tapahtumanjärjestäjien paikalliset investoinnit), vaan kysymys on myös kollektiivisten oppimisprosessien ja alueen toimintakulttuurin kompleksisesta kokonaisuudesta. Institutionaalisen aluetieteen kiinnostuksen kohteena ovat siksi olleet alueellisissa kehitysprosesseissa toimivien ihmisten ja yhteisöjen kollektiiviset arvot sekä toimintamallit, jotka ovat luoneet aluetalouden kehitystä mahdollistavan tai rajoittavan interaktiivisen toimintaympäristön. Analyysien ytimessä ovat olleet alueen toimijoiden ja instituutioiden relationaaliset sidokset; luottamusrakenteet (esimerkiksi sosiaalisen pääoman käsite) ja laajemmin koko vuorovaikutussuhteiden kulttuurinen dynamiikka. Institutionaalisen aluetieteen teoreettis-metodologinen lähtökohta voidaan rinnastaa antropologiseen kulttuurikäsitteeseen, jonka kiin-

topisteenä on ollut ihmisten arvojen, asenteiden ja toimintakäytäntöjen merkitysvälitteisyys. Kulttuuri on tällöin nähty ennen muuta sosiaalisen vuorovaikutuksen kollektiivisia sääntöjä ja ajattelumalleja ohjaavaksi toimintaperiaatteeksi.

Institutionaalista aluetiedettä edustaneiden tutkimusten kohteina ovat olleet muun muassa yritysten ja muiden organisaatioiden klusteroitumisen dynamiikka. Klusteroitumisen näkökulma on relevantti lähtökohta myös kulttuurifestivaalien alue-taloudellisten merkitysten tarkastelussa. Pohdin jatkossa sitä, mikä merkitys kulttuurifestivaaleilla on organisaatioiden ja instituutioiden alueellisen keskittymisen kannalta. Luovatko festivaalit ympärilleen pysyviä toimintamuotoja, joilla on yhteys alue-talouksien toimintakykyyn? Ovatko ne olemassaolollaan vahvistaneet tai tukeneet kulttuuritoiminnan alueellista keskittymistä? Voidaanko festivaalit mieltää paikallisten diskurssien valossa kulttuuriklustereita synnyttäväksi moottoreiksi (*cluster motors, cluster drivers*, Lundequist & Power 2002, 693) ja tässä mielessä alueellisen kehityksen impulsseiksi? Kysyn:

- Ovatko kulttuuritapahtumat heijastuneet kuntien immateriaalisen ja materiaalisen kulttuuripääoman kehitykseen?
- Miten alueen kulttuuripääoman rakentumisen ja festivaalien yhteydet ilmenevät paikallisissa diskursseissa?

Aluetieteessä organisaatioiden alueellista keskittymistä on yleensä tutkittu yritysten sijaintipäätösten ja verkostojen toimivuuden näkökulmista. Tällöin esimerkiksi sosiaalisten vuorovaikutus- ja oppimisprosessien on katsottu selittävän sitä, miksi tuottannollisella toiminnalla on taipumus klusteroitua tietylle alueelle. Sama näkökulma on siirrettävissä myös kulttuurin talouden merkitysten erittelyyn. Monissa tutkimuksissa (sekä Suomessa että kansainvälisesti tarkastellen) kulttuurin talouden toimijoiden on havaittu keskittyneen suurimmille kaupunkialueille.

Aluksi on syytä tarkastella hiukan tarkemmin taloudellisten toimintojen alueellista keskittymistä kuvaavia peruskäsitteitä. Aluetieteellisissä tutkimuksissa on puhuttu sekä klusteroitumisesta että agglomeroitumisesta. Klusterin käsitteellä on yleisesti

kuvattu yritystoiminnan alueellisen keskittymisen dynamiikkaa. Agglomeraatiolla on puolestaan viitattu spesifimmin jonkin tietyn taloudellisen toimialan tai sen lähialojen yritysten alueelliseen kasautumiseen (esim. Feser & Bergman 2000, 3; Kautonen & Kolehmainen 2001, 94–96). Tarkasteluni painottuu enemmän klusteroitumisen näkökulmaan, koska se on käsitteenä laaja-alaisempi. Kulttuurin talouden keskittymät edustavat usein monia osaamisaloja ja muodostavat monimuotoisia tuotannollisia komplekseja (Scott 2000a, 11–12; Benneworth 2004).

Klusteroitumiseen liittyvä keskustelu on perustunut lähinnä 1950-luvulla kehitettyyn agglomeraation teoriaan. Nykypäivän aluetieteelliseen tutkimukseen käsitteen nosti 1990-luvun alussa esille erityisesti Michael Porter, joka osoitti Pohjois-Amerikkaa koskeneessa pioneiritutkimuksessaan, kansallisen kilpailuvyön teoriassaan, teollisuuden eri alojen agglomeroituneen tiettyille kaupunkialueille. Porterlaisessa lähestymistavassa klusterit määrittyivät tietyillä toimialoilla toimivien, toisiinsa toiminnallisesti – yhteistyön ja keskinäisen kilpailun kautta – kytkettyjen yritysten, erikoistuneiden alihankkijoiden, palveluiden tuottajien ja muiden liitännäiselinkeinojen sekä niitä tukevien organisaatioiden (esimerkiksi yliopistojen, kehittämisorganisaatioiden) alueellisiksi keskittymiksi (esim. Wolfe 2000; Kostiainen 2002, 108).⁸⁴

⁸⁴ Myöhemmin klustereille on annettu Porterin teorian pohjalta mitä moninaisimpia määrittelyjä eri asiayhteyksissä. Määrittelyjen monimuotoisuudesta johtuen käsitteen maantieteellinen mittakaava, horisontaalinen leveys ja vertikaalinen syvyys (yritysverkostojen rajauksen yhteydessä), klusterissa mukana olevien toimijoiden aktiiviteetti (tuotantoprosessin ja palvelujen) luonne, innovaatiokapasiteetti, kilpailuasema, organisoituminen ja/tai yhteishallinnan muodot ovat vaihdelleet näkökulmasta riippuen (Hallencreutz & Lundquist 2003, 535). Tarkasteluissa ovat painottuneet esimerkiksi ostajan tai alihankintaverkostojen suhteet – niiden alueellinen lähekkäisyys ja/tai yrittäjyyttä tukevat institutionaaliset kehityspotit sekä paikallisten toimijoiden välinen kilpailu resurssista (Feseriä ja Bergmania 2000, 3 soveltaen).

Klusterin käsitteen ympärillä on käyty myös kriittistä keskustelua. Benneworth ym. (2003) ovat luonnehtineet klusterin käsitteen sisältöä sekavaksi ja eklektiseksi (myös esim. Kautonen ym. 2002, 77). Yksimielisyyttä ei ole ollut esimerkiksi siitä, kuvaako käsite praktista ja operationaalisoitavaa todellisuutta vai tulisiko sitä tarkastella pikemminkin teoreettisena konstruktiona. Epäselvyyksistä ja merkitysten moninaisuudesta johtuen käsite on ollut teoreettisesti ”liukas”, ja sen empiirinen analysointi on osoittautunut haasteelliseksi (Lundquist & Power 2002, 687; Benneworth 2004, 6).

Tämän tutkimuksen kannalta klusterin käsitteen määrittelyä palvelee Hallencreutzin ja Lundequistin (2003, 535) jäsenitys, jossa he ovat eritelleet klusterin tutkimuksellisia konteksteja. Heidän mukaansa klusteroitumisen käsitettä on käytetty

- alueellisen kilpailukyvyyn ja tuotannollisen toiminnan erikoistumisen selittäjänä
- geneerisenä käsitteenä teorioille, jolloin tarkastelun kohteena on ollut yritysten alueellisen kasautumisen dynamiikka
- kompleksisen alueellisen tuotantojärjestelmän kuvaajana, jolloin on tutkittu samanlaisia ydintuotteita valmistavia tai samankaltaisia teknologioita soveltavia yrityskeskittymien verkostoja
- strategisen alueellisen kehittämistyön välineenä ja poliittis-hallinnollisen suunnittelun kohteena.

Käytän tässä tutkimuksessa klusteroitumisen käsitettä geneerisenä sateenvarjokäsitteenä, jolla kuvaan yleisellä tasolla kulttuuritoimintojen alueellisen kasautumisen dynamiikkaa. En siis sovelle klusteroitumisen ideaa analyttisenä, empiiristä operationalisointia tukevana käsitteenä, koska tutkimukseni tavoitteena ei ole kulttuuriklustereiden tai -verkostojen kattava haltuunotto, tunnistaminen (esimerkiksi siihen kuuluvien toimijoiden eksakti määrittely), mallintaminen tai klusterin sisäisten vuorovaikutussuhteiden dynamiikan analysoiminen. Siksi en myöskään kertaakaan tässä yhteydessä yksityiskohtaisemmin klusteroitumisen tai agglomeroitumisen käsitteiden ympärillä käytyä laajaa ja vuosia jatkunutta aluetieteellistä keskustelua ja suhteuta omaa tutkimusnäkökulmaa kyseisiin debatteihin.

Olenaisempaa tutkimukseni ongelmanasettelun kannalta on tarkastella kulttuurin talouden alueellisen keskittymisen paikallisia merkityksiä ja ehtoja. Pohdin, voimmeko mieltää kulttuurifestivaalit kulttuurin talouden paikallisen keskittymisen moottoreiksi. Miten tämä ilmenee käytännössä suomalaisten kuntien kehityksen yhteydessä? Mitä institutionaalisia ”jälkiä” festivaalit ovat vuosien saatossa jättäneet tapahtumapaikkakunnille? En siis tutki alueellisen keskittymisen mittakaavaa, vaan pikemminkin niitä impulsseja, joilla on geneerinen yhteys kulttuurin talouden klusteroitumiseen.

Kulttuurin taloudelle on tyypillistä alueellinen keskittyminen, minkä on katsottu generoivan alueille erilaisia positiivisia kehitys-impulseja (Scott 1997 ja 2000a; Florida 2002; Turok 2003; Hallencreutz & Lundequist 2003; Power 2003; Benneworth 2004). Kulttuurisesti moniarvoinen ilmapiiri ja luovat verkostot toimivat tutkimusten mukaan luovan ajattelun sekä uusien ideoiden tuottamisen kasvualustana ja innostavana ärsykkeenä. Kulttuuriteolliset instituutiot synnyttävät alueille uusia luovien toimialojen tiheyttä. Eri toimintojen alueellinen läheisyys mahdollistaa luottamukseen, virikkeellisyyteen ja strategiseen kumppanuuteen perustuvan sisäsyntyisen sosiaalisen vuorovaikutuksen sekä kollektiivisen oppimisprosessin. Kehämäisenä prosessina luovien toimintojen tiheyttä luo dynaamista kehittämislämpöä, joka synnyttää uusia instituutioita, innovaatioita, houkuttelee osajia sekä vaikuttaa yritysten investointihalukkuuteen. (Montgomery 1995; Turok 2003.)

Esimerkiksi Cantellin (2001, 56) mukaan luovat, esteettisiä taitoja vaativat ammatit keskittyvät sinne, missä on otollinen kasvualusta uusille innovaatioille. Esimerkkeinä hän on maininnut Yhdysvaltojen autoteollisuuden design-osastojen keskittymisen Los Angelesiin sekä Suomessa taiteilijoiden, designereiden ja arkkitehtien klusteroitumisen pääkaupunkiseudulle. Kulttuurisektori tuottaa täten luovuuden keskittymiä, ja kulttuurialan työntekijöiden on havaittu hakeutuneen toistensa lähetyville. Kulttuuriklustereilla on ollut tutkimusten mukaan heijastusvaikutuksia myös muihin kaupungissa sijaitseviin toimintoihin; esimerkiksi yritysten tuotekehittelyyn ja kaupungin imagon rakentamiseen.

Kulttuuriklustereista on tunnistettu tiettyjä organisatorisia ja sisällöllisiä ominaispiirteitä. Benneworth (2004) on määritellyt kulttuuri(teollisen)klusterin brittiläisessä kontekstissa löyhäksi yksilöiden verkostoksi, koska sitä ilmentää monialaisuus (alojen kirjo esittävästä taiteista uusmediatuotantoon). Lisäksi kulttuuriklusteri ei muodostu hänen mukaan ainoastaan yritysryppäistä, vaan siihen kytkeytyy myös monia julkisen sektorin, oppilaitos-

ten ja kolmannen sektorin toimijoita. Scott (2000a, 11–12) on puolestaan liittänyt kulttuuri(tuote)teollisuuden klustereihin (*cultural-products industries*) yhdysvaltalaisissa metropoleissa seuraavia teknologis-organisatorisia ominaisuuksia:

- Kulttuuri(tuote)teollisuuden työprosessit ovat työvoimavaltaisia ja edellyttävät runsaasti välitöntä ihmistyövoiman panosta (*direct human involvement*).
- Tuotanto on organisoitunut usein pienten ja keskisuurten yritysten sekä kulttuurilaitosten verkostoiksi, joissa vallitsee vahva keskinäinen ”tuotannollinen” riippuvuussuhde.
- Kulttuuriteolliset agglomeraatiot (*cultural-products agglomerations*) generoivat emergenttejä ulkoisvaikutuksia alueille, jotka ilmenevät muun muassa alueen yritysten kollektiivisen oppimisen ja luovuuden lisääntymisenä.
- Kulttuuriteollinen agglomeraatio edesauttaa uusien organisaatioiden ja infrastruktuurien kehittymistä, jotka tuottavat kulttuurin tuotannon tarpeisiin erilaisia oheispalveluja, lisäävät paikallisia informaatiovirtoja, edistävät luottamuksellisten yhteistyöverkostojen syntyä jne.

Kulttuuriteollisuuden keskittymisen vaikutukset voivat näin ollen olla aluetalouden kehityksen kannalta moninaisia. Vaikka yhdysvaltalainen konteksti ei suoraan vertaudu suomalaiseen toimintaympäristöön, ovat listan kaksi viimeistä kohtaa tämän tutkimuksen kannalta erityisen kiintoisia. Mikä merkitys emergenteillä ulkoisvaikutuksilla (oppimisen, luovuuden ja informaatiovirtojen lisääntymisellä) on suomalaisten festivaalikaupunkien yhteydessä? Miten näitä merkityksiä voi jäsentää? Toisaalta listalta nousee esille myös keskittymisen etujen näkökulma. Klusterissa mukana olevat toimijat hyötyvät paikallisesta vuorovaikutussuhteiden dynamiikasta, mikä tulee esimerkiksi kulttuuri-alan yritysten kohdalla esille arvoketjun (tuotekehittelyn, markkinoinnin, jakelun ja niin edelleen) eri vaiheissa.

Keskittymisestä aiheutuvia etuja on analysoitu lukuisissa aluetalouden toimintakykyä tarkastelleissa tutkimuksissa. Yleisesti toimintojen klusteroitumisen on katsottu aiheuttavan tuotannollisessa toiminnassa erilaisia mittakaavaetuja, millä on puolestaan

nähty olevan yhteys alueiden kilpailukyvyyn vahvistumiseen (esim. Kautonen & Tiainen 2000; Laakso & Loikkanen 2000, 17–19; Wolfe 2000).⁸⁵

Toimintojen alueellisen keskittymisen dynamiikka ilmenee sekä aineellisiin tuotantoprosesseihin liittyvinä etuina että aineettomina kollektiivisina arvoina ja asenteina – hiljaisena, kilpailuetua tuottavana tietona ja osaamisena. Ensin mainittuja ovat esimerkiksi agglomeroitumisen mahdollistama tuotannollisen toiminnan erikoistuminen; esimerkiksi erikoistuneiden yrityspalvelujen tarjonta tai erikoistuneen työvoiman saatavuus (Kautonen & Tiainen 2000, 30).⁸⁶

Myös aineettomilla tai näkymättömillä klusteroitumisen eduilla on institutionaalisen aluetieteen valossa suuri painoarvo sen kannalta, minne esimerkiksi innovaatiotoiminta keskittyy. Näitä ominaisuuksia on kuvattu seuraavasti (Amin & Thrift 1999, 13; Kautonen & Tiainen 2000, 30):

- Keskittymät luovat mahdollisuuksia face-to-face -kontakteille, joita tarvitaan paikallisten kehittämiskeskustusten, kollektiivisten uskosten ja tarinoiden generoimiseen ja levittämiseen.

⁸⁵ Mitä nuo kilpailuedut ovat? Ensinnäkin on arvioitu, että saman alan yritysten ja ihmisten läheisyys laskee muun muassa tuotanto-, kuljetus-, liikkumis- ja kommunikaatiokustannuksia, mikä saa aikaan positiivisia ulkoisvaikutuksia (Laakso & Loikkanen 2000, 17–19). Klusteroituminen generoi ja luo informaatiovirtoja, edesauttaa osaamisen ja ideoiden vaihtoa paikallisessa toimintaympäristössä, mikä voi heijastua välillisesti paitsi yritysten välittömiin toimintaedellytyksiin myös esimerkiksi julkisiin investointeihin (tietoliikenneyhteyksiin, koulutus- ja tutkimuslaitoksien sekä osaamiskeskusten perustamiseen ja niin edelleen.). Siksi Wolfe (2000, 19) on määritellyt klusterit ”kvasi-julkisiksi” hyödykkeiksi. Niiden toimintakäytännöt ja heijastusvaikutukset ylittävät yksityisen ja julkisen sektorin rajat.

Klusteroitumisen on katsottu parantaneen osaamisverkostojen ja oppimisen välityksellä myös yritysten innovaatiokapasiteettia ja tuottavuutta, koska klusterissa mukana olo on altistanut toimijoita uusien trendien, palveluiden, laitteiden ja teknologioiden omaksumiseen ja saatavuuteen. Kollektiivisen oppimisen rinnalla klusterit ovat samanaikaisesti myös ikään kuin pakottaneet paikalliset yritykset sopeutumaan paikalliseen ja yli paikalliseen kilpailuun, mikä on puolestaan ylläpitänyt niiden jatkuvaa uudistumiskykyä. Näin ollen klusteroitumisen dynamiikassa ovat yhdistyneet toisiinsa näiden ristikkäiset voimat; kilpailu ja yhteistoiminta. Molemmat ovat tukeneet paikallisten yritysten/organisaatioiden toimintaa ja tulevaisuuden kehitysedellytyksiä. (Wolfe 2000, 19–20.)

⁸⁶ Samalla keskittymä voi olla yrityksen hankintojen ja/tai myynnin keskus tai keskeinen yrityksen tuotteiden jakelun kannalta, jotka liittyvät paikallisiin alihankintaverkostoihin, markkinoinnin organisoimiseen sekä logistisiin järjestelmiin (Kautonen & Tiainen 2000, 30).

- Keskittymät mahdollistavat sosiaalisen ja kulttuurisen vuorovaikutuksen sekä kollektiivisen oppimisprosessin, joiden välityksellä levitetään tietoa informaatiota, muodostetaan koalitioita (paikallisia virallisia ja epävirallisia yhteenliittymiä) sekä synnytetään ja ylläpidetään luottamusrakenteita ja vakiintuneita toimintakäytäntöjä eri toimijoiden välillä.
- Keskittymät mahdollistavat innovaatioiden jäljittämisen, kehittämisen ja testaamisen tuottamalla paikallisesti erikoistunutta kriittistä massaa. Samalla ne luovat institutionaalisia verkostoja, jotka kykenevät yhdessä reagoimaan markkinoilla tapahtuviin muutoksiin. Paikallisesta ja yli paikallisesta kilpailusta johtuen keskittymä synnyttää myös kollektiivisia paineita innovaatiotoimintaan.
- Keskittyminen luo imagoetuja, jotka lisäävät alueella toimivien yritysten uskottavuutta, mistä on hyötyä markkinoinnissa. Samalla keskittymä houkuttelee alueelle uutta erikoisosamista, joka edelleen parantaa sen toimintakykyä.

Kaiken kaikkiaan klusterit ja agglomeraatiot ovat representaatioiden, oppimisen, vuorovaikutuksen ja innovaatioiden keskittymiä osana globaalia tuotantojärjestelmää (Amin & Thrift 1999, 13). Myös kulttuurin talouden alueellisesta keskittymisestä voi seurata aineellisia ja aineettomia etuja, joista hyötyvät niin paikalliset yrittäjät, kunnat kuin kolmannen sektorin toimijat. Kulttuurin talouden klusterit muodostavat paikallisia yhteenliittymiä, joiden kautta paikallistalouteen välittyy uutta kulttuurista osaamista ja tietoa (*cultural knowledge pool*) (Benneworth 2004).⁸⁷

⁸⁷ Myös Floridan (2002, 221) mukaan luovien toimialojen keskittymät synnyttävät alueille paikallisesti erikoistunutta kilpailuetua. Luovien verkostojen ja klustereiden kaupungit tarjoavat mahdollisuuksia uusien ideoiden luomiseen, vaihtoon, testaamiseen, soveltamiseen ja levittämiseen. Lisäksi Florida (emt.) on esittänyt, että luovuuteen kiinnittyvän ihmispääoman (*human capital*) keskittyminen on alueiden menestyksen ja taloudellisen kasvun kannalta olennaisempaa kuin yritysten klusteroituminen sellaisenaan.

Kulttuuri ja institutionaalinen tiheys

Klusteroitumisessa on siis kyse toimintojen (instituutioiden ja organisaatioiden) keskittymisestä, millä on katsottu olevan alueiden kilpailukykyä vahvistavia vaikutuksia. Amin ja Thrift (1999) ovat kuvanneet keskittymisen dynamiikkaa moniulotteisella institutionaalisen tiheyden (*institutional thickness*) käsitteellä, jonka avulla he ovat jäsentäneet paikallistalouksien sosiokulttuurista kehitysprosessia ja alueen institutionaalisen perustan vahvistumista. Institutionaalisen tiheyden ajatusta voidaan pitää eräänä talousmaantieteen kulttuuristumisen tai aluetieteen institutionaalisen käänteen (*institutional turn*) seurauksena. Käsitteenä se edustaa niin sanottua uutta aluetiedettä (*new regional science*), joka on saanut vaikutteita muun muassa institutionaalisen taloustieteen suunnalta. (Granovetter 1992b; Amin 1999, 368; Hess 2004.)

Sovellan tässä työssä institutionaalisen tiheyden näkökulmaa ja muuta talousmaantieteellistä käsitarsenaalia kulttuuritapahutumien aluetaloudellisten merkitysten tarkasteluun. Analyysin keskiössä ovat festivaalipaikkakunnille ominaisten instituutioiden ja organisaatioiden kehityspolkujen jäljittäminen.⁸⁸

Institutionaalisen tiheyden jäsentämisen lähtökohtana on instituution ja organisaation käsitteiden määrittely. Aluetaloudellisia prosesseja (innovaatiojärjestelmiä, oppivia alueita, verkostojen johtamista ja niin edelleen) koskevissa tutkimuksissa instituutiota on toisinaan pidetty laajana sateenvarjokäsitteenä, johon on sisällytetty mitä erilaisimpia toimintamuotoja, normeja, arvoja, säädöksiä, uskomuksia ja aktiviteetteja. Laaja määrittely on kuitenkin heikentänyt käsitteen analyttistä käyttökelpoisuutta ja

⁸⁸ Missä mielessä näkökulma palautuu aluetaloudelliseen keskusteluyhteyteen? Lähtökohtana on se, että alueiden kulttuuritoiminnoilla on yhteys instituutioiden syntymiseen (Dziembowska-Kowalska & Funck 1999). Taloudellinen toiminta organisoituu puolestaan erilaisten instituutioiden välityksellä, joilla on yhteys aluetalouksien poliittisiin ja kulttuurisiin olosuhteisiin (Dacin & Ventresca & Beal 1999, 322). Instituutioiden ja aluetaloudellisen toiminnan välillä on näin ollen erottamaton yhteys (Polanyi 1992), mikä ilmenee esimerkiksi kollektiivisten oppimis- ja innovaatioprosessien yhteydessä (esim. esim. Edquist & Johnson 1997).

luonut sille epäselvän ja ylimalkaisen leiman. Samalla myös instituution ja organisaation käsitteet ovat usein sekoittuneet toisiinsa. (Edquist & Johnson 1997.)

Analyttisesti on perusteltua erottaa instituution ja organisaation käsitteet toisistaan, koska esimerkiksi Edquistin ja Johnsonin (1997, 47) mukaan niillä on erilainen rooli alueiden innovaatioprosessien kehityksessä. Organisaatiot ovat heidän mukaansa ”konkreettisia”, tietoisesti ja tarkoitushakuisesti luotuja formaaleja rakenteita, joille on annettu jo niiden muodostamisvaiheessa eksplisiittisiä tehtäviä ja tavoitteita. Ne voivat saada mitä moninaisimpia sisältöjä ja toimintamuotoja. Organisaatiot voivat olla niin yksityisen, julkisen kuin kolmannen sektorin toimijayhteisöjä; esimerkiksi puolueita, kaupungin viranomaisia, yrityksiä, ammattiliittoja, oppilaitoksia, yhdistyksiä ja niin edelleen. Organisaatioita voi täten luonnehtia ihmisyhteisöiksi, joiden jäsenet ovat yhteisten ja erikseen määriteltyjen tavoitteiden ja päämäärien kautta sidoksissa toisiinsa (North 1993, 5).

Instituutiot ovat puolestaan spontaanisti kehittyneitä ja niillä ei ole tavallisesti spesifiä funktiota tai tavoitetta. Instituutiolla on myös organisaatioita ”sosiologisempi” sisältö, sillä on viitattu yleisellä tasolla yksilöiden ja yhteisöjen kollektiivisiin käyttäytymismalleihin, sosiaalisen ”pelin sääntöihin” (*the rules of the game*) (Jepperson 1991, 143). Instituutiota voidaan määritellä esimerkiksi seuraavasti:

Institutions are socially constructed, routine-reproduced (ceteris paribus), program or rule systems. They operate as relative fixtures of constraining environments and are accompanied by taken-for-granted accounts. (Jepperson 1991, 149.)

Instituution käsitteessä korostuu aluetalouden kehityksen prosessuaalinen luonne, koska sen sisällöissä alueiden taloudelliset, kulttuuriset, alueelliset ja sosiaaliset prosessit kohtaavat hybridisellä tavalla toisensa. Tähän viittaa esimerkiksi Giddensin (1984b, 112) ajatus instituutioista rakenteistuneina järjestelminä. Strukturaatioteoriassa instituutiota syntyy ihmisten välisen vuorovaikutuksen ja kohtaamistilanteiden yhteydessä, jotka

ylläpitävät paitsi yhteiskunnallisten rakenteiden jatkuvuutta myös vastaavat niiden jatkuvasta uusintamisesta. Vakiintuessaan instituutiot muodostuvat ”säännöllisiksi yhteiskunnallisiksi toimintakäytännöiksi” tai järjestelmiksi (emt.).

Giddens (1984b, 157) on määritellyt instituution (Radcliffe-Brownia lainaten) ”käyttäytymisen standardisoiduiksi muodoiksi”. Instituutiot näyttäytyvät sosiaalisessa todellisuudessa ikään kuin objektiivisina tosiasioina, rutiineina ja toimintamalleina, jotka ilmenevät arkielämän tilanteissa kuin ”itsestäänselvyysinä”, tavanomaisina pidettyinä käyttäytymisen koodeina (Berger & Luckmann 1994, 72).

Instituutioista voidaan edelleen erottaa muodolliset ja epämuodolliset instituutiot. Muodollisiin instituutioihin kuuluvat esimerkiksi lait ja asetukset, viralliset säädökset ja erilaiset ohjeistot; sellaiset normit, jotka on tarkoitushakuisesti luotu. Epämuodollisia instituutioita ovat puolestaan ajan kuluessa syntyneet traditiot, toimintatavat, yhteistyökäytännöt ja keskinäiset sopimukset; esimerkiksi työyhteisöä koskevat epäviralliset normit ja pelisäännöt. (North 1993, 4; Edquist & Johnson 1997, 50.) Muodollisia ja epämuodollisia instituutioita voidaan myös tarkastella yhtenä kokonaisuutena, kuten esimerkiksi Edquist ja Johnson (1997, 46) ovat tehneet:

Institutions are sets of common habits, routines, established practices, rules, or laws that regulate the relations and interactions between individuals and groups.

Myös aluetaloudellisten kehitysprosessien tarkastelun yhteydessä on katsottu aiheelliseksi erottaa instituution ja organisaation käsitteet toisistaan, koska niillä on nähty olevan erilaisia rooleja alueiden kehityksen kannalta. Organisaatiot ovat Cooken ym. (1998, 1565–1566) mukaan ikään kuin alueellisen kehittämispelin joukkueita ja instituutiot vastaavasti pelin sääntöjä, jotka ilmentävät joukkueiden pelityylejä ja kulttuurisia toimintakäytäntöjä (ks. myös North 1993, 4; vrt. Linnamaa 2004, 125).

Viittaan tässä tutkimuksessa organisaation käsitteellä erityisesti kulttuurialan organisoituihin toimintamuotoihin; oppilai-

toksiin, yrityksiin, järjestöihin, kulttuurilaitoksiin, hankkeisiin ja niin edelleen. Instituution käsite liittyy puolestaan kulttuurialan organisaatioiden ja muiden paikallisten toimijoiden jaettuihin normeihin ja arvoihin sekä yhteisiin toimintakäytäntöihin; esimerkiksi tiedonkulun logiikkaan, ideoiden vaihtoon, luottamus-verkostoihin ja yhteistyömuotoihin, jotka muodostavat paikakunnalle ominaisen kulttuuri-ilmapiirin. Kulttuurialan organisaatiot ja kulttuuri-ilmapiiri muovaavat yhdessä alueiden kulttuuripääomaa.

Institutionaalisen tiheyden käsite kuvaa instituutioiden ja organisaatioiden vuorovaikutusta. Käsitettä on alun perin käytetty Italian teollisten keskittymien ja Lontoon talouselämän verkostojen tarkasteluissa. Sen käyttö yleistyi 1990-luvun puolivälissä, jolloin kaupunkien ja alueiden instituutiot nähtiin kaupunkien kehittämisselityksessä innovaatioiden lähteiksi ja moottoreiksi. Tutkimusten avulla ryhdyttiin selvittämään muun muassa sitä, miten instituutioiden kehitystä voidaan kehittämisselityksen yhteydessä hallita. Tai miten instituutioiden kehityspolkuja ja prosesseja voidaan jäljittää? (Healey 1997; 1999, 119; Amin & Thrift 1995; 1999).

Kytken tässä tutkimuksessa institutionaalisen tiheyden näkökulman kulttuurifestivaalien aluetaloudellisten merkitysten tulkintaan. Aminia ja Thriftiä (1995; 1999) soveltaen institutionaalinen tiheys koostuu tällöin

- erilaisten kulttuurialan organisaatioiden esiintymistiheydestä (mukaan lukien kulttuurialan yritykset, kulttuurihallinnon organisaatiot, vapaaehtoisjärjestöt, kulttuurihankkeet, taide- ja kulttuurilaitokset, kulttuurialan oppilaitokset, kulttuurialan osaamiskeskukset, kulttuurin markkinointiorganisaatiot ja niin edelleen)
- paikallisten organisaatioiden vuorovaikutuksesta, jonka kautta alueelle välittyy kulttuurialan osaamista, tietoa, ideoita, symboleja, kollektiivisia toimintamalleja, sääntöjä ja niin edelleen
- kollektiivisesta tietoisuudesta, identiteetistä, yhteisestä territoriaalisesta ja kulttuurisesta päämäärästä, kehittämisen visiosta tai missiosta koskien toimijoiden keskinäisten suhteiden pysyvyyttä, merkityksiä ja riippuvuuksia.

Tiivistetysti institutionaalinen tiheys koostuu alueella toimivien organisaatioiden vuorovaikutuksen ja synergioiden, kollektiivisten representaatioiden, yhteisen mission sekä jaettujen kulttuuristen normien ja arvojen kombinaatiosta (Amin & Thrift 1999, 15). Yhdessä ja kokonaisuudessaan niiden aikaansaama ”tiheys” stimuloi yritystoimintaa ja kehittää paikallista toimintakulttuuria, mikä heijastuu alueen kehitykseen. Tärkeintä ei täten ole instituutioiden olemassaolo sinänsä, vaan pikemminkin institutionalisoitumisen prosessin aikaansaama paikallinen kehittämisen eetos. (emt.)

Näkemyks institutionaalisesta tiheydestä implikoi laajaa instituution määritelmää. Aminin ja Thriftin (1999) jäsenyyksessä instituutio viittaa toisaalta konkreettisiin muotoihin, millä on läheinen yhteys organisaation käsitteeseen. Toisaalta se ilmentää ”sosiologisempaa” näkemystä instituutiosta, jolloin kyse on pikemminkin käyttäytymismalleista, jaetuista odotuksista, moraalista ja normeista. Institutionaalinen tiheys muodostuu näin ollen sekä alueen organisaatioiden koostumuksesta että sitä muovaavasta toimintakulttuurista. Instituutiot muodostavat tässä laajassa katsantokannassa aluekehityksen puitteet ja valintojen kentän, jotka mahdollistavat tai rajoittavat luovien ja innovatiivisten prosessien kehityksen (Linnamaa & Sotarauta 2001, 64).

Mainittujen tekijöiden yhteisvaikutuksesta institutionaalisella tiheydellä on Aminin ja Thriftin (1999, 16) mukaan ratkaiseva merkitys alueiden taloudellisen kehityksen kannalta. Näkökulma korostaa aluetalouksien kehityksen prosessuaalista ja sosiokulttuurista luonnetta. Institutionaalisen tiheyden käsite kiinnittyy niihin välitysmekanismeihin, joiden kautta tietoa ja normeja siirtyy, suodattuu ja konstruoituu – sekä ”hiljaisessa muodossa” (*as tacit knowledge*) että eksplisiittisesti ja konkreettisesti.

Institutionaalinen tiheys ei kuvaa tai ilmennä asiaa (*thing*) tai entiteettiä sellaisenaan, vaan pikemminkin kyse on sosiaalisesti välittyneen prosessin jäsentämisestä. Se ei ole ilmiönä universaalisti määrittävä objekti tai voimavara, esimerkiksi alueelta sellaisenaan tunnistettavissa oleva konkreettinen tuotannontekijä tai

raaka-aine, vaan pikemminkin ei-lineaarisesti kehittyvä ja jatkuvasti muotoaan muuttava interaktiivinen, alueiden kehitystä mahdollistava prosessi. Täten institutionaalinen tiheys ei ole ainoastaan historiallisesti annettu (*historical given*) sosiaalisen toiminnan deterministinen kehys, jota ei voi muuttaa, vaan pikemminkin alueen institutionaaliset vuorovaikutussuhteet ovat jatkuvasti kehittyvä prosessi, ja juuri tuo prosessi toimii alueellisen kehittämistyön voimavarana. (Amin & Thrift 1999.)

Institutionaalisen tiheyden korostama prosessuaalinen näkökulma voidaan rinnastaa myös kulttuurifestivaalien paikallisten merkitysten tarkasteluun. Se laajentaa sekä haastaa teoreettisesti ja metodologisesti primäärisiä ja sekundäärisiä talousvaikutuksia tarkastelleet tutkimukset. Institutionaalisen tiheyden valossa myös kulttuuritapahtumien aluetaloudellinen merkittävyys kiitoutuu alueen toimintakulttuuriin, instituutioiden ja organisaatioiden kehitykseen sekä vuorovaikutussuhteiden dynamiikkaan.

Kulttuurifestivaalien alueellinen juurtuminen

Aluetalouksien kehitys ja institutionaalinen tiheys ovat jotakin enemmän kuin alueella toimivien instituutioiden summa. Kyse on ennen muuta sosiaalisista prosesseista. Täten aluetaloudellisten ja sosiaalisten prosessien analyttinen erottaminen tai taloudellisten prosessien pelkistäminen esimerkiksi uusklassisiksi taloudellisiksi (ja matemaattisiksi) malleiksi on Swedbergin ja Granovetterin (1992, 1) mukaan tieteellisesti epäviisasta. Myös alueen kulttuuripääoman ja alueiden kehityksen dynamiikan analyysi edellyttää sosiaalisten ja taloudellisten prosessien kokonaisvaltaista tulkintaa.

Yhteiskunta- ja taloustieteellisissä keskusteluissa ihmisen toimintaa ja valintoja on perinteisesti selitetty esimerkiksi talusteoreettisin tai sosiologisin teorioin. Taloudellinen toimija (*economic man*) on nähty talusteoreettisissa katsannoissa usein ensisijaisesti rationaalisena, hyötyjään maksimoivana olentona,

joka toimii päämäärähakuisesti tiedostaen toimintaansa ja valintoihinsa liittyvät uhat ja mahdollisuudet. Sosiologinen toimija (*sociological man*) on puolestaan mielletty yhteiskunnalliseksi tuotteeksi, sosiaalisten roolien ilmentymäksi, joka erilaisten yleisten uskomusten ja normien ohjaamana toimii funktionaalisesti yhteiskunnan institutionaalisten käytäntöjen ylläpitäjänä. Aiemmin esllä olleen talousmaantieteen kulttuurisen käänteen yhteydessä sosiologiset ja talusteoreettiset mallit ovat kuitenkin alkaneet lähentyä toisiaan ja lipua toistensa päälle analyttisesti sisäkkäisiksi kerrostumiksi. (vrt. Kainulainen 1995; 1996; Dankbaar 2004.)

Taloussosiologi Mark Granovetter (1985) on liittänyt taloudelliset ja sosiologiset näkökulmat toisiinsa juurtumisen (*embeddedness*) käsitteen avulla.⁸⁹ Hänen (1985, 484) mukaan organisaatioiden ja yksilöiden arvot ja valinnat (esimerkiksi yritysten perustamisen tai työvoiman ja yritysten sijaintipäätösten yhteydessä) eivät perustu ainoastaan mekaaniseen, rationaaliseen ja laskelmoituun toimintaan tai yksilöllisten hyötyjen maksimointiin (*homo economicus*), kuten klassisessa talusteoriassa on oletettu, vaan sosiaaliset vuoro-vaikutussuhteet toimivat eräänlaisina valintoja ohjaavina ”kitkatekijöinä” (*frictional matters*).

Juurtumisen käsite kuvaa sosioekonomisen toimintaympäristön monimuotoista dynamiikkaa. Granovetter (1985; 1992a) on käyttänyt sitä yksilöllisiä valintoja ja sosiaalisia rakenteita yhteenliittävänä käsitteenä. Hänen (1985, 485; 1992a, 5–6; 1992b, 29) mukaan yksilö ei toimi paikallistaloudessa sosiaalisesta kontekstista vapaana atomisoituneena, itseriittoisena ja utilitaristisena toimijana, jota hän kutsuu yksilön alisocialisatioksi (*undersocialize*).⁹⁰ Toisaalta yksilön valintoja eivät determinoi myöskään esimerkiksi sosiaalinen asema, parsonslainen (funktionalistinen) sosiaalinen rooli tai yhteiskuntaluokka sel-

⁸⁹ Käsitteen taustalla ovat myös Karl Polanyin näkemykset talousdämän ja instituutioiden kehityksen sosiaalisesta välittyneisyydestä (Oinas 1999; Dacin ym. 1999; Hess 2004).

⁹⁰ Näkemys rationaalisia valintoja tekevistä yksilöistä on ollut myös laajemmin yhteiskuntatieteen uusinstitutionalistisen kritiikin kohteena (esim. Zukin & DiMaggio 1990, 3-5; DiMaggio & Powell 1991, 8).

laisenaan, mitä näkemystä Granovetter (1985; 1992a, 6; 1992b, 30–31) on kutsunut yksilön ylisosialisaatioksi (*oversocialize*). Pikemminkin kyse on relationaalisesta, jatkuvassa muutostilassa olevasta prosessista ja kontekstuaalisista kohtaamistilanteista, joiden yhteydessä sosiaalinen elementti konstruoituu ja kietoutuu instituutioiden, organisaatioiden ja yksilöllisten valintojen yhteisvaikutuksesta paikallistalouden kehityksen dynamiikkaan (Hess 2004).

Ali- ja ylisosialisaation kritiikin perusteella juurtumisen käsitteen lähtökohdat voidaan kiteyttää seuraavasti (Swedbergin ja Granovetter 1992, 69):

- Taloudellinen toiminta on eräs sosiaalisen toiminnan osa-alue.
- Taloudellinen toiminta on sosiaalisesti ohjautuva prosessi.
- Taloudelliset instituutiot ovat sosiaalisia konstruktioita.

Juurtumisen ajatus ilmentää Granovetterin (1985; 1992b, 31–32) ajattelussa yli- ja alisosialisaation väliin jäävää prosessuaalista ja konstruktiiivista aluetalouden kehityksen dynamiikkaa, jonka ytimessä vaikuttavat atomistisesti ja rationaalisesti toimivien yksilöiden sijaan ennen kaikkea toimijoiden väliset relationaaliset vuorovaikutussuhteet, joita ohjaa merkitysvälitteinen kulttuuri.

Juurtumisen prosessi kuvaa nimensä mukaisesti organisaatioiden ja instituutioiden uppoamista tai sosiaalista integroitumista sosiokulttuuriseen toimintaympäristöön (Granovetter 1985; Hess 2004). Kysymys on samanaikaisesti sopeutumisesta, uusien arvojen ja toimintamallien omaksumisesta sekä omen toimintaperiaatteiden tuomisesta osaksi paikallisten toimijaverkostojen dynamiikkaa. Samalla juurtumisen prosessit toimivat sekä institutionaalista tiheyttä synnyttävinä voimina että niiden aikaansaannoksina (esim. Hess 2004). Toisin sanoen, juurtuminen konstituoii institutionaalisia aktiviteetteja.

Juurtumisen käsitisesältö ilmentää monitasoisuutta. Laajasti tarkasteltuna se viittaa aluetalouden kehityksen kontingenttiin, sosiaalisesti ehdolliseen ja mahdollistavaan prosessiin, johon vaikuttavat paitsi puhtaat talouselämän lait myös kognitiiviset, kulttuuriset ja poliittiset voimat sekä sosioekonomiset rakenteet

(Giddens 1984a, 30; Zukin & DiMaggio 1990, 15). Monitasoisuudesta johtuen juurtumisen ideasta on vuosien kuluessa johdettu runsaasti erilaisia typologioita, joilla on kuvattu yritysten ja muiden organisaatioiden suhdetta alueiden sosiaalisiin, poliittisiin ja kulttuurisiin olosuhteisiin. Juurtumisen käsitettä on käytetty mitä moninlaisimmassa yhteyksissä; esimerkiksi yritysverkostojen sosiospatiaalisen dynamiikan, organisaatioiden sisäisen koheesion sekä maahanmuuttajien sopeutumisen tarkastelun analyttisenä apuvälineenä. Kaikkien juurtumista kuvaavien määrittelyjen yleistavoitteena on ollut kuvata sellaisten sosiaalisten riippuvuussuhteiden ja paikallisten sidosten sisältöjä, joiden vaikutuksesta taloudellinen toiminta on kiinnittynyt alueiden kehitykseen. Lyhyesti sanottuna kysymys on ollut siitä, mitkä tekijät kiinnittävät, integroivat, juurruttavat tai sitovat esimerkiksi yksittäisen yrityksen tietylle alueelle.

Juurtumisen käsitteen yhteydessä on puhuttu ainakin poliittisesta, kulttuurisesta, rakenteellisesta, kognitiivisesta, temporaalista, territoriaalisesta, sosiaalisesta, teknologisesta, markkinälähtöisestä, yhteiskunnallisesta, verkostomaisesta, institutionaalista ja relationaalista juurtumisesta (Zukin & Dimaggio 1990; Halinen & Törnroos 1998, 194–196; Nahapiet & Ghoshal 1998; Hess 2004). Kulttuurinen juurtuminen on esimerkiksi kuvannut Zukinin ja Dimaggion (1990, 17) jäsenyyksessä alueella vallitsevien kollektiivisten uskomusten, ideologioiden ja arvostusten vaikutuksia yritysten toimintaedellytyksiin ja yritysilmapiiriin. Kulttuurisella juurtumisella on ollut läheinen yhteys alueen toimintakulttuurin (*regional culture*) käsitteeseen, josta tunnetuin kansainvälinen malliesimerkki lie-nee Silicon Valleyen menestystarina ja paikallisen yritystoiminnan evoluution yhteys alueen kehitysetokseen, toimintakäytäntöihin ja maineeseen (Oinas 1999).

Poliittisella juurtumisella on puolestaan viitattu alueiden valta-suhteisiin, jotka ovat liittyneet esimerkiksi valtionhallintoon sekä aluehallintoviranomaisten, järjestöjen ja yritysten toimintaan. Poliittinen elementti on tällöin toiminut ikään kuin eri toimi-

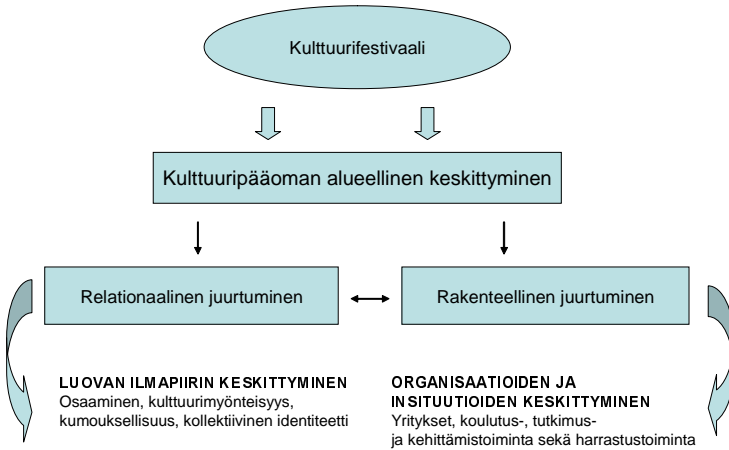
jatahojen intressien kilpenä ja suodattimena. Poliittisen juurtumisen on katsottu ohjaavan taloudellista toimintaa ja päätöksentekoa niin kansallisvaltioiden kuin yksittäisten kuntien tasoilla (Zukin ja Dimaggio 1990, 17; Halinen & Törnroos 1998 & 196). Esimerkiksi yritystoiminnan verkostojen muodostumisen kannalta poliittiset sidokset ja valtasuhteet ovat voineet osaltaan ohjata yritysten alueellisten koalitioiden syntymistä sekä ”lojailisuus-spesifien poliittisten käytäntöjen” kehittymistä (Oinas 1999, 123–124). Teknologinen juurtuminen on vastaavasti kytkeyty aineellisten tuotantoprosessien, infrastruktuurin, informaatiojärjestelmien ja esimerkiksi erikoistuneiden tutkimuslaboratorioiden aikaansaamaan paikalliseen sidokseen, joka on kiinnittänyt yrityksen tiettyyn toimintaympäristöön.

Juurtumisen idea on herättänyt vuosien kuluessa runsaasti myös kriittistä keskustelua (Oinas 1999, 49–53; Boekma & Rutten 2004; Hess 2004; Rutten 2004). Esimerkiksi Hess (2004) on nähnyt käsitteen käytössä samaa löysää teoretisointia ja epäselvyyttä, mihin Markusen (1999) on provokatiivisessa kritiikissään viitannut. Samalla Hess (2004, 166) on kaivannut käsitteen määrittelyyn enemmän operationalisoitavaa ja täsmällisempää sisältöä. Hänen mukaansa tulisi selkeästi yksilöidä ja tunnistaa, mistä puhumme kun puhumme juurtumisesta. Kuka juurtuu ja miten (*'who' is embedded in 'what'*) (emt.)? Myös Oinaan (1999, 58–59) mielestä esimerkiksi Granovetterin käyttämä juurtumisen käsite on jättänyt epäselväksi ja spesifioimatta sen, mikä osa-alue taloudellisesta toiminnasta on juurtunut, ja miten sosiaalinen välittyneisyys vaikuttaa taloudelliseen toimintaan. Lisäksi juurtumisen analyttisten tasojen erittely on ollut Oinaan mukaan epätasällista.

Tarkastelen tässä tutkimuksessa juurtumista relationaalisesta ja rakenteellisesta näkökulmasta.⁹¹ Esitän, että kulttuurifestivaalit kytkeytyvät aluetalouksien kehitysdynamiikkaan sekä rakenteellisen että relationaalisen juurtumisen kautta. Rakenteellinen juurtuminen viittaa tiivistetysti siihen, mitä näkyviä ja aineellisia

⁹¹ Käsiteparia on käyttänyt Granovetter (1992b) ja aivan äskettäin esimerkiksi Rutten (2004).

kulttuuripääoman muotoja festivaali on vuosien kuluessa luonut tapahtumapaikkakunnalle. Erityisesti huomioni kohdistuu kulttuurialan organisaatioiden kehitykseen. Relationalinen juurtuminen viittaa puolestaan kulttuurifestivaalin aikaansaamiin aineettomiin ja näkymättömiin jälkiin, jolloin tarkastelun kohteena ovat kulttuuri-ilmapiiriin ja ”paikan henkeen” liittyvät seikat (kuva 14).



KUVA 14. Kulttuurifestivaalien rakenteellinen ja relationaalinen juurtuminen.

RELATIONAALINEN JUURTUMINEN

Viittaaan relationaalisella juurtumisella tietylle alueelle ominaiseen kulttuuri-ilmapiiriin, johon festivaali on osaltaan vaikuttanut. Kulttuuri-ilmapiiri on käsitteellisesti vaikeaselkoinen ja kompleksinen, ja sen empiirinen operationalisointi ja tunnistaminen on haasteellista. Se kuvaa alueen immateriaalisen kulttuuripääoman juurtumisen sosiaalista dynamiikkaa; sosiaalisten suhteiden sisältöjä, paikallisia arvostuksia ja kollektiivisia merkityksiä, joiden puitteissa ihmisten välinen vuorovaikutus tapahtuu. Kulttuuri-ilmapiiri voi joko innostaa ja aktivoida tai latis-taa ja tukahduttaa. Sillä on yhteys alueen henkiseen vireystilaan

ja luovuuteen, jotka mahdollistavat uusien kehittämisaloitteiden toteutuksen.

Granovetter (1992b, 34–35; Hess 2004, 170) on viitannut relationaalisella juurtumisella (*relational embeddedness*) toimijoiden välisten sidosten (*ties*) luonteeseen (vrt. Johannisson & Ramírez-Pasillas 2002, 300; Nahapiet & Ghoshal 1998). Relationaalisuus on tällöin liittynyt siihen, että alueen toimijoiden olemassaolon ehdot, arvot ja käyttäytymismallit ovat suurelta osin riippuvaisia muiden toimijoiden käytännöistä ja arvostuksista. Paikallinen toimintaympäristö muodostaa ikään kuin arvostusten ja toimintatapojen voimakentän, jonka alueella toimivat ihmiset ja organisaatiot kohtaavat. Näin ollen alueen toimintakulttuuri tai sitä ilmentävä kulttuuri-ilmapiiri muodostuu relationaalisessa kohtaamisen tilassa ilman, että sillä olisi jotakin pysyvää, jatkuvaa ja valmiiksi järjestäytyntä ontologista perustaa. Kysymys on jatkuvassa käymistilassa olevasta sosiaalisesta prosessista, jota paikalliset toimijat osaltaan muokkaavat. (vrt. Kainulainen 1996, 13–14.)

Relationaalisella juurtumisella on yhtymäkohtia ihmisten väliseen ystävyyteen, arvonantoon, hyväksymiseen ja emotionaalisiin siteisiin, luottamukseen, jaettuihin normeihin ja sanktioihin, odotuksiin ja velvollisuuksiin sekä kollektiiviseen identiteettiin (Nahapiet & Ghoshal 1998). Esimerkiksi luottamus viittaa moniulotteisena käsitteenä yleisesti tahtoon toimia yhdessä, uskon yhteisten päämäärien hyveellisyydestä, tietoon yhteistyössä mukana olevien toimijoiden kompetensseista sekä avoimeen vuorovaikutukseen. Kaikki elementit mahdollistavat ja lisäävät alttiutta sekä rohkeutta esimerkiksi kollektiiviseen riskien ottamiseen tai kehittämisaloitteiden toteuttamiseen yhteisten päämäärien saavuttamiseksi (vrt. Kainulainen 2000b). Luottamus ja yhteinen ”kehittämisen eetos” synnyttävät paikan hengen, joka osaltaan mahdollistaa esimerkiksi kulttuurialojen eri toimintamuotojen keskittymisen tietylle alueelle.

Kulttuurifestivaalien paikallisten merkitysten yhteydessä relationaalisella juurtumisella on yhteys luovaan, kokeilevaan, idea-

rikkaaseen tai vaikkapa kumoukselliseen kulttuuri-ilmapiiriin, joka sallii uusien aloitteiden esille tulon ilman normatiivisten sanktioiden väliintuloa. Yksinkertaistettuna peruslähtökohtana on tällöin seuraava ajatuskulku. Kulttuurifestivaali on juurtunut relationaalisesti paikkakunnalle, jos sen seurauksena tai myötävaikuttamana alueella vallitsee kulttuurimyrönteinen kehittämissen tahtotila. Alueelle on voinut keskittyä festivaalin myötä uutta kulttuurialan osaamista ja sellaisia taitoja, jotka mahdollistavat kollektiivisten oppimisprosessien välityksellä uusien kulttuuristen innovaatioiden luomisen.

Relationaalinen juurtuminen ja paikkakunnan kulttuuri-ilmapiiri voidaan rinnastaa myös instituution käsitteeseen. Instituutiot ovat Scottin (2001, 48–50) mukaan sekä sosiaalisten sääntöjen ja normien ominaisuuksia että prosesseja (institutionalisoituminen). Instituutiot sekä ohjaavat että kontrolloivat käyttäytymismalleja ja toimintatapoja erilaisten regulatiivisten, normatiivisten ja kulttuuris-kognitiivisten järjestelmien kautta. (emt.)

Instituutioiden eri ulottuvuudet ilmenevät sosiaalisessa todellisuudessa instituutioita ylläpitävien ja uusintavien ”kantajien” kautta, jotka voidaan määritellä kulttuuri-ilmapiirin ylläpitäjiksi. Näitä ovat (1) symboliset järjestelmät (esim. kulttuuritapahtumaan liitettävien paikallisten tarinoiden, arvostusten ja uskomusten kokonaisuus), (2) relationaaliset hallintajärjestelmät ja sosiaaliset verkostot (esim. kuntien ja tapahtuman järjestäjien vuorovaikutussuhteet ja roolit), (3) vakiintuneet toimintamallit (esim. tapahtumaan liittyvien organisoitintapojen, kuten talkootyön, yhteydessä muodostunut paikallisesti erikoistunut hiljainen tieto ja osaamis pääoma) (Scottia 2001, 77 soveltaen).

Analysoin seuraavaksi empiirisesti sitä, miten kulttuuri- festivaalit ovat muovanneet paikkakuntien kulttuuri-ilmapiiriä; symbolisia järjestelmiä ja relationaalisia vuorovaikutussuhteita. Alueen kulttuuripääoman relationaalisen juurtumisen merkitykset tulivat paikallisissa diskursseissa monipuolisesti esille. Festivaalin aikaansaaman immateriaalisen kulttuuripääoman katsot-

tiin generoineen ideoita yritystoimintaan, lisänneen kaupungin ”elävyyttä”, lujittaneen alueellista identiteettiä, kehittäneen paikallista yhteistyökulttuuria sekä ruokkineen vallitsevia arvoja kyseenalaistavaa kumouksellista ilmapiiriä. Lisäksi relationaalinen juurtuminen ilmeni haastatteluissa siten, että kulttuurifestivaalin arvioitiin toimintansa kautta vahvistaneen kulttuurialoihin liittyvää osaamisen perustaa. Festivaalit olivat myös ”opettaneet” paikallista yleisöä kulttuurimyönteisimmiksi ja toimineet täten ikään kuin kollektiivisinä taidekasvattajina erityisesti maaseutu-paikkakunnilla.



KUVA 15. Relationaalisen juurtumisen ulottuvuudet paikallisissa diskursseissa.

Olen tunnistanut haastatteluaineistosta relationaalisen juurtumisen osalta osaamis-, taidekasvatus-, kumouksellisuus- ja identiteettdiskurssit (kuva 15). Kuvaan seuraavaksi empiiristen esimerkkien valossa diskurssien sisältöjä. Tavoitteenani ei ole syventää teoreettisesti esille nousevia käsittehorisontteja, vaan pikemminkin kysymys on kokonaisuuden hahmottamisesta. Pyrkimyksenäni on osoittaa, että kulttuurisesti luova ilmapiiri (immateriaalisena kulttuuripääomana) heijastuu paitsi ihmisten tietoisuuteen myös konkreettiseen toimintaan ja toimintakulttuuriin, millä on yhteys alueiden kehitykseen pitkällä aikavälillä.

Taidekasvatusdiskurssi

Taidekasvatusdiskurssissa festivaaleilla nähtiin yhteys paikkakunnan ”kulttuurimyönteisen ilmapiirin” kehittymiseen. Tapahtumat olivat diskurssin mukaan juurruttaneet olemassaolonsa myötä

alueille kulttuurin kehittämistyön kannalta suotuisaa ilmapiiriä. Esimerkiksi Kuhmon Kamarimusiikin historiassa merkittäväksi virstanpylvääksi mainittiin Kuhmo-talon rakentaminen, joka paikallisena symbolina ja imagon kohottajana oli lisännyt oleellisesti paikallisten asukkaiden myönteistä suhtautumista myös itse festivaalia kohtaan.

Kyllähän se taitekohta tapahtui tässä tuon Kuhmo-talon valmistumisen myötä 10 vuotta sitten. Se onnistuttiin myymään ja lanseeraamaan sillä tavalla, että sen kaikki kuhmolaiset ottivat omakseen. Ja kyllä silloin suuri taitekohta tapahtui tässä, että tällainen kulttuurin parissa tehtävä työ muuttui hyväksytyimmäksi, reippaasti hyväksytyimmäksi kuin siihen saakka. (haastateltava Kuhmosta.)

Ja kyllä se [Sata-Häme Soi -juhlat] tietysti paikalliseen ja tän seudun harrastustoimintaan säteilee monella tavalla myöskin, mutta sitä on erittäin vaikea sanoa, koska semmoista mittaamismahdollisuutta ei oo, että jos festivaalia ei olisi, niin miltei sitten tätä harrastuskenttää näyttäisi. Mutta sen vaikutus on ollut täkäläiseen musiikkitoimintaan sillä tavalla kyllä laaja, että meillä on esimerkiksi, täällä on aina soitettu ja soittamista ja musiikin harrastamista ylipäättänsä on pidetty aina arvossaan ja kodeissa on soittimia paljon. Soittaminen asiana ja tekemisenä on arvostettu ja tuettava asia. Esimerkiksi voin sanoa, vaikka se liittyy vain välillisesti juhliin, että Ikaalisten nuoriso-orkesteri, joka on puhallinorkesteri lähinnä, perustettiin ala-asteen yhteyteen 1988, ja silloin taas siellä oli suunnaton innostus ja siihen tuli monta kymmentä nuorta heti mukaan, ja nyt sen toiminnan piirissä on lähes 100 ala-aste ikäisiä soittajia. Se soittamisen energia ja tarve kyky, lahjakkuus. Se on nyt näiden kymmenen vuoden aikana kana-voitunut hyvin pitkälti siihen toimintaan. (haastateltava Ikaalisista.)

Festivaalit ovat toimineet diskurssin mukaan ikään kuin kollektiivisen taidekasvattajan roolissa, mikä ilmeni muun muassa paikallisten asukkaiden lisääntyneessä osallistumisaktiivisuudessa. Lisäksi tapahtumat ovat vuosien kuluessa juurruttaneet alueille alan harrastustoimintaa, mikä on heijastunut myös paikkakunnan kulttuuri-ilmapiiriin. Erityisesti maaseutupaikkakunnilla festivaalit olivat toimineet esiintymisfoorumeina paikalliselle harrastajajoukolle, mikä diskurssin mukaan oli osaltaan juurruttanut asukkaita tapahtumapaikkakunnille.

Niitä on useita tämmösiä paikallisia bändejä ja esiintyjäryhmiä, jotka toimii. Ja niissä bändeissä on paikallisia esiintyjä. Se on tärkeätä, sehän sitoo tähän paikkakuntaan ja siihen yrittämiseen, nuorten musiikkikasvatukseen ja koulutukseen, sillä on iso merkitys. Sehän [festivaali] tuo myöskin sen paikallisen väen kuuntelemaan, katsomaan, kun meidän Maija ja Matti laulaa. (haastateltava Rääkkylästä.)

Taidekasvatusdiskurssin valossa festivaalit innostavat ja aktivoivat paikallisia asukkaita osallistumaan kulttuuritoimintaan, mikä ilmeni paikallisena aloitteellisuutena ja omaehtoisuutena (ks. kulttuurihankkeista, aloitteellisuudesta ja identiteetistä Kainulainen 2000b).⁹²

Identiteetidiskurssi

Maaseudulla festivaalien toteuttaminen mobilisoi suuren joukon paikallisia asukkaita yhteistyöhön, esimerkiksi talkootyön ja majoitustilojen vuokrauksen yhteydessä. Olikin luontevaa, että erityisesti maaseutupaikkakunnilla kulttuuritapahtumat nähtiin paitsi vuoden kohokohtina myös yhteishengen ja alueellisen identiteetin lujittajina. Festivaalit vahvistivat identiteetidiskurssin mukaan paikallisylypeyttä sekä konstruoivat muun muassa syrjäiselle maaseudulle eräänlaista selviytymisen ja pärjäämisen eestosta, kollektiivista kertomusta ja ilmapiiriä, jonka voi olettaa heijastuvan välillisesti myös alueen taloudelliseen toimeliaisuuteen.

Festivaali voi toimia erityisesti maaseutukunnissa omaehtoisuuden kehittämistyön moottorina. Tämä ilmenee esimerkiksi paikallisen talkootyöväen mobilisoitumisessa tapahtuman organisoimisen yhteydessä. Omaehtoisuuden kehittämistoiminnan tai paikallisen aloitteellisuuden liikkeelle panevina voimina toimivat aluetietoisuus sekä kollektiivinen itsetunto. Aloitteellisuuden synty pohjautuu alueen yhteisöjen ja paikkojen identiteetin ra-

⁹² Tutkimusten mukaan myös asukkaiden koulutustason on todettu olevan yhteydessä kulttuurimyönteisen asenneilmapiirin kehitykseen (Ahola 1995, 21–22). Esimerkiksi Cantell (1996) on luonnehtinut erilaisissa kulttuuritilaisuuksissa aktiivisesti käyvää yleisöä paitsi korkeasti koulutetuksi myös naisvaltaiseksi, keski-ikäiseksi, toimihenkilöryhmiin kuuluvaksi ja kaupungeissa asuvaksi. (ks. myös Cantell 1993, 17; Ilmonen ym. 1995.)

kentumiseen ja sitä kautta kehittyvään refleksiivisyyteen (ks. Ray 1999; Kainulainen 2000a, 113–124; Kainulainen 2000b).

Alueellinen identiteetti viittaa alueen asukkaiden arkielämän kautta kehittyneeseen yhteenkuuluvuuden tunteeseen, joka ilmenee viime kädessä yksilöiden elämismaailman merkityshorisonteissa. Subjektiviivisena kokemuksena alueellinen identiteetti syntyy (alue)tietoisuuden kautta. Sen tunnistamisen kannalta on olennaista yksilön suhde alueyhteisöön ja sen kulttuuriin, jotka liittyvät yhteisön elämäntapaan, arvoihin, normeihin ja käyttäytymisen malleihin (esim. Knuuttila 1998; Paasi 1998). Arkielämässä ihmiset asemoivat itsensä jatkuvasti suhteessa toisiinsa (*others*) fyysisesti, sosiaalisesti, moraalisesti, poliittisesti ja metaforisesti. Tuloksena saavutetaan kuviteltu yhteys (*imagining connectedness*) alueeseen ja siellä asuviin ihmisiin (Valentine 1999).

Siiis tällä Sata-Häme Soi -tapahtumalla. Kyllä totta kai, siis sehän on iso asia, koska se luo identiteettiä, ja sen medianäkyvyys vahvistaa itsetuntoa ja sitä, että tää on merkittävä kaupunki, ja luo semmoista hyvää tsemppausta tänne ja itseluottamusta ja uskoa tähän kaupunkiin. (haastateltava Ikaalissa.)

No kyllä se just tekee sitä positiivista latausta sitten siihen, että edes ajatusta tavallaan, että onhan meillä edes se. Että tuota ees jotakin edes yhtenä viikonloppuna meillä jotakin tapahtuu. (haastateltava Rääkkylästä.)

Eli jazz-juhlalla on tänä päivänä kaupunkilaisten tuki, joka on tosi arvokas asia. Se on yhteinen festivaali, yhteinen juhla. Kun se aika monessa paikassa koetaan, että se on eliitin juttu. Se on aikamoinen. Just tämän henkisen kunnan kannalta, että meillä on näin hieno juttu. Mä puhun kaupunkilaisten henkisestä kunnosta. Että tää on jotain hienoa, että meillä kyllä vaan on tämmönen juttu, ei kellään muulla. Se tulee tällä tavalla esille. Ja sit yrityselmä, ne puhuu joka paikassa, kaikki puhuu jazz-juhlista positiivisesti. (haastateltava Porista.)

Joo ja selkeesti nää tekijät puhuu, että tää on meidän tapahtuma. Toki tää onkin ison joukon tapahtuma, mutta myös turkulaiset ihmiset, tää yleisö puhuu, että meidän Keskiaikaiset markkinat. (haastateltava Turusta.)

Alueellista identiteettiä koskevan diskurssin yhteydessä haastateluissa tuli esille myös tapahtumien aiheuttama ”henkinen jakolinja”, mikä korostui erityisesti maaseutupaikkakunnilla. Asukkaat jaettiin tällöin festivaalin kannattajiin, vastustajiin sekä siihen välinpitämättömästi tai kielteisesti suhtautuviin. Vastustajat olivat diskurssin mukaan kuitenkin kaikilla tutkituilla paikkakunnilla selvänä vähemmistönä.

Se on se tilanne niin, että siinä pätee aika hyvin tää 20–80 sääntö. 20 prosenttia kaupungin asukkaista on sitä mieltä, että Sata-Häme Soi vois mennä vaikka jonnekin muualle, mutta 80 prosenttia on niitä, jotka kokevat, että he ovat ylpeitä tästä tapahtumasta, että tää on meidän tapahtuma ja omalla toiminnallaan edesauttaa siinä, että tapahtuma elää ja voi hyvin. (haastateltava Ikaalisista.)

Osa ja merkittävä osa on erittäin innostunut, osallistuu talkoisiin ja käytännön töihin. On sitten edelleen semmonen arvosteleva ja osallistumaton joukko, joka niin kummalliselta kun se ehkä kuulostaakin, niin ei oo koskaan osallistunut mihinkään Kihauksen tapahtumaan. Ja sitten se kolmas on semmonen, että jos hyvä konsertti sattuu ”niin saattaahan tuolla käyvä” -tyyppiä. (haastateltava Rääkkylästä.)

Niin osa ihmisistä kokee sen aina semmoseksi negatiiviseksi asiaksi. Mutta vois sanoa, että se on noin, jos kymmenen prosenttia on semmosta negatiivista, niin kyllä viisikyt prosenttia on siis tosi positiivista, se muu on sieltä väliltä, että niin kuitenkin tykätään tästä asiasta. Ja mun mielestä siinä on nyt lähivuosi na varsinkin tullu semmonen [ilmapiiri], että sodankyläläiset on ottanut sen oikein omaksi tapahtumaksi. (haastateltava Sodankylästä.)

Osaamisdiskurssi

Osaamisdiskurssissa kulttuurifestivaalien katsottiin tukeneen paikallisten yritysten ja kulttuurin toimijoiden osaamisen tason kehittymistä. Osaamisen arvioitiin vahvistuneen kulttuurifestivaalin järjestämiseen liittyvän tieto-taito-perinteen juurtumisen kautta. Festivaalit olivat luoneet vuosien kuluessa paikkakunnille uutta kulttuurialan osaamista, joka oli liittynyt ensisijaisesti festivaai-

lin organisointiin ja taiteelliseen toimintaan. Tämä tuli konkreettisesti esille esimerkiksi Kuhmon Kamarimusiikin yhteydessä.

Mut että Kuhmossa on vähitellen kehittynyt, niin että semmonen osaaminen tämän asian tai kamarimusiikin avulla, joka sitten auttaa meitä muutenkin kaikissa yhteyksissä ja tilanteissa. Se on tärkeä osa tätä, mutta siis johtaminen ja ne huippuluokan taiteilijat, joitten tämä tietyllä tavalla ylivoimainen osaaminen, mitä nyt tulee erityisesti kamarimusiikki-festivaalin järjestämiseen. Täällä on huippuluokan kavereita, jotka halitsee pienintä piirtoa myöten asiat, kaikkia yksityiskohtia myöten. (haastateltava Kuhmosta.)

Osaamisen kehittymistä tukeva luova kulttuuri-ilmapiiri (immateriaalinen kulttuuripääoma) nähtiin diskurssissa myös uuden yritystoiminnan kasvualustaksi, mikä voi heijastua välillisesti aluetalouden kehitykseen, ”innovaatioilmapiiriin”. Kollektiivinen ilmapiiri toimii ikään kuin liikkeelle panevana voimana ja impulssina, esimerkiksi yritysten innovaatiotoiminnalle. Myös taiteellista luovuutta pidettiin yritystoimintaa stimuloivana moottorina. Siksi luova kulttuuri-ilmapiiri nähtiin paitsi kulttuurisena myös elinkeinopoliittisena kysymyksenä.

Näyttää siltä, että sellaiset alueet, jossa on vahvaa monipuolista kulttuuritarjontaa, niin se jostakin syystä generoi myös yritysinnovaatiota. Ja sellaisilla alueilla tapahtuu, syntyy uusia yrityksiä ja siellä on hyvin uudentyyppistä yritystä. Pienyritystä, jotka sitten nopeasti alkaa fuusioitua ja niin pois päin. (haastateltava Jyväskylältä.)

No, kyllä mä vaan sanon, et kun kilpailu kiristyy, sehän on ihan selvää, että seudut kilpailee, maat kilpailee, niin silloin tuota nimenomaan, niin silloin tuota, nimenomaan tämmösillä lisäarvoilla on jatkuvasti kasvava merkitys, ja viittaaan siihen mitä sanoin, että tämmöset pehmeämmät arvot ja uudet arvot ja ne nousee. Ja silloin tota kulttuurin arvostus tulee lisääntymään yleensäkin. Se on lisääntynyt jo, mut mä uskon, että se tulee lisääntymään vielä enemmän. Ja näin ollen, niin seudun elinkeinopoliittikan kannattaa katsoa sitä, mitä seudulla on kulttuuritarjontaa, miten sitä voitais kehittää. Koska se on ilman muuta semmonen vetovoimatekijä ja sitte juuri tää luovuuden ilmapiiriin syntyminen. Koska jos meil on paljon kulttuurita-

pahtumia ja tämmönen vireä kulttuurinen ympäristö, niin se jotenkin leviää myöskin muiden toimialojen yrityksiin tämmönen luova ilmapiiri. (haastateltava Jyväskylästä.)

Ja ammattitaitelijoiden aseman mä näen, että jos heillä on tommosta oikeen sydämen halua ja tätä luovuutta tarpeeksi, niin se heijastuu myöskin tähän kulttuuriteollisuuteen ja yrittämiseen ja heijän pitää lähteä vetureiksi semmoseen hankkeeseen. (haastateltava Porista.)

Luovalla, yritystoimintaa generoivalla ilmapiirillä, on diskurssin valossa siis yhteys innovaation käsitteeseen. Arkiajattelussa luovuus ja innovaatiot rinnastuvat helposti toisiinsa. Tutkimuksissa niitä on kuitenkin tarkasteltu erillisinä ilmiökokonaisuuksina, mikä selittyy osin tieteenalojen erilaisilla painotuksilla. Innovaatiota ovat tutkineet esimerkiksi sosiologit, taloustieteilijät, tekniikan alojen tutkijat, aluetieteilijät ja organisaatiotutkijat. Vastaavasti luovuus on ollut lähinnä psykologien ja kasvatustieteilijöiden kiinnostuksen kohteena. (Ford 1996, 1112.)

Luovuuden ja innovaatioiden vuorovaikutussuhteen tarkastelussa näkökulmat ovat vaihdelleet. Yhtäältä luovuuden ja innovatiivisuuden on katsottu edustavan erilaisia analyttisiä tasoja, jolloin kumpaakin ilmiökenttää on kuvattu erilaisten empiiristen linssien läpi. Toisaalta luovuuden on katsottu edustavan innovaatioprosessin yhtä vaihetta (Ford 1996, 1112–1113; vrt. Cliche ym. 2002, 19). Tällöin innovaation kehittyminen on määritelty yleisesti prosessiksi, jossa luova mielikuvitus rikastuttaa rationaalista ajattelua. Esimerkiksi Landryn (2000, 15) mukaan innovaation syntyä edeltää aina luova oppimisprosessi. Luovasta ajattelusta kehittynyt innovaatio merkitsee puolestaan uuden idean käytännöllistä tai toiminnallista täytäntöönpanoa.

Innovaatio voi merkitä yritysten kohdalla monia eri asioita; uutta tieteellis-teknologista keksintöä, organisatorista prosessia, markkinointikonseptia tai vaikkapa liike-elämän uutta tuotantojärjestelmää tai -menetelmää (ks. innovaation käsitteen ulottuvuuksista tarkemmin esim. Alarinta 1998, 25–30; Benner 2003). Innovaatioita saattaa esiintyä paitsi yrityksen ”strategisissa toimin-

noissa” myös enemmän rutiininomaisissa logistiikan, jakelun ja myynnin prosessien yhteydessä (Benner 2003, 1811). Täten innovaation määrittelyssä korostuu – erotuksena luovuuden käsitteestä – konkreettisuus sekä käytännön soveltaminen ja hyödyntäminen.

The term innovation is commonly defined in terms of tangible entities that can be utilized by different people on different occasions (i.e. something is adoptable and diffusable). (Ford 1996, 1113.)

Innovatiivisuutta edeltää siis aina luova prosessi; luovan toimintaympäristön virittämien ideoiden ja symbolien emergentti luomisprosessi. Toisaalta luovuus ilman innovaatiota ei ole sellaisenaan sovellettavissa käytäntöön eikä tässä mielessä aluekehitystyön kannalta edistysaskel. Innovaatioiden synty ja luovuutta edistävä toimintaympäristö tulee siksi nähdä toisiinsa nähden riippuvuussuhteessa olevana kokonaisuutena, jolloin niitä on empiirisesti vaikea erottaa toisistaan. (Scott 2000a, 35; Florida 2002, 44.)

Immateriaalista kulttuuripääomaa, luovuutta ja innovatiivisuutta on tarkasteltava osaamiskurssin mukaan kompleksisena, toisiinsa nähden sidoksissa olevana prosessina, jotka kaikki muodostavat aluetalouden tai kulttuurin talouden dynamiikan ytimessä vaikuttavan käyttövoiman (Scott 2000a, 37). Pelkkä tiedon tai informaation olemassaolo eivät yksin mahdollista innovaatioiden syntyä. Tieto tai informaatio ovat sellaisenaan tietoyhteiskunnissa luovuuden kehittymisen välineitä ja raaka-aineita, mutta eivät itsessään riittäviä alueiden tai yritysten kehityksen moottoreita.

Kumouksellisuusdiskurssi

Osaamisen ja innovaatiokyvykkyyden lisääntyminen liitettiin paikallisissa diskursseissa myös kumouksellisen kulttuuri-ilmapiiirin kehittymiseen, johon kulttuurifestivaalilla katsottiin olleen oma vaikutuksensa. Kulttuuri- ja taidemuotojen tai kulttuurifestivaalien tavoitteena on tarjota haastattelujen mukaan vaihtoehtoisia näkökulmia asioihin, ja ikään kuin avata uudenlaisia ikku-

noita ”maailman ihmettelyyn”. Kokeilevuuden ja vaihtoehtoisuuden ideat nousivat esille muun muassa Jyväskylän Kesän ja Oulun Musiikkivideofestivaalien yhteydessä. Ne mahdollistavat osaltaan vallitsevien asiointilojen ja arvojen kyseenalaistamisen – kriittisen ja kumouksellisen kulttuuri-ilmapiirin kehittymisen, mikä rohkaisee paikallisten diskurssien mukaan alueen toimijoita uusien toimintatapojen soveltamiseen.

Ehdottomasti nää kaikki liittyy ilmapiiriin. Jos Jyväskylän Kesä edustaa tätä jo vuosikymmenien traditiota. Toteuttaa osaltaan tätä keskustelevaa kaupunkia ja maailman ihmettelyä, joka on kaupungin menestymisen ehdoton edellytys. Valmiita ratkaisuja ei oo olemassa, niitä pitää joka päivä ihmetellä, minne ollaan menossa. (haastateltava Jyväskylästä.)

Taiteilijathan on semmosia, jotka koko ajan ratkaisee jotakin. Tai ne ovat niitä, jotka tekee asioita eri tavalla kun aikaisemmin (...) Ne on tavallaan ihmisiä, jotka ottaa koko aika riskejä. Koko aika taiteilija on esimerkiksi ihan kenen tahansa arvostelun kohteena, kuka tahansa voi tulla räpäimään, mitä sä oot tehnyt. Tavallaan ne ovat hyvin rohkeita. Siinä ajattelussa ja semmosen ajattelun juurruttamisessa ja ehkäpä opettamisessakin jonnekin yri tyysolelle, niin niillä ois paljon annettavaa. Mutta miten se käytännössä tapahtuu, miten saadaan kohtaamaan, sanotaan joku yri tyysolelle johtajat ja taiteilijat. Että ne pääsis hedelmälliseen vuoropuheluun. Se tietynlainen ajattelun rohkeus ja uudenlainen lähestymistapa voi siirtyä muille aloille. (haastateltava Jyväskylästä.)

Eikö se ole yleismaailmallisesti tiedossa, että taiteilijat sun muut eriskummallisuudet luo aina uutta ja kehitystä ympäristössään. (haastateltava Ikaaliskista.)

Määrätty kumouksellisuus, vallitsevien asiointilojen kyseenalaistaminen, on kaupunkien kehitystä edistävän ”luovan jännitteen” edellytys (Sotarauta ym. 2003, 25). Jännite viittaa innostuksen, epävarmuuden ja toisilleen vastakkaisten voimien yhteisvaikutuksesta syntyvään ristipaineeseen, joka mahdollistaa erilaisten toimijoiden (joilla on toisistaan poikkeavia arvoja, asenteita ja tietovarantoja) kohdatessa luovien prosessien ja uusien näkökulmien esille tulon (emt.).

Luoville prosesseille ja luovien synteisien muodostamiselle on leimallista määrätynlainen kumouksellisuus; vanhojen ajattelutapojen kumoaminen ja hylkääminen. Olennaista luovuuden kehittymiselle ja uusien ideoiden omaksumiselle on alttius ja kyky toimia ”toiseuden” tilassa, jossa vallitsee erilaisia ja samalla keskenään ristiriitaisia ajattelutapoja sekä toimintamalleja. (Hall 2000, 644–645; Florida 2002, 31; Koski 2001, 81; Landry 2000, 140.) Kuntien kehittämisen yhteydessä kulttuurifestivaali voi toimia vastaavalla tavalla ”luovia ristiriitoja” herättävänä ärsykekenä.

Luovalle prosessille on tyypillistä kompleksisuus, ennustamattomuus, eri toimijoiden kompetenssien täydentävyys ja paradoksien olemassaolo. Sille on ominaista spontaanin ja intuitiivisen ajattelun (esimerkiksi taiteellisen ilmaisun) yhdistyminen (usein jännitteisellä) tavalla rationaaliseen ja loogiseen päättelyyn (esimerkiksi uuden teknologian tuotekehitykseen). Tämä ”divergentin” ja ”konvergentin” ajattelun synteesi mahdollistaa luovan jännitteen syntyminen erilaisille kollektiivisen toiminnan kentille, jotka muodostavat alueiden kehityksen yhteydessä kasvualustan uusille innovaatioille (Bilton & Leary 2002). Myös Landry (2000, 15) on nähnyt luovuuden nimenomaan divergenttinä, perinteisiä ajattelumalleja hajottavana (kumouksellisena), usein hämmennystä aiheuttavana prosessina. Innovaation synnyttäminen sisältää taas analyttistä, kriittistä ja konvergenttia ajattelua. Paikallisten diskurssien mukaan kulttuurifestivaali voi toimia divergentin, perinteisiä ajattelumalleja hajottavan ja luovuutta stimuloivan ilmapiirin synnyttäjänä.

Luovuus ja alueiden innovatiivinen kapasiteetti syntyvät valitsemia normeja kyseenalaistavasta ”kumouksellisuudesta” (Bilton & Leary 2002; Hall 2000; Landry 2000). Myös Florida (2002, 55–56) on liittänyt luovien alueiden idean ajattelu- ja toimintatapojen kumouksellisuuteen, mitä ruokkii ennen muuta monimuotoinen ja rikas sosiokulttuurinen toimintaympäristö eri muotoineen. Moniarvoisuuden perustuvan vuorovaikutuksen seurauksena ristiriidat ja jännitteet voivat kääntyvät uusien ideoi-

den ja innovaatioiden kautta alueiden kilpailueduiksi ja taloudellisen kehityksen perusedellytyksiksi. Toisinaan taas luovaa prosessia voi olla vaikea käynnistää esimerkiksi alueellisessa kehittämistyössä eri intressien, ajattelutapojen tai arvojen yhteensovittamattomuudesta johtuen.

Kumouksellisuusdiskurssin valossa luovien toimintaympäristöjen, kaupunkien ja alueiden määrittelyissä korostuvat moniarvoisuuden ja määrätynlaisen epävarmuuden synnyttämän luovan potentiaalın olemassaolo. Vain muutoksen keskellä, epävakaaassa jännitteessä elävät, intellektuaalisen turbulenssin tilassa olevat, tulevaisuuteen katsovat ja vallitsevia arvoja kyseenalaistavat alueet ja yhteisöt voivat olla kollektiivisesti luovia. Kulttuurin talouden eri toimintamuodoilla on diskurssin mukaan oma roolinsa tässä prosessissa.

RAKENTEELLINEN JUURTUMINEN

Kulttuurifestivaalit eivät ainoastaan heijastu kuntien immateriaaliseen kulttuuripääomaan (kumoukselliseen ilmapiiriin). Ne myös luovat olemassaolollaan uusia kulttuurialojen toimintamuotoja (materiaalista kulttuuripääomaa). Viitataan tällä kulttuurialan organisaatioiden kehitykseen tapahtumapaikkakunnilla. Seuraavaksi pohdin diskurssin valossa sitä, missä mielessä kulttuurifestivaalit voivat toimia organisaatioiden syntymisen ja kehityksen impulsseina. Kysymys on alueen kulttuuripääoman rakenteellisesta juurtumisesta.

Olen lainannut rakenteellisen juurtumisen käsitteen (*structural embeddedness*) Granovetteriltä (1992b, 35–36), joka on käyttänyt sitä paikallisen toimijaverkoston suhteiden, koostumuksen, organisoitumisen ja vuorovaikutuksen mallien analysoimisessa. Rakenteellisen juurtumisen näkökulmaa on sovellettu myös muissa tutkimuksissa lähinnä yritysverkostojen tarkasteluun, jolloin tarkastelun kohteina ovat olleet muun muassa yritysten ja erilaisten organisaatioiden väliset suhteet, toimijoiden välinen kilpailu, toimijoiden positioiden määrittely suhteessa verkoston kokonaisuuteen sekä toimijoiden keskinäisten riippuvuuksien

sien ja autonomisuuden näkökulmat (esim. Zukin & DiMaggio 1990, 18–20; vrt. Nahapiet & Ghoshal 1998; Gnyawali & Madhavan 2001; vrt. Johannisson & Ramírez-Pasillas 2002, 300; Rutten 2004). Tutkimuskohteena on usein ollut se, miten alueella toimivat organisaatiot ovat vaikuttaneet esimerkiksi paikallisten yritysten taloudellisiin toimintaedellytyksiin (esim. Oinas 1999, 61). Tässä tutkimuksessa käänän tuon kysymyksen toisin päin ja kysyn, miten kulttuurifestivaalit ovat muovanneet tapahtumapaikkakuntien organisaatorakennetta? Tavoitteenani ei ole siis selvittää esimerkiksi kulttuuritapahtumien eri sidoryhmien vuorovaikutussuhteiden dynamiikkaa tai paikallisten toimijaverkoston hierarkkisia tasoja.

Kulttuuritapahtumat ovat joidenkin tutkimusten mukaan synnyttäneet ympärilleen luovuutta generoivia kulttuuriklustereita. Esimerkiksi Hallencreutz ja Lundequist (2003) ovat tarkastelleet tutkimuksessaan Ruotsissa viiden tuhannen asukkaan kunnassa järjestettävän Hultsfred-festivaalin klusteroitumisen vaikutuksia. Tulosten mukaan festivaali on luonut ympärilleen ”Rock City” -imagon ja synnyttänyt ajan myötä paikkakunnalle musiikkitieteellisuuden pienyritysten keskittymän. Vastaavanlaisia esimerkkejä löytyy myös Suomesta.

Empiirisen tarkastelun kohteina ovat seuraavaksi maaseutukunnissa järjestettyjen festivaalien rakenteellisen juurtumisen elementit (Kainulainen 2004a). Kyse on esimerkinomaisista havainnoista, joiden tarkoituksena on osoittaa kulttuuritapahtumien ja rakenteellisen juurtumisen väliset yhteydet. Tutkimuskohteina ovat Kuhmon Kamarimusiikki, Sodankylän elokuva-juhlat, Sata-Häme Soi ja Rääkkylän Kihaus.

Kuhmon Kamarimusiikki

Kamarimusiikkipaikkakuntana tunnettu Kuhmo sijaitsee Kainuussa Suomen itärajan tuntumassa ja sen asukasluku on noin 11 300. Tutkimusaineistossa Kuhmon Kamarimusiikki edustaa syrjäisen maaseudun tapahtumaa, joka on tunnettu korkeatasoisesta taiteestaan, luonnonläheisestä ympäristöstään ja ”Kuh-

mo-hengestään”. Mielenkiintoista tapahtuman tarkastelussa on se, miten syrjäisyyden ja taiteen yhdistäminen on kääntynyt menestystarinaksi ja Kuhmon kaupunkikuvan tunnusmerkiksi. Kamarimusiikkifestivaalin yleisömäärä on vuosittain ollut noin 40 000, yksittäisten kävijöiden osuudeksi on laskettu noin 6000–8000 henkeä. Tapahtuman päänäyttämönä on toiminut vuonna 1993 valmistunut Kuhmo-talo.

Kuhmon Kamarimusiikin kokonaisbudjetti oli vuonna 2003 noin 825 000 euroa. Yritysrahoituksen osuus budjetista oli 12,5 prosenttia ja pääsylipputulon noin 50 prosenttia. Kuhmon kaupungin osoittama tuki festivaalille oli puolestaan noin 70 000 euroa. Suoran rahoitusosuuden lisäksi Kuhmon kaupunki on tukenut tapahtumaa myös monella muulla tavalla. Kaupunki on tarjonnut esimerkiksi koulutilat sekä keittiö- ja siivoushenkilökunnan ilmaiseksi tapahtuman käyttöön. Lisäksi kaupungin matkailutoimiston kautta kamarimusiikkivieraille on järjestetty yksityismajoitusta. Välillisen tuen piiriin voidaan laskea myös se, että kaupunki omistaa Kuhmo-talosta 94 prosenttia (kamarimusiikin muut taustayhteisöt 6 prosenttia). Tapahtuman järjestäjä-taho on maksanut omistajalle vuosittain rahoitus-, hoito- ja investointivastikkeita sekä vuokran käyttämistään tiloista.

Kuhmon Kamarimusiikki järjestettiin ensimmäisen kerran vuonna 1970. Festivaali on saanut alkunsa taiteellisen johtajan, sellotaitelija, professori Seppo Kimasen tunnetusta kirjeestä, joka oli osoitettu Kuhmon Musiikkiyhdistykselle. Kirjeessään hän tiedusteli kuhmolaisten halukkuutta järjestää musiikkitaapahtuma rauhallisessa ympäristössä kaukana kaupunkien hälinästä.

Kuhmon Kamarimusiikin tavoitteena on ollut nimensä mukaisesti tarjota yleisölle korkeatasoisia kamarimusiikkielämyksiä. Esiintyjäkaarti on edustanut alan huippuosaamista. Siksi tapahtumaa voi hyvällä syyllä luonnehtia nimenomaan taidetapahtumaksi. Sen toteutuksesta on vastannut vuonna 1966 perustettu Kuhmon Musiikkiyhdistys ry. Musiikkiyhdistyksen rinnalle on myöhemmin (vuonna 1976) perustettu Kuhmon Kamarimusiikin Kannatusyhdistys, joka on järjestänyt muun muassa

musiikkileirejä, harjoittanut tapahtumaan liittyvää myyntitoimintaa sekä hankkinut soittimia, nuotteja ja muuta tarpeistoa tapahtuman käyttöön. Lisäksi tapahtuman merkittävänä tukiorganisaationa on toiminut 1990-luvun lopussa perustettu Kuhmon kamarimusiikin osaamiskeskus Virtuosi, joka kuuluu valtakunnalliseen osaamiskeskusohjelmaan.

Kamarimusiikkitapahtuma on olemassaolollaan rikastuttanut Kuhmon alueen institutionaalista perustaa monin eri tavoin. Festivaali on haastattelujen mukaan luonut asteittain kehittyneen positiivisen kehän, jonka pyörteissä paikallinen elinkeino- ja koulutustoiminta on vahvistunut. Paikallisten diskurssien valossa Kuhmon Kamarimusiikki on vaikuttanut ainakin seuraavien organisaatioiden ja toimintamuotojen juurtumiseen ja kehittymiseen paikkakunnalla:

- Kuhmo-talon rakentamiseen
- kamarimusiikin osaamiskeskus Virtuusin perustamiseen
- musiikkipainotteisen lukion käynnistämiseen
- musiikkiopiston perustamiseen ja toiminnan vahvistumiseen (esimerkiksi etäopetusmahdollisuuksien osalta)
- uusien orkestereiden syntyyn (esim. Virtuosi di Kuhmo, puhallinorkesteri ja harmonikkaorkesteri)
- vuosittain järjestettävien kamarimusiikkikurssien toteuttamiseen
- Kuhmon kulttuurilautakunnan perustamiseen
- musiikin alan projektitoiminnan kehittymiseen
- muiden kulttuuritapahtumien ja -instituutioiden syntyyn (mm. Ihminen ja Kosmos -kulttuuritapahtuma, Kalevalan ja karjalaisen kulttuurin informaatiokeskus Juminkeko)
- Pro Kuhmo Oy:n perustamiseen (joka on Kuhmon Kamarimusiikin Kannatusyhdistyksen omistama osakeyhtiö, ja se toimii muun muassa Kuhmo-talon ohjelmatoimistona).

Seuraava haastattelukatkelma kuvaa osaltaan sitä positiivista kierrettä, joka tapahtumasta on seurannut. Paikkakunnan eri toimijat, festivaali ja instituutiot ovat muodostaneet haastateltavan mukaan asteittain kehittyneen prosessin, ”idean ja paikan dy-

naamisen leikin”, josta kaupunki ja sen asukkaat ovat hyötäneet monin eri tavoin. Dynaaminen leikki viittaa metaforana relationaalisen ja rakenteellisen juurtumisen moniulotteiseen vuoropuheluun, strukturoitumiseen, jota tarkastelen seuraavassa kapaleessa. Kyseinen aikaan ja paikkaan sidottu prosessi on diskurssin mukaan lisännyt pitkällä aikavälillä asukkaiden viihtyisyyttä, vahvistanut alueen elinkeinoelämää sekä parantanut erityisesti musiikin alan harrastajien ja ammattilaisten toimintamahdollisuuksia.

Kun on tarpeeks kauan aikaa [ollut toimintaa], niin se semmonen ni nku tämmönen laajeneva sykli (...). Ja sit tulee ihmisiä mukaan, ja että siis kulttuurissa täällä Kubmossa todella on semmonen [sykli]. Että meillä on nyt täällä, niin on kymmenittäin kulttuurialan ammattitekijöitä. Ja vaikka toi kunnallinen kulttuuritoimi on nyt sitten surkastunut, että siellä ei ole paljon rahaa enää ja kaikkee, niin nyt on sitten nää muut toimijat. Niin on tätä ammattilaista, on äänittäjää, on verkkoviestiiä ja on projektin tekijää, on kamarimusiikkiväkee, on kalevalaisuuteen [liittyviä kohteita].

Sitten tämä Virtuosin rooli on tullut uusimpana ulottuvuutena tähän kamarimusiikkiin vuodesta -99 alkaen. Tämä on ikään kuin usin ulottuvuus, niin kuin minä olen pruukannut sanoa, niin tällaisen idean ja paikan dynaamisessa leikissä, joka alkanut vuonna -70 ja joka on kokoajan kasvanut ja kehittynyt. Uusin ulottuvuus, usin väihe, itse asiassa tässä idean ja paikan dynaamisessa leikissä on tämä kamarimusiikin osaamiskeskus.

Festivaalin osaamisen perustalle rakentunut osaamiskeskus on myös valtakunnallisesti merkittävä ja ainutlaatuinen kulttuurialan toimintamuoto. Valtioneuvosto nimesi 17.12.1998 Kuhmon kamarimusiikin osaamiskeskuksen valtakunnalliseen osaamiskeskusverkostoon tilanteessa, jossa vuonna 1994 perustettujen teknologiapainotteisten osaamiskeskusten rinnalle tuotiin ensimmäistä kertaa myös kulttuurinen ulottuvuus. Perustaminen on täten ymmärrettävissä paitsi paikalliseksi voimannäytöksi myös signaaliksi ja merkiksi siitä, että kulttuuria on ryhdytty tarkastelemaan myös valtionhallinnossa yhä enemmän alueellisesta viitekehyksestä käsin. Kulttuuritoiminnoilla on katsottu

olevan yhä enemmän esimerkiksi alueiden kilpailukykyä (osaamisperustaa ja elinkeinotoimintaa) vahvistavia vaikutuksia.

Paikallisissa diskursseissa Virtuosin ja festivaalin tavoitteet ja tehtävät haluttiin erottaa selkeästi toisistaan. Festivaalin toteuttamisen ensisijaisena lähtökohtana on Kuhmo-hengen vaaliminen sekä korkeatasoisen musiikkitapahtuman järjestäminen. Virtuosi puolestaan pyrkii hyödyntämään tapahtumaa elinkeinopoliittisena, alueen kehittämistä ja työllistämistä palvelevana instrumenttina. Festivaalin järjestäjät tarkastelevat kamarimusiikkia itseisarvona, kun taas osaamiskeskus pyrkii hyödyntämään festivaalin imagoa ja taloudellista potentiaalia alueen kehittämisen voimavarana.

Virtuosi muodostaa tällä hetkellä yhdessä Kajaanissa toimivan mittalaitelaboratorion kanssa Kainuun osaamiskeskuksen. Kamarimusiikin osaamiskeskuksen tehtäväkenttä on laaja ja se painottuu taiteen, koulutuksen, aluekehityksen ja teknologian yhteyksien vahvistamiseen. Konkreettisesti osaamiskeskus on

- koonnut kamarimusiikin tietopankkia digitaaliseen muotoon (nauhoittanut kamarimusiikkikonsertteja, koonnut laajaa nuotistokokoelmaa sekä muita alan tiedostoja)
- luonut pohjaa virtuaaliyliopiston ja -opetuksen (tietotekniset ohjelmistot, pedagogiset menetelmät jne.) kehittämiseksi musiikin osalta
- kehittänyt musiikinalan etäopetusmahdollisuuksia käynnistämällä muun muassa alan projektitoimintaa
- suunnitellut audioviestintään liittyvää koulutuslinjaa yhdessä ammattikoulun kanssa
- käynnistänyt alan yrityshautomotoimintaa
- toteuttanut multimedia-alan hankkeita (mm. pianokoulutus)
- harjoittanut yliopistojen ja ammattikorkeakoulujen kanssa yhteistyötä sekä kotimaassa että ulkomailla muun muassa musiikin etäopetuksen kehittämisen alalla (kehittänyt kansallista ja globaalia virtuaaliopetuksen ja musiikkiverkkoviestinnän foorumeita mm. yhdessä yhdysvaltalaisen ja kanadalaisten yhteistyökumppaneiden kanssa)
- järjestänyt musiikinalan kurssitoimintaa

- tarjonnut harjoittelupaikkoja opiskelijoille ja ohjannut ammattikorkeakouluopiskelijoiden opinnäytetöitä
- kehittänyt musiikinalan esitystekniikkaa, audiotekniikkaa, videokonferenssitekniikkaa sekä luonut pohjaa alan yritystoiminnan kehittymiselle.

Rakenteellisen juurtumisen kannalta on olennaista se, että Kuhmon Kamarimusiikki ja sen luoma sosiaalinen ja kulttuurinen tahtotila (immateriaalinen kulttuuripääoma) ovat olleet edellytyksenä osaamiskeskuksen syntymiselle.

Totta kai Kuhmon Kamarimusiikkiin tämä osaamiskeskus perustuu, ilman Kuhmon Kamarimusiikkiä ei meillä olisi osaamiskeskusta. Ilman Kuhmon Kamarimusiikkiin kiintynyttä, siihen kasvanutta osaamista 30 vuoden ajan ja muuta sosiaalista kulttuurista pääomaa, joka sieltä on tullut. Ei meillä olisi ollut missään tapauksessa edes edellytyksiä koskaan hakea osaamiskeskusohjelmaan. Mutta samalla tämä on tarkoittanut sitä, että me olemme osaamiskeskusohjelman avulla voineet toteuttaa paljon sellaisia asioita, joiden toteuttaminen ilman osaamiskeskusohjelman kautta saatavaa tukea olisi ollut paljon vaikeampaa ja monessa tapauksessa mahdotontakin. Me ollaan saatu lisää resursseja osaamiskeskusohjelmasta.

Osaamiskeskuksen lisäksi myös vuonna 1993 valmistuneesta Kuhmo-talosta on muodostunut paikkakunnalle tärkeä valtakunnallista ja kansainvälistä arvostusta saanut instituutio ja symboli. Talo on omalla toiminnallaan ja maineellaan vahvistanut Kuhmoa tapahtumakaupunkina ja luonut erinomaiset puitteet kamarimusiikkitapahtuman toteutukselle. Sen myötä erilaisten konserttien, kokousten, kongressien ja messujen sekä viihde- ja kulttuuritapahtumien määrä on paikkakunnalla lisääntynyt. Haastattelujen mukaan Kuhmo-talo on luonut paikalliselle kulttuuritoiminnalle aivan uudenlaisia toimintamahdollisuuksia tarjoamalla esimerkiksi esiintymistiloja harrastajateattereille ja opetustiloja musiikinalan koulutukseen.

Kuhmo-talo pari vuotta sitten tai oliko nyt viime vuonna, valittiin Suomen kongressijärjestäjien tämmösessä arvioissa toiseksi parhaaksi kongressitaloksi Tampere-talon jälkeen Suomessa. Ja se tarkoittaa silloin sitä, että tämä hyvä maine on synnyttänyt sitten paljon tapahtumia, kokouksia ja tämmöstä, jota täällä järjestetään. Kyllä siitä on selvästi monipuolista hyötyä.

Tällä kaikella on ollut kauaskantoisia seurauksia Kuhmon asukkaiden kulttuurimyönteisyyden ja -aktiivisuuden kehittymisen kannalta. Kuhmo-talo on ikään kuin materiaalisen kulttuuripääoman symbolina vaikuttanut paikalliseen kulttuuri-ilmapiiiriin ja legitimoinut henkisesti kulttuurialan toimintojen aseman osana paikallisia aktiviteetteja.

Kaiken kaikkiaan Kuhmon Kamarimusiikin yhteydessä rakenteellisen juurtumisen piirteet tulivat selvästi esille. Festivaalin myötä syntyneet organisaatiot ja toimintamuodot ovat olleet paitsi paikallisesti merkittäviä myös valtakunnallisesti tunnettuja. Kuhmo-talo, osaamiskeskus, projekti- ja koulutustoiminta sekä orkesterit muodostavat paikallisen musiikinalan keskittymän, jonka pitkän aikavälin vaikutukset Kuhmon elinvoimaisuuteen ovat merkittäviä.

Sodankylän elokuvajuhlat

Sodankylän elokuvajuhlat järjestettiin ensimmäisen kerran vuonna 1986 Sodankylän kunnan ja elokuvaohjaajien yhteistyön ja aloitteen tuloksena. Keski-Lapissa sijaitsevassa Sodankylässä asuu noin 9600 asukasta. Matkailualueena tunnettu alue ja Lapin eksotiikka muodostavat omaleimaisen ja maaseutumaisen ympäristön kansainvälisen kulttuuritapahtuman järjestämiseksi. Tapahtuma ei kuitenkaan nojaudu paikalliseen kulttuuriperintöön tai lappilaisuuteen, vaan sen perusidea keskittyy elokuvien sisältöjen tarkasteluun luonnon ja erämaan keskellä. Syrjäisyys, rauhallisuus ja luonnonläheisyys sekä taide synnyttävät tapahtuman ilmapiiirin, ”Sodankylän hengen”. Tässä mielessä yhdistelmä muistuttaa Kuhmon Kamarimusiikin mielen maisemaa, Kuhmon henkeä.

Tapahtuman toteutuksesta vastaavat taiteellinen toimikunta, festivaalijohtaja sekä Elokuva festivaalit ry. Juhlien kokonaiskävijämäärä on vuosittain vaihdellut 15 000–20 000 välillä. Tapahtumalle on ollut leimallista kansainvälisesti tunnetut ohjaajavieraat sekä 24 tuntia vuorokaudessa jatkuva elokuvien katselu ja niistä keskustelu Lapin keskiyön auringossa.

Festivaalin kokonaisbudjetti oli vuonna 2002 noin 340 000 euroa, josta Sodankylän kunnan rahoitusosuus oli 67 000 euroa. Kunta on tukenut elokuvajuhlia myös monella muulla tavalla; esimerkiksi tarjonnut koulutilan sekä siivous- ja keittiöhenkilöstöä juhlien käyttöön. Kunnan tuen osuus on vuosien kuluessa määrätynyt osin sen mukaan, miten suureksi opetusministeriön avustus on muodostunut. Muita julkisen sektorin rahoittajia ovat olleet muun muassa Suomen elokuvaseäitiö sekä EU:n hanke-toiminta.

Myös Sodankylässä festivaalin rakenteellinen juurtuminen tuli haastatteluissa selvästi esille. Kuitenkin elokuvajuhlien yli kahdenkymmenen vuoden historiasta huolimatta vasta aivan viime vuosina tapahtuman ympärille on ryhdytty suunnittelemaan elinkeino- ja koulutuspoliittisia toimenpiteitä ja hankkeita sekä uusia elokuva-alan kiinnittyviä organisaatioita.

Rakenteellinen juurtuminen ilmeni Sodankylässä erityisesti elokuvakasvatuksen projektitoiminnan, elokuvakeskus-hankkeen sekä vireillä olevan yliopistollisen elokuva-alan koulutuksen yhteydessä. Kuten Kuhmossa myös Sodankylässä tapahtuman ympärille kehittynyt oheistoiminta haluttiin pitää paikallisissa diskursseissa erillään varsinaisen tapahtuman järjestämisestä, jonka perusformaatti pyrittiin säilyttämään ennallaan, elokuvien ehdoilla toteutettavana festivaalina.

Tää elokuvakeskus tulee olemaan sen mediapalveluyksikön ja muiden osalta ihan puhdasta kaupallista toimintaa. Mutta festivaalit on kulttuuritapahtuma, ja se ei saa muodostua pelkästään rahankeruu tapahtumaks.

Sodankylän elokuvajuhlat oli vaikuttanut haastattelujen mukaan suoraan tai välillisesti seuraavien organisaatioiden ja toimintamuotojen kehittymiseen tai juurtumiseen paikkakunnalle:

- päiväkodeissa, peruskoulussa ja lukiossa toteutettavien elokuvakasvatusalan kotimaisten ja kansainvälisten hankkeiden käynnistymiseen ja opetussuunnitelmien kehittämiseen sekä elokuvakerhojen ylläpitämiseen
- elokuvakasvatuksen maisterikoulutuksen suunnitteluun (yhteistyössä Lapin yliopiston kanssa)

- kotimaisten elokuvien, TV-sarjojen, dokumentti- ja mainoselokuvien tuottamiseen sekä kuvaamiseen Sodankylässä
- työttömien sodankyläläisten koulutukseen filmiryhmien, TV-sarjojen ja elokuvien tuotantoavustajiksi
- paikallisen elokuvayhdistyksen, Lapin yliopiston, Taideteollisen korkeakoulun, TV- ja elokuvatuotantoyhtiöiden ja Kemi-Tornion ammattikorkeakoulun kanssa yhteistyössä toteutettavan elokuvakeskus-hankkeen (*Midnight Sun Film Centre*) toteutukseen (jonka tavoitteina ovat mm. alueellisen elämysteollisuuden kehittäminen, elokuvien digitalisoiminen, mediapalveluyksikön perustaminen, kansainvälisten produktioiden houkuttelu ja elokuvatuotannon infrastruktuurin luominen)⁹³
- opettajille suunnatun elokuva-alan koulutuksen ja erikoiskurssien toteutukseen
- elokuva-alan erikoiskurssien järjestämiseen lukiossa
- lavastukseen ja puvustukseen liittyvien projektien ja kurssien toteutukseen
- kesätyöpaikkojen tarjoamiseen.

Elokuvakeskus-hanke muistuttaa luonteeltaan Kuhmon Virtuosiin toimintaa, vaikka tässä tapauksessa painopiste on kamarimusiikin kehittämisen sijaan elokuva-alan toimintaedellytysten parantamisessa. Myös elokuvakeskus-hankkeen toimintamuotoina ovat tuotannon digitalisointi ja alan tietopankin perustaminen. Prosessi ei ole käynnistynyt hetkessä, vaan tapahtuman kautta kehittynyt rakenteellinen juurtuminen on seurausta usean vuoden tai vuosikymmenen työstä, jonka tuloksena alan paikallinen osaaminen on vähitellen jalostunut erilaisten kytkösten ja verkostojen myötä organisoiduksi toiminnaksi. Tämä on myös eräs perustelu sille, miksi kulttuuritapahtumien aluetaloudellisia merkityksiä tulisi tarkastella myös pitkän aikavälin perspektiivissä.

⁹³ Toteutettu esivalmisteluhanke (2001–2004) loi pohjan elokuvakeskuksen suunnittelulle. Tavoitteena on myös luoda monitieteisiä ja -taiteisia elokuva-alan koulutusohjelmia.

Siinä on tällänen digitaalinen kuvapankkipalvelu, sitten mediapalvelukeskus, joka tarkoittaa sitä, että soittamalla Sodankylän elokuvakeskukseen mediapalveluyksikköön, niin kuka tahansa tuottaja voi ryhtyä suunnittelemaan meillä puuvustusta. Ennen kaikkea ihmisiä on koulutettu erilaisiin avustustehtäviin. Kyllä poliittisen päätöksen tavoitteena on laajamittainen elokuva-alan kasvatus, joka alkaa jo päiväkodeista ja jatkuu sitten lukioon ja toiselle asteelle, nyt akateemiseen koulutukseen. Ja sitten toisella puolella ammatillisessa koulutuksessa koulutetaan näitä puuvustajia, lavastajia, kamera-avustajia ja mahdollisesti sitten kuvaajia ja muita. Että kyllä kunnianhimoiset tavoitteet on, ja siinä mielessä on tietysti positiivinen kokemus ollut, että nää on tähän saakka toteutuneet sen suunnitelman mukaisesti. Mut se on näissä merkille pantavaa, että ei mikään synny itsestään, et tällanen kansainvälistä ja kansallisten tuotantoyhtiöiden ohjaajien ja tuottajien luottamuksen saaminen, niin se on vaatinut 15-vuoden näytöt ja nyt ne alkavat tuottamaan tulosta.

Merkittävä asia paikkakunnan tulevaisuuden kannalta on myös vireillä oleva yliopistollinen elokuva-alan maisterikoulutus.

Se on erittäin suuri askel, että Sodankylä siirtyy 2004 korkeakoulupaikkakunnaksi. Meillä on siis yliopistollinen tutkimuskeskus ollut täällä jo 1800-luvulta saakka ja ilmatieteen tutkimuslaitos, jossa on professoria ja tohtorivirka. Meistä tulee ihan oikeesti pienimuotoinen yliopistoyksikkö, [josta valmistuu] elokuva-alan maistereita. Heitä valmistuu täältä tällä vuosikymmenellä.

Elokuva-alan koulutukseen ja kasvatukseen keskittyneet projektit tähtäävät tavoitteissaan pitkälle tulevaisuuteen. Pyrkimyksenä on aktivoida nuorisoa elokuvatoiminnan pariin, luoda paikkakunnalle eräänlaista elokuva-alan kasvatuskulttuuria, järjestää paikkakunnalla alan ylimmän tason koulutusta sekä juurruttaa ja sitouttaa tätä kautta nuoria Sodankylän kuntaan. Lisäksi tavoitteena on luoda alueelle elokuva-alan keskittymä, joka houkuttelee paikkakunnalle kansainvälisiä elokuvatuottajia ja tuotantoyhtiöitä. Osatavoitteena on myös liittää paikkakunnalla oleva avaruustieteen osaaminen elokuva-alan sisältöihin ja tuottaa esimerkiksi fantasia-avaruuselokuvien suunnittelua ja toteutusta mahdollistava toimintaympäristö. Yhdessä kehiteltyjen tai vireillä olevien organisaatioiden tavoitteena on vaikuttaa pitkällä

aikavälillä kunnan yleiseen viireystilaan, elinkeinoelämän toimintaedellytyksiin ja alueen vetovoimaan.

Sata-Häme Soi

Sata-Häme Soi -juhlat järjestetään vuosittain kylpylä- ja harmonikkapaikkakuntana tunnetussa Ikaalisten kaupungissa, joka sijaitsee Länsi-Suomen läänissä Pirkanmaan maakunnassa Tampereelta 55 kilometriä pohjoiseen. Kaupungissa asui vuoden 2003 lopussa noin 7600 asukasta.

Ikaalisten kaupunki edustaa tutkimusaineistossa kasvukeskuksen läheistä maaseutua. Sata-Häme Soi puolestaan ilmentää paikallisesti orientoitunutta, valtakunnallista medianäkyvyyttä saanutta musiikkitapahtumaa, jonka ohjelmisto on rakentunut niin vetovoimaisista iskelmätähdistä kuin paikallisista harmonikkamusiikin harrastajista. Maksaneiden kävijöiden määrä on vuosittain vaihdellut 12 000 ja 18 000 välissä. Vuonna 2000 tapahtuma keräsi yhteensä 13 000 maksanutta konserttievierasta festivaalin kokonaiskävijämäärän ollessa noin 35 000 (Löytönen 2001, 10). Varsinaisen tapahtuman lisäksi Sata-Häme Soi -organisaatio on järjestänyt vuosittain maaliskuussa Harmonikkaristeilyn, jolla on ollut huomattava merkitys tapahtuman kokonaistalouden kannalta.

Ensimmäiset Sata Häme Soi -juhlat pidettiin kesäkuussa vuonna 1972. Ennen tapahtumaksi organisoitumista paikkakunnalla oli huomattavaa pelimanni- ja kansanmusiikkiharrastuneisuutta, jonka tukipylväänä toimi Ikaalisten Harmonikkamiehet -orkesteri. Harmonikkamusiikin lisääntyvä kiinnostus ilmensi tuolloin eräänlaista vastareaktiota 60-luvun ”rautalankahurmalle”, jonka rinnalla pelimannimusiikki koki uusrenessanssin.

Tapahtuma syntyi järjestöpohjalta paikallisten nuorisoseurojen vetämänä. Nykyisin tapahtuman vastuutahoina toimivat Suomen Harmonikkainstituutin kannatusyhdistys ry. sekä Suomen Harmonikkaliitto. Merkittäviä virstanpylväitä tapahtuman historiassa ovat olleet ohjelmiston kansainvälistyminen sekä valtakunnallista mediajulkisuutta (mm. MTV3 ja TV2) saavutta-

neiden Kultainen Harmonikka -kilpailun sekä iskelmäähdistä koostuvan Valkea Ruusu -viihdekonserтин toteutus.

Tapahtuman kokonaisliikevaihto oli vuonna 2003 noin 450 000 euroa. Ikaalisten kaupungin rahoitusosuus oli noin 42 000 euroa. Kaupungin rahoitus on näin ollen kattanut noin 9 prosenttia tapahtuman kokonaisbudjetista. Vastaavasti ope- tusministeriön rahoitusosuus oli noin 11 prosenttia. Noin 80 prosenttia tuloista koostui tapahtuman omasta myyntitoimin- nasta (josta lipputulojen osuus oli noin 30 prosenttia ja vuosit- tain järjestettävän harmonikkaristeilyn tulojen noin 42 prosent- tia). Lisäksi myyntitoiminnan osuuteen sisältyi vuonna 2003 paikallinen toritapahtuma (7 %), johon festivaali myi toripaikkoja ja erilaisia myyntipisteitä. Jäljelle jäävä 1 % koostui suorasta sponsoritulosta.

Myös Sata-Häme Soi -juhlien yhteydessä rakenteellisen juur- tumisen elementit tulivat selvästi esille. Tapahtuman myötä paik- kakunnalle on syntynyt lukuisia harmonikkamusiikin ympärille rakentuvia organisaatioita ja toimintamuotoja. Haastattelujen mukaan näitä ovat olleet

- Suomen Harmonikkaliiton päätoimipisteen sijoittaminen Ikaalisiin vuonna 1995
- Suomen Harmonikkainstituutin perustaminen
- Harmonikka- ja soitinrakennusmuseon sekä soitintutkimuskeskuksen perustaminen
- soitinrakennuksen koulutuksen aloittaminen Ikaalisten käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksessa
- Kylpyläkaupunki Oy matkailukeskuksen laajeneminen
- 500-paikkaisen jugend-henkisen konserttitalin kunnostus ja käyt- töönotto
- kansalaisopiston toiminnan laajentaminen (mm. lasten harmonikan soiton opetuksen osalta)
- lasten ja nuorten musiikkileirien ja -kurssien järjestäminen sekä opet- täjien täydennyskoulutuksen toteuttaminen
- harmonikka-alan harrastustoiminnan lisääntyminen sekä lukuisten orkesterien ja pelimanniyhtyeiden perustaminen

- alan pienyritys- ja hanketoiminnan käynnistyminen
- maatilamatkailun yleistyminen sivuelinkeinona
- harmonikkamessujen järjestäminen
- kesäteatteritoiminnan monipuolistuminen.

Paikkakunnalla toimivassa Suomen Harmonikkaliitossa on noin 5000 jäsentä ja liitto julkaisee neljä kertaa vuodessa ilmestyvää alan erikoislehteä. Lisäksi liittoon kuuluu noin 90 jäsenyhdistystä, joiden toimintaa se eri muodoin tukee. Yhdistyspohjaisessa Harmonikkainstituutissa tallennetaan puolestaan erilaista alaan liittyvää aineistoa; nuotistoa, kirjallisuutta, äänitteitä ja vanhaa dokumenttimateriaalia. Lisäksi se ylläpitää museoharmonikkojen kokoelmaa. Instituutti järjestää myös lasten ja nuorten kurssitoimintaa, opettajille suunnattua täydennyskoulutusta, harjoittaa alan julkaisutoimintaa sekä ylläpitää kansanvälisiä yhteyksiä alan harrastajiin ja ammattilaisiin.

Kaiken kaikkiaan Sata-Häme Soi -tapahtuma on luonut paikkakunnalle musiikinalan alueellisen keskittymän, joka on organisoitunut lähinnä järjestötoiminnaksi. Myös harmonikka-alan perinteiden vaaliminen, koulutustoiminta ja tilojen kunnostus ovat olleet merkittäviä lisäresursseja Ikaalisten kaupungin elinvoimaisuuden kannalta.

Rääkkylän Kihaus

Rääkkylän Kihaus -festivaali järjestettiin ensimmäisen kerran vuonna 1991. Sen juuret ulottuvat 1970-luvulla toteutettuun paikalliseen kyläjuhlaan, Heinähupaan, sekä paikkakunnalla 1980-luvulla tapahtuneeseen kansanmusiikkiperinteen elvyttämiseen, jonka tuloksena syntyi muun muassa maailmanmainetta saanut Värttinä-yhtye.

Pohjois-Karjalassa sijaitsevassa Rääkkylän kunnassa asuu noin 3000 asukasta. Kihaus edustaa tutkimusaineistossa paikalliskulttuurista alkunsa saanutta maaseudun tapahtumaa. Festivaali ilmentää osaltaan paikallisuuden vahvistumista globalisoituvassa taloudessa. Paikallinen kulttuuri ja sen organisoituminen nelipäiväiseksi tapahtumaksi toimii esimerkkinä siitä, miten

maaseudulle ominainen kulttuuri ja elämäntapa muodostuvat alueelliseksi vahvuudeksi ja valtakunnallisesti tunnetuiksi ilmiöksi.

Kihauksen ensisijaisena taiteellisena tavoitteena on ollut karjalaisen ja suomalais-ugrilaisen kansanmusiikin esille tuominen sekä suomalaisen kansanmusiikin kärkinimien esittäminen yleisölle. Lisäksi päämääränä on ollut kansanmusiikin harrastustoiminnan edistäminen sekä nuorten aktivointi alan pariin. Kansanmusiikkiyhteiden rinnalla tapahtumassa on vuosittain esiintynyt myös valtakunnallisesti tunnettuja kevyen musiikin solisteja ja orkestereita.

Vuonna 2001 Kihauksessa kävi noin 15 000 vierasta, joista lipun ostaneita oli 7400. Vuotta aiemmin vastaavat luvut olivat 25 000 ja 10 400. Nelipäiväinen tapahtuma on Kaustisen kansanmusiikkifestivaalin jälkeen Suomen toiseksi suurin kansanmusiikkitapahtuma. Sen taustayhteisönä ja toteuttajana toimii vuonna 1991 perustettu Rääkkylän kansanmusiikkiyhdistys ry.

Kihauksen kokonaisbudjetti oli vuonna 2003 noin 197 000 euroa, josta Rääkkylän kunnan tuen osuus oli 7000 euroa. Suoran taloudellisen tuen lisäksi kunta on antanut Kihauksen käyttöön tapahtuman järjestämisen ajaksi esimerkiksi paikallisen koulukeskuksen sekä päiväkodin tilat. Kunnan tuen osuus on kuitenkin selvästi laskenut viime vuosina, mikä on johtunut kunnan taloudellisen tilanteen heikkenemisestä. Rääkkylässä onkin asian tiimoilta käynnissä vireä kulttuuripoliittinen keskustelu siitä, mikä merkitys tapahtumalla on kunnan elinvoimaisuuden kannalta, ja miksi kunnan kannattaa ylipäänsä tukea tapahtumaa. Kunnan rahoituksen lisäksi Kihaus on saanut julkista tukea opetusministeriöltä, jonka rahoitusosuus on vuosittain ollut noin 30 000 euroa. Lisäksi tapahtuma sai vuonna 2003 yritysrahoitusta noin 30 000 euroa, ja Pohjois-Karjalan liitto rahoitti sitä 17 500 eurolla. Pääsylipputulosten osuus oli vajaat 75 000 euroa.

Kansallisesti tunnetuksi kansanmusiikkifestivaaliksi kasvanut tapahtuma on heijastunut paikkakunnalla toimiviin organisa-

tioihin ja toimintamuotoihin monin eri tavoin. Tapahtuma on osaltaan vahvistanut kansanmusiikin alan harrastustoimintaa, tukenut paikkakunnan yritystoimintaa sekä luonut olemassaolonsa myötä alueelle erilaisia musiikinalan organisaatioita. Myös kunta on profiloitunut imagollisesti kansanmusiikin kautta.

Rääkkylän Kihaus on toiminnallaan vaikuttanut suorasti tai epäsuorasti haastattelujen perusteella seuraavien toimintojen kehittämiseen paikkakunnalle:

- kansanmusiikin bänditoiminta (mm. Värttinä, Sirmakka, Rääkkylän pelimannit, Rääkkylän viihdekuoro, Rämpsäkät ja Burlakat)
- ainakin kolmen musiikkialan yrityksen perustaminen (esimerkiksi kansanmusiikkialan levy-yhtiöt, kanteleita rakentava ja myyvä Koistinen kantele Oy)
- Rääkkylän kansanmusiikkiyhdistyksen perustaminen, jonka tavoitteena on edistää kansanmusiikin ja kansantanssin harrastusta ⁹⁴
- kansanmusiikin ja -tanssin paikallisen kurssi- ja leiritoiminnan ylläpitäminen sekä Rääkkylän kansanmusiikkikeskuksen suunnittelu ja toteutus, joka toimii yhtenä Keski-Karjalan musiikkiopiston toimipisteinä
- alan EU-projektitoiminnan toteutus
- kansanmusiikkipainotteisen yläasteen opetusohjelmien suunnittelu ja opetuksen järjestäminen
- paikallisten asukkaiden (erityisesti nuorten) kansanmusiikkiharrastuksen lisääntyminen
- ”työtuvan” organisointi paikkakunnan pitkäaikaistyöttömille Kihausfestivaalin järjestämisen yhteydessä.

Myös Kihauksen toiminta on heijastunut monin tavoin Rääkkylän kunnan elinvoimaisuuteen; se on vahvistanut kansanmusiikkialan bändi- ja harrastustoimintaa, synnyttänyt uusia yrityksiä ja uutta koulutusta sekä luonut alan hanketoimintaa. Näin ollen tapahtuman heijastusvaikutuksia voidaan pitää monipuoli-

⁹⁴ Tätä se tekee muun muassa järjestämällä Kihaus-festivaalin, kansanmusiikin koulutusta, konsertteja ja neuvontaa sekä julkaisemalla kansanmusiikkia käsitteleviä teoksia. Yhdistys perustettiin vuonna 1991.

sina ja edelleen vahvistuessaan kauaskantoisina hyvinvointia alueelle tuottavina tekijöinä.

*

Tarkasteltujen neljän kulttuurifestivaalien kohdalla rakenteellisen juurtumisen elementit tulivat monipuolisesti esille. Huomionarvoista oli lukuisten ”välittäjäorganisaatioiden” syntyminen (*”filtering” organisation*), joiden tehtävänä (esim. osaamiskeskukset, koulutusmuodot ja kulttuurihankkeet) on ollut välittää festivaaliin liittyvää tietoa ja osaamista alueelliseen kehittämis- ja koulutustoimintaan (Cliche ym. 2002, 166). Monet organisaatiot olivat toimineet eri tahojen (taiteilijoiden, aluekehitysviranomaisten, järjestöjen, oppilaitosten jne.) yhteistyön solmukohtina.

Kulttuuritapahtumia voidaan pitää sekä rakenteellisen että relationaalisen juurtumisen näkökulmista alueiden kehityksen impulsseina. Ensinnäkin ne ovat luoneet paikkakunnille uutta luovaa kumouksellista ilmapiiriä, lujittaneet alueiden identiteettiä, synnyttäneet kulttuurialan osaamista sekä vahvistaneet kulttuurimyönteistä ilmapiiriä. Nämä relationaalisen juurtumisen elementit ovat osaltaan mahdollistaneet festivaalien rakenteellisen juurtumisen; kulttuurialan hanketoiminnan sekä harrastus- ja yhdistystoiminnan, yritysten perustamisen sekä uusien koulutusmuotojen suunnittelun.

Tulokset osoittavat, että kulttuuritapahtumat ovat juurruttaneet tapahtumapaikkakunnille sekä materiaalista että immateriaalista kulttuuripääomaa. Diskurssityyppien osalta voimme puhua juurtumisdiskursseista, jotka voidaan edelleen jakaa ilmapiiridiskursseihin ja organisoitumisdiskursseihin. Edellinen merkityssysteemi liittyy keskusteluihin festivaalien aineettomista heijastusvaikutuksista ja relationaalisesta juurtumisesta. Jälkimmäinen puolestaan sisältää rakenteellisen juurtumisen elementtejä. Puheissa painottuvat tällöin kulttuuritapahtumien konkreettiset ”jäljet” tapahtumapaikkakunnalla.

Diskurssityyppien valossa festivaalit ovat luoneet alueille relationaalisen mahdollisuuksien tilan uusien kulttuuristen

aktiviteettien kehittymiselle. Johannissonin ja Ramírez-Pasillasin (2002, 299) käsitettä soveltaen tapahtumat ovat luoneet uusille toiminnoille ”organisoitumisen konteksteja” (*organizing context*). Organisoitumisen kontekstin käsite viittaa kollektiivisesti konstruoituun toimintaympäristöön, jossa esimerkiksi yritykset, kulttuurijärjestöt, taiteilijat ja viranomaiset toimivat interaktiivisessa yhdessäluomisen tilassa, mikä mahdollistaa uusien kehittämisaloitteiden toteutuksen. Festivaalien aikaansaama mahdollisuuksien tila tai organisoitumisen konteksti on muodostanut näin ollen ikään kuin toiminnan kulttuurisen kehyksen (*an action frame*) (emt.).

Relationaalisen juurtumisen ”sisäsyntyisyydestä” johtuen organisoitumisen kontekstia ei voida systemaattisesti tai hallinnollisesti ylhäältä päin rakentaa tai ohjata yksittäisten toimijoiden aloitteesta, vaan kyse on moniulotteisesta sosioekonomisesta prosessista, mahdollisuuksien tilojen risteytymästä, jossa eri toimijoiden arvot ja toimintakäytännöt kohtaavat.

Ajatus organisoitumisen kontekstista voidaan liittää myös maantieteelliseen tila-käsitteeseen. Tila (*space*) määrittyy tällöin sosiaalista todellisuutta (toimintaa, instituutioita, organisaatioita) konstituivaksi ulottuvuudeksi (Urry 1991, 161). Toisin sanoen, sosiaaliset entiteetit ovat temporaalisesti ja spatiaalisesti toisiinsa nähden relationaalisessa vuorovaikutussuhteessa, minä vuoksi yhteiskunnalliset ilmiöt (kuten instituutioiden ja organisaatioiden syntyminen, kehitys ja häviäminen) ovat historiallisesti ja spatiaalisesti kontingenttejä prosesseja. Esimerkiksi Benneworthin (2004, 147) mukaan kontingentti prosessi johtaa siihen, että paikallistalouksien kehityksen analysoinnin yhteydessä on vaikea päätellä sitä, mistä kehitysprosessit syntyvät. Kysymys on toimintateoreettisesta ”mustasta laatikosta”, josta syy-yhteyksiä on vaikea tunnistaa.

SYNTEESI: KULTTUURIPÄÄOMAN STRUKTUROITUMINEN

Tutkimukseni lähtökohtana ja perusolettamuksena on ollut se, että kulttuuritapahtumat paitsi vaikuttavat suoraan aluetalouden

kehitykseen myös muovaavat sitä toimintaympäristöä, joka mahdollistaa uusien instituutioiden ja organisaatioiden kehittymisen. Näillä uusilla sosiaalisilla rakenteilla on välillisiä – prosessuaalisia – vaikutuksia alueiden taloudelliseen toimeliaisuuteen, vaikka tuon yhteyden empiirinen todistaminen ei ole yksiselitteistä. Rakenteellisen ja relationaalisen juurtumisen käsitteet ovat kuvanneet aluetalouden kehityksen prosessuaalista luonnetta.

Festivaalien yhteys rakenteelliseen ja relationaaliseen juurtumiseen on kompleksinen, monista eri osatekijöistä koostuva tapahtumasarja tai kehityspolku, joka synnyttää alueille positiivista kehityseetosta, vahvistaa niiden osaamisperustaa sekä luo uusia työllistymisen mahdollisuuksia.

Relationaalisen ja rakenteellisen juurtumisen erottaminen omiksi ulottuvuuksiksi on ollut lähinnä analyttisesti perusteltua, mutta realimaailmassa ne kietoutuvat moniulotteisesti toisiinsa. Rakenteellista juurtumista voidaan luonnehtia esimerkiksi ihmisen toimintaa ohjaavaksi kontekstiksi ja vastaavasti relationaalista juurtumista vuorovaikutussuhteiden dynamiikkaa ja sisältöjä kuvaavaksi käsitteeksi (Rutten 2004). Molemmat vaikuttavat toisiinsa, ja siksi ne muodostavat kokonaisuuden, aluetalouden kehitystä mahdollistavan toimintaympäristön. Toisin sanoen organisaatiot muovaavat alueen institutionaalisia käytäntöjä, ja vastaavasti nuo käytännöt heijastuvat alueen organisaatio-rakenteeseen. Ei ole olemassa organisaatiota tai toimijaa, joka toimisi ”irraltaan” relationaaliseen juurtumisen kontekstiin nähden (Meyer & Rowan 1991, 54; Edquist & Johnson 1997, 59). Juurtumisen prosesseja tulee tarkastella kokonaisvaltaisesti sekä dynamisesta että rakenteellisesta näkökulmasta. Yhdessä toinen toisiinsa heijastuen relationaalisen ja rakenteellisen juurtumisen prosessit vahvistavat alueen institutionaalista tiheyttä sekä alueen kulttuuripääomaa.

Rakenteellisen ja relationaalisen juurtumisen, organisaation ja instituution, aineellisen ja aineettoman kulttuuripääoman, rakenteen ja toimijan tai talouden ja kulttuurin vuorovaikutus voidaan rinnastaa yhteenvedonomaaisesti sosiologi Anthony

Giddensin metateoreettisiin lähtökohtiin. Tarkasteluni kohteena on erityisesti strukturaatioteoria, jota on sanottu paitsi teoriaksi myös yhteiskunnan toimintadynamiikan ontologiseksi jäsenyukseksi tai jopa kokonaiseksi maailmankuvaksi (esim. Bryant & Jary 1991b; Giddens 1991; Kilminster 1991).

Strukturaatioteorian lähtökohdat soveltuvat alueen kulttuuripääoman rakenteellisen ja relationaalisen juurtumisen synteesin rakentajaksi. Se sitoo yksilön refleksiivisen itseohjautuvuuden sekä sosiaalisten rakenteiden kehittymisen toisiinsa – samalla se toimii kulttuurin, talouden ja alueiden kehityksen moniulotteisen yhteyden perusteluna ja johtopäätöksenä.⁹⁵ Strukturaatioteoria asettuu näkökulmana ikään kuin symbolitaloutta, alueiden kulttuuri-*imagoja* ja kulttuuripääoman juurtumista koskevien pohdintojen yläpuolelle. Täten sen avaama prosessuaalinen näkökulma muodostaa ontologisen perustan kulttuurifestivaalien tertiääristen aluetaloudellisten merkitysten tarkastelulle. Strukturaatioteorian valossa aluetalous on enemmän kuin osiensa summa.

Maantieteellisessä katsannossa strukturaatioteorian ansiona on pidetty erityisesti sitä, että se pyrkii tarkastelemaan tilan käsitettä yhteiskuntateoreettisessa valossa. Tilallisuus ilmentää tällöin kontekstia, jossa paikalliset ja ylipaikalliset sosiokulttuuriset, taloudelliset ja poliittiset prosessit kietoutuvat toisiinsa. Vastavasti aluetalous tai kunnat ilmenevät ”maantieteellisinä mosaiikkeina, jotka muodostuvat rakenteiden, instituutioiden ja toiminnan sosiospatiaalisenä vuoropuheluna” (Dear & Häkli 1998, 62).

Strukturaatioteoriassaan Giddens (1984a; 1984b; 1991) on rakentanut toimintateoreettista siltaa rakenteellisten (makrotason

⁹⁵ Yksilöllisten motiivien ja yhteiskunnan rakenteellisten ominaisuuksien yhteenkietoutuminen voidaan liittää myös konstruktionistisen tiedonsosiologian näkökulmaan. Todellisuus on läpeensä sosiaalisesti rakentunut tai konstruoitunut. Yksilö ei ole koskaan täysin ”vapaa toimija” yhteiskunnan lainalaisuuksiin nähden, sillä yksilölliset tarpeet, halut, intohimot, motiivit ja ambitiot ovat aina enemmän tai vähemmän yhteiskunnallisesti ehdollistettuja. Sama koskee organisaatioita. Ne ovat aina enemmän tai vähemmän myös oman toimintaympäristönsä tuotteita ja aikaansaannoksia. Konstruktionismissa, samoin kuin strukturaatioteoriassa, yksilön ja yhteiskunnan välillä vallitseva vuorovaikutteinen suhde, jossa yksilö nähdään yhteiskunnan tuotteena ja päinvastoin. (Aittola & Räiskilä 1994, 216; Berger & Luckmann 1994.)

teorioiden; strukturalismi, funktionalismi) ja yksilötason (mikrotason teorioiden; behaviorismi, hermeneutiikka) välille. Hänen mukaansa sen enempiä yhteiskunnalliset rakenteet kuin yksilöllinen kokemusmaailmakaan eivät determinoi ihmisten ja yhteisöjen toimintaa tai yhteiskuntien kehitystä. Kysymys on ajassa ja tilassa muodostuvasta kontekstuaalisesta prosessista, jossa instituutioiden, organisaatioiden ja yksilöiden merkityksenannon dynamiikka kietoutuvat moniulotteisesti toisiinsa. Vastaavalla tavalla kulttuurifestivaalien aluetaloudelliset merkitykset kytkeytyvät alueellisiin, taloudellisiin, sosiaalisiin ja kulttuurisiin prosesseihin.

Kulttuurifestivaalien primääristen ja sekundääristen talousvaikutusten tutkiminen asettuu strukturaatioteorian valossa kriittisen tarkastelun kohteeksi. Avainkysymykseksi muodostuu tällöin käsillä olevan tutkimuksen lähtökohta eli se, miten kulttuuritapahtumien aluetaloudellinen vaikuttavuus tai merkittävyys ilmenee? Mistä kulttuuritapahtumien aluetaloudellisten merkitysten dynamiikka koostuu, ja miten tuosta dynamiikasta on tutkimuksen ylipäänsä keinoin saatavissa tietoa? Kysymykset palautuvat Tötön (2000, 75–77) peräänkuuluttamiin *mitä*-kysymyksiin, joihin on vastattava ennen kuin voimme tarkastella *kuinka paljon* -kysymyksiä.

Mitä-kysymyksiin vastaaminen edellyttää yhteiskunnan rakenteiden ja yksilöllisen toiminnan suhteuttamista toisiinsa. Kritisoidessaan rakennelähtöistä objektivismia ja yksilöllisiä kokemuksia painottavaa subjektivismia Giddens (1984b, 117–118) on pyrkinyt ymmärtämään ”inhimillistä toimintaa” ja ”sosiaalisia instituutioita” samanaikaisesti. Hän on kutsunut ratkaisuaan ”rakenteiden kaksinaisuudeksi” (*the duality of structure*) (Giddens 1984a, 25). Rakenne (esimerkiksi Kuhmon kamarimusiikin osaamiskeskus Virtuosi) ei ole Giddensin mukaan yksilöiden arvoihin ja asenteisiin (Kuhmon kulttuuri-ilmapiiiriin) nähden erillinen ilmiö, vaan se on sekä yksilön toiminnan väline että tuon toiminnan tulos ja sellaisenaan sekä toimintaa rajoittava että mahdollistava. Yhteiskunnan rakenteelliset ominaisuudet,

esimerkiksi kulttuurialan organisaatiot ovat näin ollen yhteiskunnallisten käytäntöjen kannalta sekä niiden välineitä että tuotoksia (Giddens 1984b, 118).⁹⁶ Yksinkertaisten yleistysten välttämiseksi Giddens (1984a, 16) on vastustanut perinteisiä rakennelähtöisiä, sosiaalisten suhteiden ja yhteiskunnallisten ilmiöiden mallintamiseen (*patterning*) keskittyviä tutkimuksia sekä naiivia objektin ja subjektin erottamista. Yhteiskunnallisia rakenteita ei tulisi hänen mukaansa mieltää mekaanisesti ”yhteiskunnallisten organismien luurangoiksi”, jotka ovat funktionaalisina kokonaisuuksina analyttisesti irrotettavissa aikaan ja paikkaan sidotuista institutionaalisista toimintakäytännöistä.

Vuosien kuluessa strukturaatioteoria on vaikuttanut sosiologiseen tutkimusperinteeseen merkittävällä tavalla, mikä on tullut esille esimerkiksi rakenteen käsitteen uudelleen määrittelyn yhteydessä (Bryant & Jary 1991b, 6–16). Giddens on halunnut nähdä rakenteen ikään kuin entistä sosiologisemmassa valossa; tavalla, joka nostaa rakenteen sosiaalisen välitysprosessin tarkastelun ytimeen. Siksi hän ei ole halunnut rajata rakennetta deskriptiivisesti ainoastaan esimerkiksi organisaatioiden koostumuksen tai yhteiskuntaluokkien kattokäsitteeksi, vaan pikemminkin hänen pyrkimyksenään on ollut nähdä konventionaalisesti määriteltujen sosiaalisten rakenteiden taakse. Rakenteen käsite kietoutuu siksi sisällöllisesti hyvin moniulotteisesti ja vaikeaselkoisesti organisaatioiden muotoutumisen dynamiikkaan.

Rakenne viittaa Giddensin (1984a, 17, 185; 1991, 204) ajattelussa ajassa ja tilassa muotoutuviin prosesseihin, jotka luovat toimintaa mahdollistavat puitteet (säännöt ja resurssit, *rules and resources*). Nämä puitteet eivät ilmene konkreettisina syy–seuraussuhteina, vaan pikemminkin ikään kuin virtuaalisina muisti-

⁹⁶ Objekti ja subjekti (rakenteellisen ja relationaalisen juurtumisen prosessit) sulautuvat strukturaatioteoriassa toisiinsa. Instituutiot ja rakenteet muotoutuvat relationaalisessa toimintatilassa, joka sekä mahdollistaa että rajoittaa uusien instituutioiden ja organisaatioiden muodostumista. Kumpikaan elementti ei determinoi toisensa muotoutumisesta, vaan kyse on yhdessä rakenteistumisen prosessista. Samalla Giddens (1984b) on suhtautunut kriittisesti metodologisen individualismin lähtökohtiin, joita hän on arvostellut toiminnan teorian puutteellisesta ymmärtämisestä.

jälkinä ihmisten ja yhteisöjen mielissä (Kilminster 1991, 96). Samalla ne ovat toiminnan konstituentteja, eivät sosiaalisiin käytäntöihin nähden irrallisia elementtejä. Giddensin (1984a, 24) termein rakenteet kietoutuvat rekursiivisesti, itseään tuottaen, instituutioihin. Täten instituution ja rakenteen käsitteitä on analyttisesti vaikea erottaa toisistaan. Tämä johtuu siitä, että instituutioiden rakenteelliset ominaisuudet kietoutuvat moniulotteisesti refleksiivisesti ohjautuvaan toimintaan (Kilminster 1991, 96). Tästä käsitteellisestä ”epäselvyydestä” Giddensia on myös aika ajoin kritisoitu. Samalla on arvioitu, että Giddensin strukturaatioteorialla on metateoreettisesta häilyvyydestä johtuen lähinnä heuristista, mutta ei analyttistä arvoa. Joidenkin kriittisten puheenvuorojen mukaan esimerkiksi Giddensin ajatus rakenteiden kaksinaisuudesta on pikemminkin metafora kuin teoreettisesti hyödyllinen konstruktio (ks. esim. Jary 1991, 142).

Kilminster (1991, 96–97) on kritiikkinsä yhteydessä kysynyt, mikä on instituutioiden ja rakenteiden ontologinen asema Giddensin strukturaatioteoriassa. Markusenin (1999) ajatuslogiikalla kysymys kuuluisi luonnollisesti; ”*how do I know it when I see it?*” Nähdäkseni kysymys sisältää teoreettis-metodologisen latauksen. Giddensin pyrkimyksenä on ollut välttää annettuna otettujen kategorioiden käyttöä, jotka kontekstista irrotettuina toimivat ikään kuin yhteiskunnan toiminnan dynamiikkaa selittävinä voimina. Tutkija ei voi paeta – mikäli Giddensin ajatusketjua säntillisesti noudattaa – rakenteiden ja instituutioiden taakse pyrkiessään jäsentämään esimerkiksi kulttuuritapahtumien aluetaloudellisia merkityksiä. Esimerkiksi Kuhmon kamarimusiikin osaamiskeskus Virtuosi on organisaatio ja rakenne, johon tapahtuman alueellinen merkittävyys kiinnittyy. Tutkija ei voi kuitenkaan liimautua ainoastaan empiirisesti eroteltavien ja kontekstistaan irrotettujen kulttuuriorganisaatioiden talousvaikutusten erittelyyn esimerkiksi analysoidessaan kulttuurin talouden keskittymisen prosesseja. Yhtä olennaista on nostaa esille relationaalisen juurtumisen näkökulma (toimintakulttuuri) arvioitaessa kulttuuritoimintojen alueellisen keskittymisen

kokonaisprosessia ja -merkitystä Kuhmon kaupungille. Toisin sanoen, Virtuosiin taloudellista merkitystä Kuhmon kaupungille ei voida tyhjentävästi selvittää ainoastaan tarkastelemalla Virtuosiin toiminnan sisäistä logiikkaa (esimerkiksi Virtuosiin organisaatorakennetta, sisäisiä toimintamalleja, työllistäviä merkityksiä jne.), vaan tuo logiikka on erottamattomassa yhteydessä paikalliseen kehittämisen ilmapiiriin tai relationaaliseen juurtumiseen (oppimiseen, osaamiseen, kulttuurimyönteisyyteen jne.) nähden.

Olen tarkastellut rakenteita tai rakenteellisen juurtumisen ilmentymiä giddensläisittäin organisaatioiden kehityksen valossa ikään kuin mahdollistavina toimintakäytäntöinä. En ole siksi pyrkinyt ymmärtämään kulttuuritapahtumia uusien organisaatioiden syntyä selittävänä tai determinoivana voimana, josta syyseuraus-suhteet voitaisiin mekaanisesti tunnistaa. Juurtumisen prosessit ovat paitsi havaittavia objekteja myös subjektiivisia tulkintoja ja sellaisenaan sosiaalisia konstruktioita. Tämän vuoksi tutkimuksessa on ollut luontevaa tarkastella diskursseja ”tosiasioiden” sijaan. Emme voi esimerkiksi aukottomasti todistaa, että Sata-Häme Soi -juhlien rakenteellinen juurtuminen ilmenee maatilamatkailun monipuolistumisena. Maatilamatkailun ohjelmapalveluiden sisältöihin vaikuttavat monet paikalliset ja yli-paikalliset kehityspolut. Näitä polkuja emme voi jäljittää ainoastaan empiirisinä tosiasioina, vaan pikemminkin kysymys on (tämän tutkimuksen osalta) haastateltavien subjektiivisista tulkinnoista. Juuri tulkinnallisuus ja diskursiivisuus mahdollistavat sen, että voimme ylipäänsä saada juurtumisen prosesseista tietoa.

Olen esittänyt empiiristen esimerkkien avulla tulkintoja festivaalien ja kulttuurialan organisaatioiden kehityksen yhteyksistä. Sekä kulttuuritapahtumat että paikalliset kulttuuriorganisaatiot ovat kulttuurista toimintaa mahdollistavia rakenteita, jotka toiminnallaan edesauttavat uusien instituutioiden muotoutumista ajassa ja tilassa. Rakenteiden kaksinaisuus viittaa Giddensin ajattelussa juuri siihen, että organisaatioita syntyy ja

häviää instituutioiden (sääntöjen, normien jne.) muuttumisen – tai pikemminkin rakenteistumisen – myötä. Instituutiot ikään kuin sallivat tai mahdollistavat sekä estävät tai rajoittavat uusien organisaatioiden muodostumista.

Institutions are not just constraint structures; all institutions simultaneously empower and control. (Jepperson 1991, 146.)

Tapahtuman aikaansaama kulttuuripääoman relationaalinen juurtuminen, luova (ja kumouksellinen) ilmapiiri, synnyttää alueille normatiivisesti ilmenevää kulttuurimyönteisyyttä, joka altistaa ja aktivoi paikallisia toimijoita osallistumaan kulttuuri-aktiiviteetteihin sekä luomaan uusia kulttuurialan organisoitumisen muotoja. Näin ollen instituutiot eivät toimi Giddensin (1984b, 120) sanoin ”niitä itseään luovien ja yhteiskunnallisten toimijoiden ’selkien takana’.” Toimijat ovat aktiivisesti instituutioita tuottavia subjekteja. Toisin sanoen ihmiset eivät ole strukturaatioteoriassa, kuten Kilminster (1991, 79) on todennut, kulttuurisiin koodeihin passiivisesti alistuvia ja sopeutuvia tyyperyksiä (*cultural dope*). Siksi strukturaatioteoriassa ovat keskeisiä sellaiset käsitteet kuten hermeneutiikka, merkitysvälitteisyys, refleksiivinen toiminta (*reflexive self-monitoring*) sekä aika-tila-ulottuvuuden rakenteistuminen tai toiminnan kontekstuaalisuus (emt., 77). Juuri nämä toimijaan ja vuorovaikutussuhteiden dynamiikkaan kiinnittyneet prosessuaaliset välitysmekanismit toimivat myös kulttuuripääoman relationaalisen ja rakenteellisen juurtumisen perusteluina ja lähtökohtina.⁹⁷

⁹⁷ Giddensin teoria on herättänyt vuosien kuluessa myös kriittistä keskustelua. Subjektivismin ja objektivismin kritiikin osalta kyse on ollut rakenteen ja toimijan välisen suhteen ontologisen tasapainon löytymisestä. Giddensia on toisaalta kritisoitu toimijakeskeisyydestä, subjektivismista, ja toisaalta siitä, että instituutiot ovat hänen ajattelussaan – kaikesta huolimatta – objektiivisia yksilöiden toimintaan nähden. Toimijakeskeisyyden ja refleksiivisyyden yhteydessä Giddensia on arvosteltu siitä, että hän näkee toimijat rationalistisina ja voluntaristisina olentoina. Tämän tutkimuksen johtopäätösten osalta on kuitenkin olennaista, että paikallistalouksien kehityksen ja kulttuuritapahtumien vuorovaikutuksessa toiminnan ja rakenteen elementit yhdistyvät prosessuaaliseksi kokonaisuudeksi, mihin Giddensin teoria antaa kriittistä huolimatta perustelua taustatukea. (ks. esim. Bryant & Jary 1991a; Kilminster 1999.)

Strukturaatioteoria kuvaa siis yhteiskuntien kehityksen dynaamisuutta ja jatkuvaa muutosta. Kyse on jatkuvassa käymistilassa olevasta prosessista. Sen metateoreettinen perussanoma on nähdäkseni tämä: yhteiskunnassa vallitsevia sosiaalisia järjestelmiä (esim. instituutioita ja organisaatioita) ei tule tarkastella tutkimuksissa esineellistettyinä (ikään kuin ”valmiina” tai annettuina otettuina) kokonaisuuksina, vaan pikemminkin kyse on niihin vaikuttavien riippuvuuksien, sidosten, arvojen, asenteiden ja toimintakäytäntöjen jatkuvasta itseään uudistavasta prosessista.

Giddens (1984a, 2; 1984b, 25) on spesifoinut rakenteiden muotoutumisen kaksisuuntaisuutta myös rekursiivisuuden (*recursive*) käsitteellä, jolla hän on viitannut ilmiöiden ”itseensä palautumiseen”. Esimerkiksi kulttuurifestivaali paitsi tuottaa ja luo olemassaolollaan uusia kulttuuriorganisaatioita myös ylläpitää ja vahvistaa omia toimintamahdollisuuksiaan. Esimerkiksi Kuhmon kamarimusiikin osaamiskeskus Virtuosi on paitsi merkittävä organisaatio Kuhmon kaupungille myös itse festivaalia monella tavalla palveleva ja uusintava toimintamuoto. Myös kulttuuritapahtumia koskevat diskurssit ovat sellaisenaan palautettavissa rekursiivisuuden ideaan. Talousvaikutuksia ilmentävät diskurssit paitsi ylläpitävät myös uusintavat vallitsevia organisaatioita ja instituutioita.

Giddensin (1984b, 129, 136) mukaan organisaatioiden ja instituutioiden keskinäisessä strukturoitumisessa yhdistyvät ihmisten välinen kommunikaatio, valta-aspekti, sanktiot ja normit, elämismaailman skeemat, merkityksenannon prosessit, yhteiskunnan hallinnan ja toiminnan legitimoinnin mekanismit. Jokainen ulottuvuus haarautuu omiin laajoihin tutkimusperinteisiinsä tieteenalojen välisiä raja-aitoja halkoen. Tässä tutkimuksessa tarkastelun kohteena eivät ole olleet esimerkiksi hegemonian, vallan tai hallinnan muotojen erittelemineen, vaan pikemminkin strukturoitumiseen liittyvät merkityksenannon prosessit, joita olen kuvannut ja luokitellut haastatteluaineistosta esille nousseiden diskurssien valossa. Diskurssien erittely on tarjonnut yhden näkökulman ja tulkinnan strukturaatioteoriasta,

mutta kysymys ei ole ollut kulttuuritapahtumien strukturoitumisen kaiken kattavasta tulkinnasta.⁹⁸

Kulttuuritapahtumien aluetaloudellisten vaikutusten tai merkitysten arviointi sisältää luonnollisesti runsaasti vallan ja hallinnan elementtejä. Esimerkiksi kunta ja yritykset tapahtumien tukijoina ja rahoittajina käyttävät merkittävää diskursiivista valtaa määritellessään tapahtumien taloudellisia merkityksiä. On varsin todennäköistä ja luontevaa, että kuntien viranomaisilla, yrityksillä ja tapahtuman järjestäjillä on toisistaan poikkeavia ja keskenään ristiriitaisia näkemyksiä ja tulkintoja festivaalien merkityksistä. Joskus nämä ristiriidat puhkeavat paikallisiksi kulttuurikamppailuiksi, toisinaan vuoropuhelu tapahtuu tasavertaisen kumppanuuden ja sopusoinnun hengessä. Kulttuuritapahtumien taloudellisia merkityksiä ja vaikutuksia koskevat vallan elementit ja niistä kertovat diskurssit kietoutuvat Giddensin terminologiassa paikallisen toimintatilan hallintaan. Toimintatilan (*locale*) käsite ilmentää aikaan ja paikkaan sidottua sosiaalisen vuorovaikutuksen näyttämöä (*settings of interaction*) (Giddens 1984a, 118; 1984b, 309). Kyse ei ole ainoastaan fyysisestä sijainnista, vaan pikemminkin relationaalisessa tilassa tapahtuvasta vuorovaikutussuhteiden dynamiikasta. Toimintatilan käsitteellä Giddens (1984a, 132–139) on halunnut korostaa toiminnan ja sosiaalisten instituutioiden muotoutumisen kontekstuaalisuutta.

Myös toimintatilan käsitteen osalta Giddensia on kritisoitu – erityisesti maantieteen suunnalta. Esimerkiksi Urryn (1991, 172) mukaan Giddens on määritellyt toimintatilan pikemminkin toiminnan kontekstiksi kuin sen seuraukseksi. Samalla hän

⁹⁸ Kuten Giddens (1984b, 172–173) on todennut, ”merkityksen muodostuminen, hallinnan ja legitimaation erottaminen on vain analyttinen jaottelu” tutkittaessa yhteiskunnillisia instituutioita ja niiden muotoutumisen prosesseja. Teoreettisesti ne kuitenkin sulautuvat aina toisiinsa. Esimerkiksi kielen tuottamat merkitykset – tai diskurssit – ilmentävät myös joko eksplisiittisesti tai implisiittisesti hallinnan ja legitimoiminnan mekanismeja. Strukturaatioteoria tai tämä tutkimus ei näin ollen kiellä esimerkiksi ristiriitojen ja vastakkainasettelujen olemassaoloa esimerkiksi pohdittaessa kulttuurifestivaalien aluetaloudellisia merkityksiä. Päinvastoin, rakenteiden kaksinaisuus ja niihin sulautuvat diskurssit sisältävät aina myös vallan, vastustuksen, kamppailun, poliittisuuden ja riitasoinnun elementtejä ja rakennusaineita. Tämän tutkimuksen kohteena ei kuitenkaan ole ollut diskurssien erittely määrittämällä vallan tai hallinnan rajalinjoja.

on nähnyt Giddensin toimintatilan määrittelyssä reduktionistisia piirteitä. Gregsonin (1989, 245) mielestä käsitettä leimaa puolestaan metateoreettinen universaalisuus. Hänen mukaan toimintatila viittaa ainoastaan yhteiskunnan yleiseen ominaisuuteen; siihen, että kaikki toiminta ja vuorovaikutus rakenteistuu tilassa. Toimintatilan käsite ei ole kuitenkaan itsessään sisältänyt Gregsonin mukaan mitään spesifejä tulkintoja niiden itsensä luonteesta, muodosta tai sisällöstä. Toimintatila on viitannut kritiikkiin mukaan ympäriryöstä vain toiminnan yleiseen kontekstiin, mutta se ei ole sisältänyt tulkintoja toiminnan tuloksista tai tilan tuottamisesta (Gregory 1989; Paasi 1989, 303; Urry 1991, 172). Paasin (1993, 44) mielestä Giddensin toimintatilojen tarkastelu ei siksi anna aineksia ymmärtää erityisten ”spatialisten yksikköjen” roolia sosiaalisessa todellisuudessa. Ongelman ytimenä on hänestäkin ontologinen universaalisuus: abstraktit käsitteet liittyvät olemisen luonteeseen yleensä, mutta eivät olemiseen missään erityisessä kontekstissa (emt.).

Giddensin puolustukseksi voidaan kuitenkin todeta, että teoreettista ja analyttistä sfääriä voidaan tarkastella eri tasoilla, mikä poikkeaa esimerkiksi Markusenin (1999) näkemyksestä. Markusenin mukaan teoriasta tulee voida johtaa operationalisoitavia empiirisiä kategorioita esimerkiksi tilastollista analyysia varten. Muutoin tutkija sortuu hänen mukaan käsitteelliseen epäselvyyteen, jolloin teorioista muodostuu ainoastaan tutkijan mielivaltaisia konstruktioita, joilla ei ole yhteyttä realimaailman logiikkaan. Kuten kuitenkin jo tutkimuksen alussa totesin, Markusen on nähdäkseni sekoittanut käsitteellistämisen ja operationalisoinnin tasot harhaanjohtavasti toisiinsa. Käsitteellinen ja empiirinen voivat operoida myös eri tasoilla, mistä Giddensin strukturaatioteoria on hyvä esimerkki. Strukturaatioteoria on pyrkimys toiminnan ja yhteiskunnan konstituoitumisen kokonaisvaltaiseen haltuunottoon. Empiirisesti tutkijoiden on kuitenkin aina tyydyttävä näkökulmiin, joiden kautta strukturoitumisen idea konkretisoituu.

Markusenin kritiikkiin liittyen Giddensin ontologisointia on arvosteltu myös metodologisesta vaihtelosta, koska strukturaa-

tioteoria ei sisällä kannanottoja sen enempää empiirisen tutkimuksen välineistä kuin kohteistakaan (Gregson 1986; 1989). Jättämällä epistemologian muille ja keskittymällä sosiaaliseen ontologiaan, Soja (1989, 146–155) on kuitenkin todennut, Giddens vapautti itsensä empiiristen analyysien kosketuksesta, jolloin hän ei sitoutunut mihinkään muuhun kuin omaan tulkintansa kehyksiin. Sojan mielestä juuri epistemologisten pohdintojen vähäisyydestä johtuen Giddensin ontologian suora soveltaminen ja demonstrointi on empiirisessä tutkimuksessa haasteellinen tehtävä. Giddens ei tarjoa selviä kaavoja tai teoreettisia polkuja empiirisiin ongelmiin, mutta tämä on Sojan mielestä nimenomaan Giddensin vahvuus ei heikkous. Strukturaatio-teoriassa yksilölliset ja yhteiskunnalliset toiminnot sekä rakenteelliset ominaisuudet hitsautuvat toisiinsa joustavasti, ja tämä ontologinen joustavuus ja fuusio on hänen mukaansa Giddensin keskeinen sanoma.

Kaiken kaikkiaan strukturaation ja rekursiivisuuden ideat auttavat ymmärtämään paitsi kulttuuritapahtumien alueellisen juurtumisen aika- ja paikkasidonnaisuutta myös koko aluetalouden kehityksen prosessuaalista luonnetta. Näkökulma poikkeaa konventionaalisista kulttuuritapahtumien talousvaikutuksia tarkastelleista tutkimuksista, jotka ovat pyrkineet jäljittämään aluetalouden kehityspolkuja ja rahavirtojen kiertokulun logiikkaa tilastoihin ja kyselyihin pohjautuvien panos–tuotos-mallien avulla ja samalla ikään kuin naturalisoimaan aluetalouden kehityksen luonteen. Giddensin strukturoitumisen ja rekursiivisuuden ajatukset moniulotteistavat aluetalouden kehityksen tulkintaperustaa tältä osin.

KULTTUURISEN LUOVUUDEN TERRITORIAALISUUS

Alueen kulttuuripääoman relationaalisen ja rakenteellisen juurtumisen dynamiikkaa voidaan jäsentää paitsi giddensläisittäin toimintatilan käsitteen avaamassa yhteiskuntateoreettisessa perspektiivissä myös oppimisprosessin sosiaalisen välittyneisyyden näkökulmasta. Tarkastelun lähtökohdaksi soveltuu dynaamisen oppimisprosessin teoria (Crossan & Lane & White 1999), joka

perustuu siihen, että oppiminen on sosiaalinen konstruktio. Uusien asioiden, ideoiden ja innovaatioiden omaksuminen tapahtuu aina enemmän tai vähemmän *toisten* kautta. Toiset ihmiset ovat yksilöiden oppimisen kannalta keskeisiä konstituentteja.

Crossan ym. (1999) ovat jäsentäneet oppimisen sosiaalista prosessia (organisaatioiden ja instituutioiden rakentumisen vaiheita) 4I-mallin avulla. Mallin nimi perustuu teorian ydinkäsitteisiin; intuitiiviseen ajatteluun (*Intuiting*), tulkintaan (*Interpreting*), kollektiiviseen asioiden yhdistelyyn ja ymmärtämiseen (*Integrating*) sekä toiminnan institutionalisoitumiseen (*Institutionalizing*). Nämä teoreettiset ulottuvuudet muodostavat toisiinsa nähden riippuvuussuhteessa olevan kokonaisuuden, jonka kautta yksilöllinen oppimisprosessi institutionalisoituu asteittain kollektiivisiksi toimintakäytännöiksi.

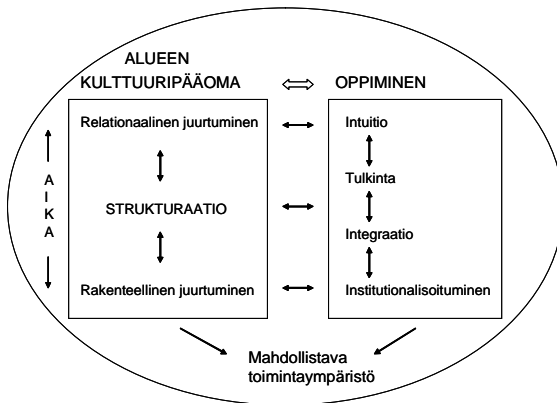
Oppimisprosessin ensimmäinen vaihe eli intuitio viittaa siihen, että oppiminen ei perustu yksilötasolla ainoastaan analyyttiseen ajatteluun, vaan pikemminkin kokemusten, tietovarannon ja tietoisuuden kompleksiseen kokonaisuuteen. Myös alitajunnalla on keskeinen asema uusien asioiden tai ilmiöiden havaitsemisen ja oivaltamisen kannalta. Siksi oppimisteorioiden peruslähtökohtana on intuitiivisten ajatteluprosessien jäsentäminen. (Crossan 1999, 526.)

Intuitiota seuraa oppimisprosessissa tulkinta, jossa jäsentymätön alitajunnallisuus muuttuu vähitellen tietoisuuden välityksellä koherentiksi asiakokonaisuudeksi, ideaksi. Tulkintavaiheen yhteydessä yksilö konstruoi elämismaailmansa kognitiivisia kartoja tai relevanssistruktuureja (Schütz 1970; 1973) sekä ilmaisee kokemuksiaan kielen ja toiminnan kautta kanssaihmisille. Integroitumisen vaiheessa korostuu ihmisten välisen vuorovaikutuksen merkitys sekä erityisesti jaetun ja kollektiivisen ymmärryksen kehittyminen, mikä voi tulla esille esimerkiksi tietylle ihmisryhmälle yhteisten tarinoiden, myyttien tai diskurssien kautta.

Paikallisesti jaetun ymmärryksen kautta oppimisprosessi etenee vakiintumisvaiheeseen eli opitun institutionalisoitumiseen. Oppiminen muovaa tällöin esimerkiksi alueen toimintakäy-

täntöjä, mikä puolestaan heijastuu toiminnan organisoimisen tapoihin. Institutionalisoituminen ilmenee uusien organisaatioiden muodostumisena tai muuttumisena, niiden tehtävien määrittelynä sekä toimintamuotojen spesifiointina ja vakiintumisena – opitun rakenteellisena juurtumisena. Samalla yksilötasolla alkunsa saanut oppimisprosessi kytkeytyy alueen organisaatioiden toimintaan; oppiminen alueella institutionalisoituu (vrt. Crossan ym. 1999, 525).

Alueen kulttuuripääoma rakenteistuu myös oppimisteorian valossa aika- ja paikkaspesifeissä toimintakäytännöissä. Alueen käsite määrittyy tällöin relationaaliseksi vuorovaikutuksen näytämöksi, jossa tietoa, asenteita ja diskursseja välittyy paikallisten ja yli paikallisten oppimisprosessien kautta. Oppimisen, juurtumisen ja rakenteistumisen prosessit luovat yhdessä kuntien kehitystä mahdollistavan kontekstuaalisen toimintaympäristön, jossa materiaallinen ja immateriaalinen kulttuuripääoma toimivat alueellisena kehityspotentiaalina; uusien organisaatioiden synnyn, luovuuden ja ideoiden vaihdon kasvualustoina (kuva 16).



KUVA 16. Kulttuuripääoman alueellinen juurtuminen oppimisprosessina.

Kollektiivisen oppimisprosessin aikaansaama institutionalisoitumiskehitys heijastuu siis alueen organisaatorakenteeseen ja

toimintakäytäntöihin. Aluetieteellisessä ja talousmaantieteellisessä keskustelussa tätä oppimisen, instituutioiden ja organisaatioiden vuorovaikutusta on kuvattu myös oppivan alueen (*learning region*) käsitteen avulla. Oppiva alue on toiminut ikään kuin yläkäsitteenä alueellisten oppimisprosessien, kuten innovaatioiden tai instituutioiden synnyn ja tiedonkulun dynamiikan tarkasteluissa. (Benner 2003, 1812.)⁹⁹

Aluetieteellinen kiinnostus oppimisprosessien tutkimukseen on liittynyt erityisesti yritysten kykyyn omaksua, oppia, soveltaa ja käyttää tietoa taloudellisen menestyksen turvaamiseksi (Virkkala 2003). Wolfen (2000, 9) mukaan oppivilla alueilla voi esiintyä oppimista neljällä eri tasolla: yksittäisen työntekijän, yrityksen, yritysryppään ja paikallishallinnon viranomaisen toiminnoissa. Oppiva alue rohkaisee yksilöitä ja organisaatioita alueellisissa oppimisprosesseissa (Virkkala 2003). Oppiminen viittaa tällöin uusien kykyjen, taitojen ja tietojen kollektiiviseen hankkimiseen. Florida (1995, 528) on kiteyttänyt oppivan alueen käsitteen seuraavasti:

Learning regions, as their name implies, function as collectors and repositories of knowledge and ideas, and provide an underlying environment or infrastructure which facilitates the flow of knowledge, ideas and learning. Learning regions are increasingly important sources of innovation and economic growth.

Talousmaantieteessä oppiminen on ollut ennen muuta alueiden taloudellista kasvua ja innovaatioiden syntyä selittävä käsite.¹⁰⁰

⁹⁹ Oppivan alueen rinnalla on puhuttu myös oppivasta taloudesta (*learning economy*) ja oppivasta organisaatiosta (*learning organization*). Oppivan talouden ajatus on perustunut näkemykseen, jonka mukaan tieto on nykyisen länsimaisen talousjärjestelmän tärkein resurssi ja oppiminen sitä ruokkiva prosessi. Kaikilla käsitteillä on ollut yhteys alueiden innovatiivisuuden ja kilpailukykyyn kehittymiseen.

¹⁰⁰ Oppimisen tutkimus on ollut läheisessä yhteydessä innovaatioiden tutkimiseen, koska innovaatioita on pidetty interaktiivisten oppimisprosessien tuloksena (esim. Asheim 1996; Edquist & Johnson 1997, 42–43; Benner 2003). Juuri innovaatioprosessien interaktiivinen elementti on nostanut oppimisen aivan uudella tavalla aluekehitystä koskevien tutkimusten ytimeen. Tämä on perustunut näkemykseen, jonka mukaan toimintojen alueellinen keskittyminen ja läheisyys mahdollistavat monimuotoisen informaation ja tiedon (koodatun ja hiljaisen) vaihdon (Benner 2003, 1812). Samalla oppimisprosesseista ja tiedonkulun logiikasta sekä koko alueellisen vuorovaikutussuhteiden juurtumisen dynamiikasta on muodostunut alueiden kehityksen aikaan ja paikkaan sidottu relationaalinen, kehitystä mahdollistava, voimavara.

Floridan (1995, 532–533) mukaan jatkuva ideoiden, tiedon ja oppimisen virta edellyttää, että alueella on olemassa tuotantoa, kommunikaatiota ja oppimista tukeva infrastruktuuri yrityksineen, oppilaitoksineen ja julkisine palveluineen. Oppiva alue muodostaa kompleksisen suhdeverkoston, minkä vuoksi sitä on vaikea imitoida, ja juuri siksi oppiva alue vahvistaa alueiden kilpailukykyä.

Oppivien alueiden perusideat voidaan liittää myös kulttuuripääoman alueellisen juurtumisen dynamiikkaan. Tällöin voimme puhua oppimisen sijaan myös luovuudesta, koska taiteellinen ja kulttuurinen luovuus voivat toimia paitsi yksittäisen taiteilijan myös festivaalien sisältöjen, paikallisten kulttuurilaitosten ja -yritysten ensisijaisina käyttövoimina. On kuitenkin huomattava, että oppimisen ja luovuuden käsitteellinen erottaminen toisistaan on problemaattista. Pikemminkin kyse on toisiinsa nähden päällekkäisistä käsitteistä; oppiminen edellyttää luovuutta ja luovuus oppimista.

Myös luovuutta on tutkittu poikkitieteellisenä käsitteenä monen eri tieteenalan piirissä. Luovuuden ulottuvuuksiin ovat pureutuneet ainakin psykologit, kasvatustieteilijät, sosiologit, filosofit, hallinto- ja taloustieteilijät sekä taiteen tutkijat (Koski 2001, 63). Aluetieteellisessä tarkastelussa on yksilöllinen ja kollektiivinen luovuus on erotettu toisistaan (Bilton & Leary 2002). Yksilötason luovuudella on viitattu lähinnä arkielämässä tapahtuvaan ongelmanratkaisuun tai taiteelliseen ja tieteelliseen innovointiin. Luovuuden käsite on tällöin rinnastettu muun muassa yksilöiden kykyyn yhdistää tietoa, tunnetiloja tai esineellistä todellisuutta uudella ja hyödyllisellä tavalla toisiinsa. Juuri asioiden yhdistämistä erilaisilla ja yllätyksellisillä tavoilla on pidetty luoville prosesseille ominaisina piirteinä. Luovat ihmiset näkevät tilanteet ja ilmiöt holistisina, integroituneina, lateraalina sekä toimintalogiikoiltaan joustavina (ks. tarkemmin esim. Ford 1996, 1116–1125; Landry 2000, 13). Luovat synteetit tarjoavat mahdollisuuden luovaan ongelmaratkaisuun esimerkiksi tie-teessä tai tarjoavat ”raaka-ainetta” taiteellisten prosessien toteuttamiseen.

Kollektiivisesta näkökulmasta luovuus on ennen muuta sosiaalinen ja kulttuurinen ilmiö. Lähtökohtana on tällöin se, että ”luovuus syntyy yksilöiden ja sosiokulttuurisen kontekstin vuorovaikutuksessa” (Koski 2001, 64).¹⁰¹ Samalla ”luovuuden ilmentyminen on voimakkaasti riippuvaista niiden sosiaalisten instituutioiden ja yhteiskuntien luonteesta, joiden piirissä ihmiset elävät ja työskentelevät” (emt., 70). Esimerkiksi yritysten alueellisessa agglomeroitumisessa kollektiivinen oppiminen voi yhdistyä alueen toimintakulttuuriin ja emergentteihin sosiaaliin prosesseihin tavalla, joka stimuloi kollektiivista luovuutta. Kuten Scott (1997, 333) on todennut:

In particular, cultural creativity is not just an effect of lonely ruminations of the individual, but more importantly is an outgrowth of multiple stimuli situated at the points of interaction between many different agents.

Luovien ja oppivien alueiden määrittelyt voidaan rinnastaa toisiinsa, ja niistä voidaan löytää monia yhteisiä piirteitä. Molemmat käsitteet kiinnittyvät sosiaaliseen kontekstiin, jossa toimijoiden välinen vuorovaikutus tapahtuu. Sosiaalisesta kontekstista (organisaatioiden ja instituutioiden toimivuudesta) riippuu, miten hyvin alueet kykenevät imemään itseensä uusia luovia ideoita ja jalostamaan niitä edelleen käytäntöön soveltuviksi innovaatioiksi. (vrt. Ford 1996; Scott 2000, 643.)

Luovuus on oppimisen tavoin myös alueeseen kiinnittyvä käsite. Kollektiivisen luovuuden syntymekanismit kiinnittyvät arvojen ja kommunikaatioyhteyksien kiihtyvästä globalisoinnista huolimatta edelleen myös fyysiseen ja alueelliseen toimintaympäristöön. Toisin sanoen, aikaan ja paikkaan sidottu konteksti määrittää sen, miten asioita tulkitaan, merkityksiä implikoidaan ja luovia yhteistoimintaprosesseja synnytetään. Globaalien informaatio- ja kulttuurivirtojen tilassa paikan mer-

¹⁰¹ Myös taiteellinen luovuus voi olla kollektiivista, oppimisprosessin välityksellä jaettua luovuutta. Heiskasen (1999, 124) mukaan ”taiteellinen luovuus ankkuroituu usein johonkin kollektiiviseen, tiettyjä arvoja ja elämänmuotoja ilmentävään ’arkielämän’ kulttuuriin ja luovat yksilöt eivät pelkästään ruoki arkielämää oamalla luovuudellaan vaan rikastuttavat sitä omien yhteisöjensä arvoilla ja toimintatavoilla” (ks. myös Cliche ym. 2002, 162).

kitys ei ole vähentynyt luovuutta ja innovaatioita stimuloivana voimana. Päinvastoin, Floridan (2002) mukaan paikat, alueyhteisöt ja organisaatiot ovat entistä merkittävämpiä tekijöitä innovaatioiden tuottamisen ja luovien prosessien synnyttämisen kannalta. Myös Amin ja Thrift (1995, 100) ovat nähneet globalisoituvassa maailmassa paikoilla edelleen keskeisen merkityksen taloudellisen toiminnan ja sen edellyttämän institutionaalisen tiheyden kehittymisen kannalta.

Kulttuuripääoman alueellinen juurtuminen ja luovien alueiden tematiikka kietoutuvat monitasoisesti toisiinsa, mikä tulee esille tarkasteltaessa kulttuurisesti luovan alueen rinnakkaiskäsitteitä.¹⁰² Luovien alueiden määrittelyn yhteydessä on puhuttu muun muassa luovasta kaupungista (*creative city*), luovista klustereista (*creative clusters*), luovasta ympäristöstä (*creative milieu*) ja kulttuurisesta miljööstä (*cultural milieu*) (Anderson 1985; Montgomery 1995, 149; Hall 2000, 644–645; Landry 2000, 140; Bilton & Leary 2002; Cliche ym. 2002; Florida 2002; Tepper 2002; Sotarauta ym. 2003; Wilenius 2004). Kairilla on viitattu luovaan toimintaympäristöön, mikä mahdollistaa uusien ideoiden ja innovaatioiden synnyn, vaihdon ja leviämisen. Kulttuurisesti luovalla alueella vallitsee emergentti luovuuden prosessi, joka ammentaa sisältöä kulttuurisesta diversiteetistä. Kulttuurisesti luova alue on ilmapiiriltään ”kumouksellinen”, toisin sanoen alueen eri toimijoiden arvojen ja asenteiden välillä on uutta luova epätasapainon tila. Luovalla alueella on määrittelyjen mukaan myös monipuolista osaamista sekä tehokkaat tiedonsiirron mekanismit. Käsillä olevan tutkimuksen viitekehyksen valossa kulttuurisesti luova alue on dynaamisessa rakenteellisen ja relationaalisen juurtumisen tilassa. Myös Floridan (2002) ja Landryn (2000) mukaan kulttuuri ja luovuus kietoutuvat alueiden kehityksen yhteydessä moniulotteisesti toi-

¹⁰² Kulttuurin ja luovien ympäristöjen yhteyksistä on keskusteltu jo varsin kauan (esim. Andersson 1985; Bianchini 1993, 14), vaikka viime vuosina luovien alueiden tematiikka on noussut uudella tavalla muodikkaaksi tutkimuskohteeksi. Esimerkiksi Bianchini (1993, 14) totesi jo yli kymmenen vuotta sitten, että elävä kaupunkikulttuuri nähdään kaupunkien kehittämispoliitikkassa merkittävänä innovaatiokapasiteetin elementtinä.

siinsa.¹⁰³ Yhtäältä kulttuurinen elinvoimaisuus houkuttelee alueille luovissa ammateissa toimivia osajia. Toisaalta kulttuurisesti moniarvoinen ilmapiiri toimii luovan ajattelun sekä uusien ideoiden tuottamisen kasvualustana ja innostavana ärsykkeenä. Kulttuurin talouden keskittymät (mm. teattereiden, festivaalien, gallerioiden, taiteilijoiden ja ravintoloiden tihentymät) synnyttävät osaltaan alueille luovaa ilmapiiriä (*regional creative climate*), joka stimuloi yksilöitä ja yhteisöjä luovien ideoiden ja tuotteiden kehittelyyn, vaikka tuota yhteyttä ei voida eksaktisti empiirisesti osoittaa (Dziembowska-Kowalska 1999, 1391).

Alueen kulttuuripääoman luovaa ilmapiiriä synnyttävä merkitys voidaan ymmärtää aluetalouden relationaaliseksi voimavaraksi, johon vaikuttavat arvot, epäviralliset toimintamuodot, sosiaaliset käytännöt sekä yhteistyön pelisäännöt (vrt. Amin 1999, 369). Luova ilmapiiri ilmenee paikallisissa diskursseissa sekä tavoissa ymmärtää ja konstruoida oman toimintaympäristön kehittämismahdollisuuksia, uhkia, vahvuuksia ja heikkouksia. Tällöin alueellisten toimijoiden ”kognitiivinen kehys” muodostuu oppimisen, luovuuden, refleksiivisten toimintakäytäntöjen ja aluekehityksen keskeiseksi resurssiksi. (vrt. emt., 372.)

Kokoavasti kulttuurisesti luova alue rinnastuu Landryn (2000, 58) kuvailemaan metaforaan, jonka mukaan kaupunki tai alue ei ole kone, joka toimii rationaalisten syy–seuraus-suhteiden lo-

¹⁰³ Florida (2002) on kuvannut yhteiskunnallista muutosta, jossa luovuus on muodostunut talouselämän ja alueiden kehityksen ytimessä vaikuttavaksi alkuvoimaksi. Hän on tarkastellut moniulotteisesti kokemuksiinsa ja tilastoanalyysiin nojautuen prosesseja, joissa luova talous ohjaa ammattikuvien muodostumista, työn sisältöjä, elinympäristön viihtyisyyteen vaikuttavia olosuhteita, elämäntyyliä, tottumuksia, arvoja sekä identiteettien muodostumista. Floridan perusargumenttina on se, että luovuudesta on muodostunut yhteiskunnallinen eetos, selviytymisen ja menestymisen oljenkorsi tai edellytys, jonka kautta alueiden kilpailukyky viime kädessä kehittyy.

Luovuus ja luovuuden eetos leimaa Floridan (2002) mukaan yhä enemmän aikamme teknologisoituneita markkinatalousyhteiskuntia. Siitä on muodostunut paitsi yksilöiden myös kokonaisten yhteiskuntien ja alueiden kehityksen ”kulttuurin fundamentaalinen henki”, ilmapiiri tai yhteiskunnallinen, uusi hegemoinen kertomus, tarina, jonka mukaan selviytyminen, menestys, vauraus ja taloudellinen kasvu perustuvat yhä enemmän uusien ideoiden ja symbolien tuottamiseen. Elämme Floridan mukaan luovuuden aikakautta (*creative age*), jossa luovuus ilmenee paitsi yksilöllisenä neroutena myös yhteiskuntien kehitysdynamiikkaa yhä enemmän muovaavana sosioekonomisena prosessina. Tästä syystä luovuus on nostettu myös alueellista kehittämistä koskevissa tutkimuksissa yhdeksi menestyksen ja kilpailukyvyyn indikaattoriksi.

giikalla. Pikemminkin kaupunki tai alue voidaan nähdä elävänä ja joustavana organismina, jonka elinvoimaisuus kehittyy merkittävältä osin myös kontrollin, ennakoinnin ja mittauksen ulottumattomissa olevien laadullisten prosessien kautta.

Määrittelystä tai määrittelijästä riippumatta luova alue tai luova aluetalous on muodostunut tutkimusten mukaan kokonaisten yhteiskuntien hyvinvoinnin ylläpitämisen ja taloudellisen kasvun keskeiseksi moottoriksi. Uusista ideoista, luovuudesta ja osaamisesta on tullut ikään kuin uusia tuotantontekijöitä ja samalla kuluvan vuosituhannen merkittävimpiä kilpailutekijöitä alueille. On esitetty, että sellaiset alueet menestyvät tulevaisuudessa, jotka ovat luovan kapasiteettinsa suhteen riittävän omavaraisia ja riippumattomia.

*

Tarkastelin tässä luvussa kulttuurifestivaalien tertiäärisiä aluetaloudellisia merkityksiä institutionaalisen aluetieteen näkökulmasta. Mekanistisen ja staattisen järjestelmän sijaan aluetalous määrittyi sosiaalisten, taloudellisten, kulttuuristen ja poliittisten suhteiden kudelmaksiksi ja relationaaliseksi voimakentäksi. Pohdin aluetalouden kehityksen prosessuaalista luonnetta aluksi klusteroitumisen ja institutionaalisen tiheyden valossa. Molemmat näkökulmat kuvaavat taloudellisen toiminnan alueellisen keskittymisen dynamiikkaa. Lisäksi ne tarkastelevat taloudellista toimintaa sosiaalisina prosesseina. Sosiaaliset vuorovaikutussuhteet ja oppimisprosessit nähdään ikään kuin taloudellista toimintaa ohjaavina ”kitkatekijöinä”.

Spesifioin alueellisen keskittymisen dynamiikkaa kulttuurifestivaalien alueellisen juurtumisen näkökulmasta. Viittasin relationaalisen juurtumisen käsitteellä immateriaalisen kulttuuripääoman alueelliseen keskittymiseen, joka liittyi paikallisiin arvostuksiin ja kollektiivisiin merkityksiin – kulttuuri-ilmapiiriin. Empiirisessä tarkastelussa relationaalisen juurtumisen näkökulma nousi esille osaamisen tason vahvistumisen, alueellisen identiteetin lujittumisen sekä kumouksellisen ja kulttuurimyönteisen asenneilmapiirin yhteydessä. Vastaavasti rakenteellinen juurtu-

minen konkretisoitui tapahtumapaikkakunnille syntyneiden (välittäjä)organisaatioiden syntyminen ja kehittymisen kautta.

Rakenteellinen ja relationaalinen juurtuminen muodostivat yhdessä aika- ja paikkasidonnaisen organisoitumisen kontekstin ja eräänlaisen dynamon luovien toimintojen alueelliselle keskittymiselle. Tarkastelin organisoitumisen kontekstin dynamiikkaa strukturaatioteorian valossa, jonka perusteella kulttuuripääoman alueellinen juurtuminen voitiin ymmärtää rakenteiden, instituutioiden ja toiminnan monitahoiseksi sosiospatiaaliseksi vuoropuheluksi, joka tapahtuu relationaalisessa (toiminta)tilassa. Lisäksi pohdin organisoitumisen kontekstin dynamiikkaa oppimisprosessien ja kollektiivisen luovuuden näkökulmista. Päättelin, että oppiminen toimii relationaalisen ja rakenteellisen juurtumisen mahdollistajana ja ehtona, mikä rinnastui oppimisprosessin institutionalisoitumiseen.

Lopuksi liitin alueellisen oppimisprosessin kollektiiviseen luovuuteen. Totesin, että oppimisen ja luovuuden osalta kyseessä on saman asian kääntöpuolet. Instituutioiden kehitys edellyttää molempia. Johtopäätöksenä esitin, että kulttuurisesti luova alue on sellainen, jossa vallitsee kulttuuripääoman relationaalisen ja rakenteellisen juurtumisen ”dynaaminen leikki”, jatkuva käymis-tila ja itseään uudistava prosessi. Kulttuuripääoman alueellisella juurtumisella ja luovalla alueella on yhteys instituutioiden ja organisaatioiden rakentumiseen ja siten myös aluetalouden kehitykseen.

12

Päätelmiä

Tutkimusmatka on päättymässä, joten on aika katsoa taaksepäin. Mistä on tultu, ja mitä voimme tästä kaikesta päätellä? Mikä merkitys kulttuurin taloudella on kuntien ja kaupunkien selviytymis- tai kilpailustrategioissa tai luovien toimintaympäristöjen rakentumisessa? Mikä rooli kulttuuritoiminnoilla on asukkaiden elämänlaadun, alueiden vetovoiman tai uusien innovaatioiden alueelle juurtumisen kannalta? Miten voimme ylipäänsä jäsentää kulttuurin, talouden ja aluekehityksen välistä suhdetta? Esitän keskeiset päätelmäni viiden teesin avulla, joihin samalla kiteytyy tutkimuksen keskeinen sisältö ja tulokset.

Kulttuurialojen aluetaloudellista potentiaalia voidaan tarkastella erilaisten tilastollisten tunnuslukujen valossa. Ammatteja, toimialoja ja bkt-osuuksia koskevat tilastolliset laskelmat antavat osviittaa kulttuurisektorin taloudellisesta vaikuttavuudesta. Lopullista totuutta kulttuurisektorin taloudellisesta painoarvosta on kuitenkin numeroiden perusteella mahdotonta saada, mikä johtuu kulttuurin ja talouden moniulotteisesta suhteesta. Merkittyvässä ja estetisoituvassa maailmassa kulttuuriset elementit ovat kietoutuneet hybridisellä tavalla esimerkiksi muoti-, media- ja mainosteollisuuteen. Siksi myös kulttuurin ja ei-kulttuurin ammatteja tai toimialoja on yhä vaikeampi erottaa toisistaan. Erilaisista määrittely- ja luokittelutavoista johtuen esimerkiksi kansainvälisesti vertailukelpoisia tilastoja on olemassa hyvin vähän. Kulttuurisektorin taloudellista painoarvoa arvioi-

taessa onkin olennaista huomata, että absoluuttisten rajojen ja luokittelujen sijaan kysymys on usein eri ammattien ja toimialojen kulttuuripitoisuudesta; kulttuuri on ikään kuin liennut näkymättömällä tavalla taloudelliseen toimintaan ja eri toimialojen sisään. Talouselämä on kulttuuristunut ja päinvastoin.

Tässä tutkimuksessa huomioni on kohdistunut erityisesti kulttuurifestivaalien aluetaloudellisten merkitysten jäsentämiseen. Festivaalien tarkastelu on tarjonnut mahdollisuuden myös pohtia laajemmin kulttuurin talouden asemaa suomalaisten kuntien menestystekijänä. Olen kysynyt, mikä merkitys kulttuuritapahtumilla on kuntien taloudellisen kehityksen kannalta? Vastaaminen on edellyttänyt nähdäkseni kokonaisvaltaista näkemystä kulttuurin talouden alueellisesta dynamiikasta; tässä tapauksessa festivaalien primäärisistä, sekundäärisistä ja tertiäärisistä aluetaloudellisista merkityksistä. Primäärisiin ja sekundäärisiin talousvaikutuksiin keskittyneet tutkimukset ovat pyrkineet kahlitsemaan aluetalouden kiertokulun mitattaviin muuttujiin ja empiirisesti havaittaviin kausaalisuhteisiin. Talousvaikutuksia on arvioitu lähinnä suorien talousvaikutusten ja yleisön kulutuksen valossa. Nähdäkseni kokonaisuus on kuitenkin jotakin enemmän. Siksi olen tutkimuksessani esittänyt täydentävän näkökulman aluetaloudellisten vaikutusten tarkasteluun. Tertiääriset ulottuvuudet ovat kuvanneet festivaalien aluetaloudellisten merkitysten prosessuaalista, mittaamatonta ja tulkinnallista luonnetta.

Tutkimuksen ensimmäisen teesin olen muotoillut seuraavasti:

1. *Kulttuurin, talouden ja aluekehityksen välillä vallitsee hybridinen suhde. Kulttuurifestivaalien aluetaloudelliset vaikutukset ilmenevät paitsi empiirisinä ja mitattavina tosiasioina myös tulkinnallisina sosiaalisina konstruktioina.*

Kysymys on ennen muuta siitä, miten kulttuuritapahtumien aluetaloudellinen merkittävyys ilmenee. Samalla keskustelu palautuu teoreettis-metodologisiin pohdintoihin. Empiristiset ja konventionaaliset tapahtumatutkimukset ovat keskittyneet vas-

taamaan ensisijaisesti siihen, *kuinka paljon* kulttuuritapahtuma tuottaa erilaisia tulovaikutuksia alueille. Sen sijaan aluetaloudellisten prosessien luonnetta koskevat *mitä*-kysymykset ovat jääneet usein vähemmälle huomiolle. Teoreettisesti latautuneet *mitä*-kysymykset suuntaavat katseen aluetaloudellisten prosessien dynamiikan tarkasteluun.

Maantieteellisten tilakäsitysten valossa primääristen ja sekundääristen talousvaikutusten tarkastelua voidaan luonnehtia relatiiviseksi. Aluetaloudellinen dynamiikka on pelkistynyt tällöin kulutuksen ja tapahtumien väliseksi tilastolliseksi suhteeksi, josta on pyritty laskennallisten kertoimien avulla tunnistamaan kausaalisuutta. Samalla aluetaloudellisten prosessien sosiokulttuuristen välitysmekanismien tulkinta on jäänyt ulkokohtaiseksi.

Tutkimukseni teoreettis-metodologinen ote on kyseenalaistanut objektiivisen tiedon tuottamisen mahdollisuuden. Kulttuurin aluetaloudelliset merkitykset ovat paitsi yksiselitteisesti laskettavissa olevia suureita myös tulkinnallisia sosiaalisia konstruktioita. Mittaamisen ulottumattomissa olevien tertiääristen merkitysten tarkastelu on edellyttänyt paitsi operationalisoitavissa olevien käsitteiden käyttöä myös joissakin aluetieteellisissä keskusteluissa epäselviksi luonnehdittujen teoreettisten horisonttien tarkastelua. Epäselvät käsitteet eivät ole sellaisenaan pillkottavissa yksittäisiksi muuttujiksi, koska ne kuvaavat kulttuurin ja aluetalouden kehityksen dynaamista suhdetta.

Olen analysoinut kulttuurin talouden prosessuaalista luonnetta kulttuuripääoman alueellisen juurtumisen ja symbolitalouden kehityksen näkökulmista. Molemmista keskusteluista kulttuuri, talous ja aluekehitys sulautuvat moniulotteisesti toisiinsa. Kulttuurifestivaalit voivat toimia esimerkiksi kuntien imagojen rakennusaineena, mutta kulttuuri-imagojen taloudellista arvoa kunnille on mahdotonta kattavasti osoittaa. Toisaalta tapahtumat ovat juurruttaneet vuosien kuluessa paikkakunnille uusia organisaatioita ja uutta aktiivisuutta, millä on myös mitaamaton yhteys kuntien taloudelliseen toimeliaisuuteen. Tästä ”epäselvyydestä” johtuen tutkimukseni teoreettisissa ja empii-

risissä pohdinnoissa ovat korostuneet merkitysvälitteisyyden ja diskursiivisuuden näkökulmat.

Olen korostanut merkitysvälitteisyydellä tapahtumien taloudellisten vaikutusten arvosidonnaisuutta. Tunnistin suomalaisia kulttuuritapahtumia koskevista keskusteluista kolme erilaista arvolähtökohtaa, joita kutsuin koskemattomuus-, markkina- ja sulautumisdiskursseiksi. Koskemattomuusdiskurssit puolustivat taiteen ja kulttuurin itseisarvoja sekä autonomiaa. Festivaalien arvoja ja tavoitteita koskevissa puheissa korostuivat tällöin sellaiset ilmaukset tai termit kuin *avantgarde*, korkea taiteellinen taso, yllätyksellisyys, aitous ja kokeilevuus. Kulttuuritapahtumien yhteiskunnallinen tehtävä perustui koskemattomuusdiskursseissa ennen muuta ohjelmiston sisältöjen puhuttelevuuteen. Markkinadiskursseissa kyseinen kulttuuri- ja taidelähtöinen keskustelu koettiin puolestaan idealistiseksi ”siilipuolustukseksi”. Kulttuuritapahtuman merkitykset liitettiin tällöin ensisijaisesti kuntien imagojen kohentamiseen, paikallisten palveluiden markkinointiin ja yritystoiminnan edistämiseen. Kuvatut diskurssityypit eivät esiintyneet aineistossa ”puhtaina”, vaan ne olivat usein kietoutuneet haastateltavien retoriikassa ja argumenteissa toisiinsa.

Yleisimpänä kulttuurifestivaalien arvoja kuvaavana diskurssityyppinä hahmottui sulautumisdiskurssi, jolloin tapahtumien sisällöistä ja tehtävistä voitiin tunnistaa sekä kaupallisia että taiteellisia kerrostumia. Festivaalit nähtiin paitsi adornolaisittain autonomisina ja omalakisina taide- ja kulttuurielämysten tarjoajina myös kunnan kehittämistä palvelevina instrumentteina. Arvotteoreettisessa katsannossa tämä ilmeni festivaalien vaihto-, käyttö- ja merkkiarvojen yhteenkietoutuneisuudessa, jonka kiteytin alueen kulttuuripääoman käsitteeseen.

Kulttuurifestivaalien arvoja koskevien diskurssien perusteella olen muotoillut tutkimuksen toisen teesin seuraavasti:

2. *Kulttuuriset ja taloudelliset arvot liukenevat kuntien kehittämistä ja festivaalien tehtäviä koskevissa sulautumisdiskursseissa toisiinsa. Kulttuurifestivaalin taiteellisten itseisarvojen ja*

merkkiarvojen erottaminen toisistaan on symbolitaloudessa problemaattista, mikä ilmenee esimerkiksi tarkasteltaessa festivaalien ja kuntien imagoja. Kulttuurin välineellistämisen (instrumentaalisen kulttuuripolitiikan) ja autonomisen taiteen puolustuksen (ei-instrumentaalisen kulttuuripolitiikan) vastakkainasettelu kyseenalaistuu kuntien kehittämistä koskevissa diskursseissa.

Kulttuurin, talouden ja aluekehityksen prosessuaalinen suhde ilmenee myös kaupunkien ja alueiden globaalissa erottautumisen kilpailussa. Alueiden imagoista on muodostunut strategisia kehittämiskohteita, joihin kaupungit ovat pyrkineet tietoisilla valinnoilla vaikuttamaan. Samalla myös kulttuurista on tullut eräs kaupunkien strategisen imagon hallinnan väline ja erottautumisen keino. Kaupunkituotteen ja markkinoinnin elementtinä alueen kulttuuripääoman aluetaloudellinen arvo ei kuitenkaan redusoidu hintajärjestelmän logiikkaan yksittäisten tuotteiden tai palveluiden tapaan.

Alueen kulttuuripääoma on ollut Euroopassa yleinen kaupunkimarkkinoinnissa käytetty teema. Samalla kulttuuri-imagojen tietoinen muuntelu on ollut osa kaupunkien kokonaisvaltaista kehittämispolitiikkaa. Imagollisten lippulaivaprojektien toteutus, kuten suurten kulttuurilaitosten rakentaminen, kulttuurifestivaalien järjestäminen, vanhojen teollisuuskiinteistöjen kulttuurinen uusiokäyttö ja kokonaisten kulttuurikortteleiden suunnittelu ovat paitsi monipuolistaneet kaupunkien kulttuuripalveluja ja parantaneet kaupunkien imagoja myös vahvistaneet niiden elinkeinoelämää.

Kulttuurin rooli kaupunkien uudistumisprosesseissa on ollut usein ristiriitainen ja jännitteinen. Kulttuurin talouden ”poliittisuus” on liittynyt siihen, kenen tarpeista käsin kulttuurikohteita tai teemaympäristöjä on suunniteltu. Kysymys on ollut ennen muuta siitä, kenen tulkinnat, arvot ja diskurssit ovat saaneet kehittämispolitiikassa hegemonisen aseman?

Paikallisten diskurssien valossa alueen kulttuuripääomalla on merkittävä asema myös suomalaisten kaupunkien ja maaseutu-

kuntien imagojen rakentajana. Talouselämän ja imagojen kulttuuristuminen tuli esille esimerkiksi Oulussa ja Jyväskylässä, joissa alueen kulttuuripääoma pehmeni diskurssien mukaan kaupunkien teknologiapainotteista imagoa. Erityisesti immateriaalisen kulttuuripääoman merkitys oli suomalaisten kaupunki-imagojen rakentamisen yhteydessä korostumassa. Tämä tuli esille esimerkiksi puhuttaessa luovasta, suvaitsevasta ja moniarvoisesta kaupungista.

Imagojen osalta olen muotoillut tutkimuksen seuraavan teessin näin:

3. *Kaupunkien kulttuuri-imagot ovat kokonaisvaltaisen kehittämisspolitiikan osa-alue. Materiaalinen ja immateriaalinen kulttuuripääoma toimivat myös suomalaisten maaseutukuntien ja kaupunkien imagojen rakennusaineena. Erityisesti aineettoman kulttuuripääoman imagollinen hallinta on muodostunut kaupunkien strategisen kehittämisen uudeksi haasteeksi. Keskeinen diskursseissa esille noussut kysymys oli se, miten kaupungeista voidaan kehittää kulttuurisesti luovia, eläviä ja moniarvoisia?*

Kulttuuri-imagolla on välillinen yhteys paitsi alueiden tunnettuuteen myös niiden vetovoimaan. Olen tarkastellut kulttuurin vetovoimamerkityksiä erityisesti työvoiman houkuttelun ja yritysten sijaintipäätösten näkökulmista. Molemmilla on keskeinen merkitys alueiden ja kaupunkien kilpailukyvyn kannalta.

Työvoiman muuttopäätöksissä alueen kulttuuripääoman vetovoimamerkitykset kietoutuvat elämänlaadun käsitteeseen, jolla on todettu olevan erityisesti osaavan työvoiman muuttopreferenssien kannalta huomattavia merkityksiä. Kulttuuripääoman aineelliset ja aineettomat muodot kytkeytyvät moniulotteisesti elämänlaadun kokonaisuuteen. Olen kuvannut alueen vetovoiman, elämänlaadun ja alueen kulttuuripääoman yhteyksiä haastatteluaineistosta konstruoimani elämänlaatudiskurssin avulla. Sen mukaan alueen kulttuuripääoma kietoutuu muuttopäätöksissä perheiden elämänkokonaisuuteen ja yksilöllisiin elämänstrategioihin; erilaisten elämänprojektien ja sitoumusten koko-

naisuuteen. Alueen kulttuuripääoma muodostaa tällöin ihmisten muuttopäätöksissä yhden elämänlaatua tuottavan elementin, jonka painoarvon potentiaaliset muuttajat suhteuttavat kontekstuaalisiin elämänstrategioihinsa.

Alueen kulttuuripääomalla on välillinen yhteys myös yritysten sijaintipäätöksiin. Pehmeiden (tai kulttuuristen) vetovoimatekijöiden merkitys on korostumassa erityisesti alueellisiin sidoksiin nähden vapaampien eli juurettomien yritysten kohdalla. Ei siksi liene sattumaa, että monet eurooppalaiset kaupungit ovat pyrkineet luomaan viime vuosina uutta, yrityksiä kiinnostavaa ”pehmeämpää imagoa”, mikä tuli esille myös suomalaisia kaupunkeja koskeissa diskursseissa.

Tutkimukseni keskeinen havainto yritysten vetovoiman osalta on se, ettei alueen kulttuuripääoma muodosta sellaisenaan itsenäistä vetovoimatekijää. Pikemminkin kyse on imagollisesta täydentävyydestä. Alueen kulttuuripalvelut, luova ilmapiiri ja moniarvoisuus ovat kompleksisen alueellisen imagon eräs kerrostuma, jotka ovat kiinnittyneet hybridisellä tavalla kovien sijaintitekijöiden yhteyteen. Siksi myös kovien ja pehmeiden sijaintitekijöiden jyrkkärajan erottaminen toisistaan on problematista. On kuitenkin selvää, että materiaaliset sijaintitekijät (esimerkiksi kuljetus- ja tuotantokustannukset, infrastruktuuri) ovat edelleen merkityksellisiä ja olennaisia monien yritysten sijaintipäätöksissä. Alueen kulttuuriset piirteet täydentävät näitä sijainnillisia peruselementtejä. Olettamukseni on, että globalisoituvassa maailmassa alueen kulttuuripääoman merkitys tulee (juuri komplementaarisuuden kautta) korostumaan yritysten sijaintipäätöksissä, mikäli yritysten ja työvoiman valinnanvapaudet liikkuvuuden osalta entisestään lisääntyvät.

Myös haastatteluaineistosta konstruoimani luovuusdiskurssin valossa alueen kulttuuripääoman ja vetovoiman yhteys näyttäytyi monikerroksellisena. Vallitsevaksi diskurssiksi suomalaisissa kaupungeissa oli muodostunut se, että luova, avoin ja salliva ilmapiiri toimivat välillisesti myös yritysten vetovoimatekijöinä. Siksi kaupungit ja kunnat haluavat kehittää itseään – ainakin

retoriikan tasolla – luovina toimintaympäristöinä. Abstraktina, häilyvänä ja näkymättömänä konstruktiona luovuus nähtiin diskurssissa alueiden positiivisen kehityskierteen liikkeelle panevaksi voimaksi, mikä edelleen ikään kuin itseään ruokkien vahvistaa kaupunkien vetovoimaa. Alueen immateriaalinen kulttuuripääoma kietoutui tällöin hybridisellä tavalla luovuusdiskurssin sisään. Toisin sanoen, kulttuurin vetovoimamerkitys liitettiin diskurssissa pikemminkin aineettomiin ilmapiiritekijöihin kuin konkreettisiin kulttuurikohteisiin.

Kaupunkien vetovoiman osalta olen muotoillut neljännen teesin seuraavasti:

4. *Alueen kulttuuripääomalla on välillinen ja mittaamaton yhteys alueen vetovoimaan; esimerkiksi osaavan työvoiman ja yritysten sijaintipäätöksiin. Välillisuus ilmenee elämänlaatu- ja luovuusdiskurssissa, joiden yhteydessä kulttuuri kietoutuu moniulotteisesti eri sijaintitekijöiden kokonaisuuteen. Kulttuuripääoma ei ole itsenäinen vetovoimatekijä, vaan se täydentää muita sijaintitekijöitä. Oletettavaa on, että globalisoituvassa maailmassa kulttuurin välillinen vetovoimamerkitys entisestään kasvaa.*

Tutkimuksen lopussa tarkastelin kulttuurifestivaalien tertiääriä aluetaloudellisia merkityksiä organisaatioiden ja instituutioiden kehityksen näkökulmasta. Tulosten mukaan festivaalit olivat luoneet tapahtumapaikkakunnille sellaista kulttuurista osaamista ja oppimisprosesseja, joiden myötä kuntiin oli syntynyt uusia kulttuurialan organisoitumisen muotoja. Merkille pantavaa oli erityisesti lukuisten välittäjäorganisaatioiden (osaamiskeskukset, kulttuurihanketoiminta, koulutustoiminta jne.) kehitys. Rakenteellisten ja relationaalisten juurtumisprosessien yhteisvaikutuksesta maaseudun festivaalipaikkakunnille oli muodostunut paikallisia kulttuurialan osaamisen tihentymiä, joilla on välillinen yhteys paitsi asukkaiden hyvinvointiin myös kuntien taloudellisiin toimintaedellytyksiin.

Tutkimukset ovat myös aiemmin osoittaneet, että kulttuuri-toimillisilla toiminnoilla on taipumus klusteroitua suurimmille kau-

punkialueille. Kulttuuripääoman alueellisen juurtumisen osalta tämän tutkimuksen tulokset osoittivat, että kulttuuritoimintojen alueellisen keskittymisen mekanismeja voidaan tunnistaa myös suomalaisista maaseutukunnista, vaikka prosessien mittakaavat voivat vaihdella.

Viimeisen teesin olen kiteyttänyt seuraavasti:

- 5. Kulttuurifestivaalit ovat juurtuneet tapahtumapaikkakunnille sekä relationaalisesti että rakenteellisesti. Relationaalisuus ilmenee tapahtumapaikkakunnilla toimivien ihmisten arvoissa, asenteissa ja toimintakäytännöissä. Rakenteellinen juurtuminen konkretisoituu puolestaan uusina kulttuurialan organisoitumisen muotoina. Relationaalisen ja rakenteellisen juurtumisen prosessit vaikuttavat toisiinsa molemminsuuntaisen strukturoitumisen kautta.*

Relationaalinen ja rakenteellinen juurtuminen kietoutuvat alueen kulttuuripääoman strukturoitumisen dynamiikkaan, joka kuvaa aluetalouden kehityksen prosessuaalista luonnetta. Näkökulma palautuu kulttuurifestivaalien tertiääristen merkitysten erittelyn peruskysymykseen ja tämän tutkimuksen lähtökohtaan: miten aluetaloudellinen vaikuttavuus ilmenee?

Tertiääristen merkitysten erittelyn osalta tutkimus jättää varmasti mieliimme enemmän kysymyksiä kuin vastauksia, mikä johtuu ilmiöiden näkymättömyydestä, tulkinnallisesta ja hybridisestä luonteesta. Emme voi aina tukeutua tosiasioiden osoittamiseen. Sen sijaan voimme tulkita ja ymmärtää. Ei ole lopullisia totuuksia, on vain vaihtoehtoisia mahdollisuuksien maailmoja.

Lähteet

- AAKER, D.A. & E. JOACHIMSTHALER (2000). Brandien johdaminen. WSOY, Helsinki.
- ABRAHAMS, R.D. (1987). An American Vocabulary of Celebrations. Teoksessa Alessandro Falassi (toim.), *Time out of time. Essays on the Festival*. University of New Mexico Press, Albuquerque, 173–183.
- ADORNO, T.W. & M. HORKHEIMER (1979). *Dialectic of Enlightenment*. Translated by John Cumming. Verso, London.
- ADORNO, T.W. (1991a). 'On the Fetish Character in Music and the Regression of Listening'. Teoksessa J.M. Bernstein (toim.), *The Culture Industry*. Routledge, London, 26–52.
- ADORNO, T.W. (1991b). 'Culture Industry Reconsidered'. Teoksessa J.M. Bernstein (toim.), *The Culture Industry*. Routledge, London, 85–92.
- AHO, S. (1994). Matkailullisen vetovoiman koostumus ja esiintuominen. Teoksessa Seppo Aho (toim.), *Matkailun vetovoimatekijät tutkimuskohteena. Oulun yliopisto, Pohjois-Suomen tutkimuslaitos*, 171–190.
- AHOLA, E. (1995). Taidemuseon imago yleisön näkökulmasta. Helsingin kauppa- korkeakoulun julkaisuja D-214. Ecocult-projekti. Helsinki.
- AHPONEN, P. (1991). Kulttuuripolitiikka ja sen representaatiot. Tutkimus ylevän maallistumisesta. Joensuun yliopiston yhteiskuntatieteellisiä julkaisuja N:o 13. Joensuu.
- AHPONEN, P. (1999). Kulttuurin kierreportaikossa. Nykyculttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 62. Jyväskylän yliopisto, Saarijärvi.
- AHPONEN, P. (2001). Kulttuurin pesäpaikka. Yhteiskunnallisia lähestymistapoja kulttuuriteoriaan. WSOY, Helsinki.
- AITTOLA, T. & V. RAISKILA (1994). Jälkisanat. Teoksessa Peter L. Berger & Thomas Luckmann (suom. ja toim. Vesa Raiskila), *Todellisuuden sosiaalinen rakentuminen. Tiedonsosiologinen tutkielma*. Gaudeamus, Helsinki, 213–231.
- ALANEN, A. (2004a). Kulttuurituotannon satelliitin tarina. Tilastokeskus. Taloudelliset olot. Julkaisematon muistiolounnos. Helsinki.
- ALANEN, A. (2004b). Mitä kuuluu kulttuuriin? Onko kulttuurista talouden pelastajaksi? Tai pelastajan apumieheksi? *Tietoaika* 10/2004, 16–18.
- ALANEN, A. (2004c). Luovuuden talous haussa. *Tietoaika* 11/2004, 12–15.
- ALARINTA, J. (1998). Maaseutu innovatiivisena ympäristönä. Verkostot paikallisen elinkeinopolitiikan toteuttajina. Helsingin yliopiston Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus. Sarja A:4. Seinäjoki.
- ALASUUTARI, P. (1994). Laadullinen tutkimus. Vastapaino, Tampere.

- ALASUUTARI, P. (1996). Toinen tasavalta. Suomi 1946–1994. Vastapaino, Tampere.
- ALDSKOGIUS, H. (1993). Festivals and meets: the place of music in 'summer Sweden'. *Geografiska Annaler* 75 B (2), 55–72.
- ALLARDT, E. (1976). Hyvinvoinnin ulottuvuuksia. WSOY, Porvoo.
- ALLARDT, E. (1987). Sosiologia. WSOY, Juva.
- AMIN, A. (1999). An Institutional Perspective on Regional Economic Development. *International Journal of Urban and Regional Research* 23, 365–378.
- AMIN, A. & N. THRIFT (1995). Globalisation, Institutional "Thickness" and the Local Economy. Teoksessa Patsy Healey & Stuart Cameron & Simin Davoudi & Stephen Graham & Ali Madani-Pour (toim.), *Managing Cities. The New Urban Context*. John Wiley & Sons, Chichester, 91–108.
- AMIN, A. & N. THRIFT (1999). Living in the Global. Teoksessa Amin Ash & Nigel Thrift (toim.), *Globalization, institutions, and regional development in Europe*. Oxford University Press, 1–22.
- ANDERSSON, H. (1989). Suomalaiset yhdyskunnat ja restrukturaatio. *Yhteiskuntasuunnittelu* 2, 27–34.
- ANDERSSON, T.D. (1999). Impact Analysis of Events from an Economic Point of View. Teoksessa Tommy D. Andersson & Christer Persson & Bengt Sahlberg & Lars-Inge Ström (toim.), *The Impact of Mega Events*. European Tourism Research Institute. Mid-Sweden University, Östersund, 37–46.
- ANDERSSON, Å.E. (1985). *Kreativitet, storstadens framtid. En bok om Stockholm*. Prisma cop., Stockholm.
- ASHEIM, B. T. (1996). Industrial Districts as 'Learning Regions': a Condition for Prosperity. *European Planning Studies* 4 (4), 379–400.
- ASHWORTH, G.J. & H. VOOGD (1990). *Selling the City: Marketing Approaches in Public Sector Urban Planning*. Belhaven Press, London.
- ASHWORTH, G. (1990). The Historic Cities of Groningen: Which is Sold to Whom? Teoksessa Gregory Ashworth & Brian Goodall (toim.) *Marketing tourism places*. Routledge, London, 138–155.
- ASHWORTH, G. & H. VOOGD (1994). Marketing and place promotion. Teoksessa John R. Gold & Stephen V. Ward (toim.), *Place Promotion. The Use of Publicity and Marketing to Sell Towns and Regions*. John Wiley & Sons, Chichester, 39–52.
- ASHWORTH, G. (1999). Culture and the competitiveness of cities. Teoksessa Ryszard Domanski (toim.) *The competitiveness of regions in the Polish and European perspective*. *Studia regionalia*, Volume 9. Polish Academy of Sciences Committee for Space Economy and Regional Planning, Warszawa, 89–108.

- BARKE, M. & K. HARROP (1994). Selling the industrial town: identity, image and illusion. Teoksessa John R. Gold & Stephen V. Ward (toim.), *Place Promotion. The Use of Publicity and Marketing to Sell Towns and Regions*. John Wiley & Sons, Chichester, 94–114.
- BARNETT, C. (1998). The Cultural Turn: Fashion or Progress in Human Geography. *Antipode* 40 (4), 379–394.
- BASSET, K. (1993). Urban cultural strategies and urban regeneration: a case study and critique. *Environment and Planning A* 25, 1773–1788.
- BAUDRILLARD, J. (1988). *Selected Writings*. Edited and Introduced by Mark Poster. Polity Press, Cambridge.
- BAUMAN, Z. (1997). *Sosiologinen ajattelu*. Vastapaino, Tampere.
- BAYLISS, D. (2004). Creative Planning in Ireland: The Role of Culture-led Development in Irish Planning. *European Planning Studies* 12 (4), 497–515.
- BEGG, I. (1999). Cities and Competitiveness. *Urban Studies* 36 (5–6), 795–809.
- BENNER, C. (2003). Learning communities in a learning region: the soft infrastructure of cross-firm learning networks in Silicon Valley. *Environment and Planning A* 35, 1809–1830.
- BENNETT, O. (1999). Kulttuuripolitiikka, kulttuuripessimismi ja postmoderniteetti. Teoksessa Anita Kangas & Juha Virkki (toim.), *Kulttuuripolitiikan uudet vaatteet*. Jyväskylän yliopisto, Sophi, Jyväskylä, 13–32.
- BENNEWORTH, P. & M. DANSON & P. RAINES & G. WHITTAM (2003). Confusing Clusters? Making Sense of the Cluster Approach in Theory and Practice. *European Planning Studies* 11 (5), 511–520.
- BENNEWORTH, P. (2004). Näkökulmia kulttuurin merkitykseen alueellisessa innovaatiotoiminnassa. Teoksessa Markku Sotarauta & Kati-Jasmin Kosonen (toim.), *Yksilö, kulttuuri, innovaatioympäristö. Avauksia aluekehityksen näkymättömään dynamiikkaan*. Tampere University Press, Tampere, 146–172.
- BERGER, P.L. & T. LUCKMANN (1994). *Todellisuuden sosiaalinen rakentuminen. Tiedonsosiologinen tutkielma*. Gaudeamus, Helsinki.
- BERNSTEIN, J.M. (toim.) (1991). *The Culture Industry. Selected essays on mass culture*. Theodor W. Adorno. Edited with an Introduction by J.M. Bernstein. Routledge, London.
- BIANCHINI, F. & H. SCHWENGEL (1991). Re-imagining the city. Teoksessa John Corner (toim.), *Enterprise and Heritage*. Routledge, London, 212–234.
- BIANCHINI, F. & M. PARKINSON (toim.) (1993). *Cultural policy and urban regeneration. The West European experience*. Manchester University Press, Manchester.

- BIANCHINI, F. (1993). Remaking European cities: the role of cultural policies. Teoksessa Franco Bianchini & Michael Parkinson (toim.), *Cultural policy and urban regeneration. The West European Experience*. Manchester University Press, Manchester, 1–20.
- BILTON, C. & R. LEARY (2002). What can managers do for creativity? Brokering creativity in the creative industries. *International Journal of Cultural Policy* 8 (1), 49–64.
- BOEKMA, F. & R. RUTTEN (2004). Knowledge, Networks and Proximity: An Embeddedness Perspective. *European Planning Studies* 12 (5), 603–605.
- BOHLIN, M. & G. TERNHAG (1990). Festivalpublik och samhällsekonomi – en studie av Falun Folk music Festival. Insitutet för Turism & Reseforskning. Högskolan Falun/Börlänge. Rapport 1/1990.
- BOOTH, P. & R. BOYLE (1993). See Glasgow, see culture. Teoksessa Franco Bianchini & Michael Parkinson (toim.), *Cultural policy and urban regeneration. The West European Experience*. Manchester University Press, Manchester, 21–47.
- BOURDIEU, P. (1986). Forms of capital. Teoksessa John G. Richardson (toim.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*. Greenwood Press.
- BOURDIEU, P. (& L.J.D. WACQUAT) (1992). *An invitation to reflexive sociology*. The University of Chicago Press.
- BOURDIEU, P. (& L.J.D. WACQUAT) (1995) *Refleksiiviseen sosiologiaan*. Joensuu University Press.
- BOYLE, M. (1997). Civic boosterism in the politics of local economic development – ‘institutional positions’ and ‘strategic orientations’ in the consumption of hallmark events. *Environment and Planning A* (29), 1975–1997.
- BRONS, L. & P.H. PELLENBARG (2003). Economy, culture and entrepreneurship in a spatial context. Teoksessa Tadeusz Marszal (toim.) *Spatial aspects of entrepreneurship*. Polish Academy of Sciences. Committee for Space Economy and Regional Planning. Warsaw, 11–36.
- BRYAN, J. & S. HILL & M. MUNDAY & A. ROBERTS (2000). Assessing the role of arts and cultural industries in a local economy. *Environment and Planning A*, volume 32, 1391–1408.
- BRYANT, C.G.A. & D. JARY (1991a). Giddens’ Theory of Structuration. A critical appreciation. Routledge, London.
- BRYANT, C.G.A. & D. JARY (1991b). Introduction: coming to terms with Anthony Giddens. Teoksessa Christopher G.A. Bryant & David Jary (toim.), *Giddens’ Theory of Structuration. A Critical appreciation*. Routledge, London, 1–31.
- BURGESS, J.A. (1982). Selling Places: Environmental Images for the Executive. *Regional Studies* 16 (1), 1–17.

- CANTELL, T. (1993). Musiikkijuhlien yleisöt – Kaustinen, Kuhmo, Viitasaari. Tilastotietoa taiteesta. Nro 7. Taiteen keskustoimikunta.
- CANTELL, T. (1994). Kannattaako kulttuuri? Kulttuurisektori ja kaupunkien kehityshankkeet. Helsingin kaupungin tietokeskuksen tutkimuksia 1993:9. Helsinki.
- CANTELL, T. (1995) Kulttuurinen murros ja eläminen epävarmuudessa – ”Total Balalaika Show”. Sosiologia 3/95, 191–199.
- CANTELL, T. (1996). Kaupunkifestivaalien yleisöt. Kuopio Tanssii ja Soi, Tampereen Teatterikesä, Turun musiikkijuhlat, Ruisrock. Taiteen keskustoimikunta, tilastotietoa taiteesta Nro 14.
- CANTELL, T. (1998). Yleisöfestivaalien yleisöt. Helsingin juhlatiikat, Joensuun laulujuhlat. Taiteen keskustoimikunta. Tilastotietoa taiteesta Nro 19.
- CANTELL, T. (1999a) Kulttuurista *pääomaa* vai *kulttuurista* pääomaa? Teoksessa Hannele Koivunen & Tanja Kotro (toim.), Kulttuuriteollisuus. Edita, Helsinki, 259–268.
- CANTELL, T. (1999b). Helsinki and a vision of place. City of Helsinki Urban Facts. Helsinki.
- CANTELL, T. (2001). Mittaamaton kulttuuri? Teoksessa Sulevi Riukulehto (toim.), Perinnettä vai bisnestä? Kulttuurin paikalliset ulottuvuudet. Atena Kustannus Oy, Jyväskylä, 52–61.
- CANTELL, T. (2003) Nykytanssin yleisöt. Tutkimus Tanssiareena 2000-festivaalin kävijöistä. Taiteen keskustoimikunta. Tilastotietoa taiteesta Nro. 31. Helsinki.
- CANTELL, T. & H. SCHULMAN (toim.) (2001). Mitä oli kulttuurivuosi? Kirjoituksia kulttuuripääkaupunkivuodesta Helsingissä. Helsingin kaupungin tietokeskus. Helsinki.
- CARLSEN, J. & P. WILLIAMS (1999). Events tourism and destination image in Western Australia. Teoksessa Tommy D. Andersson & Christer Persson & Bengt Sahlberg & Lars-Inge Ström (toim.), The impact of mega events. European Tourism Research Institute, Östersund, 69–80.
- CASTREE, N. (2004). Economy and culture are dead! Long live economy and culture! Progress in Human Geography 28 (2), 204–226.
- CAVES, R.E. (2000). Creative Industries. Contracts between Art and Commerce. Harvard University Press, Cambridge.
- CHANG, T.C. (2000). Theming cities, taming places: insights from Singapore. Geografiska Annaler 82 B, 35–54.
- CHARTRAND, H. (1984). An Economic Impact Assessment of the Canadian Fine Arts. Teoksessa William S. Hendon & Nancy K. Grant & Douglas V. Shawn (toim.), The Economics of Cultural Industries. Association for Cultural Economics. University of Akron, Ohio, 53–65.

- CHOULIARAKI, L. & N. FAIRCLOUGH (1999). *Discourse in Late Modernity. Rethinking Critical Discourse Analysis*. Edinburgh University Press, Edinburgh.
- CLICHE, D.R. MITCHELL, A. WIESAND, I. HEISKANEN & L. D. POZZOLO (2002). *Creative Europe. On Governance and Management of Artistic Creativity in Europe*. An ERICarts Report presented to the Network of European Foundations for Innovative Co-operation (NEF). Novi Sad.
- COCHRANE, A. (1987). What a Difference the Place Makes: the New Structuralism of Locality. *Antipode* 19 (3), 354–363.
- COOK, D. (1996). *The Culture Industry Revisited. Theodor W. Adorno on Mass Culture*. Rowman & Littlefield Publishers. Boston.
- COOK, I. (2000). Introduction. Teoksessa Ian Cook & David Crouch & Simon Naylor & James R. Ryan (toim.), *Cultural Turns/Geographical Turns: Perspectives on Cultural Geography*. Pearson Education, Singapore, 161–166.
- COOKE, P & M.G. URANGA & G. ETXEBARRIA (1998). Regional systems of innovation: an evolutionary perspective. *Environment and Planning A* 30, 1563–1584.
- CRANG, P. (1997). Introduction: Cultural Turns and the (Re)constitution of Economic Geography. Teoksessa Roger Lee & Jane Wills (toim.), *Geographies of Economies*. Arnold. London, 3–15.
- CROSSAN, M.M. & H.W. LANE & R.E. WHITE (1999). An Organizational Learning Framework: from Intuition to Institution. *Academy of Management Review* 24 (3), 522–537.
- CROTTY, M. (1998). *The Foundations of Social Research. Meaning and Perspective in the Research Process*. SAGE Publications, London.
- CWI, D. (1980). Models of the Role of the Arts in Economic Development. Teoksessa William S. Hendon & James L. Shanahan & Alice J. MacDonald (toim.), *Economic Policy for the Arts*. Abt Books, Cambridge. Massachusetts, 308–316.
- DACIN, T.M. & M.J. VENTRESCA & B. D. BEAL (1999). The Embeddedness of Organizations: Dialogue & Directions. *Journal of Management* 25 (3), 317–356.
- DANIELZYK, R. & G. WOOD (2001). On the Relationship Between Cultural and Economic Aspects of Regional Development: Some Evidence from Germany and Britain. *European Planning Studies* 9 (1), 69–84.
- DANKBAAR, B. (2004). Embeddedness, Context, Proximity and Control. *European Planning Studies* 12 (5), 691–701.
- DEAR, M. & J. HÄKLI (1998). Tila, paikka ja urbanismi – uuden kaupunkitutkimuksen metodologiaa. *Terra* 110 (2), 59–68.

- DiMAGGIO, P.J. & W.W. POWELL (1991). Introduction. Teoksessa Walter W. Powell & Paul J. DiMaggio (toim.), *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. The University of Chicago Press, Chicago, 1–40.
- DiNOTO, M.J. & L.H. MERK (1993). Small Economy Estimates of the Impact of the Arts. *Journal of Cultural Economics* 17, 41–53.
- Du GAY, P. (toim.) (1997). *Production of Culture/Cultures of Production*. SAGE Publications, London.
- DUNCAN, J. & D. LEY (1997). Introduction: representing the place of culture. Teoksessa James Duncan & David Ley (toim.), *Place/culture/representation*, Routledge. London, 1–24.
- DUNCAN, S. & M. SAVAGE (1989). Space, Scale and Locality. *Antipode* 21 (3), 179–206.
- DUVIGNAUD, J. (1976). Festivals: a sociological approach. *Cultures* 3, 13–28.
- DZIEMBOWSKA-KOWALSKA, J. & R. H. FUNCK (1999). Cultural Activities: Source of Competitiveness and Prosperity in Urban Regions. *Urban Studies* 36 (8), 1381–1398.
- DZIEMBOWSKA-KOWALSKA, J. & R. H. FUNCK (2000). Cultural activities as a location factor in European competition between regions: Concepts and some evidence. *The Annals of Regional Science* 34, 1–12.
- EDQUIST, C. & B. JOHNSON (1997). Institutions and Organizations in Systems of Innovation. Teoksessa Charles Edquist (toim.), *Systems of Innovation. Technologies, Institutions and Organizations*. Pinter, London, 41–63.
- ELLMIEIER, A. (2003). Cultural Entrepreneurialism: On the Changing relationship between the Arts, Culture and Employment. *The International Journal of Cultural Policy* 9 (1), 3–16.
- ENTRIKIN, N.J. (1996). Place and region 2. *Progress in Human Geography* 20 (2), 215–221.
- ERÄSAARI, R. (1999). Kun kulttuuripolitiikka vaihtoi paikkaa. Teoksessa Anita Kangas & Juha Virkki (toim), *Kulttuuripolitiikan uudet vaatteet*. Jyväskylän yliopisto, Sophi, Jyväskylä, 140–155.
- ESKOLA, J. & J. SUORANTA (1998). Johdatus laadulliseen tutkimukseen. *Vastapaino*, Tampere.
- EUROOPAN NEUVOSTO (1998). Syrjästä esiin. Puheenvuoro kulttuurista ja kehityksestä Euroopassa. Eurooppa -työryhmän raportti Euroopan neuvostolle. Taitteen keskustoimikunnan tutkimus- ja tiedotusyksikkö.
- EYLES, J. (1989). *The Geography of Everyday Life*. Teoksessa Derek Gregory & Rex Walford (toim.), *Horizons in Human Geography*. MacMillan, London, 102–117.
- FAIRCLOUGH, N. (1992). *Discourse and Social Change*. Polity Press, Cambridge.

- FAIRCLOUGH, N. (1997). *Miten media puhuu*. Vastapaino, Tampere.
- FALASSI, A. (1987). *Festival: Definition and Morphology*. Teoksessa Alessandro Falassi (toim.), *Time out of time. Essays on the Festival*. University of New Mexico Press, Albuquerque, 1–12.
- FAULKNER, B. (1993). *Evaluating the Tourism Impacts of Hallmark Events*. Occasional Paper No 16, Bureau of Tourism Research, Canberra.
- FEATHERSTONE, M. (1992). *Postmodernism and the aesthetication of everyday life*. Teoksessa Scott Lash & Jonathan Friedman (toim.), *Modernity and Identity*. Blackwell Publishers, Oxford, 264–290.
- FESER, E.J. & E.M. BERGMAN (2000). *National Industry Cluster Templates: A Framework for Applied Regional Cluster Analysis*. *Regional Studies* 34 (1), 1–19.
- FISHER, H. (1994). *The Image of a Region. The Need for a Clear Focus*. Teoksessa J.M. Fladmark (toim.), *Cultural Tourism. Papers presented at The Robert Gordon University, Heritage Convention*. Donhead, Oxford, 147–155.
- FLORIDA, R. (1995). *Toward the Learning Region*. *Futures* 27 (5), 527–536.
- FLORIDA, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Basic Books, New York.
- FORD, C.M. (1996). *A theory of individual creative action in multiple social domains*. *Academy of Management Review* 21 (4), 1112–1142.
- FREY, B.S. (1986). *The Salzburg Festival – an Economic Point of View*. *Journal of Cultural Economics* 10, 27–44.
- FREY, B.S. (1994). *The Economics of Music Festivals*. *Journal of Cultural Economics* 18, 29–39.
- FRIEDRICHS, J. & J. S. DANGSCHAT (1993). *Hamburg: culture and urban competition*. Teoksessa Franco Bianchini & Michael Parkinson (toim.), *Cultural policy and urban regeneration. The West European Experience*. Manchester University Press, Manchester, 114–134.
- FRISBY, W. & D. GETZ (1989). *Festival Management: A Case Study Perspective*. *Journal of Travel Research* 28, 7–11.
- FORNÄS, J. (1998). *Kulttuuriteoria. Myöhäismodernin ulottuvuuksia*. Vastapaino, Tampere.
- GAZEL, R.C. & R. K. SCHWER (1997). *Beyond Rock and Roll: The Economic Impact of the Grateful Dead on a Local Economy*. *Journal of Cultural Economics* 21, 41–55.
- GARCIA, M. I., Y. FERNANDEZ & J. L. ZOFIO (2003). *The Economic Dimension of the Culture and Leisure Industry in Spain: National, Sectoral and Regional Analysis*. *Journal of Cultural Economics* 27, 9–30.
- GETZ, D. (1997). *Event Management & Event Tourism*. Cognizant Communication Corporation, New York.

- GIBSON, C., P. MURPHY & R. FREESTONE (2002). Employment and Socio-spatial Relations in Australia's Cultural Economy. *Australian Geographer* 33 (2), 173–189.
- GIDDENS, A. (1975). Introduction. Teoksessa Anthony Giddens (toim.), *Positivism and Sociology*. Heinemann, London, 1–22.
- GIDDENS, A. (1984a). *The Constitution of Society. Outline of the Theory of Structuration*. Polity Press, Cambridge.
- GIDDENS, A. (1984b). Yhteiskuntateorian keskeisiä ongelmia. Toiminnan, rakenteen ja ristiriidan käsitteet yhteiskunta-analyysissä. Otava, Helsinki.
- GIDDENS, A. (1991). Structuration theory: past, present and future. Teoksessa Christopher G.A. Bryant & David Jary (toim.), *Giddens' Theory of Structuration. A Critical appreciation*. Routledge, London, 201–221.
- GILLESPIE, A.K. (1987). Folk Festival and Festival Folk in Twentieth-Century America. Teoksessa Alessandro Falassi (toim.), *Time out of time. Essays on the Festival*. University of New Mexico Press, Albuquerque, 152–161.
- GNYAWALI, D.R. & R. MADHAVAN (2001). Cooperative networks and competitive dynamics: a structural embeddedness perspective. *Academy of Management Review* 26 (3), 431–445.
- GOLD, J.R. (1994). Locating the message: place promotion as image communication. Teoksessa John R. Gold & Stephen V. Ward (toim.), *Place Promotion. The Use of Publicity and Marketing to Sell Towns and Regions*. John Wiley & Sons, Chichester, 19–37.
- GOLD, J.R. & S.V. WARD (toim.) (1994). *Place Promotion. The Use of Publicity and Marketing to Sell Towns and Regions*. John Wiley & Sons, Chichester.
- GOMEZ, M.V. (1998). Reflective Images: The Case of Urban Regeneration in Glasgow and Bilbao. *International Journal of Urban & Regional Research* 22 (1), 106–121.
- GONZALEZ, J.M. (1993). Bilbao: a laboratory for cultural enterprise. Teoksessa Franco Bianchini & Michael Parkinson (toim.), *Cultural policy and urban regeneration. The West European Experience*. Manchester University Press, Manchester, 73–89.
- GOTTDIENER, M. (2001). *The Theming of America. Dreams, Media Fantasies and Themed Environments*. Westview Press.
- GRANOVETTER, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology* 91 (3), 481–510.
- GRANOVETTER, M. (1992a). Economic Institutions as Social Constructions: A Framework for Analysis. *Acta Sociologica* 35, 3–11.

- GRANOVETTER, M. (1992b). Problems of Explanation in Economic Sociology. Teoksessa Nitin Nohria & Robert G. Eccles (toim.), *Networks and Organizations: Structure, Form, and Action*. Harvard Business School Press, Boston, 25–56.
- GREGORY, D. (1989). Presences and Absences: Time-Space Relations and Structuration Theory. Teoksessa David Held & John B. Thompson (toim.), *Social Theory of Modern Societies: Anthony Giddens and His Critics*. Cambridge University Press, Cambridge, 185–214.
- GREGSON, N. (1986). On Duality and Dualism: the Case of Structuration and Time Geography. *Progress in Human Geography* 10 (2), 184–205.
- GREGSON, N. (1989). On the (Ir)relevance of Structuration Theory to Empirical Research. Teoksessa David Held & John B. Thompson (toim.), *Social Theory of Modern Societies: Anthony Giddens and His Critics*. Cambridge University Press, Cambridge.
- GRIFFITHS, R. (1993). The Politics of Cultural Policy in Urban Regeneration Strategies. *Policy and Politics* 21 (1), 39–46.
- GRIFFITHS, R. (1998). Making Sameness: Place Marketing and the New Urban Entrepreneurialism. Teoksessa Nick Oatley (toim.), *Cities, Economic Competition and Urban Policy*. Paul Chapman publishing Ltd. London, 41–57.
- GROSSBERG, L. (1995). Mielihyvän kytkenät. Risteilyjä populaarikulttuurissa. Vastapaino, Tampere.
- HAJER, M.A. (1993). Rotterdam: re-designing the public domain. Teoksessa Franco Bianchini & Michael Parkinson (toim.), *Cultural policy and urban regeneration. The West European Experience*. Manchester University Press, Manchester, 48–72.
- HALINEN, A. & J. TÖRNROOS (1998). The Role of Embeddedness in the Evolution of Business Networks. *Scandinavian Journal of Management* 14 (3), 187–205.
- HALL, P. (2000). Creative Cities and Economic Development. *Urban Studies* 37 (4), 639–649.
- HALLENCREUTZ, D. & P. LUNDEQUIST (2003). Spatial Clustering and the Potential for Policy Practice: Experiences from Cluster-building Processes in Sweden. *European Planning Studies* 11 (5), 533–547.
- HANNIGAN, J. (1998). *Fantasy City. Pleasure and profit in the postmodern metropolis*. Routledge, London.
- HANSEN, T.B. (1995). Measuring the Value of Culture. *Cultural Policy* 1 (2), 309–322.
- HAUTAMÄKI, I. (1999). Kulttuuriteollisuus ja sen kritiikki Adornon mukaan. Teoksessa Hannele Koivunen & Tanja Kotro (toim.), *Kulttuuriteollisuus*. Edita, Helsinki, 27–40.

- HEALEY, P. (1997). Collaborative Planning, Shaping Places in Fragmented Societies. Macmillan Press Ltd, Hong Kong.
- HEALEY, P. (1999). Relational Concepts of Space and Place: Issues for Planning Theory and Practice. *European Planning Studies* 7 (5), 623–646.
- HEALEY, P. (2004). The Treatment of Space and Place in the New Strategic Spatial Planning in Europe. *International Journal of Urban and Regional Research* 28 (1), 45–67.
- HEIKKINEN, M. (1989). Tilannekuva kirjailijoista. Tutkimus kirjailijoiden asemasta Suomessa. Taiteen keskustoimikunnan julkaisuja nro 5. Helsinki.
- HEIKKINEN, T. (1998). Kansainvälistyvän kaupungin imago ja identiteetti – Helsinki Euroopan kulttuuripääkaupunki 2000. *Alue ja Ympäristö* 27 (2), 47–62.
- HEIKKINEN, T. (2000). In From the Margins: The City of Culture 2000 and the Image Transformation of Helsinki. *Cultural policy* 6 (2), 201–218.
- HEISKALA, R. (1994). Sosiaalinen konstruktionismi. Teoksessa Risto Heiskala (toim.), Sosiologisen teorian nykysuuntauksia. Gaudeamus, Tampere, 146–172.
- HEISKANEN, I. (1999). Kun taiteet ja kulttuuri kohtasivat kestävän kehityksen. Huomioita ”Syrjästä esiin” -raportin kirjoittamisesta. Teoksessa Anita Kangas & Juha Virkki (toim.), Kulttuuripolitiikan uudet vaatteet. Jyväskylän yliopisto, Sophi, Jyväskylä, 118–139.
- HEISKANEN, I. (2002). Kulttuuriteollisuus. Teoksessa Ilkka Heiskanen & Anita Kangas & Ritva Mitchell (toim.), Taiteen ja kulttuurin kentät. Perusrakenteet, hallinta, lainsäädäntö ja uudet haasteet. Gummerus, Jyväskylä, 141–192.
- HELENIUS-MÄKI, L. (2001). Á la carte-listalla: kaupunki teemalla vai suljettuna – mielikuvia tulevaisuuden kaupungeista. Teoksessa: Juha Kostiainen (toim.), Tarinoita ja tutkimuksia kaupunkimarkkinoinnista. Suomen kuntaliitto, Helsinki, 60–82.
- HELENIUS-MÄKI, L. (2004). Kaupungin symbolitalouden ytimessä. Teoksessa Markku Sotarauta & Kati-Jasmin Kosonen (toim.), Yksilö, kulttuuri, innovaatioympäristö. Avauksia aluekehityksen näkymättömään dynamiikkaan. Tampere University Press, Tampere, 202–222.
- HESMONDHALGH, D. (2002). *The Cultural Industries*. Sage, London.
- HESS, M. (2004). 'Spatial' relationships? Towards a reconceptualization of embeddedness. *Progress in Human Geography* 28 (2), 165–186.
- HIMANEN, P. (2004). Välittävä, kannustava ja luova Suomi. Katsaus tietoyhteiskuntamme syviin haasteisiin. Tulevaisuusvaliokunta. Teknologian arviointojeja 18. Eduskunnan kanslian julkaisu 4/2004.

- HIRSJÄRVI, S. & H. HURME (2001). Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Yliopistopaino, Helsinki.
- HIRVONEN, J. & K. KAINULAINEN (2002). Etelä-Pohjanmaan kulttuurihankkeet. Arvio ohjelmakaudelta 1995–1999. Etelä-Pohjanmaan liitto, julkaisuja B:20.
- HITTERS, E. (2000). The Social and Political Construction of a European Cultural Capital: Rotterdam 2001. *Cultural Policy* 6 (2), 183–199.
- HOIKKALA, T. (1998). Traditioista vapaan valinnan illuusio. Teoksessa J.P. Roos & Tommi Hoikkala (toim.), *Elämänpolitiikka*. Gaudeamus, Tampere, 152–168.
- HOLCOMB, B. (1993). Revisioning place: De- and re-constructing the image of the industrial city. Teoksessa Kearns, G. & Philo, C. (toim.), *Selling Places: The City as Cultural Capital, Past and Present*. Pergamon, Oxford, 133–143.
- HOLCOMB, B. (1994). City make-overs: marketing the post-industrial city. Teoksessa John R. Gold & Stephen V. Ward (toim.), *Place Promotion. The Use of Publicity and Marketing to Sell Towns and Regions*. John Wiley & Sons, Chichester, 115–132.
- HOPKINS, J. (1998). Signs of the Post-Rural: Marketing Myths of a Symbolic Countryside. *Geografiska Annaler* 80 B:2, 65–81.
- HUDSON, R. (2002). Fuzzy concepts and sloppy thinking: Reflections on recent developments in critical regional studies. SECONS Discussion Forum. Contribution No. 1. University of Bonn.
- HÄKLI, J. (1991). Tilakäsitykset, aluetutkimus ja lokaliteetti. Teoksessa Jouni Häkli & Jorma Kuitunen (toim.), *Avauksia restruktuuraatioon*. Tampereen yliopisto, Aluetieteiden laitos, sarja A 11, 31–53.
- HÄKLI, J. (1994). Maakunta, tieto ja valta. Tutkimus poliittis-hallinnollisen maakuntadiskurssin ja sen historiallisten edellytysten muotoutumisesta Suomessa. *Acta universitatis tamperensis ser. A*, vol. 415. Tampereen yliopisto.
- HÄKLI, J. (1995). Theodor W. Adornon Los Angeles. *Alue ja Ympäristö* 24:1, 73–85.
- HÄKLI, J. (1999). Meta hodos. Johdatus ihmismääntieteeseen. *Vastapaino*, Tampere. 231 s.
- HÄNNINEN, S. (1998). Johdanto. Teoksessa Sakari Hänninen (toim.), *Missä on tässä? Yhteiskuntatieteiden, valtio-opin ja filosofian julkaisuja* 18. Jyväskylän yliopisto, 5–16.
- ILMONEN, K. (1992). Kulttuuripalvelujen käyttö ja kulttuuriarvostukset. *Jyväskylän yliopisto*. Chydenius-instituutin tutkimuksia 5/1992. Kokkola.
- ILMONEN, K. (1998). Kulttuuri alueen käyttövarana. Kulttuuripolitiikan hallitsevat ja marginaaliset diskurssit Keski-Pohjanmaalla. *Joensuun yliopiston yhteiskuntatieteellisiä julkaisuja* N:O 32. Joensuu.

- ILMONEN, K. (2003). Soittajille soppaa. Koulutuksen haasteet rytmimusiikissa. *Chydenius-Instituutin tutkimuksia* 3/2003. Like, Vantaa.
- ILMONEN, K. & J. KAIPAINEN & T. TOHMO (1995). Kunta ja musiikkijuhlat. *Kunnallissalan kehittämissäitiö, tutkimusjulkaisut nro 6*. Jyväskylä.
- ISAR, R.F. (1976). Culture and the arts festival of the twentieth century. *Cultures* 3, 125–145.
- JACKSON, P. (2002). Commercial cultures: transcending the cultural and the economic. *Progress in Human Geography* 26 (1), 3–18.
- JAGO, L.K. & R.N. SHAW (1998). Special events: a conceptual and definitional framework. *Festival Management & Event Tourism* 5, 21–32.
- JALLINOJA, R. (1995). Sosiologiaa postmodernisuudesta: Zygmunt Bauman. Teoksessa Keijo Rahkonen (toim.), *Sosiologisen teoria uusimmat virtaukset*. Gaudeamus, Tampere, 30–54.
- JARVIS, S. (1998). *Adorno. A Critical Introduction*. Polity Press, Cambridge.
- JARY, D. (1991). ‘Society as time-traveller’: Giddens on historical change, historical materialism and the nation-state in world society. Teoksessa Christopher G.A. Bryant & David Jary (toim.), *Giddens’ Theory of Structuration. A Critical appreciation*. Routledge, London, 116–159.
- JAUHAINEN, J.S. (1995). Kaupunkisuunnittelu, kaupunki uudistus ja kaupunkipolitiikka. Kolme eurooppalaista esimerkkiä. *Turun yliopiston maantieteen laitoksen julkaisuja* N:o 146. Turku.
- JENSEN, R. (1999). *The Dream Society. How the Coming Shift from Information to Imagination Will Transform your Business*. McGraw-Hill, New York.
- JEPPER, S.J. (2002). Creative Assets and the Changing Economy. *Journal of Arts Management, Law & Society* 32 (2), 159–168.
- JEPPERSON, R. L. (1991). Institutions, Institutional Effects, and Institutionalism. Teoksessa Walter W. Powell & Paul J. DiMaggio (toim.), *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. The University of Chicago Press, Chicago, 143–163.
- JOHANNISSON, B. & M. RAMÍREZ-PASILLAS (2002). The institutional embeddedness of local inter-firm networks: a leverage for business creation. *Entrepreneurship & Regional Development* 14, 297–315.
- JOHNSTON, J. D. & R. RASKER (1995) The role of economic and quality of life values in rural business location. *Journal of Rural Studies* 11 (4), 405–416.
- JOKINEN, A. (1999). Diskurssianalyysin suhde sukulaistraditioihin. Teoksessa Arja Jokinen & Kirsi Juhila & Eero Suoninen (toim.), *Diskurssianalyysi liikkeessä*. Vastapaino, Tampere, 37–53.

- JOKINEN, A. & K. JUHILA & E. SUONINEN (1993). Diskursiivinen maailma: teoreettiset lähtökohdat ja analyttiset käsitteet. Teoksessa Arja Jokinen & Kirsi Juhila & Eero Suoninen (toim), Diskurssianalyysin aakkoset. Vastapaino, Jyväskylä, 17–47.
- JOKINEN, A. & K. JUHILA (1993). Valtasuhteiden analysoiminen. Teoksessa Arja Jokinen & Kirsi Juhila & Eero Suoninen (toim), Diskurssianalyysin aakkoset. Vastapaino, Jyväskylä, 75–110.
- JOKINEN, A. & K. JUHILA (1999). Diskurssianalyttisen tutkimuksen kartta. Teoksessa Arja Jokinen & Kirsi Juhila & Eero Suoninen (toim.) Diskurssianalyysi liikkeessä. Tampere, Vastapaino, 54–100.
- JORDAN, B. (1987). *Rethinking Welfare*. Basil Blackwell.
- JOUNELA, T. (1999). Sisältötuotanto. Teoksessa Hannele Koivunen & Tanja Kotro (toim.), Kulttuuriteollisuus. Suomen itsenäisyyden juhlarahaston Sitran julkaisusarja nro 214. Helsinki, 169–184.
- JUHILA, K. (1999). Kulttuurin jatkuvasti rakentuvat kehät. Teoksessa Arja Jokinen & Kirsi Juhila & Eero Suoninen (toim.), Diskurssianalyysi liikkeessä. Vastapaino, Tampere, 160–200.
- JUUTILAINEN, J. & P. SORVISTO & J. NUKARI (2005). Innovaatiojärjestelmää uudistamassa. Case Jyväskylä – Human Technology City. Tampereen yliopisto. Alueellisen kehittämisen tutkimusyksikkö. Sente-julkaisuja 18/2005. Tampere.
- JÄRVI, P. (2001). Strateginen brandihallinta. University of Jyväskylä. School of business and economics N:o 235/2001. Jyväskylä.
- JÄRVILUOMA, J. (1994). Matkailun työntö- ja vetovoimatekijät ja niiden heijastuminen lomakohteen valintaan. Teoksessa Seppo Aho (toim.), Matkailun vetovoimatekijät tutkimuskohteena. Oulun yliopisto, Pohjois-Suomen tutkimuslaitos. Oulu.
- KAINULAINEN, K. (1992). Maaseudun paikallisuus – sosiaalinen alueellisuutta tutkimuskohteena. Tapaustutkimus Kymen läänissä. Terra (104) 4, 278–286.
- KAINULAINEN, K. (1995). Sukupuoli neljän ruuhkassa. Teoreettis-metodologisia pohdintoja naisten ja miesten työmatkaliikkuvuuden yhteiskunnallista ehdoista. Kulttuuri- ja suunnittelumaantieteen tutkimuksia N:o 4. Joensuu yliopisto. Yhteiskuntatieteiden tiedekunta. Joensuu.
- KAINULAINEN, K. (1996). Naisen työ, miehen matka. Sukupuoli-identiteetti työmatkalla. Alue ja Ympäristö 2/96, 4–23.
- KAINULAINEN, K. (1999). Kulttuuripoliittiset arvostukset Etelä-Pohjanmaalla. Etelä-Pohjanmaan liitto. Julkaisu B:13. Seinäjoki.
- KAINULAINEN, K. (2000a). Monimuotoinen maaseutukulttuuri. Kehittämisenäkökulmia Suupohjan ja Koillis-Savon seutukunnista. Helsingin yliopiston Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus, Sarja A:5. Seinäjoki.

- KAINULAINEN, K. (2000b). Paikallinen aloitteellisuus identiteetin rakennusaineksenä. Teoksessa Sami Kurki & Reija Linnamaa & Markku Sotarauta (toim.), 14 näkökulmaa alueelliseen kehittämiseen. Seinäjoen aluekehitysseminaarin julkaisu. Tampereen yliopisto. Alueellisen kehittämisen tutkimusyksikkö, Senate-julkaisuja 5/2000, 73–90.
- KAINULAINEN, K. (2001). Maaseudun omaehtoinen kulttuuritoiminta. Kokemuksia ja kehittämissaihoita kymmenestä kylästä. Helsingin yliopiston Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus. Raportteja ja artikkeleita 79. Seinäjoki.
- KAINULAINEN, K. (2004a). Kulttuuriteollisuuden ja aluetalouden kehityksen mo- niulotteinen yhteys. Teoksessa Sotarauta Markku & Kosonen Kati-Jasmin (toim.), Yksilö, kulttuuri, innovaatioympäristö. Avauksia aluekehityksen nä- kymättömään dynamiikkaan. Tampere University Press, Tampere, 172–201.
- KAINULAINEN, K. (2004b). Elämyksistä elinkeinoja. Kulttuuritapahtumien pai- kallistaloudelliset merkitykset maaseutukunnille ja kaupungeille. Helsingin yliopiston Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus. Julkaisuja 2. Seinäjoki.
- KAINULAINEN, K. (2004c). Kulttuuritapahtumat ja luovuuden juurtuminen kunti- en kehityspotentialina. Kunnallistieteellinen aikakauskirja 4/2004, 261–276.
- KAINULAINEN, K. & T. LAKSO (2001). Kulttuuripoliittisten arvostusten yh teenso- vittaminen alueellisessa ohjelmatyössä. Maaseudun uusi aika. Maaseutu- tutkimuksen ja -politiikan aikakauslehti. 2 (9), 14–26.
- KAINULAINEN, K. & T. SUUTARI (2002). Kulttuurihankkeiden työllisyysvaikutuk- set. Valtakunnallinen arvio ohjelmakaudesta 1995–1999. Maa- ja metsäta- lousministeriö, julkaisuja 3/2002.
- KAIPAINEN, J. (1999). Kulttuurilaitosten taloudelliset vaikutukset. Suomen kun- taliitto. Helsinki.
- KAIVO-OJA, J. & O. KUUSI (1999). Arvioita ja analyysejä tietoyhteiskunnan työ- markkinoiden kehityspiirteistä Suomessa. Ennakointeja, arviointeja, sel- vityksiä. ESR-julkaisut 42/99. Helsinki.
- KANGAS, A. (1988). Keski-Suomen kulttuuritoimintakeilu tutkimuksena ja politiikkana. Jyväskylä Studies in Education, Psychology and Social Research 63. Jyväskylän yliopisto, Jyväskylä.
- KANGAS, A. (1999). Kulttuuripolitiikan uudet vaatteet. Teoksessa Anita Kangas & Juha Virkki (toim), Kulttuuripolitiikan uudet vaatteet. Jyväskylän yliopis- to, Sophi, Jyväskylä, 156–178.
- KANGAS, A. & J. VIRKKI (1999). Johdanto. Teoksessa Anita Kangas & Juha Virkki (toim), Kulttuuripolitiikan uudet vaatteet. Jyväskylän yliopisto, Sophi, Jyväskylä, 5–12.
- KANGAS, A. & J. HIRVONEN (2000). Euroopan unionin rakennerahastot kulttuuri- politiikan välineenä. Selvitys opetusministeriön rahoittamista kulttuurihank- keista. Opetusministeriön EU-rakennerahastot. Julkaisu 3/2000.

- KANGAS, A. & J. HIRVONEN (2001). Kulttuuriprojekti – Euroopan unionin rakennerahastot, kulttuuri ja alueet. Opetusministeriön EU-rakennerahastot -julkaisu 7/2001. Lievestuore.
- KARISTO, A. (1998). Pirstoutuvan elämän politiikka. Teoksessa J.P. Roos & Tommi Hoikkala (toim.), *Elämänpolitiikka*. Gaudeamus, Tampere, 54–75.
- KARJALAINEN, T. (1991). Kuhmo Chamber Music Festival: The Structure of the Festival's Economy and the Economic Impact of Festival. Taiteen keskustoimikunta. Tutkimus- ja julkaisuyksikkö. Työpapereita nro 3. Helsinki.
- KARTTUNEN, S. (2001). Kulttuurityövoima Suomessa 1970–1999. Kulttuurin ammatit ja toimialat väestölaskennan ja työssäkäyntitilaston valossa. Tilastokeskus. Kulttuuri ja viestintä 2001:2.
- KARVONEN, E. (1999). Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa. Gaudeamus, Tampere.
- KARVONEN, E. (2001). Kaupunkikuvan luomisen perusteita. Teoksessa: Juha Kostainen (toim.), *Tarinoita ja tutkimuksia kaupunkimarkkinoinnista*. Suomen kuntaliitto, Helsinki, 45–59.
- KAUTONEN, M. & M. TIAINEN (2000). Regiimit, innovaatioverkostot ja alueet. Vertaileva tutkimus Pirkanmaalla ja Keski-Suomessa. Tampereen yliopisto, yhteiskuntatieteiden tutkimuslaitos. Työelämän tutkimuskeskus. Työraportteja 59/2000.
- KAUTONEN, M. & J. KOLEHMAINEN (2001). Näkökulmia oppivan talouden alueelliseen innovaatiopolitiikkaan. Teoksessa Markku Sotarauta & Nina Mustikkamäki (toim.), *Alueiden kilpailukyyn kahdeksan elementtiä*. Suomen kuntaliitto, Helsinki, 77–108.
- KAUTONEN, M. & J. KOLEHMAINEN & P. KOSKI (2002). Yritysten innovaatioympäristöt. Pirkanmaa ja Keski-Suomi. Tekes, teknologiakatsaus 120/2002.
- KEARNS, K. & C. PHILO (toim.). (1993) *Selling Places. The City as Cultural Capital, Past and Present*. Pergamon Press, Oxford.
- KERÄNEN, H. & P. MALINEN & O. AULASKARI (2000). Suomen maaseututyypit. Suomen aluetutkimus FAR. Selvityksiä: 20. Sonkajärvi.
- KESKI-PETÄJÄ, T. (1991). Elämänkulku ja reaaliyhteiskunnan logiikka. Teoksessa Jouni Häkli ja Jorma Kuitunen (toim.), *Avauksia restruktuuraatioon*. Tampereen yliopisto, Aluetieteiden laitos, sarja A 11, 55–69.
- KESKUSKAUPPAKAMARI (2003). Alueiden kilpailukyky yritysten näkökulmasta. (www.keskuskauppakamari.fi)
- KHAKKEE, A. (1999). Kollaboratiivisen valtion haasteet. Näkökulma kulttuurin taloustieteen tutkimukseen. Teoksessa Anita Kangas & Juha Virkki (toim.), *Kulttuuripolitiikan uudet vaatteet*. Jyväskylän yliopisto, Sophi. Jyväskylä, 90–105.

- KILMINSTER, R. (1991). Structuration theory as a world-view. Teoksessa Christopher G.A. Bryant & David Jary (toim.), *Giddens' Theory of Structuration. A Critical appreciation*. Routledge, London, 74–115.
- KIURU, P. & M. PULKKINEN & J. THILIKKA (2002). Sisältötuotannon työllisyysvaikutukset. Esitutkimus. Työpoliittinen tutkimus Nro 237. Työministeriö, Helsinki.
- KIVIMÄKI, A. (2004). Keskustelut Turun kulttuurituotannon osaamiskeskuksen projektipäällikkö Ari Kivimäen kanssa 24.5.2004.
- KLAMER, A. (1996). The Value of Culture. Teoksessa Arjo Klamer (toim.), *The Value of Culture. On the Relationship between Economics and Arts*. Amsterdam University Press, Amsterdam, 13–30.
- KNEAFSEY, M. & B. ILBERY & N. PARROT & B. BURNS (1997). Regional Images, Quality Products and Rural Development: United Kingdom. Regional Images and the Promotion on Quality Products and Services in the Lagging Regions of the European Union. Working Paper 2.
- KNUUTTILA, S. (1998). Menneisyys identiteetin paikkana. Teoksessa Sakari Hänninen (toim.), *Missä on tässä? Yhteiskuntatieteiden, valtio-opin ja filosofian julkaisuja 18*. Jyväskylän yliopisto, 17–41.
- KOISO-KANTTILA, N. (2002). Mitä ovat digitaaliuutokset? Teoksessa Liisa Uusitalo (toim.), *Kuluttaja virtuaalimarkkinoilla*. Edita, Helsinki, 103–112.
- KOIVUNEN, H. (1999). Instituutioista innovaatioihin. Teoksessa Hannele Koivunen & Tanja Kotro (toim), *Kulttuuriteollisuus*. Edita, Helsinki, 283–298.
- KOIVUNEN, H. (2004). Onko kulttuurilla vientiä? Opetusministeriön, ulkoasiainministeriön ja kauppa- ja teollisuusministeriön Kulttuurivienti-hanke. Selvitysmiehen raportti. Opetusministeriön julkaisuja 2004:22. Kulttuuri-, liikunta- ja nuorisopolitiikan osasto. Helsinki.
- KORPIPÄÄ, S. & P. SAARELA (1995). Kuntien kulttuuripolitiikan uusi strategia. Suomen Kuntaliitto, Helsinki.
- KOSKI, J.T. (2001). Luova hierre. Näkökulmia yksilöiden, ryhmien ja organisaatioiden luovuuteen. Gummerus, Jyväskylä.
- KOSTIAINEN, A. (1997). Menneisyys turismin käyttövoimana. Historiallinen aikakauskirja 4/97, 293–302.
- KOSTIAINEN, J. (1999). Kaupunkiseudun kilpailukyky ja elinkeinopolitiikka tietoyhteiskunnassa. Teoksessa Markku Sotarauta (toim), *Kaupunkiseutujen kilpailukyky ja johtaminen tietoyhteiskunnassa*. Acta nro 106. Suomen kuntaliitto, Helsinki, 41–74.
- KOSTIAINEN, J. (2001). Kaupunkimarkkinointi globaalissa kilpailutilanteessa. Esimerkkeinä Jyväskylän, Tampereen ja Turun kaupunkiseudut. Teoksessa: Juha Kostiainen (toim.), *Tarinoita ja tutkimuksia kaupunkimarkkinoinnista*. Suomen kuntaliitto, Helsinki, 13–44.

- KOSTIAINEN, J. (2002). Urban Economic Development Policy in the Network Society. Tekniikan Akateemisten Liitto Tek ry. Tampere.
- KOTLER, P. & C. ASPLUND & I. REIN & D.H HAIDER (1999). Marketing Places. Europe. How to attract investments, industries, residents and visitors to cities, communities, regions and nations in Europe. Pearson Education Limited, Bolton.
- KUKKASMÄKI, T. (1998). Kulttuuritoiminnan käsikirja. Taiteen ja kulttuurin Suomi 2000. Kustannusosakeyhtiö Puijo, Kuopio.
- KUKKONEN, T. (2000). Festivaalit 1996–2000. Tilastotietoa kulttuuritapahtumien julkisesta tuesta, taloudesta ja yleisöstä. Taiteen keskustoimikunta, Tutkimusyksikkö. Työpapereita No 36.
- KUKKONEN, T. (2001). Festivaalien talous 1999. Finland Festivals ry:n jäsenten talouden rakenne 1999 ja kehitys vuodesta 1993. Taiteen keskustoimikunta, Tutkimusyksikkö, työpapereita No 37.
- KULTTUURIPOLIITTINEN SELONTEKO (1993). Valtioneuvoston kulttuuripoliittinen selonteko eduskunnalle. Helsinki.
- KULTTUURITILASTO (2001). Tilastokeskus. Kulttuuri ja viestintä 2002:1. Helsinki.
- KUPIAINEN, J. & E. SEVÄNEN (1994). Kulttuurintutkimus. Johdanto. Suomalaisen kirjallisuuden seura, Helsinki.
- LAAKSO, S. & H.A. LOIKKANEN (2000). Yritysten sijoittuminen, asukkaiden liikkuvuus ja kaupunkialueiden vuorovaikutus. Kaupunkipolitiikan yhteistyöryhmän julkaisu 1/00. Saarijärvi.
- LAINEN, M. & L. PELTONEN (2003). Ympäristökysymys ja aseveliaksi. Ympäristön politisoituminen Tampereella vuosina 1959–1995. Tampereen yliopistopaino, Tampere.
- LAKSO, T. & K. KAINULAINEN (2001). Sivusta aluekehitystyön ytimeen. Kulttuuri-ala strategisen ohjelmityön osa-alueena. Teoksessa Sulevi Riukulehto (toim.), Perinnettä vai bisnestä? Kulttuurin paikalliset ulottuvuudet. Atena Kustannus Oy, Jyväskylä, 32–51.
- LANDRY, C. (2000). The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators. Earthscan, London.
- LASH, S. (1995). Refleksiivisyys ja sen vastinparit: rakenne, estetiikka, yhteisö. Teoksessa Ulrich Beck & Anthony Giddens & Scott Lash (toim.), Nykyaajan jäljillä. Refleksiivinen modernisaatio. Vastapaino, Tampere, 153–235.
- LASH, S. & J. URRY (1994). Economies of Signs and Space. SAGE Publications, London.
- LEE, R. (1997). Prologue. Economic Geographies: Representations and Interpretations. Teoksessa Roger Lee & Jane Wills (toim.), Geographies of Economics. Arnold, London.

- LE GALÈS, P. (1999). Is political economy still relevant to study the culturalization of cities? *European Urban and Regional Studies* 6(4), 293–302.
- LEHTISALO, L. (1998). *Suomalainen sivistys ja sivistyspolitiikka*. WSOY, Porvoo.
- LEHTONEN, H. (1990). *Yhteisö*. Gummerus, Jyväskylä.
- LEHTONEN, M. (1996). *Merkitysten maailma. Kulttuurisen tekstintutkimuksen lähtökohtia*. Vastapaino, Tampere.
- LEY, D. & J. DUNCAN (1997). Epilogue. Teoksessa James Duncan & David Ley (toim.), *Place/culture/representation*. Routledge, London, 329–334.
- LINNAMAA, R. (1999). Kaupunkiseudun kilpailukyyn rakenteelliset ja dynaamiset elementit. Teoksessa Markku Sotarauta (toim.), *Kaupunkiseutujen kilpailukyky ja johtaminen tietoyhteiskunnassa*. Acta nro 106. Suomen kuntaliitto. Helsinki, 18–40.
- LINNAMAA, R. & M. SOTARAUTA (2001). Verkostot instituutioiden ja järjestelmien kahleissa. Teoksessa Markku Sotarauta & Nina Mustikkamäki (toim.), *Alueiden kilpailukyyn kahdeksan elementtiä*. Suomen kuntaliitto, Helsinki, 60–76.
- LINNAMAA, R. (2004). Verkostojen toimivuus ja alueen kilpailukyky. HAUS kehittämiskeskus Oy. HAUS-julkaisu 1/2004. Tampere.
- LOISA, R. (2003). The Polysemous Contemporary Concept. The Rhetoric of the Cultural Industry. *Jyväskylä Studies in Education, Psychology and Social Research* 217. Jyväskylä.
- LONG, P.T. & R.R. PERDUE (1990). The Economic Impact of Rural Festivals and Special Events: Assessing the Spatial Distribution of Expenditures. *Journal of Travel Research* 28, 10–14.
- LOWE, L.L. & J.L. CROMPTON (1999). The Role of Quality of Life in Business (Re)Location Decisions. *Journal of Business Research* 44, 211–222.
- LUNDEQUIST, P. & D. POWER (2002). Putting Porter into Practice? Practices of Regional Cluster Building: Evidence from Sweden. *European Planning Studies* 10 (6), 685–704.
- LUTTINEN, J. (1997). Fragmentoituva kulttuuripolitiikka. Paikallisen kulttuuripolitiikan tulkintakehykset Ylä-Savossa. *Jyväskylä Studies in Education, Psychology and Social Research*. Jyväskylä.
- LÖYTÖNEN, J. (2001). *Sata-Häme Soi -juhlien kävijätutkimus*. Pirkanmaan ammattikorkeakoulu. Markkailun koulutusohjelma. Julkaisematon opinnäyte-työ.
- MALMI, P. (1995). *Kunnallisten kulttuuripanosten kannattavuuden mittaaminen ja arvioiminen*. University of Oulu. Research Institute of Northern Finland. Research Reports 129. Oulu.

- MARKUSEN, A. (1999). Fuzzy concepts, scanty evidence, policy distance: The case for rigour and policy relevance in critical regional studies. *Regional Studies* 33 (9), 869–884.
- MCCARTHY, J. (1998). Dublin's Temple Bar – A Case Study of Culture-led Re-generation. *European Planning Studies* 6 (3), 271–281.
- MEYER, J.W. & B. ROWAN (1991). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. Teoksessa Walter W. Powell & Paul J. DiMaggio (toim.), *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. The University of Chicago Press. Chicago, 41–62.
- MIEGE, B. (1989). *The Capitalization of Cultural Production*. International General, New York.
- MIELONEN, S. (1999). Sähköisestä kaupasta kohti digitaalista symbolikauppaa. Teoksessa Hannele Koivunen & Tanja Kotro (toim.), *Kulttuuriteollisuus*. Edita, Helsinki, 95–116.
- MITCHELL, C.J.A. (1993). Economic Impact of the Arts: Theatre Festivals in Small Ontario Communities. *Journal of Cultural Economics* 17, 55–67.
- MITCHELL, C.J.A. & G. WALL (1989). The Arts and Employment: A Case Study of the Stratford Festival. *Growth & Change* 20 (4), 31–40.
- MITCHELL, D. (1995). There's no such thing as culture: towards a reconceptualization of the idea of culture in geography. *Transactions of the Institute of British Geographers* 20, 102–116.
- MITCHELL, K. (1997). Different diasporas and the hype of hybridity. *Environment and Planning D: Society and Space* 15, 533–553.
- MOILANEN, T. & ROPONEN, S. (1994). Kvalitatiivisten aineistojen analyysi Atlas/ti-ohjelman avulla. Menetelmäraportteja ja käsikirjoja 2/1994. Kuluttajatutkimuskeskus, Edita Ab, Express-pikapaino, Helsinki.
- MOLE, P. (1996). Fordism, post-Fordism and the contemporary city. Teoksessa Justin O'Connor & Derek Wynne (toim.), *From the Margins to the Centre. Cultural production and consumption in the post-industrial city*. *Popular cultural studies*: 10. Arena, Gateshead, 15–48.
- MONTGOMERY, J. (1990). Cities and the art of cultural planning. *Planning Practice & Research* 5 (3), 17–25.
- MONTGOMERY, J. (1995). The Story of Temple Bar: creating Dublin's cultural quarter. *Planning Practice and Research* 10 (2), 135–172.
- MORLEY, D. & K. ROBINS (1995). *Spaces of Identity. Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries*. Routledge, London.
- MOSSBERG, L.L. (toim.) (2000a). *Evaluation of Events: Scandinavian Experiences*. Cognizant Communication Corporation, New York.

- MOSSBERG, L.L. (2000b). Event Evaluations. Teoksessa Lena L. Mossberg (toim.), *Evaluation of Events: Scandinavian Experiences*. Cognizant Communication Corporation, New York, 1–12.
- MULES, T. & B. FAULKNER (1996). An economic perspective on special events. *Tourism Economics* 2 (2), 107–117.
- MYERSCOUGH, J. (1988). *The Economic Importance of the Arts in Britain*. Policy Studies Institute, London.
- MÄKINEN, J. (1999). Baumolin tauti ja sinfoniaorkesterit. Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitoksen yhteiskuntapolitiikan työpapereita no. 104. Jyväskylän yliopisto, Jyväskylä.
- NAHAPIET, J. & S. GHOSHAL (1998). Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage. *Academy of Management Review* 23 (2), 242–266.
- NATIONAL ASSEMBLY OF LOCAL ARTS AGENCIES (1994). *Arts in the Local Economy. Final Report. Economic Impact Study*, Washington, DC.
- NEGUS, K. (1997). *The Production of Culture*. Teoksessa Paul du Gay (toim.), *Production of Culture/Cultures of Production*. SAGE Publications, London, 67–118.
- NISKANEN, M. & M. PIRINEN & T. KOTRO (1998). Luotaus kulttuuriteollisuuteen. Opetusministeriön työryhmän muistioita 16:1998.
- NIXON, S. (1997). *Circulating Culture*. Teoksessa Paul du Gay (toim.), *Production of Culture/Cultures of Production*. SAGE Publications, London, 177–234.
- NORO, A. (1995). Gerhard Schultzen elämysyhteiskunta. Teoksessa Keijo Rahkonen (toim.), *Sosiologisen teorian uusimmat virtaukset*. Gaudeamus, Helsinki, 120–140.
- NORTH, D.C. (1993). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge University Press.
- NUPPONEN, M. (2001). Elinkeinopolitiikka muutosten viroissa – keskittyvän ja eriytyvän kehityksen haasteet ja kehittämistyö. Teoksessa Markku Sotarauta & Kaija Majoinen (toim.), *Kunnat virtaavassa maailmassa – kuntien haasteet globaalissa verkostoyhteiskunnassa*. Suomen kuntaliitto, Helsinki, 75–95.
- OATLEY, N. (1998). *Cities, Economic Competition and Urban Policy*. Paul Chapman Publishing, Ltd. London.
- OESCH, K. (1999). Kulttuuriteollisuuden tuotteistaminen. Teoksessa Hannele Koivunen & Tanja Kotro (toim.) *Kulttuuriteollisuus*. Edita, Helsinki, 195–218.

- OINAS, P. (1999). The Embedded Firm? Prelude for a revived geography of enterprise. Helsinki school of economics and business administration. Acta Universitatis Oeconomicae Helsingiensis A-143.
- O'CONNOR, J. (2003). Julkinen ja yksityinen sektori kulttuuriteollisuudessa. Teoksessa Marja-Liisa Niinkoski & Kaisa Sibelius (toim.), Kulttuuribusiness. WSOY, Vantaa, 12–29.
- O'CONNOR, J. & D. WYNNE (1996a). Introduction. Teoksessa Justin O'Connor & Derek Wynne (toim.), From the Margins to the Centre. Cultural production and consumption in the post-industrial city. Popular cultural studies: 10. Arena. Gateshead, 1–14.
- O'CONNOR, J. & D. WYNNE (1996b). Left loafing: city cultures and postmodern lifestyles. Teoksessa Justin O'Connor & Derek Wynne (toim.), From the Margins to the Centre. Cultural production and consumption in the post-industrial city. Popular cultural studies: 10. Arena, Gateshead, 49–90.
- O'HAGAN, J.W. (1992). The Wexford Opera Festival: a Case for Public Funding? Teoksessa Ruth. Towse & Abdul Khakee (toim.), Cultural Economics. Springer-Verlag, Berlin, 61–66.
- OKSANEN, A. (1988) Taide ja taloustiede. Kansantaloudellinen aikakauskirja 1, 43–51.
- OPETUSMINISTERIÖ (1999). Kulttuuri työllistäjänä. Työllisyys kulttuuriteollisuuden toimialoilla ja ammateissa Suomessa vuonna 1995. Opetusministeriön työryhmän muistioita 4:1999. Helsinki.
- OPETUSMINISTERIÖ (2002). Sisältötuotanto – työryhmän väliraportti 6. Sisältötuotannon tulevaisuus 2007. Opetusministeriön työryhmien muistioita 16:2002. Helsinki.
- PAASI, A. (1981). Tila-käsitteen problematisoituminen ns. uuden maantieteen metodologiassa. Teoksessa: Kolme metodologista tutkielmaa maantieteen alalta. Joensuun korkeakoulu. Historian, maantieteen ja muiden aluetieteiden osastojen julkaisuja 25, 36–129.
- PAASI, A. (1989). Lokaliteetti-tutkimus – sosiologian ja maantieteen uusi yhteys? Sosiologia 4, 298–309.
- PAASI, A. (1991). Kulttuuri: maantieteellisiä tulkintoja. Alue ja Ympäristö 20 (1), 2–19.
- PAASI, A. (1993). Maantiede, tila ja yhteiskuntateoria. Keskustelujen ja tekstien tulkintaa. Alue ja ympäristö 22(1), 38–56.
- PAASI, A. (1998). Alueiden renessanssi ja identiteettipuhe. Teoksessa Sakari Hänninen (toim.), Missä on tässä? Yhteiskuntaiteiden, valtio-opin ja filosofian julkaisuja 18. Jyväskylän yliopisto, 170–190.
- PAASI, A. (2002). Place and region: regional worlds and words. Progress in Human Geography 26 (6), 802–811.

- PAAVOLA, S. (1999). Tarkennuksia salapoliisimetodologiaan. *Sosiologia* 2/99, 146–148.
- PADDISON, R. (1993). City Marketing, Image Reconstruction and Urban Regeneration. *Urban Studies* 30 (2), 339–350.
- PECK, J. (2002). Fuzzy old world: a response to Markusen. SECONS Discussion Forum, Contribution No. 2. University of Bonn.
- PEET, R. (1997). The Cultural Production of Economic Forms. Teoksessa Roger Lee & Jane Wills (toim.), *Geographies of Economies*. Arnold, London, 37–46.
- PEET, R. (2000). Culture, imaginary, and rationality in regional economic development. *Environment and Planning A* 32, 1215–1234.
- PENDLEBURY, J. (2002). Conservation and Regeneration: Complementary or Conflicting Processes? The Case of Grainger Town, Newcastle upon Tyne. *Planning Practice & Research* 17 (2), 145–157.
- PERELMAN, C. (1996). Retoriikan valtakunta. Suomentanut Leevi Lehto. Vastapaino, Tampere.
- PETRISALO, K. (1988). The tourist industry and local culture in the countryside. Teoksessa Tim Ingold (toim.), *The social implications of agrarian change in northern and eastern Finland*. The Finnish Anthropological Society, 76–90.
- PETRISALO, K. (1994). Menneisyys turismin vetovoimatekijänä. Teoksessa Seppo Aho (toim.), *Matkailun vetovoimatekijät*. Oulun yliopisto, Pohjois-Suomen tutkimuslaitos, 73–83.
- PHILLIPS, R.S. (1993). The language of images in geography. *Progress in Human Geography* 17 (2), 180–194.
- PHILO, C. & G. KEARNS (1993). Culture, History, Capital: A Critical Introduction to the Selling of Places. Teoksessa Gerry Kearns & Chris Philo (toim.), *Selling Places. The City as Cultural Capital, Past and Present*. Pergamon Press, Oxford, 1–32.
- PHILO, C. (2000). More words, more worlds: Reflections on the ‘cultural turn’ and human geography. Teoksessa Ian Cook & David Crouch & Simon Naylor & James R. Ryan (toim.), *Cultural Turns/ Geographical Turns: Perspectives on Cultural Geography*. Pearson Education, Harlow, 26–53.
- PINE II, J. & J.H. GILMORE (1999). *The Experience Economy. Work is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard business school press, Boston.
- POLANYI, K. (1992). The Economy as Instituted Process. Teoksessa Mark Granovetter & Richard Swedberg (toim.), *The Sociology of Economic Life*. Westview Press, Boulder, 29–51.
- PORANEN, A. & H. KARPPIINEN & E. AIRO-KARTTUNEN (2001). Kulttuurin työllistävyyden ja sosioekonominen merkitys Kainuussa. Oulun yliopisto, Kajaanin kehittämiskeskus. Working papers 35. Kajaani.

- POSTER, M. (1988). Introduction. Teoksessa Mark Poster (toim.), Jean Baudrillard. *Selected Writings*. Edited and Introduced by Mark Poster. Polity Press, Cambridge.
- POWER, D. (2003). The Nordic 'cultural industry': a cross-national assesment of the place of the cultural industries in Denmark, Finland, Norway and Sweden. *Geografiska Annaler* 85 B:3, 167–183.
- PRATT, A.C. (1997a). Guest editorial. Production values: from cultural industries to the governance of culture. *Environment and Planning A* 29, 1911–1917.
- PRATT, A.C. (1997b). The cultural industries production system: a case study of employment change in Britain, 1984-91. *Environment and Planning A* 29, 1953–1974.
- PRED, A. (1996). Interfusions: consumption, identity and the practices and power relations of everyday life. *Environment and Planning A* 28, 11–24.
- PRENTICE, R. & V. ANDERSEN (2003). Festival as Creative Destination. *Annals of Tourism Research* 30 (1), 7–30.
- PUURULA, A. (1998). ”Kulttuurin tulevaisuuden tekijät”. *Studia Paedagogica* 16. Helsingin yliopisto, opettajankoulutuslaitos. Vantaan täydennyskoulutuslaitos. Helsinki.
- RAINISTO, S. (2003). Success factors of place marketing: a study of place marketing practices in Northern Europe and the United States. Helsinki University of Technology, Institute of Strategy and International Business. Doctoral Dissertations 2003/4. Espoo.
- RAUNIO, K. (1999a). *Positivismi ja ihmistiede. Sosiaalitutkimuksen perustat ja käytännöt*. Gaudeamus, Helsinki.
- RAUNIO, K. (1999b). Kommentteja sosiaalitutkimuksen metodologiaan. *Sociologia* 2/99, 143–145.
- RAUNIO, M. & R. LINNAMAA (2000). Asuin- ja elinympäristön laatu ja kaupunki-seutujen kilpailukyky. Osaajien preferenssit ja tyytyväisyys Helsingin, Tampereen, Turun, Jyväskylän, Porin ja Seinäjoen seuduilla. Tampereen yliopisto, Alueellisen kehittämisen tutkimusyksikkö, Sente-julkaisuja 9/2000. Tampere.
- RAUNIO, M. (2002). Suomi globaalitalouden osaajien valintojen kentällä. Ulko-maalaisten huippuosaajien mielikuvat ja todellisuudet suomalaisessa työ- ja kaupunkiympäristössä. Tampereen yliopisto, Alueellisen kehittämisen tutkimusyksikkö, Sente-julkaisuja 15/2002. Tampere.
- RAY, C. (1999). Endogenous Development in the Era of Reflexive Modernity. *Journal of Rural Studies* 15(3), 257–267.
- RAY, L. & A. SAYER (toim.) (1999). *Culture and Economy After the Cultural Turn*. SAGE Publications, London.

- REINERS, I. (2001). Taiteen muisti. Tutkielma Adornosta ja Shoahista. Tutkijaliitto, Helsinki.
- RELANDER, J. (2004). Ankkalinn ja lajien synty. Kustannusosakeyhtiö Teos, Helsinki.
- RICHARDS, G. (2000). The European Cultural Capital Event: Strategic Weapon in the Cultural Arms Race. *Cultural Policy* 6 (2), 159–181.
- RITZER, G. (1993). *The McDonaldization of Society. An Investigation into the Changing Character of Contemporary Social Life*. Pine Forge Press, Thousand Oaks.
- RITZER, G. (1998). *The McDonaldization Thesis. Explorations and Extensions*. SAGE Publications, London.
- ROBINS, K. (1997). What in the World's going on? Teoksessa Paul du Gay (toim.), *Production of culture/cultures of production*. SAGE Publications Ltd, London, 11–66.
- ROCHE, M. (1994). Mega-events and urban policy. *Annals of Tourism Research* 21, 1–19.
- ROCHE, M. (1998). Mega-Events, Culture and Modernity: Expos and the Origins of Public Culture. *Cultural Policy* 5 (1), 1–31.
- ROGERSON, R.J. (1999). Quality of Life and City Competitiveness. *Urban Studies* 36 (5–6), 969–985.
- ROPO, A. & M. ERIKSON (1996). Conflicts and commitments in managing a theatre production. Tampereen yliopisto, yrityksen taloustieteen ja yksityisöikeuden laitos. Series A3, working papers 27.
- RUCCIO, D. & J. GRAHAM & J. AMARIGLIO (1996). "The Good, the Bad, and the Different". Reflections on Economic and Aesthetic Value. Teoksessa Arjo Klamer (toim.). *The Value of Culture. On the Relationship between Economics and Arts*. Amsterdam University Press, Amsterdam, 56–76.
- RUSHTON, M. (1999). Methodological Individualism and Cultural Economies. *Journal of Cultural Economics* 23, 137–147.
- RUTTEN, R. (2004). Inter-firm Knowledge Creation: A Re-appreciation of Embeddedness from a Relational Perspective. *European Planning Studies* 12 (5), 659–673.
- SAIRANEN, K. (1988). Tutkimus Savonlinnan oopperajuhlita. Matkailun koulutus- ja tutkimuskeskus. Sarja A:6. Savonlinna.
- SALMI, M. (1991). Ajattelitko arkena? *Sociologia* 28 (4), 237–249.
- SARMELA, M. (1994). Suomen perinneatlas. Suomen kansankulttuurin kartasto 2. Suomalaisen kirjallisuuden seura. Helsinki.

- SAYER, A. (1994). Cultural studies and 'the economy stupid'. *Environment and Planning D: Society and Space* 12, 635–637.
- SAYER, A. (1997). *The Dialectic of Culture and Economy*. Teoksessa Roger Lee & Jane Wills (toim.), *Geographies of Economies*. Arnold, London, 16–26.
- SAYER, A. (1999). *Valuing Culture and Economy*. Teoksessa Larry Ray & Andrew Sayer (1999) (toim.), *Culture and Economy After the Cultural Turn*. SAGE Publications, London, 53–75.
- SAYER, A. (2000). Critical and uncritical cultural turns. Teoksessa Ian Cook, David Crouch & Simon Naylor & James R. Ryan (toim.), *Cultural Turns/Geographical Turns: Perspectives on Cultural Geography*. Pearson Education, Singapore, 166–181.
- SCANLON, R. & R. LONGLEY (1984). *The Arts as an Industry: their Economic Importance to the New York – New Jersey Metropolitan Region*. Teoksessa William S. Hendon & Douglas V. Shaw & Nancy K. Grant (toim.), *Economics of Cultural Industries*. University of Akron, Ohio, 93–100.
- SCHULMAN, H. (1998). Kaupunkitutkimuksesta maantieteessä. *Yhteiskuntasuunnittelu* 36 (4), 8–15.
- SCHULMAN, H. (2003). Soveltavan kaupunkitutkimuksen järki ja tunteet. *Yhdyskuntasuunnittelu* 41 (4), 7–12.
- SCHUSTER, M.J. (1995). Two Urban Festivals: La Mercè and First Night. *Planning Practice and Research* 10 (2), 173–187.
- SCHÜTZ, A. (1970). *On Phenomenology and Social Relations*. Helmut R. Wagner (toim.), The University of Chicago Press, Chicago.
- SCHÜTZ, A. (1973). *The Problem of Social Reality*. Collected papers I. Maurice Natanson (toim.), Martinus Nijhoff, Hague.
- SCOTT, A. (1997). The Cultural Economy of Cities. *International Journal of Urban & Regional Research*. 21 (2), 323–340.
- SCOTT, A.J. (2000a). *The Cultural Economy of Cities*. Sage, London.
- SCOTT, A. J. (2000b). The Cultural Economy of Paris. *International Journal of Urban and Regional Research* 24 (3), 567–582.
- SCOTT, R. W. (2001). *Institutions and Organizations*. Second Edition. Sage Publications, Thousand Oaks.
- SHANAHAN, J.L. (1980). The Arts and Urban Development. Teoksessa William S. Hendon & James L. Shanahan & Alice J. MacDonald (toim.), *Economic Policy for the Arts*. Abt Books, Cambridge, 295–305.
- SHIELDS, R. (1999). Culture and the economy of the cities. *European Urban and Regional Studies*. 6 (4), 303–311.
- SHORT, J.R. & M. BENTON & W.B. LUCE & J. WALTON (1993). Reconstructing the Image of an Industrial City. *Annals of the Association of American Geographers* 83(2), 207–224.

- SHORT, J.R. (1999). Urban Imagineers: Boosterism and the Representation of Cities. Teoksessa Andrew E.G. Jonas & David Wilson (toim.), *The Urban Growth Machine. Critical Perspectives, Two Decades Later*. State University of New York Press, New York, 37–54.
- SIMONSEN, K. (2001). Space, culture and economy – a question of practise. *Geografiska Annaler*, 83 B (1), 41–52.
- SKOT-HANSEN, D. (1998). Between Identity and Image: Holstebro as a Model for Cultural Policy. *Cultural Policy* 5 (1), 149–167.
- SOJA, E.W. (1989). *Postmodern Geographies: the Reassertation of Space in Critical Social Theory*. Verso, London.
- SOTARAUTA, M. (1996). Kohti epäselvyyden hallintaa. Pehmeä strategia 2000-luvun alun suunnittelun lähtökohtana. Tulevaisuuden tutkimuksen seura. *Acta Futura Fennica* No 6. Finnpublishers, Jyväskylä.
- SOTARAUTA, M. (2004). Prologi: Alueiden kehittämispeleistä evoluutiopeleihin. Teoksessa Markku Sotarauta & Kati-Jasmin Kosonen (toim.), *Yksilö, kulttuuri, innovaatioympäristö. Avauksia aluekehityksen näkymättömään dynamiikkaan*. Tampere University Press, Tampere, 11–17.
- SOTARAUTA, M. & J. KOSTAINEN (2002). Näytön paikka. Hämeenlinnan seudusta Suomen johtava täydennyskoulutuskaupunki. Tampereen yliopisto. Alueellisen kehittämisen tutkimusyksikkö. *Sente-työraportteja* 3/2002.
- SOTARAUTA, M. & R. LINNAMAA & N. SUVINEN (2003). Tulkitseva kehittäminen ja luovat kaupungit. Verkostot ja johtajuus Tampereen kehittämisessä. Tampereen yliopisto, Alueellisen kehittämisen tutkimusyksikkö, *Sente-julkaisu* 16/2003.
- SUONINEN, E. (1999). Näkökulma sosiaalisen todellisuuden rakentumiseen. Teoksessa Arja Jokinen & Kirsi Juhila & Eero Suoninen (toim.), *Diskurssianalyysi liikkeessä*. Vastapaino, Tampere, 17–36.
- SÖDERHOLM, S. (1994). Antropoginen kulttuurintutkimus. Teoksessa Jari Kupiainen & Erkki Sevänen (toim.), *Kulttuurintutkimus. Johdanto*. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura, 164–183.
- SWEDBERG, R. & M. GRANOVETTER (1992). Introduction. Teoksessa Mark Granovetter & Richard Swedberg (toim.), *The Sociology of Economic Life*. Westview Press, Boulder, 1-28.
- TEPPER, S. J. (2002). Creative Assets and the Changing Economy. *Journal of Arts Management, Law & Society* 32 (2), 159–169.
- THRIFT, N. (1983). On the Determination of Social Action in Spaca and Time. *Environment and Planing D: Society and Space* 1, 23–57.
- THROSBY, D. (1999a). Talouspolitiikan ja kulttuuripolitiikan monimutkainen suhde. Teoksessa Anita Kangas & Juha Virkki (toim.), *Kulttuuripolitiikan uudet vaatteet*. SoPhi 23. Jyväskylän yliopisto, 78–90.

- THROSBY, D. (1999b). Cultural Capital. *Journal of Cultural Economics* 23, 3–12.
- THROSBY, D. (2001). *Economics and Culture*. University Press, Cambridge.
- THROSBY, D. (2004). Into the mainstream: integrating cultural and economic policy in a globalising world. *Kulttuuri ja talous -seminaari 19.5.2004*, Helsinki.
- TOHMO, T. (2002). Kulttuuri ja aluetalous – vaikutukset ja käyttäjien kokema hyöty. Jyväskylän yliopisto. *Taloustieteiden tiedekunta N:o 131/2002*.
- TUOMI, O. (1991). Hyvinvointi, alueellisuus ja tutkimuksen restrukturaatiohaasteet. Teoksessa Jouni Häkli & Jorma Kuitunen (toim.), *Avauksia restrukturaatioon*. Tampereen yliopisto, Aluetieteen laitos, sarja A 11, 15–30.
- TUROK, I. (2003). Cities, Clusters and Creative Industries: The Case of Film and Television in Scotland. *European Planning Studies* 11 (5), 549–565.
- TYNI, M. & S. AHO (1999). Sodankylän elokuvajuhlat. Yleisön rakenne ja arviot sekä talousvaikutukset 1999. Lapin yliopiston osaamiskeskuksen tiedotteita 5/99.
- TÖTTÖ, P. (1987). Yhteiskuntatiede ja toiminta. Objektivismiin kriittistä yhteiskuntatieteiden metodologiassa. Tampereen yliopisto, Yhteiskuntatieteiden tutkimuslaitos, sarja A 55.
- TÖTTÖ, P. (2000). Pirullisen positivismiin paluu. Laadullisen ja määrällisen tarkastelua. *Vastapaino*, Tampere.
- URRY, J. (1991). Time and space in Giddens' social theory. Teoksessa Christopher G.A. Bryant & David Jary (toim.), *Giddens' Theory of Structuration. A Critical appreciation*. Routledge, London, 160–175.
- URRY, J. (1995). *Consuming places*. Routledge, London.
- UUSI SIVISTYSSANAKIRJA (1993). (Annukka Aikio toim., uusintu Rauni Vornanen). Otava, Helsinki.
- UUSITALO, L. (1994). Kulttuuri identiteetin tuottajana. Teoksessa: *Vaikuttaako kulttuuri kehitykseen ja päätöksentekoon? Seminaariraportti*. Suomen UNESCO -toimikunnan julkaisuja No 69. Helsinki, 17–24.
- UUSITALO, L. (1999). Kulttuurin markkinat. Teoksessa Hannele Koivunen & Tanja Kotro (toim.), *Kulttuuriteollisuus*. Sitran julkaisusarja nro 214. Edita, Helsinki, 131–144.
- VALENTINE, G. (1999). Imagined Geographers: Geographical Knowledges of Self and Other in Everyday Life. Teoksessa Doreen Massey & John Allen & Philip Sarre (toim.), *Human Geography Today*: Blackwell Publisher Ltd. Oxford, 47–61.
- VALKONEN, K. & M. VALKONEN (1994). *Yhtä juhlaa. Finland Festivals*. Otava, Keuruu.

- van den BRAEMBUSSCHE, A. (1996). The Value of Art: A Philosophical Perspective. Teoksessa Arjo Klamer (toim.), *The Value of Culture. On the Relationship between Economics and Arts*. Amsterdam University Press, Amsterdam, 31–43.
- van EEMEREN, F.H. & R. GROOTENDORST & S. JACKSON & S. JACOBS (1997). Argumentation. Teoksessa Teun A. van Dijk (toim.), *Discourse as Structure and Process. Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction. Volume 1*. Sage Publications. London, 208–229.
- van PUFFELEN, F. (1996). Abuses of Conventional Impact Studies in the Arts. *Cultural Policy* 2 (2), 241–254.
- VARIS, T. (1999). Konvergenssi ja tuottaja–jakelu-rakenne. Teoksessa Hannele Koivunen & Tanja Kotro (toim.), *Kulttuuriteollisuus*. Edita, Helsinki, 79–94.
- VARTIAINEN, P. (1981). Tila sosiaalisena käsitteenä. Teoksessa: Kolme metodologista tutkielmaa maantieteen alalta. Joensuun korkeakoulu. Historian, maantieteen ja muiden aluetieteiden osaston julkaisuja No:25.
- VARTIAINEN, P. (1984). Maantieteen konstituoitumisesta ihmistieteenä. Joensuun yliopiston yhteiskuntatieteellisiä julkaisuja N:o 3. Joensuu.
- VARTIAINEN, P. (1988). Uusia maantieteellisiä tulkintoja yhdyskuntajärjestelmän muutoksesta: kaksi seminaarialustusta. Joensuun yliopisto, Kulttuuri- ja suunnittelumaantiede, tiedonantoja nro 5. Joensuu.
- VARTIAINEN, P. (1992). Seutuistumisen näköalat Keski-Suomessa. Keski-Suomen liitto. Julkaisu A 6. Jyväskylä.
- VAUGHAN, D.R. (1980). Does a Festival Pay? Teoksessa William S. Hendon & James L. Shanahan & Alice J. MacDonald (toim.), *Economic Policy for the Arts*. Abt Books, Cambridge, 319–331.
- VILHULA, A. (2003). Teollisuusperinnön hyödyntäminen alueellisissa kehittämissä. Ruhr suuntautuu tulevaisuuteen menneisyyteen nojaten. Tampereen yliopisto, Alueellisen kehittämisen tutkimusyksikkö 7/2003.
- VILJAMAA, K. (2000). Suuria odotuksia, pieniä askelia. Pohjois-Pirkanmaan strategisen ohjelmatyön 1995–1999 arviointi. Tampereen yliopisto, Alueellisen kehittämisen tutkimusyksikkö, Sente -julkaisuja 8/2000. Tampere. 160 s.
- VIRKKALA, S. (2003). ”Oppiva alue” käsitteen tausta ja sovelluksia alue- ja maa-seudun kehittämisessä. Jyväskylän yliopisto, Chydenius-Instituutti. ChyNetti nro 31. Kokkola: <http://www.chydenius.fi/julkaisut/chynetti/artikkelit/chynetti31.html>.
- WARD, S.V. & J.R. GOLD (1994). Introduction. Teoksessa John R. Gold & Stephen V. Ward (toim.), *Place Promotion. The Use of Publicity and Marketing to Sell Towns and Regions*. John Wiley & Sons, Chichester, 1–18.

- WARD, S.V. (1998). *Selling Places. The Marketing and Promotion of Towns and Cities 1850-2000*. E & FN Spon, London.
- WATERMAN, S. (1998). Carnivals for élites? The cultural politics of arts festival. *Progress in Human Geography* 22 (1), 54–74.
- WATSON, S. (1991). Gilding the smokestacks: the new symbolic representations of deindustrialised regions. *Environment and Planning D: Society and Space* 9, 59–70.
- WILENIUS, M. (2004) Luovaan talouteen. Kulttuuriosaaminen tulevaisuuden voimavarana. Suomen itsenäisyyden juhlarahaston julkaisu 266. Edita, Helsinki.
- WILLIAMS, R. (1961). *The Long Revolution*. Chatto & Windus, London.
- WILLIAMS, R. (1976). *Keywords. A Vocabulary of Culture and Society*. Fontana, London.
- WILLIAMS, R. (1981). *Culture*. Fontana Press, London.
- WITKIN, R.W. (2003). *Adorno on Popular Culture*. Routledge, London.
- WOLFE, D.A. (2000). Social capital and cluster development in learning regions. Paper Presented to the XVII World Congress of the International Political Science Association, Québec City, Québec, August, 5, 2000.
- WONG, C. (2001). The Relationship between Quality of Life and Local Economic Development: An Empirical Study of Local Authority Areas in England. *Cities* 18 (1), 25–32.
- YLÄ-KOTOLA, M. (1999). Näkyjä mediakulttuurista elämän sisältönä 21. vuosisadalalla. Teoksessa Hannele Koivunen & Tanja Kotro (toim.), *Kulttuuriteollisuus*. Suomen itsenäisyyden juhlarahaston Sitran julkaisusarja nro 214. Helsinki, 245–258.
- YOUNG, C. & J. LEVER (1997). Place promotion, economic location and the consumption of city image. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* 88 (4), 332–341.
- ZIMMERBAUER, K. (2002a). Etelä-Pohjanmaan imago. Maakunnallisten mielikuvien jäljillä. Helsingin yliopiston Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus. Seinäjoki.
- ZIMMERBAUER, K. (2002b). Etelä-Pohjanmaan imagon jäljillä. Maaseudun uusi aika. Maaseutututkimuksen ja -politiikan aikakauslehti 2002/2.
- ZUKIN, S. (1992). Postmodern urban landscapes: mapping culture and power. Teoksessa Scott Lash & Jonathan Friedman (toim.), *Modernity and Identity*. Blackwell Publishers, Oxford, 221–247.
- ZUKIN, S. (1995). *The Cultures of Cities*. Blackwell Publishers Ltd. Cambridge, Massachusetts.

- ZUKIN, S. & P. DiMAGGIO (1990). Introduction. Teoksessa Sharon Zukin & Paul DiMaggio (toim.), *Structures of capital. The social organization of the economy*. Cambridge University Press, 1–36.
- ÄIKÄS, T.A. (2000). Imagot mielikuvakaupungin maisemassa – symbolisen imago-resurssin tulkintaa ja kritiikkiä. *Alue ja Ympäristö* 29 (2), 76–88.
- ÄIKÄS, T.A. (2000b). Erilainen kaupunki / samanlainen kaupunki. *Alue ja Ympäristö* 29:1, 79–86.
- ÄIKÄS, T.A. (2001). Imagosta maisemaan. Esimerkkeinä Turun ja Oulun kaupunki-imagojen rakentaminen. *Nordia Geographical Publication* 30 (2).
- ÄIKÄS, T.A. (2004). Imagoa etsimässä. Kaupunki- ja aluemarkkinoinnin haasteista mielikuvien mahdollisuuksiin. Suomen kuntaliitto, Helsinki.

LIITE 1

TUTKIMUSHAASTATTELUT

I haastattelut 16.9. - 27.11.2003

Ikaalinen

Harri Laine, markkinointijohtaja, Ikaalisten Kylpylä
Kalle Mäkelä, vs. toimitusjohtaja, Ikaalisten Kylpyläkaupunki Oy,
Ikaalisten kaupungin talousjohtaja
Jaakko Tamminen, Ikaalisten Urheilijat
Minna Kulmala, toiminnanjohtaja, Sata-Häme Soi
Kimmo Mattila, taiteellinen johtaja, Sata-Häme Soi
Janne Laine, kaupunginjohtaja, Ikaalisten kaupunki

Kuhmo

Tuulikki Karjalainen, toiminnanjohtaja, Kuhmon Kamarimusiikki
Veikko Tikkanen, ohjelmajohtaja, Kuhmon kamarimusiikin
osaamiskeskus, Virtuosi
Mauri Huotari, toimitusjohtaja, No-Pan auto Oy
Tuulikki Huusko, elinkeinojohtaja, Kuhmon kaupunki
Salla Pääkkönen, myyntipäällikkö, Hotelli Kalevala
Markku Kauppinen, kaupunginjohtaja, Kuhmon kaupunki

Rääkkylä

Olli Koivula, toimitusjohtaja, Rääkkylän osuuspankki
Sari Kaasinen, taiteellinen johtaja, Rääkkylän Kihaus
Jukka Laasonen, Rääkkylän yrittäjäyhdistyksen puheenjohtaja
Riitta Närhi, toiminnanjohtaja, Rääkkylän Kihaus
Markku Lappalainen, vs. kunnanjohtaja, Rääkkylän kunta
Pirkko Kylänpää, Rääkkylän kansanmusiikkiyhdistyksen
puheenjohtaja

Urjala

Saara Tiuraniemi, toiminnanjohtaja, Pentinkulman päivät
Hannu Maijala, kunnanjohtaja, Urjalan kunta
Aulis Ruuska, sivistystoimenjohtaja, Urjalan kunta
Päivi Jantunen, tiedotuspäällikkö, Iittala Oy ab

Antero Närvänen, Urjalan karjalaiset ry
Anneli Niinimäki, Väinö Linna seuran puheenjohtaja

Sodankylä

Lauri Yli-Tepsa, rehtori, Sodankylän elokuvajuhlien hallituksen jäsen
Johanna Saarinen, tuotantopäällikkö, Sodankylän elokuvajuhlat
Riitta Ketola, ravintolapäällikkö, Hotelli Sodankylä
Hilkka Orava, sivistystoimenjohtaja, Sodankylän kunta
Martti Pura, kunnanjohtaja, Sodankylän kunta

II haastattelut 26.8.-21.10.2004

Jyväskylä

Tanja Rasi, toiminnanjohtaja, Jyväskylän Kesä
Helinä Mäenpää, viestintäpäällikkö, Jyväskylän kaupunki
Irma Hirsjärvi, tutkija, Jyväskylän yliopisto, Nykykulttuurin tutkimuskeskus
Jouni Juutilainen, aluekehittämisjohtaja, Jyväskylän kaupunki
Ritva Nirkkonen, elinkeinojohtaja, Jykes Oy
Erkki Laatikainen, päätoimittaja, Keskiuomalainen
Raija Partanen, projektipäällikkö, Luova foorumi -hanke, Jyväskylän AMK

Oulu

Tanja Ronkainen, taiteellinen johtaja, Oulun Musiikkivideofestivaalit
Veli-Matti Yli-Hukka, festivaalituottaja, Oulun Musiikkivideofestivaalit
Risto Vuoria, kulttuurijohtaja, Oulun kaupunki
Sirkka Keränen, viestintäpäällikkö, Oulun kaupunki
Antti Leikas, toimitusjohtaja, PIC

Pori

Jyrki Kangas, taiteellinen johtaja, Pori Jazz
Birgit P. Jaakola, kotiseutuneuvos, kulttuuritoimenjohtaja, Porin kaupunki
Jari Isakkala, elinkeinojohtaja, Porin kaupunki
Martti Sinisalmi, johtaja, Porin yliopistokeskus
Pekka Turunen, maakuntajohtaja, Satakuntaliitto
Eva Salama, myyntijohtaja, Ilta-Sanomat

Tampere

Raija-Liisa Seilo, toiminnanjohtaja, Tampereen Teatterikesä
Johanna Heikkilä, markkinointipäällikkö, Tampereen kaupunki
Jari Seppälä, viestintäjohtaja, Tampereen kaupunki
Ilpo Hakala, hallintojohtaja, Tampereen Teatteri
Lasse Eskonen, apulaiskaupunginjohtaja, Tampereen kaupunki

Turku

Mikko Lohikoski, yhteysjohtaja, Turun kaupunki
Irina Niemimäki, tapahtumatuottaja, Keskiaikaiset markkinat
Salme Kotivuori, tutkija, historiallinen museo, Turun linna
Maija Palonheimo, tiedotuspäällikkö, Turun yliopisto
Jari Auramo, yrittäjä, Latomäen viinitila
Ari Kivimäki, projektipäällikkö, Kulttuurituotannon osaamiskeskus
(Kulturo)