

TAMPEREEN YLIOPISTO
Sosiologian ja sosiaalipsykologian laitos

AROHARJU, ANNIKA: Kasvihuoneviljely alan sisäisessä keskustelussa
Pro gradu –tutkielma, 96 s.
Sosiologia
Helmikuu 2003

Tässä tutkielmassa paneudutaan siihen, millä tavalla kasvihuoneviljelystä puhutaan puutarha-alalla. Lähtökohtana on ajatus, että jokaisen ammattialan sisällä käydään jatkuvasti keskustelua ja tehdään tulkintoja alan tilanteesta ja tulevaisuudesta. Näistä keskusteluista muodostuu alan sisäinen todellisuus, yhteisyyden alue, johon alalla toimivat kiinnittyvät. Minkälainen on kasvihuoneviljelyn yhteisyyden alue?

Kasvihuoneviljelijät ovat pienyrittäjiä. Työn alussa käydään läpi pienyrittäjyyden käsitteen monimerkityksellisyyttä. Pienen liikeyrityksen omistaminen yleensä on eri asia kuin dynaaminen ja innovatiivinen, liikeyritystä kasvattamaan pyrkivä yrittäjyys. Lisäksi todetaan, että pienyrittäjät itse suhtautuvat yrittäjyyteen eri tavalla kuin esimerkiksi valtiovalta: pienyrittäjille yrittäminen on arjesta selviytymistä, elämäntapa; valtiovallalle innovatiivinen yrittäjyys on ratkaisu taloudellisiin ongelmiin.

Tutkimusaineistoksi valitaan ammattilehden pääkirjoitukset. Lehti on julkinen tila, jossa asioita merkityksellistetään nimenomaan siitä näkökulmasta, että kyse on puutarha-alalle tärkeistä yhteisistä asioista, siksi yhteisyyden aluetta lähdetään etsimään lehdestä.

Tutkimuksen teon lähtökohtana on näkemys todellisuuden tulkinnallisuudesta: aineisto ei heijasta todellisuutta sinänsä vaan on itsekin tulkintaa. Tutkimuksen teko nähdään itsessäänkin tulkintana, tulkinnan tulkintana. Tulkinnan avuksi tarvitaan toisaalta teoriaa rakenteista, joiden varassa esitys muodostuu tulkittavaksi kokonaisuudeksi ja toisaalta teoriaa siitä, miten tuotettu kuvaus on saatu vakuuttavaksi.

Rakenteiden tulkinnan avuksi valitaan A. J. Greimasin aktanttimalli, jonka avulla pääkirjoitukset saadaan tiiviimpään muotoon ja niistä voidaan määrittää toimijoita sekä toimijoiden välisiä suhteita. Aktanttimalli mahdollistaa sen analysoimisen, määrittäykö tavoitteiden saavuttaminen toimijasta itsestään riippuvaksi vai ulkoisten ehtojen rajoittamaksi. Vakuuttavuutta analysoidaan Arja Jokisen määrittelemien retoristen keinojen avulla.

Tutkimuksessa todetaan, että puutarha-alan sisäisessä keskustelussa kasvihuoneviljelijöiden omat mahdollisuudet vaikuttaa tavoitteidensa toteutumiseen painottuvat enemmän kuin tavoitteiden saavuttamisen ulkoiset ehdot. Todetaan, että puhe, joka painottaa kasvihuoneviljelijöiden omia vaikutusmahdollisuuksia luo kasvihuoneviljelijöille toiminta-alttiutta, omien vaikutusmahdollisuuksien painottaminen alan sisäisessä todellisuudessa on tarkoituksenmukaista.

Todetaan, että tapa kuvata kasvihuoneviljelyn nykytilaa painottaa dynaamista ja innovatiivista yrittäjyyttä, valtiovallan puhettavan mukaisesti kasvihuoneviljelijältä edellytetään sellaista EU-jäsenyyden mukanaan tuomien kiristyneiden kilpailuolosuhteiden oloissa. Ne konkreettiset ratkaisut joita kiristyneeseen kilpailutilanteeseen tarjotaan - kotimaisuuteen kiinnittyminen ja sellaisen viljeleminen, mitä ei voi tuoda - kuitenkin painottavat enemmänkin arjessa selviytymään pyrkivää pienyrityksen hoitamista kuin innovatiivista ja yrityksen kasvattamiseen ja taloudellisiin voittoihin pyrkivää

KASVIHUONEVILJELY ALAN SISÄISESSÄ KESKUSTELUSSA

1. KASVIHUONEVILJELY TUTKIMUSKOHTEENA	2
1.1. Tarkastelun kohteeksi alan sisäinen keskustelu kasvihuoneviljelystä.....	2
1.2. Pienyrittäjyys – tarkennusta vaativa termi.....	3
1.3. Kasvihuoneviljely Suomessa.....	6
1.4. Ammattilehden pääkirjoitukset aineistona.....	9

OSA I: NÄKÖKULMA JA MENETELMÄ

2. SEMIOOTTISEN SOSIOLOGIAN NÄKÖKULMA	13
2.1. Rakenteiden teoria aineiston tulkitsemisen apuna.....	13
2.2. Retoriikan teoria – vakuuttavuuden tutkiminen.....	18
3. TULKINTAA ALOITTAMASSA: MENETELMÄ JA SEN KÄYTTÖ	23
3.1. Tulkinnan apuvälineet: aktanttimalli ja retoristen keinojen analysoiminen.....	23
3.2. Käytännön toteutus: analyysin vaiheet.....	26

OSA II: TULKINTAA TEKEMÄSSÄ

4. KASVIHUONEVILJELYN SUBJEKTI – VILJELIJÄ, TUOTTAJA JA YRITTÄJÄ	31
5. KASVIHUONEVILJELYN TAVOITTEET	35
5.1. Alan kannattavuus.....	36
5.2. Viljelijähinta.....	40
5.3. Asiakkaat.....	45
5.4. Käytännön viljely.....	48
5.5. Ulkomaat.....	51
5.6. Yhteenveto: tavoitteiden saavuttamisen ulkoiset ja viljelijöistä riippuvat ehdot.....	54
6. KASVIHUONEVILJELYN TAVOITTEIDEN SAAVUTTAMISEN EDISTÄJÄT	56
6.1. Alan kannattavuus.....	56
6.2. Viljelijähinta.....	59
6.3. Asiakkaat.....	63
6.4. Käytännön viljely.....	64
6.5. Ulkomaat.....	66
6.6. Yhteenveto: tavoitteiden saavuttamisen ulkoiset ja viljelijöistä riippuvat auttajat.....	68
7. KASVIHUONEVILJELYN TAVOITTEIDEN SAAVUTTAMISEN ESTÄJÄT	69
7.1. Alan kannattavuus.....	69
7.2. Viljelijähinta.....	72
7.3. Asiakkaat.....	74
7.4. Käytännön viljely.....	76
7.5. Ulkomaat.....	79
7.6. Yhteenveto: tavoitteiden saavuttamisen ulkoiset ja viljelijöistä riippuvat esteet.....	81

LOPUKSI

8. KASVIHUONEVILJELY ALAN SISÄISESSÄ KESKUSTELUSSA	84
8.1. Vaikutusmahdollisuuksista puhuminen on merkityksellistä.....	84
8.2. Pienyrittäjyden mallit keskustelussa kasvihuoneviljelystä.....	90

LÄHDELUETTELO

1. KASVIHUONEVILJELY TUTKIMUSKOHTENA

1.1. Tarkastelun kohteeksi alan sisäinen keskustelu kasvihuoneviljelystä

Suoritin puutarhurin ammattitutkinnon 1990-luvulla ja olen työskennellyt kasvihuoneviljelmillä. Kun aikanaan lähdin opiskelemaan puutarhuriksi, oli se minulle hyppy täysin tuntemattomaan: en ollut aikaisemmin ollut tekemissä alan kanssa. Tämä ei tarkoita, etteikö minulla olisi ollut vahvojakin mielikuvia siitä, mihin olin ryhtymässä. Ajattelin terapeutista toimimista kasvien parissa, stressittömyyttä ja elämää kaukana kilpailuyhteiskunnasta. Mielikuvissani saatoin jo nähdä, miten sitten valmiina puutarhurina asuisin jossain erämaassa, viljelin luomuyrttejä enkä olisi missään tekemisissä suuren maailman kanssa.

Tutustuminen puutarha-alaan toi minulle kuitenkin joitakin yllätyksiä.

Ensinnäkin, viljelijänä toimiminen ei ollut yhteiskunnasta ja maailmasta vetäytymistä. Päinvastoin, puutarha-ala suorastaan taisteli ollakseen osa yhteiskuntaa, Suomea ja Euroopan Unionia.

Toiseksi, puutarhakoulun käymällä ei oikeastaan oppinut, mitä viljelijänä oleminen on. Daniel Bertaux ja Isabelle Bertaux-Wiame (1981) kirjoittavat että pienleipomomistaja kasvaa työhönsä oppipoika-aikanaan, vuosia kestävän ruumiillisen oppimisprosessin kautta. ”On varsin helppoa oppia tekemään leipää”, he kirjoittavat ”mutta oppiakseen tekemään sitä nopeasti ja öisin, on käytävä läpi ruumiillinen muodonmuutos.” Keho oppii kovan työnteon rytmin vain vuosia kestävässä työnteon prosessissa (Bertaux ja Bertaux-Wiame 1981, 174-175.) Koulussa opin, miten eri kasveja viljellään, mutta kun menin töihin kasvihuoneviljelmälle, ymmärsin pian, että viljelijänä toimimisessa oli kyse nimenomaan erityisestä suhteesta työnteeseen.

Puutarha-alan sisäinen todellisuus oli jotain muuta kuin ulkopuolisena olin kuvitellut.

Tämän asian ymmärtäminen on pohjana nyt käsillä olevan työn tutkimuskysymykselle. Olen kiinnostunut siitä, miten kasvihuoneviljelystä puhutaan puutarha-alan sisäisessä todellisuudessa. Jokaisen ammattialan sisällä käydään varmasti jatkuvasti keskustelua ja kiistelyä siitä, millainen on alan asema yhteiskunnassa, minkälaisia ongelmia alalla on, millä tavoin ongelmat pitäisi ratkaista ja minkälainen ammatinharjoittaminen on toivottavaa ja alalle suotuisaa, minkälainen taas epätoivottavaa. Jokaisella ammattialalla on oma sisäinen todellisuus, yhteisyys, johon alalla toimivat kiinnittyvät. Minkälaisista keskusteluista rakentuu kasvihuoneviljelyn yhteisyyden alue?

Olen rajannut tutkimukseni koskemaan nimenomaan kasvihuoneviljelystä, sillä puutarha-ala on hyvin monisyinen: kasvihuoneviljely ja avomaaviljely poikkeavat toisistaan, taimitarhaviljely on edelleen oma, hieman poikkeava osa-alueensa, puhumattakaan viherrakentamisesta tai kukkakauppatoiminnoista, jotka myös luetaan puutarha-alaan. Puutarha-alan eri osa-alueilla ongelmat ovat erilaisia, ja siksi koko alaa koskevan keskustelun kartoittaminen olisi hankalaa.

Kasvihuoneviljelykään ei ole mikään yhtenäinen alue. Yksi tärkeä jako kulkee viljelysuuntauksessa: viljelläänkö vihanneksia vai koristekasveja, sillä viljelmät ovat usein, joskaan eivät aina, suuntautuneet vain toiseen näistä. Toinen tärkeä viljelmiä erotteleva asia on viljelmän koko: onko kyse pienestä, vain viljelijän itsensä työllistävästä yrityksestä vai suuresta tuotantolaitoksesta, jossa työskentelee paljon ihmisiä. Kasvihuoneviljelyn kenttä on siis hyvin moninainen. Lähden kuitenkin siitä, että on olemassa jonkinlainen yhteisyyden alue, johon kaikki kasvihuoneviljelijät kiinnittyvät, kukin omalla tavallaan.

1.2. Pienyrittäjyys – tarkennusta vaativa termi

Kasvihuoneviljelyn määrittämisen voi aloittaa toteamalla, että kasvihuoneviljelijät ovat pienyrittäjiä. Tämä ei kuitenkaan sano viljelijöistä vielä juuri mitään, sillä pienyrittäjyys on termi, joka pitää sisällään valtavan monimuotoisen kentän.

Sen, minkälainen yritys lasketaan pienyritykseksi, tarkka määrittäminen on vaikeaa – tuotantoalasta riippuu, minkä kokoinen yritys oikeastaan on pieni. Yrityksen koon

määräytyminen riippuu myös valitusta näkökulmasta: tarkastellaanko työntekijöiden määrää vai yrityksen markkinaosuutta. Määrittelyperuste onkin valittava tutkimuskysymyksen mukaan (Dale 1991, 44).

Pienyritykselle olennaisena piirteenä voi pitää ensinnäkin sitä, että yrityksen omistajina ja hoitajina toimivat samat ihmiset sen sijaan että yritystä hoitaisivat ammattilaiset osakkeenomistajien puolesta. Toiseksi pienyritys yleensä hallitsee vain pientä osaa markkinoista. Kolmas pienyritykseksi määrittymiselle olennainen piirre on se, että yritys itsenäinen, eli että joku toinen yritys ei omista sitä (Dale 1991, 44.)

Brittiläisessä tutkimuksessa on kiinnitetty huomiota siihen, että käsitteitä ”small business ownership” ja ”entrepreneurship” ei tulisi käyttää synonyymeinä (Dale 1991, Goss 1991). Näiden termien erotteleminen suomeksi on hankalaa. Käsitteen ”small business ownership” voisi ajatella viittaavan pienyrityksen omistamiseen ja hoitamiseen yleensä. ”Entrepreneurship” taas korostaa yrittäjyyttä innovatiivisuutena ja riskinottona. Keskeistä käsitteessä ”entrepreneurship” on dynaamisuus, muutoksen tuottaminen ja myös pyrkimys yrityksen markkinaosuuden tai työntekijämäärän kasvattamiseen.

Erottelu on oleellinen siksi, että kun politiikassa korostetaan pienyritysten taloudellista merkitystä, viitataan yleensä nimenomaan käsitteen ”entrepreneurship” alle sopiviin määreisiin, erityisesti innovaatioihin (Dale 1991, 44-45, 48.) Pienyrittäjyys on tullut merkitemään yleisesti luovuutta, innovaatiota ja riskinottoa (Goss 1991, 47). Ollenkaan kaikki pienyritykset eivät kuitenkaan sovi muutosta tuottavan, innovatiivisen yrittäjyyden käsitteen alle: joskus pienyritys voi toimia vuosia vanhan, hyväksi todetun tuotteen turvin pyrkimättä innovaatioihin. Suuri osa pienyrityksistä ei myöskään koskaan kasva tai edes pyri kasvamaan suuremmiksi (Dale 1991,48).

Uusien tuotteiden tai tuotantotapojen keksiminen on usein keino selviytyä, kun yritys joutuu taloudellisesti ahtaalle tai kilpailutilanne muuttuu. Yleensä nimenomaan pienyritykset joutuvat reagoimaan ensimmäisinä markkinoiden muutokseen (Dale 45-46.)

Pienyritys on tavallaan aina potentiaalinen innovaatioiden ja muutoksen tuottaja, mutta on täysin mahdollista, että yritys toimii pitkäänkin ilman minkäänlaisia muutoksia.

Suomessa ongelmaksi jää, että meillä käytössä oleva termi ”pienyrittäjyys” pitää sisällään termien ”small business ownership” ja ”entrepreneurship” merkityksiä niin yhteen

kietoutuneina, että kahta luontevaa termiä (vaikka tosin harkitsin käsitteitä ”pienimuotoinen liiketoiminta” ja ”yrittäjähenkisyys”) on vaikea löytää.

Selkeyttä asiaan tuo John Ritchien (1991) tekemä analyysi, jossa hän erottelee eri näkökulmia yrittäjyyteen, hän ehdottaa, että on olemassa useampia ”yrittäjyyden

Ritchien (1991) lähtökohtana on erotella neljä eri aktanttiasemaa, joista avautuu neljä erilaista näkökulmaa yrittäjyyteen. Aktantteina ovat **subjektit**, **epäilijät**, **analysoijat** ja **uskovat** (Ritchie 1991, 22-23.)

Subjektien kategoriaan sijoittuvat yrittäjät itse. He näkevät yrittäjyyden jokapäiväisenä työnä, ongelmatilanteiden ratkomisena ja arjessa pärjäämisena. Tätä näkökulmaa Ritchie nimittää *selviytymisen kulttuuriksi* (survivalism) (Ritchie 1991, 22-26.)

Uskoviin Ritchie lukee valtion ja poliittiset organisaatiot, jotka luonnehtivat yrittäjiä ’paremman huomisen’ tienraivaajiksi ja näkevät pienyrittäjyydessä tai yrittäjähenkisyudessa vastauksen taloudellisiin ongelmiin. Ritchie kutsuu tätä (revivalism) (Ritchie 1991, 22-26.)

Analysoijia ovat Ritchien mukaan yrittäjyyden tutkijat, ja heidän pyrkimyksensä tarkkaan (Ritchie 1991, 22-24).

Skeptikon aktanttiasemaan Ritchie sijoittaa ne, jotka epäilevät uskovien käsitystä yrittäjyydestä vastauksena ongelmiin, ja heidän kulttuurinsa on *vastakulttuuria* (Ritchie 1991, 22-25).

Ritchie korostaa, että hänen aktanttinsa ovat ideaalityyppejä, ja esittelee myös useita sekamuotoja (Ritchie 1991, 22, 25-27).

Ritchien mukaan oleellista on se, että eri kulttuurien painoarvo on erilainen: kulttuurit sijoittuvat sosiaalisessa tilassa eri tavoin, ja toiset ovat vaikutusvaltaisempia kuin toiset. Ritchie toteaa, että yrittämisen hyviä taloudellisia vaikutuksia korostava herännäiskulttuuri

on vaikutusvaltaisin, koska sen keskuksena ovat yhteiskunnan ylärakenteet (Ritchie 1991, 27-28.)

Pienyrittäjyyden tutkimisessa on siis oleellista ottaa huomioon käsitteen moniselitteisyys. Ensinnäkin siinä mielessä, että tuotannonalasta hyvinkin erikokoiset yritykset voivat määrittyä pienyrityksiksi. Toiseksi siinä mielessä, että pienyrittäjyydestä voidaan näkökulmasta riippuen puhua monella eri tavalla.

1.3. Kasvihuoneviljely Suomessa

Kurkusta ja tomaatista on tullut joka kodin ruokapöydän perustarvikkeita vasta 1900-luvun aikana. Puutarhaviljely sai alkunsa Etelä-Suomen suurten kaupunkien liepeillä, ja säilyi pitkään ylellisyystarviketuotantona.

Suomen ensimmäiset puutarhaviljelmät olivat luostareissa ja linnoissa. Turun seudun luostareissa ja Turun linnassa on viljelty puutarhakasveja 1200-luvun loppupuolelta alkaen. 1500-luvulla myös kartanoissa oli usein puutarha. Kartanoherrat olivat yleensä ruotsalaisia, ja he toivat puutarhaviljelyn mukanaan Ruotsista Suomeen. 1500-luvulla Suomeen tuli Hansakauppiaiden mukana tietoa Keski-Euroopan puutarhaviljelystä. 1600-luvulla kaupunkien virkamiehet ja porvarit harrastivat puutarhaviljelyä. Turkuun rakennettiin 1600-luvun puolivälissä Suomen ensimmäinen kasvihuone (Nummi 1997, 15-17).

1700-luvun lopulla puutarhaviljely oli edelleen keskittynyt kartanoihin. Puutarhaviljely yleistyi myös pappiloissa. Kaupunkien porvarit ja talonmistajat harrastivat puutarhaviljelyä, vuonna 1771 oli Turun kauppiaille ja kaupungin porvareilla lähes 40 puutarhaa. Kauppiat ja porvarit myös myivät puutarhatuotteitaan torilla. 1700-luvun lopulla ammattimaista puutarhaviljelyäkin oli jo jonkin verran: Turussa ja Helsingissä oli kauppapuutarhureita, joiden viljelmät olivat usein kaupungin vuokramailta (Nummi 1997, 21-27).

1800-luvulla puutarhaviljelyn kehitys oli nopeaa. Kysyntä kasvoi, ja kasvinjalostus lisäsi viljelylajikkeiden määrää. Puutarhaviljely ei kuitenkaan edelleenkään ollut levinnyt kansan keskuuteen. Kyse oli säätyläisten harrastuksesta, ja taloudellisesta kannattavuudesta

riippumattomat kartanopuutarhat olivatkin tyypillisiä 1800-luvun puutarhaviljelmiä. Ammattipuutarhurit olivat usein ruotsalaisia. Kauppapuutarhat olivat edelleen keskittyneet Turun ja Helsingin läheisyyteen. Kauppapuutarhojen tuotannon pääpaino oli koristekasveissa. 1860-luvulta lähtien kasvihuoneita alettiin rakentaa enemmän ja rakentamisen huippukausi ajoittui 1890-luvulle. Uudet kasvihuoneviljelmät syntyivät kaupunkien liepeille (Nummi 1997, 30-40).

1894-1895 eläin- ja kasvitieteellinen seura teki koko Suomea koskevan tutkimuksen viljelykasveista ja niiden viljelyn laajuudesta. Tulokset julkaisi professori Fredrik Elfving vuonna 1897 teoksessa *Anteckningar om kulturväxterna i Finland*. Tutkimuksessa kävi ilmi, että kaskiviljely oli vielä yleistä Itä-Suomessa ja Hämeessä. Puutarhaviljely oli rajoittunut herrasväen puutarhoihin ja suurten kaupunkien kauppapuutarhoihin. Etelä- ja Lounais-Suomessa myös tavallinen kansa harjoitti puutarhaviljelyä, mutta maan sisäosissa puutarhaviljely oli vierasta niin säätyläisille kuin maanviljelijöillekin (Nummi 1997, 87).

1900-luvun alussa puutarhaviljely alkoi lisääntyä kansan keskuudessa. Ainakin osittain asian selittää tiedotus, maamiesseura pyrki edistämään kotipuutarhaviljelyä, ja sen neuvojat kulkivat ympäri maata istuttamassa puutarhakasveja (Nummi 1997, 90).

1900-luvun alun kauppapuutarhat olivat etupäässä sekaviljelmiä, joilla viljeltiin sekä vihanneksia että koristekasveja. Viljelyn pääpaino oli kukissa. Koristekasvien menekki kasvoi, kun kaupunkiin perustettiin uusia kukkakauppoja (Nummi 1997, 89-90).

Aina toiseen maailmansotaan asti Suomen puutarhaviljelyn pääpaino oli koristekasveissa. 1920-luvulta alkaen vihannesviljely kuitenkin lisääntyi. 1920-luvulla syntyi pieniä kauppapuutarhoja, jotka olivat erikoistuneet vihanneksiin, mutta viljelivät myös kukkia. Joka tapauksessa vielä 1930-luvulla 80% Suomen kasvihuonepinta-alasta oli kukkaviljelyssä (Nummi 1997, 102-104).

Toinen maailmansota toi mukanaan puutarhaviljelyn tuotantosuunnan muutoksen. Sodan aikana puutarhaviljelyn tarkoitus oli tuottaa elintarvikkeita, eikä polttoainetta saanut käyttää kukkien viljelyyn. Vuonna 1945 enää 20%:lla kasvihuonepinta-alasta viljeltiin kukkia. Jo 50-luvun alussa Suomessa kuitenkin oli jo pelkkiin kukkiin erikoistuneita viljelmiä (Laurila 1995, 41; Nummi 1997, 104,111).

Sodan jälkeen Suomeen rakennettiin paljon pieniä kasvihuoneviljelmiä. Puutarhat olivat yleensä erikoistuneet vihanneksiin, osa siirtyi myöhemmin kukkaviljelyyn (Laurila 1995, 64; Nummi 1997, 111).

1960-luvulta lähtien puutarhaviljelmät ovat suurentuneet ja erikoistuneet (Nummi 1997, 117-118). Puutarhat viljelevät yleensä joko kukkia tai vihanneksia. Vihannesten, erityisesti kurkun ja tomaatin viljely on keskittynyt Pohjanmaalle ja Varsinais-Suomeen, koristekasviviljely on jakautunut tasaisemmin eri puolille maata.

Puutarhaviljelyn tuotteiden markkinointitapa muuttui 1900-luvulla. Koko vuosisadan alkupuolen ajan markkinointi tapahtui etupäässä suoramyyntinä puutarhalla tai torilla, joskus vientinä vähittäisliikkeisiin. 1970-luvulta lähtien tukkuliikkeiden merkitys alkoi kasvaa. Vähittäisliikkeet tulivat riippuvaisiksi tukkuliikkeistä tuontitavaran vuoksi. 80-luvulla jo suurin osa vihanneksista kulki tukun kautta. Tärkein markkinointikanava ovat keskusliikkeet, mutta on olemassa myös vihanneksiin erikoistuneita tukkuja, näistä tärkein on Helsingin Tukkutori. Puutarhatuotteiden markkinoinnissa yritettiin myös tehdä yhteistyötä perustamalla yhteismyyntijärjestöjä 1950-luvulta alkaen. Nämä eri puolille maata perustetut tuottajaliikkeet fuusioituivat 1960-luvulta lähtien., muodostaen lopulta Suomen Puutarhayrittäjät –nimisen järjestön. Valtakunnalliset yhteismarkkinointiyhtymät loppuivat kuitenkin Suomen Puutarhayrittäjien konkurssiin vuonna 1988 (Laurila 1995, 118-123.) Euroopan Unioniin liittymisen jälkeen yhteismarkkinointia varten muodostettujen tuottajaorganisaatioiden perustamiseen on ollut mahdollista saada EU:lta tukea (Lehtimäki 1994, 41). Kukkakaupat ovat 1980-luvulta lähtien saaneet kilpailijoita tavarataloista ja puutarhakeskuksista (Laurila 1995, 127).

Viimeisin muutos puutarha-alalla on Suomen liittyminen Euroopan Unioniin. EU-jäsenyys toi jonkin verran muutoksia viljelykasveihin, esimerkiksi neilikan viljely loppui Suomesta. Puutarhatuotteiden tuonti muista EU-maista on helpottunut. Puutarhaviljelyn harjoittamisesta ja tuotteiden laadusta on myös annettu uusia, koko EU:ta koskevia määräyksiä, ja puutarhaviljelyä on alettu avustaa uusilla tuilla.

Suomen kasvihuoneviljelylle on ominaista yritysten pieni koko: vuonna 1990 Hollannissa viljelmien keskikoko (kokonaisviljelypinta-ala jaettuna viljelmien määrällä) oli 6656 m², Tanskassa 6335 m² ja Ruotsissa 2222 m², kun keskikoko Suomassa samana vuonna oli 1442 m² (Lehtimäki 1993, 15).

1990-luvun aikana kasvihuoneviljelmien koko on Suomessakin kasvanut, ja viljelmien määrä on vähentynyt. Vuonna 1990 kasvihuoneviljelmiä oli 3359, vuonna 2000 enää 2699. Vuonna 1990 viljelmien keskikoko oli 1442 m², vuonna 2000 se oli 1811 m². Vuonna 1990 53 % oli kooltaan alle 1000 m², vuonna 2000 alle 1000 m²:n viljelmiä oli 39% kaikista kasvihuoneviljelmistä (Puutarhayritysrekisteri 2000).

1.4. Ammattilehden pääkirjoitukset aineistona

Pertti Alasuutari (1996) sanoo, että ammattilehdissä yksilöille tarjotaan identiteettien rakennuspuita, niissä ehdotetaan tapoja nähdä ammattikunnan rooli ja merkitys suhteessa koko kansakuntaan (Alasuutari 1996, 34). Katsonkin, myös puutarha-alan yhteisyyden aluetta on perusteltua lähteä etsimään alan ammattilehdestä. Lehti on julkinen tila, jossa asioita merkityksellistetään nimenomaan siitä lähtökohdasta, että kyse on puutarha-alan ammattilaisille tärkeistä asioista, asiat nähdään puutarha-alan ammattilaisten yhteisinä asioina. Tämä selittää myös sitä, miksi en ole lähtenyt suoraan haastattelemaan kasvihuoneviljelijöitä, joka ehkä tuntuisi luontevimmalta vaihtoehdolta. Ottamalla tarkasteluni kohteeksi ammattilehden toivon voivani dokumentoida kasvihuoneviljelijöiden yhteisyyden aluetta, alan ”virallista” tai yhteistä mallia sille, mitä kasvihuoneviljely on.

Puutarha-alan ammattilehti on nimeltään Puutarha & kauppa. Lehti on tarkoitettu kaikille puutarha-alan ammattilaisille ja sen tarkoitus on toimia puutarha-alan uutis- ja ammattilehtenä sekä alan sisäisenä tiedotusvälineenä (Puutarha & kauppa -lehden kotisivut: www.puutarhaliitto.fi/puutkaup.html). Lehden levikki on Kauppapuutarhaliiton kotisivujen (www.yrittajat.fi/sy/home.nsf/pages/Suomen+Yrittajat kohta toimialajärjestöt, Kauppapuutarhaliitto. Täydellinen URL, kts. lähdeluettelo) mukaan 5 628 ja sitä julkaisevat Kauppapuutarhaliitto ja Puutarhaliitto. Kauppapuutarhaliitto on kasvihuonetuotannon ja -yritysten valtakunnallinen toimialajärjestö ja Puutarhaliitto on puutarha-alan keskusjärjestö. Kauppapuutarhaliiton toiminnassa painottuu kasvihuonetuotannon etujen ajaminen: ”Liiton tehtävänä on tuoda yrittäjien edut ja näkemykset esille alaa koskevassa päätöksenteossa ja huolehtia alan toimintaedellytyksistä ja kehittymisestä” (Kauppapuutarhaliiton kotisivut). Ennen kuin Suomi liittyi Euroopan Unioniin, Kauppapuutarhaliiton tavoitteena oli saada aikaan ja säilyttää riittävä tuontisuoja Suomessa viljeltäville kasvihuonetuotteille (Laurila 1995,

159). Puutarhaliittoon kuuluvat muut puutarha-alan liitot (myös Kauppapuutarhaliitto on Puutarhaliiton jäsen) ja sen toiminnassa painottuu tiedotus. Toiminnan tavoitteeksi määritellään ensinnäkin kotimaisen puutarhaelinkeinojen toimintaedellytysten parantaminen. Keinona painotetaan uusimman tiedon välittämistä asiantuntijapalveluiden, ammattijulkaisuiden, projektitutkimusten, tiedotuksen ja koulutuksen avulla. Toiseksi Puutarhaliiton tavoitteeksi määritellään suomalaisten viihtyvyyden ja hyvinvoinnin lisääminen puutarha- ja vihertuotannon keinoin (Puutarhaliiton kotisivut: www.puutarhaliitto.fi/plesitte.html.) Puutarhaliiton toiminta on siis suuntautunut hyödyttämään paitsi alan ammattilaisia myös puutarhaharrastajia.

Olen valinnut luettavakseni vuoden 2000 lehtien pääkirjoituksista ne, joissa käsitellään kasvihuoneviljelyä. Tällaisella rajauksella aineistoni kooksi on tullut 26 pääkirjoitusta. Jo edellä olen perustellut tarkastelun rajoittamisen vain kasvihuoneviljelyyn. Mutta miksi vain pääkirjoitukset? Ensimmäinen perusteluni on tutkimustekninen: Jos olisin ottanut luettavakseni kyseisen vuoden lehdistä kaikki kasvihuoneviljelyä koskevat jutut, olisin kyllä saanut monipuolisen aineiston, mutta aineiston analyysi olisi voinut juuri aineiston paljouden ja moniulotteisuuden vuoksi jäädä hajanaiseksi ja ohueksi. Mutta edelleen: miksi sitten juuri pääkirjoitukset? Pertti Alasuutari (1996) on perustellut pääkirjoituksia aineistona sillä, että niissä keskitytään lähes yksinomaan joltain kysymystä tai kiistaa koskeviin arvonäkökohtiin samalla kun tekstimäärä jää suppeaksi: kuvaileminen ja muu tietojen esittäminen on jätetty minimiinsä tai palvelee vain argumentin esittämistä (Alasuutari 1996, 29.)

Omasta aineistostani sanoisin lisäksi, että pääkirjoituksissa käsitellään kasvihuoneviljelijänä toimimisen sosiologisesti mielenkiintoisimpia puolia: kyseisen elinkeinon harjoittamisen arvoa, elinkeinonharjoittajien suhteita toisiinsa ja kyseessä olevaan elinkeinoon sekä ympäröivään yhteiskuntaan ja ”meidän” ja ”muiden” välille tehtäviä rajoituksia. Lehden sisältämät hyvin tietopohjaiset artikkelit käsittelevät pitkälti esimerkiksi viljelytekniisiä asioita. Mielestäni pääkirjoitukset mahdollistavat kiinnostavan analyysin, mutta täytyy tietenkin muistaa, että niiden pohjalta tehty tulkinta on vain yksi mahdollinen. Jos olisin valinnut analysoitaviksi kaikki vuoden 2000 kasvihuoneviljelyä koskevat artikkelit ja käyttänyt toisenlaista analyysimenetelmää, esittelisin nyt aivan toisenlaisen tulkinnan.

Ja miksi sitten vain vuoden 2000 lehdet? Kyseisten lehtien oli aluksi tarkoitus muodostaa vain osa aineistosta, aikomukseni oli ottaa analysoitavaksi myös vuoden 1990 lehtien kasvihuoneviljelyä koskevat pääkirjoitukset. Kun sitten tein ensin analyysin vuoden 2000 pääkirjoituksista, totesin, että vuoden 1990 pääkirjoitusten mukaan ottaminen ja analysoiminen valitsemallani tavalla olisi tehnyt aineistosta ja vaadittavasta työmäärästä pro gradu –tutkielman mittapuussa liian laajan.

OSA I: NÄKÖKULMA JA MENETELMÄ

2. SEMIOOTTISEN SOSIOLOGIAN NÄKÖKULMA

2.1. Rakenteiden teoria aineiston tulkitsemisen apuna

Aineistoa lähestytään aina tiettyjen esioletusten varassa. Käsitteet todellisuuden luonteesta ohjaavat analyysiä. Oma tutkimustani suuntaava taustateoria on semioottisen sosiologian näkökulma. Pekka Sulkusen (1997) mukaan semioottisessa sosiologiassa on kyse todellisuuden ymmärrettävyyttä ja sen sosiaalista tuottamista koskevasta metateoriasta, ei analyysimenetelmästä. Huomion suuntaaminen todellisuuden ymmärrettävyyteen ja sen sosiaaliseen tuottamiseen painottaa sitä, että asioille annetut merkitykset ovat harvoin ennalta tiedettyjä ja yksiselitteisiä. Yhteiskunnallisille ilmiöille ja ihmisten kokemuksille annetut merkitykset eivät myöskään aina ole samoja. Merkitykset tuotetaan tilanteisesti ja niitä tulkitaan tilanteisesti (Sulkunen 1997, 16-17.)

Semioottisen sosiologian metodina on tulkinta. Tämä tulkinta kohdistuu yleensä – kuten myös omassa tapauksessani – käyttäytymisen ja kokemuksen kielellisiin esityksiin. Tällaiset esitykset, esimerkiksi haastattelut, kulttuurituotteet tai joukkotiedotus ovat monitulkintaisia ja myös tuloksia tulkinnasta. Semioottisessa sosiologiassa onkin kyse myös siitä, että huomioidaan se, että analyysissä käytetty tapa jäsentää todellisuutta ei ole yhtään enemmän itsestään selvä kuin muut tavat. Kiinnostava tulkinnan kohde voi olla nimenomaan se, mitä muissa tavoissa on pidetty itsestään selvänä (Sulkunen 1997, 16-17.)

Aineistonani ovat siis Puutarhaliiton ja Kauppapuutarhaliiton julkaiseman puutarha-alan ammattilehden, Puutarha & kaupan, pääkirjoitukset. Tulkintani lähtökohtana on pidettävä sitä, että aineistoni on jo itsessään todellisuuden luonteesta tehdyn tulkinnan tulos. Se, että teen tulkinnan tulkintaa asettaa kehykset sille, mitä voin aineistoni pohjalta sanoa. Tällaisen näkökulmaan sidotun ja todellisuutta arvottavan aineiston tutkimuksessa on oleellista sen pohtiminen, kuka on merkityksenannon subjekti ja kenen merkityksistä loppujen lopuksi on kyse (Sulkunen 1997, 27, 34).

Merkityksenannon subjektin pohtimisen voi aloittaa aineistoni luonteesta. Aineistonani oleva lehti on puutarha-alan etujärjestöjen julkaisema, ja lehden nimeen liittyy kansilehdessä oleva tarkennus: ”puutarha-alan uutis- ja ammattilehti.” Kyse on pitkälle

Mielestäni voi sanoa, että aineistoni dokumentoi puutarha-alan sisäistä todellisuutta. Sanoisin siis, että merkityksenannon subjektina voi pitää puutarha-alaa, mutta tietyin varauksin. Varauksin siksi, että puutarha-alalla ja kasvihuoneviljelijöinä toimivien kenttä on hyvin hajanainen.

Kasvihuoneviljelijöiden kentän hajanaisuutta kuvaa Lena M. Levanderin (1998) tutkimus, jossa hän on selvittänyt kasvihuoneviljelijöiden tietokäsitystä haastattelemalla kasvihuoneviljelijöitä. Haastatteluissa hän havaitsi kasvihuoneviljelijöiden suhtautuvan yrittäjyyteensä hyvin eri tavoin ja asettavan itselleen erilaisia päämääriä. Toiminnan painopiste saattoi olla riskinotossa tai varman päälle pelaamisessa, kasvien kasvattamisessa tai tuotteiden markkinoinnissa, rutiinien mukaisessa viljelyssä tai kokeiluissa, yrityksen siirtämisessä seuraaville sukupolville tai tämän hetken voitontavoittelussa, verkostoitumisessa tai itsenäisyydessä (Levander 1998, 69-70, 101.) Uskoisin, että sitoutuminen kasvihuoneviljelyyn toimialan laajuisena kokonaisuutena on myös vaihtelevaa. Siksi onkin ehkä parempi sanoa, että siinä määrin kuin puutarha-alalla ja nimenomaan kasvihuoneviljelijöinä toimivilla on yhteistä todellisuutta, aineistoni dokumentoi sitä, ja siinä määrin kuin puutarha-alaa voi pitää yhtenäisenä subjektina sen voi asettaa merkityksenannon subjektiksi.

Pääkirjoituksissa, kuten missä tahansa kielellisessä – ei välttämättä kirjallisessa – esityksessä sosiaalinen todellisuus pukeutuu muotoon, josta on mahdollista tehdä tulkintoja. Semioottisen sosiologian näkökulmasta on itse asiassa niin, että todellisuudesta on mahdollista tehdä tulkintoja vain, jos se on pukeutunut johonkin kielelliseen muotoon, koska vain kielessä voidaan tarkoittaa jollakin jotain. Tällöin joudumme lopulta vastakkain

todellisuuden ymmärrettävyyden rajojen kanssa, sillä kielelliseen muotoon puettu esitys sosiaalisesta todellisuudesta ei koskaan voi sisältää koko sosiaalista todellisuutta. Päinvastoin, kielellinen esitys sosiaalisesta todellisuudesta on aina valintojen tulos: jotain on otettu mukaan, jotain jätetty pois. Se, millainen kuva sosiaalisesta todellisuudesta syntyy, riippuu kuvan tekijän näkökulmasta. Kuvaukset sosiaalisesta todellisuudesta ovat aina ”hermeneuttisen rajauksen” tulosta (Sulkunen 1997, 28.) Tämän täytyy olla lähtökohtana aineistoa tulkittaessa. Tulkitsemisen avuksi tarvitaan teoriaa rakenteista, joiden varassa todellisuus dokumentoituu tulkittavissa oleviksi teksteiksi (Sulkunen 1997, 35).

Tulkittavaa aineistoa voi lähestyä kahdesta suunnasta: analyysi voi kohdistua joko lausuman tai enonsiaation ulottuvuuteen. Lausuman ulottuvuudella analyysi kohdistuu siihen, minkälaisia konstruktioita puhuvat äänet tuottavat todellisuudesta. Kyse on siitä, mitä maailmasta sanotaan, miten se on jäsennetty rakenteiksi, miten se osien suhde on määritelty ja millaista toimintaa siinä kuvataan. Enonsiaation ulottuvuudella mielenkiinto kohdistuu siihen, millaisesta näkökulmasta todellisuuskonstruktioita ja arvoja siirretään yleisölle ja millaisia puhuja- ja yleisökuvia aineistosta löytyy, eli kommunikaatorakenteisiin (Sulkunen ja Törrönen 1997b, 100, 107.)

Tämä erottelu lausuman sisällön ja lausumisen tapahtumasta siihen jäävien jälkien välillä on tehty kirjallisuudessa, sosiosemiotiikassa ja kielitieteessä monin eri tavoin, jotka kuitenkin käsitteellisesti ovat lähellä toisiaan (Sulkunen 1997, 43.) Kirjallisuuden tutkimuksessa tähän aihepiiriin liittyvää tutkimussuuntausta on nimitetty narratologiaksi. Nimityksen antoi Tzvetan Todorov, joka katsoi että kirjallinen teksti muodostuu kahdesta ainesosasta, tarinasta ja diskurssista, joista tarina edustaa sitä, mitä kerrotaan ja diskurssi kertomisen tapaa. Narratologiassa on yleensä painotettu joko tarinan tai diskurssin funktiota merkityksen rakentumisessa (Sulkunen ja Törrönen 1997b, 99-100.)

Pekka Sulkunen ja Jukka Törrönen (1997b, 100) ovat kuitenkin sitä mieltä, että molemmat ulottuvuudet vaikuttavat merkityksen rakentumiseen. Erottelu enonsiaation ja lausuman ulottuvuuteen on analyyttinen ja tutkimusstrateginen. Se, kummasta näkökulmasta aineistoa on kiinnostavampaa tarkastella, riippuu tutkimusongelmasta. Joko enonsiaation tai lausuman ulottuvuuden valitseminen mahdollistaa erityyppisten kysymysten esittämisen aineistolle: lausuman näkökulmasta voi kysyä, millä tavalla aineistossa jäsennetään

sosiaalinen todellisuus, enonsiaation näkökulma taas mahdollistaa sen kysymisen, millä tavalla aineisto esittää esittäjänsä ja yleisönsä (Sulkunen 1997, 43.) Itse olen valinnut lähestymistavakseni lausuman ulottuvuuden. Haluan tietää, millaisia tulkintoja puutarhajärjestöjen lehdessä on tehty kotimaisen kasvihuoneviljelyviljelyn tilasta. Tähän kysymykseen löytyy mielestäni vastaus lausuman ulottuvuudelta, jossa tutkitaan sitä esitystä, joka sosiaalisesta maailmasta annetaan.

Sosiaalisesta todellisuudesta ei voi tuottaa kielellistä kuvausta lataamatta tähän kuvaukseen arvoja. Sitä, miten arvoja tuotetaan sosiaalisen todellisuuden kuvauksiin, voi analysoida modaalisuuden käsitteen avulla. Modaalisuutta voi tarkastella sekä enonsiaation että lausuman ulottuvuudella. Enonsiaation tasolla modaalisuus tarkoittaa puhujan arviota lausumansa todenperäisyydestä, siis puhujan suhdetta lausumansa sisältöön. Kriittisen lingvistiikan ja sosiosemiotikan piirissä modaalisuudella tarkoitetaan nimenomaan tätä enonsiatiivista modaalisuutta (Sulkunen ja Törrönen 1997a, 81, 87.)

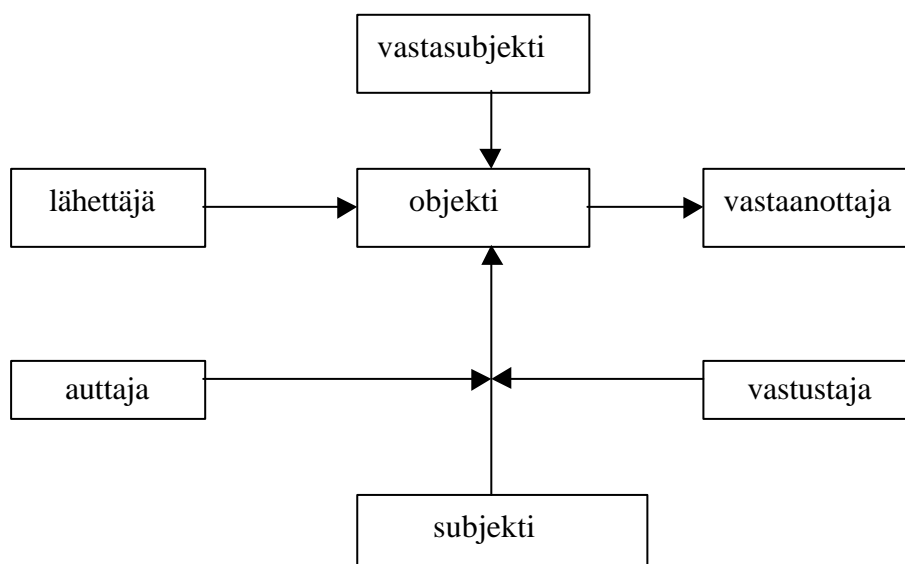
Pekka Sulkunen ja Jukka Törrönen (1997a, 82-83) katsovat kuitenkin, että modaalisuutta voi analysoida myös lausuman ulottuvuudella. Tällöin modaalisuus määrittelee tuotetun kuvauksen toimijoiden välisiä suhteita, ja sitä kutsutaan pragmaattiseksi modaalisuudeksi. Pragmaattisen modaalisuuden lajeja ovat esimerkiksi tahtominen, täytyminen, osaaminen ja kykeneminen johdannaisineen.

Pragmaattista modaalisuutta voi eritellä edelleen kahdella tavalla. Ensinnäkin pragmaattista modaalisuutta voi jäsentää sen mukaan, onko modaalinen ominaisuus tekijään itseensä viittaava eli endotaktinen (esimerkiksi osaaminen) vai jonkin ulkopuolisen toimijan antama tai aikaansaama eli eksotaktinen (esimerkiksi kykeneminen). Tämä erottelu tekee eron itsenäisen ja ulkoisten ehtojen ohjaaman toiminnan välille. Toiseksi pragmaattista modaalisuutta voi eritellä analysoimalla sitä, mikä on halun kohde. Tahtominen voi kohdistua joko tekemiseen tai olotilaan. Modalisoinnin kohteena voi siis olla joko asiantilojen muuttamiseen tähtäävä toiminta tai arvo-objekti sinänsä (Sulkunen ja Törrönen 1997a, 83, 88-90.) Eronteon toiminnan ja kohteen välillä voi ymmärtää tahdon ja halun välisenä erona siten että halu on suuntautunut tiettyyn kohteeseen ja tahtominen kohdistuu toimintaan (Korhonen ja Oksanen 1997, 64). Tämä jäsenitys erottaa toisistaan kaksi toiminnan merkityksellistämisen tapaa samaan tapaan kuin instrumentaalisen ja ekspressiivisen toiminnan erottelu tekee (Sulkunen ja Törrönen 1997a, 90.)

Edellä todettiin, että pragmaattinen modaalisuus määrittelee kuvauksen *toimijoiden* välisiä suhteita. Kun modaalisuutta analysoidaan toimijoiden välisinä suhteina, kysymys on valinnasta, sillä modaalisia suhteita esiintyy myös luokituksissa. Modaalisuuden jäsentäminen toimijoiden välisinä suhteina osoittaa miten arvot, joita modaalisuus määrittää, ovat subjektien ja objektien välisiä motivoituja suhteita. Toiminnan arvo määrittyy toimijoiden välisten suhteiden kautta. Modaalisuutta toimijoiden välisinä suhteina voi tarkastella semiootikko A. J. Greimasin luoman aktanttimallin avulla (Sulkunen ja Törrönen 1997a, 76-77)

Aktanttimallin ydin on subjektin ja objektin välinen suhde (Korhonen ja Oksanen 1997, 57). Objekti on subjektin halun kohde (Greimas 1980, 201). Muut toimijat ryhmittyvät subjektin ja objektin ympärille osallistuen subjektin ja objektin välisen arvosuhteen ja sitä kautta subjektin toiminnan arvon määrittelyyn (Korhonen ja Oksanen 1997, 57; Sulkunen ja Törrönen 1997a, 76). Muita toimijoita ovat lähettäjä, auttaja, vastustaja ja vastaanottaja (Greimas 1980, 202-205). Lisäksi mallissa esiintyy välillä vastasubjekti (Korhonen ja Oksanen 1997, 57). Lähettäjä motivoi subjektin tavoittelemaan objektia ja vastaanottaja arvioi toiminnan onnistumista ja palkitsee tai rankaisee osallisia toiminnan onnistuneisuuden mukaan. Auttaja tukee subjektia, vastustaja ja vastasubjekti taas yrittävät estää toiminnan onnistumista (Korhonen ja Oksanen 1997, 57.) Auttaja ja vastustaja ovat subjektin toimintatahdon ja kuviteltujen vastusten heijastumia: auttaja ja vastustaja saavat määreensä sen mukaan, missä suhteessa ne ovat subjektin haluun (Greimas 1980, 205.)

Kuvio 1. Aktanttimalli



Nämä teoreettiset apuvälineet, rakenteet, joiden varassa todellisuuden voi ajatella muotoutuvan tulkittavaan asuun, helpottavat jäsenysten tekemistä ja sen ymmärtämistä, miten kuvaukseen latautuu arvoja.

2.2. Retoriikan teoria – vakuuttavuuden tutkiminen

Edellä sanoin, että aineiston tulkinnan avuksi tarvitaan teoriaa rakenteista, joiden varassa teksti rakentuu tulkittaviksi kokonaisuuksiksi. Kielellisen esityksen eri ulottuvuuksien, toimijoiden saamien aktanttiasemien ja aktanttien välisten suhteiden erittelyn kautta on mahdollista tulkita sitä, minkälaisen kuvauksen aineistona oleva teksti tai muu kielellinen esitys on tuottanut tarkastelunsa kohteesta, minun tapauksessani kasvihuoneviljelystä. Tulkinnan lähtökohtana on se, että näiden rakenteiden varaan rakentunut kuvaus on valikoinnin, kirjoittajan näkökulmasta riippuvan hermeneuttisen rajauksen tulos.

Tuottaessaan kuvauksen sosiaalisesta todellisuudesta esityksen laatija pyrkii siihen, että hänen laatimansa kuvaus olisi johdonmukainen ja uskottava ja myös palvelisi hänen tarkoitusperiään, saisi vastaanottajat sitoutumaan hänen näkökulmansa kannalle. Esityksen laatija pyrkii tavallaan hävittämään valikoinnin jäljet, hän pyrkii siihen, että hänen kuvauksensa vaikuttaisi kuvaukselta todellisuudesta sinänsä, tai ainakin todellisuuden hyväksyttävimmältä versiolta. Kyse on osittain kuvauksen laatimisen edellytyksestä, osittain kuvauksen laatijan tarkoitushakuisesta toiminnasta. Tämän vuoksi aineiston tulkinnan avuksi tarvitaan myös teoriaa siitä, miten kuvauksesta saadaan uskottava, hyväksyttävä ja muita vaihtoehtoja poissulkeva. Näihin kysymyksiin antaa vastauksia retoriikan analyysi.

Retorisessa analyysissä merkitysten tuottamisen kielellisiä prosesseja tarkastellaan siitä näkökulmasta, kuinka jotkut todellisuuden versiot pyritään saamaan vakuuttaviksi ja kannatettaviksi, ja kuinka kuulijat saadaan sitoutumaan niihin. Retoriikan analyysin tekijälle todellisuus näyttäytyy luonteeltaan tulkinnallisena: asian ”todelliseen” olemukseen ei ole pääsyä, vain sen argumentointia voi tarkastella (Jokinen 1999, 126-127.)

Retoriikan analyysin lähtökohtana oleva näkemys siitä, mitä voidaan tietää vaikuttaa myös siihen, mitä retoriikan analyysin avulla sanotaan. Retorisen analyysin avulla *ei* pyritä

tekemään päätelmiä puhujan tai kirjoittajan asenteista kyseisen henkilön sisäisenä tilana, jonka kieli heijastaisi ulos sellaisenaan. Huomio kohdistetaan *asemoitumiseen*, siihen, minkälaisen position tekstin tuottaja julkisessa keskustelussa ottaa. Puhuja muotoilee argumenttinsa osaksi käynnissä olevaa keskustelua, hän suhteuttaa itsensä siihen, mitä muut ovat sanoneet. Kyse on sisäisen tilan sijaan sosiaalisesta toiminnasta. On muistettava, että tämä toiminta tapahtuu aina jossakin tietyssä ympäristössä, ja esitettyjen argumenttien merkitys rakentuu aina siinä kontekstissa, jossa ne on lausuttu (Jokinen 1999, 126-128.)

Retorinen argumentaatio on vain osittain harkinnanvaraista. Osittain se on tiedostamatonta, ”kulttuurisen kieliopin sanelemaa”. On olemassa kommunikaatiotilanteita, joiden pääasiallisena tavoitteena on taivuttelemine, mutta suostuttelevia piirteitä esiintyy kaikessa kommunikaatiossa. Retoriikka on, paitsi tietoista taktikointia, myös yksi kaikkeen kommunikaatioon kuuluva ainesosa (Jokinen 1999, 126-128.)

Retorinen analyysi mahdollistaa sen tutkimisen, miten erilaisia tapahtumia normalisoidaan ja oikeutetaan ja vastaavasti, miten joistain asioista rakennetaan epänormaaleja tai

Väitteen uskottavuus rakentuu kahdesta ulottuvuudesta: uskottavuus vaatii perusteet uskomiselle itse ”asiaan”, mutta myös uskomiselle asian esittäjään, ja nimenomaan siinä yhteydessä, jossa asia esitetään (Summa 1995, 74). Nämä kaksi ulottuvuutta vastaavat lausuman ja enonsiaation ulottuvuuksien välille tehtyä eroa. Kuvauksen uskottavuus rakennetaan lausuman ulottuvuudella, uskottavuus asian esittäjään, puhujakuva, rakennetaan enonsiaation ulottuvuudella. Koska olen valinnut analyysini kohteeksi lausuman ulottuvuuden, keskityn siihen, miten kuvauksen uskottavuus on tuotettu.

Todellisuudesta tuotettuun kielelliseen kuvaukseen latautuu arvoja. Toimijoiden väliset suhteet, joita voi analysoida pragmaattisen modaalisuuden käsitteen avulla, tuottavat kuvaukseen arvoja. Belgialainen filosofian professori Chaim Perelman (1912-1984) on määritellyt uuden retoriikan praktisen päättelyn tutkimukseksi. Hänen tavoitteenaan on teoria siitä, miten arvopäätelmien uskottavuus rakennetaan vakuuttavan kielenkäytön avulla (Perelman Summan mukaan 1998, 64.)

Perelmanin lähtökohtana on se, että muodollinen logiikka on riittämätön väline päätelmien järjellisyden arvioimiselle (Perelman Summan mukaan 1995, 76). Logiikka ei anna vastausta siihen, miten voidaan päätyä hyväksyttävään päätelmään arvoarvostelmasta. Perelmanin mukaan yhteisymmärrys arvoista syntyy argumentoinnin, eli väitteiden, vastaväitteiden ja niiden perustelemisen kautta. Jos halutaan arvioida arvoarvostelman järjellisyttä, on tutkittava, miten sitä puoltavia tai vastustavia kantoja perustellaan ja miten niiden uskottavuus syntyy (Perelman Summan mukaan 1998, 63-64.)

Tämä Perelmanin tapa tarkastella retoriikkaa argumentaationa irrottaa retoriikan siitä kaunopuheisuuden merkityksestä, joka sille usein modernissa kielenkäytössä annetaan. Retoriikanhan ajatellaan usein olevan sinänsä valmiin asian päälle lisättyä koristelua, korulauseita 'painavan puheen' välissä. Perelmanin näkökulma kyseenalaistaa sen vastakkainasettelun, jossa retoriikka nähdään kielenkäytön ulkoisena muotona ja sisällön vastakohtana. Muodosta ja sisällöstä tulee toisiinsa kietoutuneita päättelyn ja vakuuttamisen elementtejä (Perelman Summan mukaan 1998, 64-65.)

Perelman asettaa vastakkain logiikan hyväksymän demonstratiivisen päättelyn ja argumentoinnin, jota käytetään, kun on kysymys epävarmoista asioista ja arvoihin liittyvistä kysymyksistä. Demonstraatio on varmoiksi todetuista (aksiomaattisista) lähtökohdista alkavaa ja ennalta lukkoon lyötyjen päättelysääntöjen kautta etenevää väitteiden todeksi osoittamista, jossa on mahdollista sääntöjä noudattamalla päätyä varmasti oikeaan lopputulokseen. Argumentaatioissa liikutaan ”todennäköisyyksien maailmassa” pyrkien lisäämään tai vähentämään jonkin väitteen uskottavuutta. Argumentaatioissa sekä lähtökohdat että päättelysäännöt voivat olla jatkuvasti kiistanalaisia. Demonstraation avulla jokin väite voidaan todistaa oikeaksi riippumatta siitä, onko kukaan valmis hyväksymään sitä. Argumentaatio puolestaan tähtää järjellisen päättelyn kautta tapahtuvaan ”ajatusten yhtymiseen” ja sitoutumiseen tiettyyn väitteeseen tai ehdotukseen. Ratkaiseva ero argumentoinnin ja loogisen päättelyn tai demonstraation ratkaiseva ero on yleisölähtöisyydessä: argumentoinnin tavoitteena on saavuttaa joko määritellyn tai määrittelemättömän yleisön hyväksyntä (Perelman Summan mukaan 1998, 65-66; Perelman Summan mukaan 1995, 76-77.)

Perelmanin mukaan retorille argumentaatiolle on siis olennaista, että sen lähtökohdat ja kulku määrittyvät kohteena olevan yleisön kautta (Perelman Summan mukaan 1995, 77).

Argumentointi on osoitteellista, siihen liittyy aina jonkinasteinen tietoisuus yleisöstä. Perelmanille yleisön kaksi päätyyppiä ovat universaaliyleisö ja erityisyleisö. Universaaliyleisö on määrittelemätön, siihen voi kuulua kuka tahansa arvostelukykyinen ihminen. Erityisyleisö on universaaliyleisön vastakohta. Erityisyleisön koostumus tiedetään ennakolta, ja sen erityisiin odotuksiin ja intresseihin on näin ollen mahdollista vedota (Perelman Summan mukaan 1998, 67.) Jos argumentoinnissa pyritään universaalien yleisön vakuuttamiseen, vedotaan argumenteissa sellaisiin perusteisiin, joita kyseisessä kulttuurissa yleisesti pidetään tosina ja hyväksytyinä. Tämän vuoksi universaaliyleisö on Perelmanille argumentoinnin rationaalisuuden tae: universaaliyleisölle kohdistetussa argumentoinnissa vedotaan totena ja hyvänä pidettyyn eikä erityisiin intresseihin. Päätelmien pätevyyttä siis heikentää se, että niissä vedotaan jonkin erityisryhmän etuihin ja arvoihin (Perelman Summan mukaan 1995, 78). Tämä on kannaltani ongelmallista, koska Puutarha & kauppa –lehti on kiistatta suunnattu erityisyleisölle.

Universaaliyleisön käsite on kuitenkin yksi Perelmanin argumentaatioteorian kritisoiduimmista piirteistä. Käsitettä on pidetty epämääräisenä ja epäkäytännöllisenä hyvän argumentoinnin kannalta. Perelman pyrki universaaliyleisön käsitteen avulla ratkaisemaan filosofisen ongelman arvopäätelmien järjellisistä perusteista (Summa 1995, 78). Universaaliyleisöön vetoaminen edellyttää järkeen vetoavaa, vakuuttavaa argumentointia, erityisyleisön voi suostutella sitoutumaan väitteeseen vetoamalla yleisön erityisiin intresseihin. Pyrkimys vaikuttaa universaaliyleisöön on Perelmanille hyvän argumentaation kriteeri, sellainen standardi, jonka avulla päätelmien järjellisyttä voi arvioida. Universaaliyleisö on puhujan päässään luoma käsite, puhujan tiivistelmä yleisesti hyväksyttävästä argumentoinnista, yleispätevyyteen tähtäävässä argumentoinnissa ilmenevä kulttuurin arvoperusta. Universaaliyleisö on kuitenkin eräänlainen kehäpäätelmä: sellaiset arvot, jotka pystytään perustelemaan siten, että universaaliyleisö hyväksyy ne, ovat rationaalisia, mutta sen, minkä universaaliyleisö hyväksyy, voi päätellä vain siitä, mikä kulloinkin on hyväksyttyä (Summa 1998, 67-69.)

Se, että aineistossani on kyse erityisyleisölle suunnatusta tekstistä, ei siis ole varsinainen merkki aineiston kelvottomuudesta, mutta kohdeyleisön miettiminen on kuitenkin tarpeen. Voi olla niinkin päin, että kohdeyleisön tunteminen tuo analyysiin vahvuuksia: yleisön koostumuksen tietäminen saattaa auttaa tulkinnessa antamalla selityksen sille, miksi argumentointi on tehty jollakin tietyllä tavalla. Argumentin lopullinen vakuuttavuus

rakentuu vasta sen vastaanotossa, joten argumentointi voi olla ymmärrettävämpää, kun kohdeyleisö on tiedossa ja rajattu (Jokinen 1999, 128-129.)

Argumentaation analyysi on vain yksi mahdollinen retoriikan analyysin taso. Retoriikkaa voi analysoida ainakin kolmella kielenkäytön tasolla: analyysin kohteeksi voidaan valita puheen tai esitystaidon retoriikka, argumentoinnin retoriikka tai trooppien retoriikka. Esitystaidon retoriikka tarkastelee puheita, tekstejä, kuvia tai muita esityksiä kokonaisuuksina ja arvioi niiden taidokkuutta suhteessa yleisöön. Argumentoinnin analyysi keskittyy esityksen niihin puoliin, joilla pyritään muuttamaan tai vahvistamaan yleisön näkemyksiä. Trooppiretoriikka voidaan nähdä taidonilmaisuna, mutta sen avulla voi myös analysoida tekstin, kirjoittajan tai aikakauden tyypillisiä tai yksilöllisiä ajatusmuotoja tai tyynejä (Palonen ja Summa 1998, 10.)

Olen valinnut lähtökohdakseni argumentoinnin analyysin, sillä se vastaa mielestäni parhaiten kysymykseen siitä, miten lausuman ulottuvuudella tuotettu kuvaus saadaan vakuuttavaksi. Argumentoinnin tutkimuksessa on edelleen mahdollista painottaa joko retoriseen suuntaan, jolloin huomio kiinnitetään kielikuvien ja muiden retoristen keinojen merkitykseen vakuuttavuuden lähteenä, tai formaaliseen suuntaan, jolloin tutkitaan ja arvioidaan argumenttien pätevyyttä (Palonen ja Summa 1998, 11.) Pitäen lähtökohtanani edellä esiteltyä Perelmanin näkemystä argumentoinnin yleisölähtöisyydestä, siitä, että argumentoinnin hyväksyttävyyys on merkityksellisempää kuin yksittäisen argumentin pätevyys, kohdistan analyysini siihen, millaisia retorisia keinoja on käytetty.

Luvun alussa sanoin, että tulkinnan avuksi tarvitaan teoriaa siitä, miten kuvauksesta saadaan vakuuttava, hyväksyttävä ja muita vaihtoehtoja poissulkeva. Kyse on siis kielen teoriasta, joka kohdistaa huomion ensinnäkin puheen tai tekstin *tuottamisen* toiminnalliseen ulottuvuuteen, ja myös tulkittavan aineiston toiminnallisuuteen, sen pyrkimyksiin muuttaa maailmaa (Summa 1995, 85-86).

Tulkitessani aineistoani pyrin näin ollen kiinnittämään huomiota toisaalta merkityksellistymisen rakenteelliseen ulottuvuuteen lausuman ulottuvuuden, aktanttien ja pragmaattisen modaalisuuden kautta ja toisaalta merkityksellistymisen toiminnalliseen ulottuvuuteen retoristen keinojen analyysin kautta.

3. TULKINTAA ALOITTAMASSA: MENETELMÄ JA SEN KÄYTTÖ

3.1. Tulkinnan apuvälineet: aktanttimalli ja retoristen keinojen analysoiminen

A.J. Greimasin aktanttimalli on looginen tulkinnan apuväline, se ei ole teoria toiminnasta vaan metateoreettinen toiminnan esitysten malli (Sulkunen 1997, 35, 42). Aktanttimalli selventää toimijoiden välisiä suhteita ja sen avulla voi jäsentää tekstin merkitysulottuvuuksia (Korhonen ja Oksanen, 58). Omassa analyysissäni en etsinyt lainkaan lähettäjä ja vastaanottajaa, vaan keskityin subjettiin ja objektiin, auttajaan ja vastustajaan. Päädyin tähän ratkaisuun ensinnäkin siksi, että tutkimuskysymykseni kannalta lähettäjän ja vastaanottajan kategoriat eivät tunnu tärkeiltä: kun haluan tietää, miten kasvihuoneviljelijänä toimimisesta puhutaan, tuntuu oleellisimmalta keskittyä toiminnan päämääriin, keinoihin ja vastuksiin. Toinen syy, miksi jätin lähettäjän ja vastaanottajan pois on se, että niin toimintamotivaation antavaksi lähettäjäksi kuin toiminnan onnistumista arvioivaksi vastaanottajaksi tuntuivat aina asettuvan puutarha-alan tai kasvihuoneviljelijän oma etu, eikä tämän asian toteaminen tuo analyysiini mitään uutta. Olen käyttänyt omaa sovellustani aktanttimallista saattaakseni aineiston tiiviimpään muotoon ja voidakseni sitten järjestää aineistoa uudelleen subjektien, objektien, auttajien ja vastustajien ja näitä aktoreita määrittelevän pragmaattisen modaalisuuden lajien mukaan.

Tämän jälkeen olen käyttänyt retoriikan analyysiä sen tutkimiseen, miten aktanttien väliset suhteet on argumentoitu. Analyysivälineenä käytän Arja Jokisen (1999) tekemää jaottelua retoriikan keinoista. Jokinen jakaa retoriikan ensinnäkin hyökkävään ja puolustavaan retoriikkaan, jolloin hyökkävä retoriikka pyrkii vahingoittamaan vasta-argumenttia, puolustava retoriikka sen sijaan pyrkii tekemään omasta asemasta niin vahvan, että sitä ei voida vahingoittaa. Näistä Jokinen katsoo puolustavan retoriikan ensisijaiseksi, se on argumentaation kivijalka, sillä argumentaatiota ei voi perustaa ainoastaan hyökkävälle retoriikalle, hyökkävä retoriikka on enemmänkin puolustavan retoriikan apuväline käytännön väittelytilanteessa. Tämän näkemyksen pohjalta olen valinnut lähestymistavakseni puolustavan retoriikan tutkimisen. Jokinen jakaa edelleen puolustavan retoriikan keinot sellaisiin, joilla pyritään lisäämään väitteen esittäjän uskottavuutta ja sellaisiin, joilla vahvistetaan itse argumenttia ja saadaan ajettava asia näyttämään totuudelliselta (Jokinen 1999, 130-133.) Omaa lähestymistapaani ajatellen tärkeitä ovat

erityisesti ne keinot, joilla pyritään lisäämään ajettavan asian, tuotetun kuvauksen, totuudellisuutta. Keskityn siis sellaisiin puolustavan retoriikan keinoihin, joilla vahvistetaan esitettyä argumenttia. Etsin asioiden esittämistä tosiasioina, kategorisointia, narratiivirakennetta, numeerista ja ei-numeerista määrällistämistä, metaforien ja ääri-ilmaisujen käyttöä, kolmen listaa, kontrastiparin käyttöä, toistoa ja vasta-argumentilta suojautumista. Ennen oman analyysini kulun kuvailua kerron tarkemmin kyseisistä keinoista.

Tosiasiapuheella asiat kuvataan faktoiksi, jotka on vain hyväksyttävä. Tosiasiapuheen avulla voidaan rakentaa vaihtoehdottomuutta: kuulijoille tarjotaan vain yksi järkevä toimintatapa. Kuvaus rakennetaan siis sellaiseksi, että toisin toimimisen vaihtoehto suljetaan järjettömänä pois. Tällöin moraalinen pohdinta voidaan syrjäyttää kokonaan, koska toimia voidaan kuitenkin vain yhdellä tavalla. Asioista voidaan myös kadottaa toimijuus käyttämällä passiivimuotoa, jolloin asiat vain tapahtuvat, ja huomio kiinnittyy toiminnan lopputulokseen vastuunalaisten tekijöiden jäädessä tuntemattomiksi (Jokinen 1999, 141.)

Kategorisointia tapahtuu puheessa koko ajan. Kategorisoinnilla puhuja oikeuttaa tai kritisoi asioita. Puhuja sijoittaa asioita esimerkiksi hyväksyttävän tai paheksuttavan kategorioihin sen mukaan, miten ne suhteutuvat puhujan ajamaan asiaan. Kategorioita voidaan myös jakaa ja täsmentää, jolloin voidaan luoda asioille lisävihteita. Kategorisointia voidaan lähestyä monesta eri näkökulmasta. Ensinnäkin on mahdollista tutkia sitä, kuinka, minkälaisen keskustelujen kautta, kategorioita on synnytetty, jolloin niiden sosiaalisesti tuotettu alkuperä paljastuu. Toiseksi on mahdollista kiinnittää huomio kategorioiden sisältöön ja rajoihin. Tällöin korostuu kategorioiden häilyvyys ja epämääräisyys. Kolmanneksi voidaan tarkastella kategorioiden tilanteista käyttöä: asian sijoittaminen tiettyyn kategoriaan on usein tarkoituksenmukaista, ajettavaa asiaa edistävää. Omassa analyysissäni tulee painottumaan viimeisin kategorioiden tarkastelun tapa. Kategorisoinnilla voi olla varteenotettavia seurauksia, esimerkiksi sosiaalityön asiakkuus rakentuu pitkälti siitä, mihin kategoriaan tulee luokitelluksi (Jokinen 1999, 141-143.)

Narratiivirakenne on kaunokirjallisuudesta tuttu kerronnan muoto. Kun puhuja kuvailee asioita yksityiskohtaisesti ja sijoittaa ne osaksi tapahtumakulkuja, syntyy totuudenmukainen vaikutelma. Asiat alkavat näyttää yllätyksettömiltä ja kuulija voi tehdä

oikean tulkinnan itse narratiivirakenteen tuottaman tulkintakehikon avulla. Tällöin puhujan ei tarvitse sanoa asioita suoraan, eikä hän myöskään joudu tilivelvolliseksi (Jokinen 1999, 144-145.)

Numeerinen ja ei-numeerinen määrällistäminen eli kvantifiointi on joko luvuilla, prosenteilla, taulukoilla ynnä muilla tapahtuvaa vahvistamista (numeerinen) tai sanallista (ei-numeerinen) määrällistämistä esimerkiksi sellaisilla laatusanoilla kuin pieni, suuri, vähäinen tai valtava. Numeerisessa esittämisessä sivuutetaan usein se, että määrällistämiseen liittyy tulkinnallisuutta. Numeerisen muodon avulla luodaan mielikuva mitattavissa olevasta, ristiriidattomasta tiedosta, vaikka laskettavina olevien asioiden luomiseen liittyy kategorisointia. Käytettäessä kvantifiointia argumentaation tukena on myös mahdollista valita eri tarkastelu-ulottuvuuksista se, joka tukee omaa asiaa parhaiten, valita esitettäväksi tarkoituksenmukaisimmat luvut tai mittasuhteet (Jokinen 1999, 146-148.)

Metafora on tapa kuvata asiaa käsitteillä, jotka eivät vastaa sen kirjaimellista määritelmää, se on kuin vertaus ilman kuin sanaa. Tyypillinen metafora on vaikkapa ”elämän ilta”. Metaforat ovat retorisesti tehokkaita, sillä niiden avulla voidaan antaa halutunlainen vaikutelma ilman monipolvista argumentaatiota (Jokinen 1999, 148-149.)

Ääri-ilmaisujen käyttö rakentaa puheen kohteesta vastaansanomattoman kuvan. Niillä voidaan maksimoida tai minimoida kuvattavan asian joitakin piirteitä. Jos sanotaan, että henkilö menetti malttinsa täysin, tulee maltin menettämisestä kiistämätön tosiasia, väittely jää herkästi siihen, oliko maltin menettäminen täydellistä vai ei. Ilman ääri-ilmaisua nousisi itse maltin menettäminen helpommin kiistanalaiseksi. Ääri ilmaisulla on mahdollista myös oikeuttaa omaa toimintaa: ”jokainen siinä tilanteessa oleva olisi toiminut

Kolmen listan käyttö tarkoittaa sitä, että usein kolmen perustelun listaaminen luo vaikutelman säännönmukaisuudesta ja antaa asiasta riittävän näytön, varsinkin, jos eteen lisätään ”esimerkiksi” tai loppuun ”ja niin edelleen” (Jokinen 1999, 152.)

Kontrastiparin käytöllä puhuja pyrkii suostuttelemaan kuulijansa omalle kannalleen esittämällä itse kannattamansa asian kauniilla merkityksillä ladattuna, ja sen vaihtoehdon negatiivisia merkityksiä kantavana (Jokinen 1999, 153.)

Esimerkkien ja rinnastusten avulla argumentti voidaan rakentaa helposti ymmärrettäväksi ja vastaanotettavaksi. Esimerkit antavat vastaanottajalle konkreettisia todisteita ja rinnastukset oikeuttavat jonkin asian siten, että yhdenmukaisuuden osoittaminen kahden asian välillä toimii ajettavan asian perusteluna (Jokinen 1999, 153-154.)

Toisto on erityisesti mainoksista tuttu vaikuttamisen keino. Puheessa tai tekstissä toistoa voi tutkia siltä kannalta, kuinka jonkun toisen esittämiä argumentteja sidotaan oman argumentaation osaksi ja kuinka teksteissä elää muotoiluja toisista teksteistä, kenties hieman eri yhteyteen asetettuina (Jokinen 1999, 154.)

Vasta-argumentilta suojautuminen on tässä listassa viimeinen retorinen keino. Tällöin oma argumentti pyritään rakentamaan siten, että se suojataan jo etukäteen oletetulta vasta-argumentilta. Tällöin riistetään vastapuolelta mahdollisuus käyttää kyseessä olevaa argumenttia (Jokinen 1999, 154-155.) Omasta aineistostani tästä esimerkiksi sopii kohta, jossa ensin todetaan, että työvoimakustannukset nousevat syntyneen tupon seurauksena. Kirjoittaja suojautuu vasta-argumentilta sanomalla, että puutarha-ala ei varmaankaan voi kehuskella kuuluvansa korkeapalkka-aloihin, ja jatkaa sitten, että mutta kun palkankorotukset yleensä kytkeytyvät työn tuottavuuden nousuun, voi syntynyttä ratkaisua pitää aika vaikeana (Puutarha & kauppa 48/00)

3.2. Käytännön toteutus: analyysin vaiheet

Tein ensin neljä listaa, subjekti-, objekti-, auttaja- ja vastustaja-listan. Näiden listojen teko auttoi pääsemään irti yksittäisistä pääkirjoituksista, tavallaan rakensi aineiston uuden malliseksi. Se myös selvensi keskeisiä teemoja, koska joka listalla muodostui kasautumia.

Tämän jälkeen tein jokaisesta pääkirjoituksesta kortin, johon tiivistin pääkirjoituksen juonen omalla aktanttimallin sovelluksellani. Korteista tuli seuraavanlaisia:



Vaikka tässä kortissa on vain yksi auttaja, saattoi niin auttajia kuin vastustajiakin tulla yhteen korttiin useampiakin.

Kun olin saanut aineiston tähän korttimuotoon, keräsin kortteihin toiselle puolelle esimerkkejä pääkirjoituksessa käytetystä retoriikasta seuraavaan tapaan:

P&k 48/00

Numeerista määrällistämistä:

”energian kallistuminen tuo sadan miljoonan markan lisäkulut, kun koko alan tuotannon arvo on noin miljardi markkaa”

Talouteen vetoavaa retoriikkaa, vasta-argumentilta suojautumista:

Puutarha-ala ei kuulu korkeapalkka-aloihin, mutta palkankorotusten pitäisi kytkeytyä työn tuottavuuden nousuun

Ääri-ilmaisuja:

Joku myy aina muita halvemmalla. Puutarhayrittäjät aina nöyristelevät eivätkä uskalla pyytää lisää hintaa

Kategorisointia:

Puutarhayrittäjät ovat nöyristeleviä

Vertailua:

Kuljetusalalla nostetaan hintoja, kun kustannukset nousevat

Seuraavaksi ryhdyin jaottelemaan aineistoa teemoittain juonitiivistelmien mukaan. Tein myös havaintomatriisiin sekä juonitiivistelmien auttajista ja vastustajista että retorisisista keinoista. Havaintomatriisiin kertyvät kasautumat tukivat jo aineiston lukemisen perusteella syntyneitä mielikuvia, ja selkeyttivät aineistoa.

Kaikki edellä kuvatut analyysivaiheet olivat kuitenkin pitkälti vasta aineistoon tutustumista. Ne auttoivat että aineistossa esiintyvien yleisimpien teemojen hahmottamisessa. Tärkeimpänä tutkimuksenteon käytännön puolta helpottavana asiana minulle tästä vaiheesta jäivät tekemäni kortit, jotka paitsi tiivistivät aineistoa ja toivat esiin pääkohtia olivat myös huomattavasti helpompia käsitellä kuin lehdet, niiden kanssa oli paljon helpompi kokeilla aineiston jäsentämistä eri teemojen avulla, aineisto kokonaisuudessaan oli helpompi hahmottaa korttien kuin lehtien avulla.

Päädyin lopulta lajittelemaan koko aineiston sen mukaan, minkälaiseen teemaan subjektin tavoitteeksi asetettu objekti liittyi. Tämä siksi, että kaikki muuta kategoriat ovat objektista riippuvaisia: subjekti saa määreensä objektia tavoittelevan toimintansa kautta - minkä vuoksi seuraavaksi esitettävien analyysin tulosten aloittava alaluku subjektista itsestään jää varsin lyhyeksi – ja auttaja ja vastustaja määrittyvät sen kautta, miten sijoittuvat suhteessa subjektin pyrkimyksiin. Kun olin jakanut aineiston löytämiäni teemojen mukaan, tein jokaisesta teemasta nelikentän, johon sijoitin kaikki ne pääkirjoitukset, joiden objekti liittyi kyseiseen teemaan. Asema nelikentässä määrittyi toisaalta sen mukaan, oliko objektina tahto vai halu eli tekeminen vai oleminen ja toisaalta sen mukaan, onko kyseessä sisäisten vai ulkoisten tekijöiden ohjaama eli endotaktinen vai eksotaktinen modaalisuus.

ULKOMAAT	TAHTO (toiminta)	HALU (objekti)
SISÄINEN (endotaktinen)	15: omalla toiminnalla on säilytettävä tuoreusetu 31: omalla toiminnalla on huolehdittava vedestä	6: oma osaaminen on tunnistettava
ULKOINEN (eksotaktinen)		30: ulkomaista halutaan pysyä erossa vaikka kuljetusyhteydet paranevat

Tämän jälkeen tein, objektin teeman mukaan jaetut ryhmät säilyttäen, nelikentät myös jokaisessa ryhmässä esiintyvistä auttajista ja vastustajista. Auttajien ja vastustajien kohdalla analyysissä painottui enemmän se, oliko kyse ulkoapäin tulevasta vai subjektin omasta toiminnasta aiheutuvasta auttajasta tai vastustajasta, kuin halun ja tahdon välinen jako, jonka analysointia en vastustajien ja auttajien kohdalla vienyt kovin pitkälle.

Subjektista en tehnyt nelikenttää, sillä, kuten jo tuli sanotuksi, subjektista yksinään on varsin vähän sanottavaa sillä subjekti määrittyy pitkälti objektin, auttajan ja vastustajan kautta.

Seuraavaksi esittelen subjektin, objektin, auttajan ja vastustajan jokaisen erikseen.

OSA II: TULKINTAA TEKEMÄSSÄ

4. KASVIHUONEVILJELYN SUBJEKTI – VILJELIJÄ, TUOTTAJA JA

Tässä luvussa käyn läpi subjektista käytettyjä nimityksiä ja sitä, minkälaiseen ympäristöön hänet liitetään. Tarkastelen sitä, millaiseksi puutarha-alalla toimivan asema nähdään eri tilanteissa. Mitä puolia hänestä halutaan korostaa kyseisessä asiayhteydessä ja miksi? Onko olemassa tilanteita, joissa halutaan korostaa jotain tiettyä puolta kasvihuoneviljelijänä toimimisesta?

Hilkka Vihinen (1998) on maatalouspolitiikassa käytettyä retoriikkaa tutkiessaan todennut, että käytetyt termit eivät ole yhdenmukaisia. Vihinen havaitsi, että irlantilaisessa maatalouskeskustelussa puhutaan mieluiten viljelijöistä ja viljelijäperheistä, kun taas hollantilaiset suosivat yrittäjä-nimitystä. Kyse ei ole sattumasta, vaan maiden kulttuureissa arvostetaan maatalouden eri puolia. Hollannissa tuloksellisuus ja tehokkuus ovat tärkeitä arvoja, ja yrittäjistä puhuminen korostaa näitä puolia. Irlannissa perheen arvostus on korkealla, jolloin viljelijäperheestä puhuminen herättää positiivisia mielikuvia (Vihinen 1998, 226-234.)

Subjekti liittyy jokaisessa pääkirjoituksessa puutarha-alaan, ja käytetty nimitys on joko viljelijä, tuottaja tai yrittäjä tai vastaavasti viljely, tuottaminen tai yrittäminen. Subjektin puhuttelemisen eri nimillä on kategorisointia, retorinen vakuuttamisen ja oikeuttamisen keino. Asioista on yleensä mahdollista puhua useammalla tavalla, jolloin käytetty nimitys on tietoisesta tai tiedostamattomasta valinnasta. Kun asia nimetään tietyllä tavalla, se sijoitetaan määrättyyn luokkaan, kategoriaan. Kategorioiden käyttö on tilanteesta riippuvaista, sillä erilaiset kategoriat palvelevat erilaisia tarkoituksia (Jokinen 1999, 141-142.)

En väitä, että eri nimitysten käyttämisessä olisi jatkuvasti kyse tietoisesta valinnasta. Useimmissa pääkirjoituksissa käytetään sekaisin kahta tai kaikkia kolmea nimitystä, vaikkakin on myös sellaisia pääkirjoituksia, joissa käytetään vain yhtä ainoaa termiä. Nimityksiä käytetään usein toistensa synonyymeinä ja kirjoittaja on monessa kohdissa saattanut vaihdella nimitystä vain välttääkseen toistoa ja yksitoikkoisuutta tekstissä. Viljely-pohjaisia termejä käytetään jonkin verran enemmän kuin tuottamista tai

yrittämistä, joita kumpaakin käytetään suunnilleen yhtä paljon. Väitän kuitenkin, että osassa pääkirjoituksia on valittu tietoisesti asiayhteyteen sopivin nimitys. Lisäksi tietty termi painottuu tietyssä yhteydessä myös kirjoittajan tiedostamattomien valintojen kautta: eri termien herättämät erilaiset mielleyhtymät voivat huomaamattakin ohjata suosimaan asiayhteyteen sopivinta nimitystä.

Tein viljely-, tuotanto- ja yrittämispohjaisten nimitysten perusteella kolme listaa siitä, minkälaisissa asiayhteyksissä kutakin termiä käytetään. Vaikka pääkirjoituksissa muutoinkin keskeisessä asemassa olevat asiat, kuten kustannusten nousu ja hintojen korotuksen tarve, nousevat esiin kaikkien nimitysten kohdalla, on termien käyttöyhteyksissä myös eroja.

Tuottaja-pohjaisia nimityksiä (tuottaja, tuotanto, tuottaminen) käytetään erityisesti sellaisissa asiayhteyksissä, joissa painottuu toiminnan kaupallisuus, myyntiin tuottaminen. Puhutaan toiminnan kannattavuudesta. Tuotanto asettuu jossain kohdin vastakkain viljelyn kanssa:

”Kourallinen rohkeimpia viljelmiä on viljellyt tomaatteja joulun saakka, mutta varsinaiseen talvituotantoon on vielä matkaa”

P&k 2/00

Kokeileva, pienimuotoinen viljely erotetaan siis laajamittaisesta, kaupallisesti kannattavasta tuotannosta. Myös silloin, kun aiheena on kansainvälisessä kilpailussa pärjääminen, puhutaan usein tuotannosta. Puutarha-alan toimijoista puhutaan erityisen johdonmukaisesti raaka-aineen tuottajina pääkirjoituksessa, jossa nostetaan esiin suurkeittiöt puutarha-alan mahdollisena uutena asiakasryhmänä (P&k 11/00.)

Kun puutarha-alan toimijoista käytetään yrittäjä-pohjaisia nimityksiä (yrittäjä, yritys, yrittäminen), painottuu toiminnan itsellisyys ja myös vastuullisuus. Puhutaan siitä, että jokainen toimii omista lähtökohdistaan ja päätökset syntyvät yrityksissä. Yrittäjä-nimitys on käytössä, kun vaaditaan isoja ratkaisuja ja edellytetään, että toimijoiden tulisi vaatia hinnankorotuksia tai jopa vain ilmoittaa niistä. Myös silloin, kun korostetaan velvollisuuksia luontoa kohtaan puhe on yrittämisestä ja yrityksen edusta:

”Suomessa vesitilanne on erittäin hyvä, mutta tilanne ei välttämättä jatku sellaisena ilman jatkuvaa vesistöjen ja ympäristön huolenpitoa. Puutarhayrityksen puhtaan kasteluveden turvaaminen on yksi yrityksen tärkeimmistä vahvuustekijöistä // Itsestään selvää on oltava, että puutarhayrityksessä tehdään kaikki voitava myös päästöjen minimoimiseksi”

P&k 31/00

Yrittäjä-nimitys on käytössä myös silloin, kun puhutaan investoinneista ja investointituista.

Aineistosta erottuvat selvästi kaksi pääkirjoitusta, joissa puhutaan öljyn hinnan nousun vaikutuksista. Näissä pääkirjoituksissa puhutaan johdonmukaisesti yrittäjistä (P&k 10/00, P&k 22/00). Aineistossa on myös kolmas pääkirjoitus, joka käsittelee öljyn hinnan nousua tomaatin viljelyn kannalta (P&k 40/00), mutta tässä pääkirjoituksessa käytössä on nimitys viljelijä. Tämä poikkeus selittynee sillä, että nimitys tomaattiyrittäjä ei ole yleisesti käytössä ja rakenne ”yrittäjä, joka viljelee tomaattia” olisi hankala. Uskon, että yrittäjä-nimitystä käytetään energia-asiassa tietoisesti, koska pääkirjoituksissa vaaditaan valtiolta helpotuksia kasvihuoneyritysten energiaverotukseen.

Mielenkiintoista on se, että kun Hilikka Vihinen (1998) on havainnut Irlannin ja Hollannin maatalouspoliittista retoriikkaa vertaillen yhdeksi eroksi sen, että irlantilaiset suosivat viljelijäperheeseen vetoamista ja hollantilaiset yrittäjä-termin käyttöä, omassa aineistossani sen ainoan kerran kun nostetaan esiin perhe, puhutaan nimenomaan kasvihuoneyrittäjäperheestä (P&k 22/00). Tämä tapahtuu yhteydessä, jossa lasketaan, kuinka paljon öljyn hinnan nousu pudottaa perheen vuosiansioita. Tällainen tunteisiin vetoava ja jokaista lukijaa lähelle tuleva tapa havainnollistaa kustannusten nousun vaikutuksia on erittäin tehokas retorinen keino.

-pohjaiset nimitykset (Viljelijä, viljelmä, viljely) ovat aineistossa yleisimpiä, ja niitä myös käytetään monipuolisimmin. Viljelystä puhutaan paljon suhteessa tuotteiden hintoihin ja tuotantokustannuksiin, siis kaupallisena toimintana. Useaan otteeseen

viljelijöistä puhutaan markkinointiketjun alkupäänä. Viljelijöiden itsenäisyys nostetaan esiin, kun todetaan heidän vastaavan siitä, kuinka paljon tuotteita tulee markkinoille ja jatketaan, että näin ollen on oikein että viljelijät vastaavat myös markkinoinnista (P&k 49/00). Viljelijöistä puhutaan itsenäisten päätösten tekijöinä ja niiden seurausten kantajina. Myös silloin, kun puhutaan puutarha-alan toimijoiden suhteesta säihin ja luontoon käytetään viljelijä-pohjaisia nimityksiä.

Viljelijä-nimityksellä on yksi oma, tuottaja- ja yrittäjä-nimitysten käyttötavoista poikkeava käyttöalueensa. Tämä on osaaminen. Nimenomaan viljelijät luovat uusia tuotteita ja varmistavat taidoillaan viljelyn kannattavuuden:

”Kurkunviljelijöiltä tämän uuden viljelymuodon käyttöönotto on vaatinut paitsi melkoista rohkeutta myös ahkeraa opiskelua ja kokeilua, usein erehdysten kautta. Nyt viljely hallitaan”

P&k 2/00

Nyt siis tiedämme, että subjekti on puutarha-alan toimija ja tunnemme hänet eri nimityksillä: viljelijänä, tuottajana ja yrittäjänä. Seuraavaksi subjekti tulisi voida kiinnittää jonnekin. Minne subjekti kuuluu?

Minulla oli jo pääkirjoitusten aikaisemman lukemisen pohjalta sellainen mielikuva, että yleisin subjektin saama määre on suomalaisuus tai kotimaisuus. Luin aineiston kertaalleen läpi listaten sitä, miten subjektiä on kuvattu, ja kahdessa kolmasosassa pääkirjoituksia subjekti sai suoraan laatumääreen kotimainen tai suomalainen. Tässä ei sinänsä ole mitään ihmeellistä, sillä Puutarha & kauppa on suunnattu nimenomaan suomalaisille viljelijöille, julkaisijoista Kauppapuutarhaliitto on alan *valtakunnallinen* toimialajärjestö (Kauppapuutarhaliiton kotisivut: www.yrittajat.fi/sy/home.nsf/pages/Suomen+Yrittajat kohta toimialajärjestöt, Kauppapuutarhaliitto. Täydellinen URL, kts. lähdeluettelo) ja Puutarhaliitto pyrkii *kotimaisen* puutarhaelinkeidon toimiedellytysten parantamiseen (Puutarhaliiton kotisivut: www.puutarhaliitto.fi/plesitte.html). Mutta juuri siksi on mielenkiintoista, että näitä sanoja käytetään niin paljon. Lukijakunnan huomioon ottaen en usko, että väärinkäsityksen vaara olisi suuri, vaikka puhuttaisiin vain puutarhaviljelijöistä, tuottajista tai yrittäjistä. Kyse täytyy olla siitä, että eronteon merkitys on suuri.

Suomalaisuutta tai kotimaisuutta voi pitää kaikkia aineiston subjekteja yhdistävänä nimittäjänä. Myös niissä pääkirjoituksissa, joissa subjektia ei suoraan nimetty täten, subjekti kuitenkin kiinnittyy Suomeen tai kotimaisuuteen. Toinen kaikille subjekteille yhteinen piirre on toimiminen puutarha-alalla, ja nimenomaan toimiminen elinkeinonharjoittajana.

Selkeyden vuoksi olen sijoittanut jokaisen aktantin omaan lukuunsa. Tämä ratkaisu tuo kuitenkin mukanaan myös joitakin ongelmia, sillä aktantit saavat määreensä keskinäisistä suhteistaan. Subjektius rakentuu pragmaattisesta modaalisuudesta, se on modaalisesti määrittynyttä olemista ja tekemistä maailmassa (Korhonen ja Oksanen 1997, 64; Veijola 1997, 131.) Käsitksemme subjektista siis täydentyä, kun tutustumme muihin aktantteihin, ja subjekti suhteutetaan heihin.

5. KASVIHUONEVILJELYN TAVOITTEET

Seuraavassa luvussa tarkastelen sitä, minkälaisia päämääriä kasvihuoneviljelijöillä on, ja mitä kautta päämäärien tavoittelemisen mahdollistuu: onko ratkaisu viljelijän omassa osaamisessa vai ulkoisten tekijöiden vaikutuksessa? Nämä päämäärät ovat oikeastaan tarkasteluni ydin, sillä niiden kautta määrittyy se, millaisesta kasvihuoneviljelystä teksteissä puhutaan toivottavana.

Aktanttimalleiksi tiivistetyissä pääkirjoituksissa tässä luvussa käsiteltävät teemat sijoituivat objekteiksi. Objekti on subjektin vastinpari, subjektin tavoitteellisen toiminnan kohde. Subjektia ja objektia ei oikeastaan voi käsitellä erikseen, vaan subjektin toiminta saa merkityksensä objektista, subjektin ja objektin välinen motivoitu suhde määrittelee subjektia.

Olen jakanut pääkirjoitukset viiteen ryhmään sen mukaan, minkälainen objekti on kyseessä. 8 pääkirjoitusta käsitteli suhdetta viljelijähintaan, 3 suhdetta asiakkaisiin, 5 suhdetta viljelmän tai yrityksen käytännön ylläpitoon, 4 suhdetta ulkomaihin ja 6 suhdetta alan kannattavuuteen. Kirjoitan nyt kuvauksen jokaisesta objektin alaryhmästä erikseen.

Olen rakentanut jokaisen kuvauksen saman mallin mukaisesti: aloitan siitä, asettuuko objektiksi toiminta vai olotila ja tarkastelen sitten aineistonäytteiden avulla sitä, kuvataanko toiminnan mahdollisuudet omasta itsestä vai ulkoisista olosuhteista riippuvaisiksi. Lopuksi käyn aineistonäytteiden avulla läpi sitä, minkälaisilla retorisisilla keinoilla kuvaus on saatu vakuuttavaksi.

5.1. Alan kannattavuus

Kuudessa pääkirjoituksessa objektina on alan kannattavuus. Kasvihuoneviljelyn kannattavuuden voi nähdä joko arvona sinänsä siten, että mahdollisuus harjoittaa kasvihuoneviljelyä elinkeinona on itsessään arvokasta tai sitten keinona tehdä voittoa, siis siten, että kannattavuuden arvo on siinä, että se tuo ansioita viljelijälle. Kun teen halun ja tahdon välisen eron suhteessa alan kannattavuuteen näin, sijoittuvat kaikki alan kannattavuuden objektiksi asettavat pääkirjoitukset osioon halu, alan kannattavuus määrittyy siis arvoksi sinänsä, ei keinoksi tehdä rahaa.

”Sekä valtion, Euroopan unionin että tulevaisuushakuisten kasvihuoneyrittäjien yhteinen tavoite lienee se, että kasvihuoneyrittämistä voidaan kannattavasti Suomessa harjoittaa.”

P&k 22/00

Kasvihuoneviljelijän nykyinen tilanne nähdään ulkoisten ehtojen sanelemaksi: on tapahtunut muutos. Kasvihuoneviljelijät ovat joutuneet uusien haasteiden eteen.

”Vanhoina hyvinä aikoina usein riitti, kun pystyi tavanomaiseen viljelyyn. Tavara meni kaupaksi ja tulos oli kohtuullinen, kunhan saavutti tyydyttävän satotason ja tuotti keskimääräistä laatua. Nyt on

P&k 47/00

Muutoksella viitataan Suomen liittymiseen Euroopan Unioniin ja jäsenyyden mukanaan tuomaa kilpailun kiristymistä Suomen kukka- ja vihannesmarkkinoilla.

P&k 47/00

”...tulisi meidän yhdessä ja erikseen huolehtia siitä, että meillä tuottajina säilyy suora keskusteluyhteys suomalaisiin kuluttajiin.”

P&k 45/00

Pragmaattisen modaalisuuden termejä hyväksi käyttäen voi sanoa, että valtion tulisi huolehtia siitä, että viljelijät jatkamaan viljelyä kohonneista energian hinnoista huolimatta, mutta viljelijöiden itsensä on *osattava* sopeutua muuttuneeseen kilpailutilanteeseen jotta elinkeinon harjoittaminen voisi jatkua. Viljelijöiltä vaaditaan enemmän kuin ennen, maailma on muuttunut turvattommaksi. Seuraavasta käy ilmi suurin uhka, ja toisaalta myös perimmäinen arvo-objekti:

”Ei olekaan itsestäänselvyys, että kysyntä tulevaisuudessa tyydytetään kotimaisilla tuotteilla.”

P&k 45/00

Viljelijöiden elinkeino on siis arvo itsessään, jotain jonka tulisi säilyä muuttuneissa ja tiukentuneissa olosuhteissa. Tämä antaa merkityksen viljelijä-subjektin työlle muutoksen keskellä, kun vanhoista malleista on tullut kyseenalaisia ja mielessä saattaa jäytää epävarmuus siitä, onko omalla työllä tulevaisuutta ja arvoa. Kun elinkeino itsessään asettuu objektiksi, on viljelyn jatkamisessa mieltä, vaikka työ tuntuu muuttuneen hankalammaksi.

Käyn nyt läpi kuvauksen osat uudelleen analysoimalla vakuuttavuutta synnyttävien

Se, että kasvihuoneviljelyä elinkeinona tulisi voida kannattavasti jatkaa, ei ole vain tavoite. Kyse on pakosta:

”Käytännössä [kasvihuone- A.A] yrityksillä ei edes ole muuta vaihtoehtoa kuin jatkaa yrittämistä, sillä velkasaldon ja muiden yhteiskunnan velvoitteiden hoitaminen ei muuta salli.”

P&k 22/00

Muutoksen suuruuden ja suunnan todistamisessa pääkirjoituksissa käytetään kukkaviljelyn osalta paljon numeerista määrällistämistä, puutarhatilastojen pohjalta vertaillaan, kuinka paljon jonkin tietyn kasvin viljely on lisääntynyt tai vähentynyt. Myös ei-numeerista

”Käytännössä lukuihin sisältyy neilikan totaalinen häviäminen Suomesta // monet erikoiskukatkin ovat

P&k 50/00

Muutos myös esitetään tosiasiana, joka on vain hyväksyttävä:

”Tapahtuneen syyt ovat kaikkien tiedossa: kansainvälisen ylituotannon vaivaama kilpailu on

pitänyt monien leikkokukkien hinnat niin alhaisina, ettei suomalainen tuotanto ole pysynyt mukana.”

P&k 50/00

”Yllätyksenä ei kenellekään voinut tulla esimerkiksi eteläamerikkalaisen neilikan // vahva ryntäys ja sen jälkeen pysyvä asema meikäläisissä vitriineissä.”

P&k 24/00

Näin muutos, sen syyt ja syylliset tulevat selviksi ja niihin on vain sopeuduttava. Oleellista tällaisen vastaansanomaton kuvaa rakentavan tosiasiaretoriikan käytössä on, että se pohjustaa jatkossa esitettäville toimenpidesuosituksille paikkaa ainoina mahdollisina vaihtoehtoina (Jokinen 1999, 140). Näyttää siltä, että tosiasioiden luonteesta johtuen vain yksi toimintatapa on looginen.

Myös energian hinnan nousun pohtimisessa käytetään paljon numeerista määrällistämistä. Lasketaan, kuinka paljon lisälaskua energian hinnan nousu tekee viljelijöille ja sitä verrataan alan vuotuisiin investointeihin ja vuosituotantoon. Erityisen tehokas on rinnastus tulojen vähenemiseen:

”Asian voisi ilmaista niinkin, että lisälasku pudottaa keskiarvoluvuilla ilmaisten kasviuoneyrittäjäperheen tuloja vuositasolla noin 50 000 markkaa. Sen vaikutusta puolestaan voi jokainen lukija arvioida itsekin, jos vastaava menetys osuisi yllättäen omalle kohdalle.”

P&k 22/00

Rinnastusta ja ei-numeerista kvantifiointia käytetään myös kun kategorisoidaan energiavero epäoikeudenmukaisen korkeaksi:

”Nyt yrityksemme maksavat jopa moninkertaisesti korkeampia veroja kuin tanskalaiset tai hollantilaiset kilpailijat.”

P&k 22/00

P&k 47/00

Tosiasiaretoriikka määrittää ne lähtökohdat, joista ei keskustella: elinkeinon on säilyttävä, kasvihuoneviljely on muuttunut ja muutokseen on sopeuduttava. Lukumääriin ja niiden muutoksiin vetoamalla todistetaan elinkeinossa tapahtuneen muutoksen suunta ja energian hinnan nousun viljelijöille tuottama ahdinko. Rinnastamalla Suomi muihin maihin osoitetaan nykyisen verotuskäytännön epäreilisuus ja perustellaan valtion velvollisuus auttaa kasvaneiden kustannusten kanssa kamppailevia viljelijöitä.

Viljelijähinta voi olla tavoiteltava arvo, työstä saatava elanto, tai sitten tavoitteena voi olla viljelijähintaan vaikuttaminen. Yhtä lukuun ottamatta viljelijähintaa käsitelleissä pääkirjoituksissa suhde viljelijähintaan on tahtomista, pyrkimystä muuttaa voimassa olevaa hintaa. Yhdessä pääkirjoituksessa viljelijähinta on itsessään objekti, mutta kyse on antiobjektista:

”Kun lisäksi tiedetään sipulisadon niukkuus viime kesältä, ei paineita ole tulossa ulkomailtakaan, sillä suomalaisten laatutasoon saakka yltäviä tuontitulppaneita ei tule olemaan tyrkyllä. Halvempia ehkä, mutta ei yhtä laadukkaita.”

P&k 52-51/00

Pragmaattisen modaalisuuden termein ulkoiset olosuhteet ovat sellaiset, että viljelijä-subjektin tulisi *kyetä* tavoittelemaan objektia eli saamaan viljelijähinta mieleiselleen tasolle.

Subjektista itsestään lähtöisin olevat edellytykset objektin tavoittelemiselle ovat sen sijaan ongelmallisemmat.

”Koko hommalta putoaa pohja pois, jos heti ensimmäisissä ruuhkissa hinta pudotetaan

P&k 44/00

Hinnoittelu tulisi siis *osata*. Mutta vieläkin enemmän:

”Jokaisen tuotettaan arvostavan olisi syytä rohjeta pyytää tomaateistaan kunnan hinta.”

P&k 34/00

”Jostain syystä viljelijöillä ei ole ollut riittävää rohkeutta vaatia lisähintaa, eivätkä ostajat tietysti sitä itse vapaaehtoisesti tarjoa.”

P&k 8/00

”Miksi emme voi suoraan sanoa, että kustannusten nousun takia uudet hinnat ovatkin tänä keväänä viime vuotta korkeammat?”

P&k 18/00

”Muutamilla toimialoilla, esimerkiksi kuljetuksissa, palveluiden tarjoajat ovat yksinkertaisesti vain

P&k 29/00

Niissä pääkirjoituksissa, joissa pyrkimyksenä on vaikuttaa viljelijähintaan, käytetään paljon ei-numeerista ja ei-numeerista määrällistämistä sekä ääri-ilmaisuja ja vertaillaan kuluttajan ja tuottajan tilannetta:

”Jos kuluttaja saa orvokkinsa kahdella markalla ja pelargoninsa kahdeksalla, voi sanoa että se on halpaa. Viimeistään korkeat öljynhinnat ovat kasanneet paineita myös kesäkukkien tuottajahinnan

P&k 13/00

”Kotimaisen tulppaaniviljelyn kannalta olisi elintärkeää saada vaikkapa vain 10-20 penniä lisähintaa. Kuluttajahinnassa korotusvaikutus on olematon, tulppaani on yhä edullisin leikkokukka.”

P&k 8/00

”Jo kymmenen penniä leikkokukissa tai marka ruukkukukissa olisi tervehdyttänyt tuotannon kannattavuutta, mutta ei vielä olisi karkottanut kuluttajia, vaikka korotukset toisessa päässä olisivat kenties olleet kaksi-kolminkertaiset.”

P&k 18/00

Viimeisessä esimerkissä käytetään myös metaforaa, jossa tuotannon tilaa verrataan sairastamiseen. Myös tällä vahvistetaan niitä asemia, jotka yhtäällä tuottaja ja toisaalla kuluttaja määrällistämisen ja vertailun kautta saavat: tuottajat *tarvitsevat* hinnankorotuksia, kuluttajilla ei olisi vaikeuksia maksaa lisää.

Suomen tilannetta myös rinnastetaan muihin maihin:

”Hyvä kysyntä on markkinatalouden lakien mukaisesti nostanut tulppaanien viljelijähinnan esimerkiksi Hollannissa niin korkealle, ettei moista ole ennen nähty. Samoin on käynyt Ruotsissa, Tanskassa ja Virossakin.”

P&k 8/00

Suomalaisten tuotteiden muista maista poikkeavaa kohtelua käytetään tilanteen epäoikeudenmukaisuuden todisteleamiseen. Tämä on osoitus valtioita erottelevan ja yhdistävän kategorisoinnin tilannekohtaisesta käytöstä, sillä yhdenmukaisuusvaatimusta ei

Viljelijöille ei myöskään tarjota muuta vaihtoehtoa kuin luopua hinnoittelumallistaan. Kannattaa huomata kategorisointi, jolla kuluttajan maksama hinta luokituu oikeutettua alhaisemmaksi:

”Niin kauan kuin alennusmyyntiä jatketaan, tilanne ei selkiä ilman konkursseja millään konstilla.”

P&k 34/00

Yhtä hyvin alhaisiin hintoihin sopeutuminen kuin hintojen nostaminenkin saatetaan tosiasiaretoriikalla kuvata ainoana vaihtoehtona. Hinnankorotusten tarvetta ja mahdollisuutta osoitetaan määrällistämällä ja ääri-ilmaisuilla ja oikeutetaan rinnastamalla Suomea muihin maihin.

5.3. Asiakkaat

Kolmessa pääkirjoituksessa objekti liittyy asiakkaisiin. Asiakassuhde voi olla arvo sinänsä, tavoiteltava objekti, tai sitten objektina voi olla toiminta, jolla pyritään vaikuttamaan asiakkaisiin. Yhdessä pääkirjoituksessa objektina on asiakas itsessään, tavoitteena on uusi asiakassuhde. Mahdollisuudet asiakassuhteiden luomiseen ovat subjektista itsestään riippuvaisia:

Tuottajien kannalta yksi tärkeä asiakastaho on // jäänyt vähemmälle huomiolle. Tällä tarkoitan // suurkeittiöiden ryhmää. // Varmasti on jo olemassa hyviä suurkeittiön ja kotimaisen tuottajan // yhteistyösuhteita. Keskusteluyhteyksiä ja toimivia sopimussuhteita pitää pikaisesti luoda lisää.”

P&k 11/00

Viljelijöiden tulisi siis *tunnistaa* aukko asiakasverkostossaan ja *osata* luoda suhteita tavoiteltaviin asiakkaisiin, suurkeittiöihin.

Kahdessa pääkirjoituksessa objektina on asiakkaisiin vaikuttaminen, mainonta. Viljelijän ongelmana on näissä pääkirjoituksissa se, miten asiakkaat ja tuotteet saisi kohtaamaan ja keinona on mainonta. Kummassakin pääkirjoituksessa itse mainontatyö nähdään viljelijän omaksi velvollisuudeksi. Toisessa pääkirjoituksessa toiminnalle kuitenkin on ulkoisia rajoituksia:

”Vain harva puutarhayritys sijoittuu helposti havaittavasti pääväylien tuntumaan. // Asiaa ei tee yhtään helpommaksi se, että tilamyynnistä kertovat

Pragmaattisen modaalisuuden termeillä kyse on siitä, että viljelijän tulisi mainostamaan tuotettaan huolimatta maantieteellisistä seikoista ja mainontaan kohdistuvasta valvonnasta.

Toisessa pääkirjoituksessa viljelijöiden omat toimet asettavat rajoituksia:

”Ongelmallisempaa on sen sijaan se, että joukossa on aina vapaamatkustajia, jotka lyhyen hyödyn tavoittelussaan eivät osallistu mainonnan rahoitukseen. // Vastuu kuuluu kuitenkin kaikille.”

P&k 49/00

Tässä pääkirjoituksessa objekti siirtyy itse asiassa asiakkaisiin vaikuttamisesta sinänsä asiakkaisiin vaikuttavaan toimintaan osallistumiseen. Viljelijöiden tulisi tunnistaa velvollisuutensa osallistua menekinedistämiseen. Kun edellisessä pääkirjoituksessa mainonta saa arvonsa keinona saada asiakkaat ja tuotteet kohtaamaan, saa tässä pääkirjoituksessa mainontaan osallistuminen sinänsä toimintana positiivisen arvon.

Subjektin tulisi siis *osata* luoda asiakassuhteita ja osallistua mainontaan. Subjektin tulisi *kyetä* mainostamaan tuotteitaan yrityksen sijainnista ja mainonnan valvonnasta huolimatta.

Pääkirjoituksessa, jossa tavoitteena on suurkeittiöiden saaminen kotimaisen viljelyn asiakaskunnan piiriin käytetään vakuuttavuuden tuottamisessa narratiivirakennetta. Pääkirjoitus alkaa kuvauksella siitä, että viljelijöillä on perinteisesti ollut hyvät asiakassuhteet kotimaiseen elintarviketeollisuuteen ja päivittäistavarakauppaan päin. Tämän jälkeen huomio kiinnittyy siihen, että keskusteluyhteydet suurkeittiöihin puuttuvat, ja samassa yhteydessä kirjoittaja huomioi, että suurkeittiöiden merkitys suomalaisten ruokkijana ja kasvien käyttäjänä on kasvanut ja kasvaa edelleen. Tarinan lopussa nousee esiin uhkakuva, jonka on tarkoitus motivoida subjektia toimimaan pikaisesti:

”Kovassa kilpailutilanteessa toimivat suurkeittiöt eivät saa etäännyä kotimaisesta tuotannosta ja

P&k 11/00

Suurkeittiöiden jääminen vaille huomiota määrittyy itsestään selvästi puutteeksi, joka on nopeasti korjattava.

Pääkirjoituksessa, jossa objektina olevan asiakkaisiin vaikuttamisen onnistuminen riippuu siitä, kykeneekö subjektin mainostamaan, käytetään esimerkkiä havainnollistamaan subjektin ongelmallista tilannetta byrokratian mielivallan alla:

”Samaan aikaan kun pieni itsepoiminnasta kertova opaskilpi määrätään poistettavaksi, saa 50 metrin päässä sijaitsevan ladon seinässä repsottaa kauhtunut jättimainos vuodesta toiseen. Kun se on syystä tai toisesta joskus saanut luvan, niin seisköön siinä”

P&k 27-28/00

Heti perään suojaudutaan ilmeisiltä vasta-argumenteilta:

”Sen verran hultatonta ja kirjavaa suomalainen tienvarsimainonta on, että asiallinen valvonta on aivan paikallaan. Sen ei kuitenkaan tulisi perustua ainakaan pelkästään byrokraattisiin pykäliin vaan terveeseen harkintaan ja hyvään makuun. Näin siitäkin huolimatta, että tiemestarin on helpompi perustella päätöksensä mitattavilla määreillä kuin esteettisillä näkemyksillä.”

P&k 27-28/00

Pääkirjoituksessa, jossa objektina on viljelijöiden yhteisvastuullinen osallistuminen mainontaan, käytetään ensin tosiasiaretoriiikkaa: se, että viljelijöillä on päävastuu mainonnasta on paitsi *luonnollista*, myös *oikein*, sillä viljelijät vastaavat siitä, kuinka paljon tuotteita on kulloinkin markkinoilla. Niihin viljelijöihin, jotka eivät osallistu mainonnan kustannuksiin, käytetään rankkaa kategorisointia:

”nämä lusmuilijat ovat valmiita keräämään kampanjoinnin hyötyä, mutteivät osallistumaan

P&k 49/00

Myönteisenä kehityksenä tuodaan esiin alan oman kotimaisuusmerkin kytkeminen mainonnan rahoitukseen, jolloin vapaamatkustajat karsiutuvat, ja toivotaan jämerää puuttumista merkin väärinkäyttöksiin (P&k 49/00). Koska kuitenkin kaikki suomessa viljeltyt kasvikset ovat kotimaisia kasviksia on mahdotonta poistaa mainonnan kautta syntyneitä positiivisia mielikuvia niistä kotimaisilta kasviksilta, jotka eivät käytä kotimaisuusmerkkiä. Näin ollen ainoa keino varmuudella välttää joutuminen lusmuilijan kategoriaan on se, että osallistuu mainontaan, tahtomisesta voi tulla pakko.

Suhde viljelyyn voi olla joko halua toimia ja kehittyä viljelijänä tai sitten tahtoa vaikuttaa viljelijänä toimimisen edellytyksiin. Pääkirjoituksissa, joiden teemana on suhde viljelmän hoitoon, on yksi, jossa objektina on itse viljely ja neljä sellaista, joissa objektina on viljelyn edellytyksiin vaikuttava toiminta.

Pääkirjoituksessa, jossa objektina on viljelijänä toimiminen, tarkemmin vihannesten talviviljely, toiminnalle ei nähdä ulkoisia rajoituksia, kotimaiset talvivihannekset otetaan hyvin vastaan (P&k 2/00). Viljelyn onnistuminen on riippuvaista viljelijöistä itsestään:

”Kurkunviljelijöiltä tämän uuden viljelymuodon käyttöönotto on vaatinut paitsi melkoista rohkeutta myös ahkeraa opiskelua ja kokeilua, usein erehdysten kautta. Nyt viljely hallitaan, ja yritykset ovat voineet laajentaa tuotantonsa ympärivuotiseksi.”

P&k 2/00

Uuden viljelymuodon käyttöönotto on siis viljelijöiden *osaamisen* ansiota.

Viljelijänä toimimisen edellytyksiin vaikuttamiseen keskittyvissä pääkirjoituksissa objekteina ovat onnistuneen viljelykauden varmistaminen ja investoinnit.

Viljelykauden onnistuminen nähdään osin viljelijöiden omasta toiminnasta riippuvaiseksi.

Viljelijöistä riippuu se, kuinka paljon tuotetta tulee markkinoille:

”Kasvihuonevihanneksien toistaiseksi hyvin alkanut kausi voi kääntyä reiluksi ylitarjonnaksi, sillä uutta ja entistä tehokkaampaa pinta-alaa on viime vuotta

P&k 12/00

Yksi viljelijöiden ulkopuolinen satomääriin vaikuttava tekijä on olemassa:

”Tulevan kesän säät ovat vielä arvoitus, mutta ruuhkia on ennakoitavissa, jos säät ovat edes yhtään kohtuulliset viljelyn onnistumisen kannalta.”

P&k 12/00

Viljelijöiden oman toiminnan ja säiden aiheuttamasta ylitarjonnasta selviäminen on yrittäjien oman toiminnan varassa:

”Ohjeita uuteen kauteen valmistautuville yrittäjille on vaikea antaa, kun jokainen toimii omista lähtökohdistaan.”

P&k 12/00

”Tilanteeseen ei ole patenttiratkaisua, joten on turvaututtava perinteisiin. Niitä on lähinnä kolme: vain hyvälaatuisen tuotteen laskeminen kauppaan, menekinedistäminen ja vienti.”

P&k 21/00

Viljelijöiden olisi siis *osattava* varmistaa kauden onnistuminen oman toimintansa aiheuttamasta ylitarjonnasta huolimatta ja *kyettävä* selviytymään myös säiden aiheuttamasta ylitarjonnasta omalla toiminnallaan.

Investointien edellytykset tulevat viljelijöiden ulkopuolelta:

”EU:n uuden rahoituskauden alkaminen sekä Suomen EU-jäsenyyteen liittyvän siirtymäajan päättymisen ajoittuvat vuosituhannen vaihteeseen. // Puutarhayrityksiä kiinnostavien investointitukien myöntämiseen tulee näillä näkymin selvä katkos.”

P&k 3/00

”Kiinnostus kotimaisen polttoaineen käyttöä kohtaan on nyt kasvussa // Jotta asiassa voitaisiin toimia pitkäjänteisesti, tulisi yhteiskunnan esimerkiksi tutkimus- ja veropolitiikan avulla edistää kotimaisten vaihtoehtojen käyttöä.”

P&k 10/00

Investointeihin siis kyetään EU:n avulla, ja myös yhteiskunnan tulisi auttaa.

Niin viljelyn harjoittaminen kuin onnistuneen kauden varmistaminenkin ovat riippuvaisia subjektin omasta *osaamisesta*, mutta investoinnit ovat riippuvaisia siitä, mihin subjekti *kykenee*.

Pääkirjoituksessa, jossa objektina on viljely itsessään, kurkun talviljely määrittyy arvokkaaksi kategorisoinnin avulla: Viljelijät ovat olleet rohkeita ja he ovat opiskelleet ahkerasti. Espanjalaista kurkkua sen sijaan polkumyydään (P&k 2/00.) Minkä tahansa vihanneksen myyminen Suomessa talvella ei siis ole arvokasta, arvokasta on kotimaisten viljelijöiden kokeilemisen ja opiskelun kautta hankittu osaaminen.

Pääkirjoituksissa, joissa objektina on hyvän kauden varmistaminen, käytetään paljon numeerista määrällistämistä uhkakuvien osoittamiseen: Lasketaan kasvihuonepinta-alojen lisääntymistä, satomääriä ja viljelijähintoja ja osoitetaan niiden välisiä yhteyksiä (P&k 12/00, P&k 21/00.)

Pääkirjoituksessa, jossa objektina on kotimaiseen polttoaineeseen siirtyminen, käytetään narratiivisia investointien tarpeellisuuden perustelemiseen: kuvaillaan öljytuotteiden hinnannousua ja kotimaisen polttoaineen käytön hyviä puolia ja johdetaan tästä tarve siirtyä kotimaiseen polttoaineeseen.

Pääkirjoituksessa, jossa käsitellään EU:n investointitukea, investointien tarpeellisuus esitetään yksinkertaisesti tosiasiana:

”Kilpailukyvyn säilyttäminen edellyttää myös tänä vuonna kannattavuuden parantamiseen tähtäviä

P&k 3/00

On syytä myös huomata lauseeseen sisältyvä kategorisointi: Ollenkaan kaikki investoinnit eivät ole toivottuja ja asetu objektiksi.

Talviviljelyä ja investointeja arvotetaan siis kategorisoinnilla. Viljelijöiden toimien vaikutus osoitetaan numeerisella määrällistämällä.

5.5.Ulkomaat

Suhde ulkomaihin on me ja muut –erotteluun perustuva, mutta objektina voi olla joko halu tehdä eroa muihin maihin tai sitten tahto kilpailla muiden maiden kanssa. Kumpaankin luokkaan kuuluvia pääkirjoituksia on kaksi.

Erottautuminen muista maista tapahtuu toisessa pääkirjoituksessa subjektin omista

”Viime marraskuussa yli 40 kasvihuonealan ammattilaista matkusti Kanadaan asti hämmästelemään sikäläistä kasvihuoneviljelyä. // päällimmäiseksi mielikuvaksi useimmille matkalaisille taisi jäädä sikäläisten tarhojen varsin keskinkertainen taso. // Rintaa röyhistäen voitiin paluumatkalla todeta, että mehän osataan tämä

P&k 6/00

Suomalaisen kasvihuoneviljelijän tulisi siis uskoa itseensä ja oman osaamisensa muihin

Toisessa pääkirjoituksessa erottautuminen nähdään viljelijöille ulkoisista asioista riippuvaiseksi:

”Kesän uutistarjonnan kärkikaartiin on lukeutunut uusi uljas Öresundin silta Ruotsin mantereeseen ja Tanskan suurimman saaren välillä. Tanskan puutarhatuotanto on odottanut sillan valmistumista kieli pitkällään jo vuosia. // invaasio Ruotsin markkinoille on alkanut. // Suomi jää vielä yhden merimatkan taakse. // on vielä jonkinlainen jarru hidastelemaan pahimpia tuontihaluja.”

P&k 30/00

Suomalainen puutarhaviljely kykenee siis pysyttelemään erossa muista maista maantieteellisen sijaintinsa ansioista.

Kahdessa pääkirjoituksessa objektina on toiminta, jonka kautta on mahdollista säilyttää kilpailuetu kilpailu muihin maihin nähden:

”Kaikki kuluttajat haluavat kuitenkin ostaa paitsi puhdasta ja turvallista myös tuoretta ja terveellistä ruokaa. Valtaosa suomalaisista kuluttajista tuntuu pitävän itsestään selvänä, että kotimaiset tuotteet päihittävät tuontituotteet kaikkien näiden ominaisuuksien osalta. // Tuoreusedun säilyttäminen suomalaisilla tuotteilla on elintärkeää.”

P&k 15/00

”Suomalaisviljelijöiden kannalta voi jossain vaiheessa olla merkitystä sillä, että vesivarat ovat käymässä niukoiksi monissa kilpailijamaissamme. // Puutarhayrityksen puhtaan kasteluveden

turvaaminen on yksi yrityksen tärkeimmistä
vahvuustekijöistä."

P&k 31/00

Kummassakin tapauksessa kilpailuetu tulee viljelijöille ulkoisten tekijöiden kautta: kotimaisilla tuotteilla on tuoreusetu, koska niillä on lyhimmat kuljetusmatkat. Maantieteellisistä seikoista johtuu myös se, että suomalaisilla viljelijöillä ei ole kilpailijamaiden tapaan pulaa vedestä. Objektina on toiminta, jonka avulla säilytetään ne edut, joiden avulla suomalainen viljely kykenee kilpailemaan ulkomaisen viljelyn kanssa.

Pääkirjoituksissa, joissa tavoitteena on muista maista erottautuminen, käytetään apuna narratiivia. Kuvaillaan, miten silta nyt yhdistää Ruotsin ja Tanskan, kun ennen ”kukkarekankin on täytynyt matkustaa laivalla tuon salmen yli.” Tanskan puutarhatuotanto on odottanut sillan valmistumista ”kieli pitkällään” ja on nyt aloittanut invaasion Ruotsiin. Ruotsi on muuttunut tanskalaisille kotimarkkinoiksi, joista on ”otettava kaikki irti”, ja ruotsalaisviljelijät voivat vaikka liittyä jäseniksi tanskalaiseen tukkutoriin – ”jos heitä vielä jonkin ajan kuluttua on olemassa” (P&k 30/00.) Sanavalinnoista lukija voi päätellä, kuinka negatiivinen asia tanskalaisen puutarhatuotannon kiinnostus puutarhatuotteiden vientiin on. Kyse on myös kategorisoinnista. Toisenlaisilla sanavalinnoilla vienti saadaan kuulostamaan hyvin erilaiselta toiminnalta, esimerkiksi silloin, kun on tarkoitus ehkäistä ruuhkia Suomen markkinoilla:

”Takavuosien vientiosaaminen ja kontaktit niin itään
kuin länteenkin olisi hiottava kuntoon, jotta
purkueriä saataisiin liikkeelle sumaa purkamaan.”

P&k 21/00

Erottautumisen apuna käytetään myös vasta-argumentilta suojautumista:

”Toki kanadalaisetkin asiansa osaavat, mutta
päällimmäiseksi mielikuvaksi // taisi jäädä
sikaläisten tarhojen varsin keskinkertainen taso. //
Matkalta tuotiin toki taas paljon uutta oppia // Mutta
parasta antia taisi kuitenkin olla suoristunut ryhti.”

P&k 6/00

Asiat on eitetty tavalla, jossa kanadalaisilta oppiminen ja oman osaamisen huomaaminen kategorisoituvat tärkeysjärjestykseen. Omista taidoista tietoiseksi tuleminen saa paljon enemmän painoarvoa kuin uuden oppiminen kanadalaisilta.

Pääkirjoituksissa, joissa objektina on kilpailuedun säilyttäminen, käytetään ääri-ilmaisua:

”Jokainen tietää, miten hyvältä juuri puusta otettu
omena, pensaasta poimittu marja tai maasta kuokittu
varhaisperuna maistuu.”

P&k 15/00

Tällöin tuoreus määrittyy heti arvoksi, jota ei tarvitse sen kummemmin perustella. Tuoreusedun säilyttämisen määrittelemisen elintärkeäksi (P&k 15/00) tekee ilman pitkällisiä perusteluja tosiasian myös siitä, että suomalaisilla tuotteilla on kyseinen etu.

Pääkirjoituksessa, jossa puhtaiden vesivarojen säilyttäminen kilpailukeinona on objekti, käytetään narratiivia: ensin kerrotaan, miten muiden maiden viljelijöillä on ongelmia vedensaannin kanssa. Sitten todetaan, että suomalaisviljelijöillä ei ole pulaa vedestä, mutta lisätään heti perään, että tilanne ei välttämättä jatku sellaisena ilman vesistöjen ja ympäristön huolenpitoa (P&k 31/00.)

5.6. Yhteenveto: tavoitteiden saavuttamisen ulkoiset ja viljelijöistä riippuvat ehdot

Miltä tilanne nyt näyttää? Kasvihuoneviljelyllä on erilaisia tavoitteita. Onko kasvihuoneviljelijällä paljon mahdollisuuksia vaikuttaa siihen, onnistuuko hän objektin tavoittelussa vai määrittelevätkö toimintaa ulkoiset ehdot? Tällä välietapilla kertaan viljelijän asemaa eri objekteihin nähden.

Kun objektina on alan kannattavuus, viljelijöiden on selviydyttävä muuttuneesta tilanteesta oman toimintansa avulla. Kohonneista energiakustannuksista selviämiseen taas tarvitaan ulkopuolista apua.

Viljelijähinnan muuttaminen on täysin viljelijöiden omasta toiminnasta riippuvaista, eikä apua löydy muualta silloinkaan, kun huonolle viljelijähinnalle ei ole vaihtoehtoja.

Erotautuminen ulkomaista on riippuvaista maantieteellisistä seikoista, mutta myös viljelijöiden tiedostamisesta. Edellytykset kilpailulle tulevat ulkoapäin, mutta viljelijöiden omasta toiminnasta riippuu, säilyykö kilpailuetu.

Kuvio 2. Toiminnan päämäärät sen mukaan, onko onnistuminen riippuvaista omasta toiminnasta vai ulkoisista ehdoista

OMA TOIMINTA	ULKOPUOLISET EHDOT
Kannattavuus muutoksen jälkeen	Kustannusten noususta selviäminen
Asiakassuhde ja mainonta	Tienvarsimainonta
Viljelykauden onnistuminen	Investoinnit
Kilpailuedun tunnistaminen ja säilyttäminen	Maantieteelliset kilpailuedut

6. KASVIHUONEVILJELYN TAVOITTEIDEN SAAVUTTAMISEN EDISTÄJÄT

Tässä luvussa käyn läpi sitä, minkälaiset tahot ja millainen toiminta edistävät kasvihuoneviljelyn tavoitteiden saavuttamista.

Se, joka jollakin tavalla edistää subjektin pyrkimyksiä saavuttaa objekti määrittyy aktanttimallissa auttajaksi. Se, kuka on auttaja, on siis sidoksissa subjektin näkökulmaan. Auttaja-kategoriaan sijoittuminen on tilannekohtaista: auttajaksi määrittynyt henkilö tai asia voi jossakin toisessa tilanteessa ollakin vastustaja, jos hänen toimintansa silloin sattuukin hankaloittamaan subjektin pyrkimyksiä.

Edellä esitetystä seuraa että sen ymmärtäminen, miksi joku on auttaja, edellyttää tietoa siitä, mitä objektia subjekti tavoittelee. Esittelenkin auttajat samoissa objektin mukaan jaetuissa ryhmissä, jotka olivat käytössä luvussa objekti. Käytän myös samantapaista esittelymallia, mutta en auttajan kohdalla pohdi sitä, onko tavoitteena olotila vai tekeminen. Olen jättänyt olotilan ja tekemisen välisen erottelun pohtimisen pois, koska auttajan kohdalla ei ole tarkoitus varsinaisesti analysoida auttajan tavoitteita vaan auttajan vaikutusta subjektin tavoitteisiin.

Tarkastelen jokaisessa alaluvussa ensin sitä, onko auttaja subjektille ulkoinen vai subjektista itsestään lähtöisin, sitten käyn läpi kuvauksessa käytettyjä retorisia keinoja.

6.1. Alan kannattavuus

Kun subjektin tavoitteena on elinkeinon säilyminen kannattavana, löytyy subjektin omasta toiminnasta riippumattomia auttajia kolme: valtio ja Euroopan Unioni (P&k 22/00) sekä eräiden viljelykasvien ominaisuudet:

”Ruukku- ja ryhmäkasveilla kilpailuasetelma on parempi, sillä suhteellisen painavien, tilaa vievien, hankalasti kuljetettavien, huonosti säilyvien ja kotimaassakin riittävästi hintakilpailtujen kukkien rinnalle tuonti ei ole kovin houkutteleva vaihtoehto.”

P&k 50/00

P&k 47/00

Tässä sen, että subjekti itse asettuu auttajan kategoriaan voi nähdä subjektin oman toiminnan merkityksen ja arvon korostumisena. Subjekti on todella yksin, häneltä vaaditaan valtavasti epävarmuudensietokykyä ja mukautumista jotta hän kykenisi harjoittamaan elinkeinoaan kannattavasti.

Joissakin tapauksessa ainoaksi avuksi voi jäädä luopuminen. Joidenkin on kenties uhrauduttava:

”Tuotettua tomaattikiloa kohden kevytöljyä - etenkin vanhoissa lasihuoneissa viljeltäessä – on ostettava kohta sellaisilla summilla, että koko viljelyn järkevyyden voi olla uhattuna. Ei ole kaukaa haettu ajatus, jonka mukaan osan tomaatinviljelijöistä kannattaa harkita jopa välivuotta viljelyssään. Se kuulostaa kyllä rajulta vaihtoehdolta, mutta monessa tapauksessa se lienee järkevin valinta.”

P&k 40/00

Subjekti saa siis ulkopuolista apua valtiolta, EU:lta ja viljelykasvien ominaisuuksista. Subjektista itsestään riippuu viljelykasvien ominaisuuksien hyödyntäminen. Kuluttajan asema auttajana subjektin on varmistettava omalla toiminnallaan. Subjektin on oltava omana apunaan joustavuudellaan, joskus luopumiseen asti.

Viimeisessä aineistolainauksessa retorisenä keinona käytetään ei-numeerista määrällistämistä (sellaisilla summilla, että viljelyn järkevyyden on uhattuna), jonka avulla pyrkimys on osoittaa, että välivuosi voi olla viljelijän itsensä kannalta järkevin ratkaisu. Apuna käytetään myös narratiivia ja tosiasiaretoriikkaa: vähä vähältä osoitetaan tilanteen mahdottomuus ja suljetaan vaihtoehtoja pois. Kun öljy on kallista, siirretään istutuksia, kun istutuksia siirretään, lykkääntyy sadon alkaminen. Jos kautta lyhennetään toisestakin päästä, putoavat neliösadot. Jos nämä lyhennetyt viljelyohjelmat tuottavat kaikki satoa yhtä aikaa, markkinoille tulee ruuhkaa, ja viljelijähinta tipahtaa. Tarina päättyy karuihin

”Vaihtoehtoja on vähän. Uusia kasveja ei oteta viljelyyn noin vain, eikä ympärivuotinen viljely ratkaise kaikkia ongelmia. Rakennemuutos saattaa olla lähempänä kuin uskommekaan.”

P&k 40/00

Myös sen osoittamiseen, että viljelijältä vaaditaan joustavuutta ja varasuunnitelmia käytetään narratiivia. Kuvailtaan, miten helppoa viljelijänä oleminen ennen oli: ”tavara meni kaupaksi ja tulos oli kohtuullinen, kunhan saavutti tyydyttävän satotason ja tuotti keskimääräistä laatua”, ja miten asiat ovat nyt muuttuneet: ”Yhä useammin käy niin, että

Niin pyrkimyksissä muuttaa viljelijähintaa kuin tarpeessa sopeutua sen alhaisuuteenkin kuluttaja määrittyy avustajaksi. Kuluttaja voi saada avustajan määrään kahdella tavalla. Ensinnäkin kuluttaja voi saada avustajan määrään sitä kautta, että ostaa paljon, jolloin kovaa kysyntää voidaan käyttää perusteena hintojen nostolle

”Kotimaisia tulppaneita olisi voitu myydä enemmänkin, jos niitä vain olisi ollut. Kaiken kukkuraksi koettiin sekin ihme, että Suomessa oli viljelijähinnaltaan Euroopan edullisimmat tulppaanit ja samanaikaisesti tuotteista niukkuutta!”

P&k 51-52/00

tai kuluttaja nähdään pelastajana tilanteessa, jossa alhaiseen viljelijähintaan on vain sopeuduttava:

”Tomaatteja on kannettu kotiin ahkerasti eli kuluttajat ovat ymmärtäneet nauttia tilanteesta täysin siemauksin. Toivoa sopii, että edullisen hinnan mahdollistama runsas käyttö opettaa ostamaan tomaatteja muulloinkin kuin ruuhkatilanteissa.”

P&k 29/00

Toiseksi kuluttaja voi asettua avustajan asemaan siksi, että hän haluaa kotimaisia vihanneksia. Tällöin perusteena sille, että tuotteesta on saatava hyvä hinta ei käytetä kovaa kysyntää, vaan sitä, että kotimaiset vihannekset ovat kuluttajalle arvo-objekti kotimaisuutensa vuoksi

”Suomalaiset haluavat kotimaista tomaattia – se on tutkittu juttu – ja ovat vielä joitakin vuosia sitten maksaneet siitä nurisematta kohtuullisen hinnan.”

P&k 34/00

”Kuluttajat ja ensin vähän nikotellut kauppakin ovat ottaneet talvikurkun riemuiten vastaan.”

P&k 44/00

Kuluttaja on siis avustaja, koska hänen arvo-objektinaan on tuote, josta subjekti haluaisi saada mahdollisimman hyvän hinnan. Jälkimmäisessä esimerkissä myös kauppa määrittyy avustajaksi.

Lisäksi viljelijän on mahdollista vaikuttaa kuluttajaan ja tehdä hänestä avustajansa tilanteissa, joissa kysyntää ei vielä ole:

”Toinen mahdollisuus lisäansioiden saamiseksi on lisämyynti. Kehitellään jotain aivan uutta ja aloitetaan keväällä vielä aikaisemmin”

P&k 13/00

Myös muuta apua viljelijöitä tyydyttävän hinnan saamiseksi löytyy viljelijöiden omista toimista: viljelijöiden tulisi ”koota joukkonsa”, pitää yhtä niin että kukaan ei myisi halvalla:

”Jos lähes kaikki lähtevät siitä, että ale on nyt loppu ja tomaatit karrataan mieluummin vaikka sinne kompostiin kuin myydään pilkkahinnalla, alkaisiko jotain tapahtua? Onko kaupalla varaa ostaa tomaattinsa ulkomailta, kun suomalaiset kerran haluavat kotimaista?”

P&k 34/00

Avustajina mainitaan myös tiedotusvälineet, joiden tuoma myönteinen, ymmärtävä julkisuus on auttanut lisäämään menekkiä ylituotantolanteessa (P&k 29/00). Lisäksi avustajana on ulkomaisen kilpailun puute: ”Kun tiedetään sipulisadon niukkuus viime kesältä, ei paineita ole tulossa ulkomailtakaan” (P&k 51-52/00).

Yhdessä pääkirjoituksessa ei ole ollenkaan varsinaista avustajaa. Tarve hintojen nostoon määrittynyt hankaloituneiden olosuhteiden kautta, ja ainoa apu paremman hinnan saamiseen on paremman hinnan vaatiminen. Subjektin on siis osattava auttaa itse itseään (P&k 48/00).

Kuluttaja tulee siis avuksi joko ostamalla tuotetta tai arvostamalla sen korkealle. Viljelijät voivat omalla toiminnallaan ja tiedotusvälineiden avulla vielä vahvistaa kuluttajan auttaja-asemaa. Viljelijät voivat yhteisrintamalla auttaa itseään. Ulkomaat asettuvat auttajiksi, mutta vain sitä kautta, että eivät toimi, eli kilpailu puuttuu.

Kuluttajan asettuminen paljon ostavan auttajan asemaan osoitetaan ei-numeerisella määrällistämällä ja ääri-ilmaisuilla:

”Tulppaani on edelleen talven ostetuin kukka, josta suomalaiset pitävät”

P&k 51-52/00

”Kaikki on myyty, mitä huoneista on valmistunut.”

P&k 8/00

”Kotimaisia tulppaaneita olisi voitu myydä enemmänkin, jos niitä vain olisi ollut.”

P&k 51-52/00

Se, että kuluttaja haluaa nimenomaan kotimaisia vihanneksia perustellaan suojautumalla vasta-argumentilta vetoamalla tieteen tekoon auktoriteettina: ”Suomalaiset haluavat kotimaista tomaattia –se on tutkittu juttu ” (P&k 34/00) ja käyttämällä narratiivia, joka johtaa lukijan itsenäisesti tekemään sen johtopäätöksen, etteivät kuluttajat muuta syökään:

”Enää ei tarvitse lopettaa vihannesten syöntiä lokakuussa, kun turvallista oman maan tuotantoa on liki jokaisen kaupan hevi-tiskissä läpi vuoden.”

P&k 44/00

Viljelijöiden mahdollisuudet tehdä kuluttajasta auttajansa perustellaan kategorisoimalla tilanne uusien tarpeiden luomisen kannalta sopivaksi. Otsikon ”Kesäkukissa kasvunvaraa” alla todetaan, että ”Aika on nyt otollinen kaikelle puutarhainnostukselle” ja vaikka ”Uuden ulkokukkakulttuurin mukanaolo vaatii kyllä koko ketjun // mukanaoloa” niin ”vanha kannattaa nyt kyseenalaistaa”(P&k 13/00).

Tarve viljelijöiden yhteisrintamalle perustellaan asettamalla halvalla myyvät ikävään kategoriaan huomauttamalla, että jokaisen tuotettaan arvostavan olisi syytä rohjeta pyytää tuotteestaan kunnon hinta (P&k 34/00.)

Tiedotusvälineiden asema avustajana on tuotettu kategorisoinnin avulla:

”Lehti- ja radiojuttujen henki on ollut *asiallinen*, viljelijöiden tukala asema on ymmärretty, eikä julkisuuden tavoitteena ole ollut *syllisien etsiminen*,

Se, onko auttajana sääntöjen tiukka noudattaminen vai sääntöjen venyttäminen riippuu siis siitä, rajoittavatko vai edistävätkö kyseiset säännöt objektin tavoittelua.

Tilannekohtaisuus käy ilmi myös niistä retorisisista keinoista, joilla vakuuttavuutta on tuotettu. Yhteisvastuullista mainontaa peräänkuuluttavassa pääkirjoituksessa todetaan, että sääntöjen rikkomisesta on oltava seurauksensa, koska ”sitä edellyttää jo järjestelmän uskottavuuskin” (P&k 49/00). Tällöin sääntöjen noudattamisen valvonta kategorisoituu tarpeelliseksi ja oikeudenmukaiseksi. Tienvarsikilpien puolesta puhuvassa pääkirjoituksessa taas sanotaan, että vaikka asiallinen valvonta on aivan paikallaan, ”sen ei kuitenkaan tulisi perustua ainakaan pelkästään byrokraattisiin pykäliin vaan terveeseen harkintaan ja hyvään makuun” (P&k 27-28/00). Tällöin sääntöjen noudattamisen tiukka valvominen kategorisoituu byrokraattisten pykälien orjalliseksi noudattamiseksi.

Hyvällä maulla valmistettujen mainoskylttien asema auttajina tuotetaan nimenomaan kategorisoimalla ”byrokraattisiin pykäliin” perustuva valvontajärjestelmä epäoikeudenmukaiseksi ja hyvän maun käyttäminen valvonnan kriteerinä sen sijaan toivottavaksi. Kun viljelijä sitten valmistaa kilpensä hyvällä maulla, on sääntöjen rikkomisenkin oikeutettua, kun sääntöjen perusta on epäoikeudenmukainen.

Subjektin tavoitteena on käytännön viljelyyn liittyen viljelijänä toimiminen tai sitten viljelijänä toimimisen edellytysten parantaminen.

Kun tavoitteena on mahdollisuus toimia viljelijänä, auttajaksi määritty kuluttaja, jonka aikaansaannosta on se, että ”oman maan tuotteen asema näyttää hyvältä.” (P&k 2/00).

Kun pyrkimyksenä on viljelyn edellytysten parantaminen, on kyse joko viljelykauden onnistumisen varmistamisesta tai investoinneista. Investoinneissa auttajana ovat EU:n ja valtion taholta tulevat tuet (P&k 3/00), ja Suomen valtion edellytettäisiin asettuvan auttajan rooliin tukemalla investointeja veropolitiikalla (P&k 10/00).

Myös maantieteellisistä seikoista löytyy auttajia investointitavoitteille:

Kuluttajan asema viljelyn auttajana tuotetaan kategorisoinnilla: vaikka espanjalaista kurkkua myydään halvalla, niin ”aina on kuluttajia jotka ymmärtävät laadun päälle” (P&k 2/00). Auttajan aseman ja positiivisten määreiden saaminen koskee siis vain tiettyjä kuluttajia. Nuumerisen määrällistämisen avulla osoitetaan lisäksi, että auttajan asemaan asettuminen ei ole kuluttajalle vaikeaa, kunhan vain halua riittää:

”kuluttajahintakaan ei enää ole ostamisen este, kun hinnat pyörivät 20-30 markan tuntumassa.”

P&k 2/00

Euroopan unionin asema auttajana määrittyy tosiasiaksi, kun EU:n investointituet asetetaan investointien edellytykseksi: ”investointitukien myöntämiseen tulee näillä näkymin selvä katkos. Toivottavasti investointeja koskeva tukipaketti asetetaan käsittelyjärjestyksen kärkeen, sillä kilpailukyvyn parantaminen edellyttää myös tänä vuonna kannattavuuden parantamiseen tähtääviä järkeviä investointiratkaisuja.” (P&k 3/00.)

P&k 12/00

”Nyt luulisi olevan itsestään selvää, ettei epäkurantteja tomaatteja toimiteta myyntiin.”

P&k 21/00

6.5. Ulkomaat

Suhde ulkomaihin voi olla halua tehdä eroa tai tahtoa kilpailla. Kummassakin tapauksessa, maantieteelliset seikat asettuvat auttajaksi: Itämeri erottaa Suomen lännestä ja hidastaa näin tuontia sieltä suunnalta, josta se muuten on vapaata (P&k 30/00.) Se, että

suomalaisilla viljelijöillä ei, edelleen maantieteellisistä seikoista johtuen, ole pulaa vedestä, määrittyä auttajaksi, koska tämä antaa suomalaisille viljelijöille kilpailuetua (P&k 31/00.)

Kuluttaja määrittyä auttajaksi kilpailussa ulkomaiden kanssa sitä kautta, että kotimaiset tuotteet ovat kuluttajalle arvo-objekti: kuluttajat liittyvät kotimaisiin tuotteisiin sellaisia positiivisia määreitä, joita eivät – ainakaan samassa määrin – liitä ulkomaisiin (P&k 15/00.)

Kun kyse on halusta tehdä eroa ulkomaihin, määrittyvät ulkomaat itsessään tietyssä mielessä auttajiksi: viljelijä-subjekti tulee tietoiseksi omasta osaamisestaan ulkomaiden avulla, sitä kautta että käy itse paikan päällä toteamassa, että siellä ei ole sen hienompaa kuin kotimaassakaan (P&k 6/00.)

Maantieteellisten seikkojen asema auttajana tuotetaan narratiivin avulla: tarinalla siitä, millainen invaasio saattaa odottaa ruotsalaisviljelijöitä tanskalaisviljelijöiden taholta Tanskan ja Ruotsin yhdistävän sillan valmistuttua tehdään selväksi Itämeren merkitys jarruna (P&k 30/00) ja tarinalla muiden maiden vesipulmista nostetaan näkyville Suomen hyvien vesivarojen merkitys (P&k 31/00).

Kuluttajan asema auttajana kilpailuedun takaajana tuotetaan ääri-ilmaisujen kautta: ”*kaikki* kuluttajat haluavat // paitsi puhdasta ja turvallista myös tuoretta ja terveellistä ruokaa. *Valtaosa* suomalaisista kuluttajista tuntuu pitävän *itsestään selvänä*, että kotimaiset tuotteet päihittävät tuontituotteet *kaikkien* näiden ominaisuuksien osalta.” (P&k 15/00.)

Ulkomaiden asema suomalaisviljelijöiden oman osaamisen tunnistamisen apuna tuotetaan varautumalla vasta-argumenttiin tunnustamalla ulkomaiden osaaminen ja ulkomailta saatu oppi, mutta sitten nämä asiat asetetaan alisteisiksi oman osaamisen huomaamiselle:

”Matkalta tuotiin toki taas paljon uutta oppia, jolla suomalainen kasvihuonetuotanto kehittyy taas aimo annoksen eteenpäin. Mutta parasta antia taisi kuitenkin olla suoristunut ryhti. // Ulkomaille kannattaa edelleen lähteä hakemaan oppia, sillä siellähän sitä on, kunhan tarjottuun oppiin suhtautuu kriittisesti ja pitää mielessä oman osaamisen.”

P&k 6/00

6.6. Yhteenveto: tavoitteiden saavuttamisen ulkoiset ja viljelijöistä riippuvat auttajat

Pysähdyn taas hetkeksi luomaan silmäyksen siihen, minkälaiset asiat edistävät viljelijöiden mahdollisuuksia päästä tavoitteisiinsa. Tuleeko apu ulkoapäin, vai onko se lähtöisin

Kun objektina on alan kannattavuus, viljelijän ulkopuolisia auttajia ovat valtio ja EU. Eräiden viljelykasvien ominaisuudet (huono kuljetuskestävyys) asettuvat auttajiksi, jos viljelijä osaa hyödyntää niitä. Kuluttaja asettuu auttajaksi, jos viljelijä osaa säilyttää yhteyden kuluttajaan. Viljelijästä itsestään riippuva auttaja on joustavuus, joskus luopumiseen asti.

Viljelijähinnan ollessa objektina avustajana on kuluttaja joko ostokäyttäytymisensä tai arvostustensa kautta. Viljelijästä riippumattomia auttajia ovat myös tiedotusvälineet uutisointitapansa vuoksi sekä ulkomaisen kilpailun puute. Viljelijöistä riippuva auttaja on

Asiakkaisiin vaikuttamisessa auttajat ovat viljelijästä riippuvaisia: siistien mainoskylttien valmistaminen, mainonnan sääntöjen noudattaminen yhdessä ja sääntöjen venyttäminen toisessa tapauksessa.

Suhteessa käytännön viljelyyn auttajat ovat viljelijästä riippumattomia: kuluttaja, EU-tuet, maantiede ja luonto.

Kun objektina on eronteko ulkomaihin, auttajat ovat myös viljelijästä riippumattomia. Maantiede on auttaja joko tuonnin hankaloittajana tai kilpailuedun tuojana (joka viljelijän on kuitenkin omalla toiminnallaan osattava säilyttää). Kuluttaja on auttaja arvostustensa vuoksi. Ulkomaat itse voivat asettua auttajiksi itsetuntoa kohottavina vertailukohteina.

Kuvio 3. Auttajat sen mukaan, onko auttajana viljelijän oma toiminta vai ulkopuolinen toiminta

OMA TOIMINTA	ULKOPUOLINEN TOIMINTA
<p>Joustavuus</p> <p>Yhteistoiminta Siistit mainokset, suhtautuminen mainonnan sääntöihin</p>	<p>Tiedotusvälineet Valtio EU</p> <p>Kasvien ominaisuudet Kuluttaja</p> <p>Kuluttajan ostokäyttäytyminen/arvot Maantiede ja luonto Ulkomaat</p>

jos viljelijä osaa hyödyntää

7. KASVIHUONEVILJELYN TAVOITTEIDEN SAAVUTTAMISEN ESTÄJÄT

Tässä luvussa käyn läpi sitä, minkälaiset tahot ja millainen toiminta on esteenä kasvihuoneviljelyn tavoitteiden saavuttamiselle.

Vastustaja on auttajan pari, vastustaja ja auttaja ovat samanlaisessa suhteessa subjettiin eli saavat merkityksensä subjektin tavoitteiden kautta. Vastustajaksi määrittyy se, joka estää tai hankaloittaa subjektin pyrkimyksiä.

Tarkastelen tässä luvussa vastustajia käyttäen edelleen jo aikaisemmista luvuista tuttua objektin mukaista jaottelua ja erottelua siihen, onko kyse viljelijöistä itsestään vai viljelijöille ulkoisesta vastustajasta.

7.1. Alan kannattavuus

Kahdessa pääkirjoituksessa vastustajana on ylitarjonta (P&k 40/00, 47/00.) Kummassakin pääkirjoituksessa vastustajaksi asettuu nimenomaan ylitarjonta, eivätkä viljelijöiden siihen

johtaneet toimet, kuten kasvaneet viljelypinta-alat. Viljelijät määrittyvät heille ulkoisten markkinoiden lakien uhreiksi.

Viljelyn ulkoisista vastustajista tärkein on ulkomainen kilpailu. Ulkomainen kilpailu määrittänyt elinkeinon harjoittamisen vastustajaksi sitä kautta, että se on heiluttanut tai uhkaa heiluttaa tasapainoa, asettuu uhkaamaan ihannetta jossa kysyntä täytettäisiin kotimaisilla tuotteilla (P&k 45/00, 47/00, 50/00.)

Jo objektista kertovassa luvussa mainittu muutos, tulevaisuuden epävarmuus määrittänyt vastustajiksi yhdessä pääkirjoituksessa. Tässä kyseisessä pääkirjoituksessa vastustaja saa huomattavan vahvan aseman, sillä pääkirjoituksessa ei ole viljelijän ulkopuolisia auttajia, viljelijän on vain itse kyettävä joustamaan (P&k 47/00.) Kun vastustajan asema on näin korostunut, se nostaa subjektin toiminnan arvoa, sillä subjektin on tällaisissa oloissa kyettävä huomattaviin ponnistuksiin tavoitellessaan objektia.

Myös energian hinnan nousun aiheuttama tuotantokustannusten nousu oli esillä jo kertoessani. Se esiintyy vastustajana. Tässä yhteydessä myös valtio asettuu vastustajaksi korkean energiaveron vuoksi. Auttajan ja vastustajan asemien välisen rajan liukuvuutta kuvaa se, että samassa pääkirjoituksessa valtio asettuu myös auttajaksi, kun puhe on puutarhaviljelyn saamista tuista (P&k 22/00.)

Kuluttaja, joka usein saa auttajan aseman, voi olla myös vastustaja. Kuluttaja määrittänyt vastustajaksi, kun ei osta tarpeeksi, jolloin viljelyn kannattavuus on uhattuna. Tässäkin tapauksessa vastustajaksi asettunut kuluttaja nähdään kehityskelpoisena, hänelle annetaan mahdollisuus muuttua auttajaksi, vastuu muutoksen aikaansaamisesta jää viljelijälle ja kaupalle:

”kasvivalinnalla ja vähittäiskaupan entistä aktiivisemmalla toiminnalla kukkivien ruukkukasvien markkinoita on vielä mahdollista

P&k 24/00

Viljelijöiden asema tavallaan markkinoiden toiminnan uhrina ylitarjontatilanteessa tuotetaan ei-numeerisella määrällistämällä ja ääri-ilmaisuilla:

Viljelijöitä etäännytetään vastuusta myös tosiasiapuheella: Kallis öljy vaikuttaa siten, että istutuksia siirretään myöhäisemmäksi. Tällöin myös sadon alkaminen siirtyy. Jos lyhennetyt viljelyohjelmat sitten tuottavat samanaikaista satoa enemmän kuin markkinat vetävät, saatetaan kokea ennennäkemätön tomaattiruuhka (P&k 40/00.) Toimijoiksi asettuvat öljy ja viljelyohjelmat, eivät viljelijät, viljelijöille asiat vain tapahtuvat.

Ulkomaiden asema vastustajana tuotetaan narratiivilla, jossa ulkomaiden rooli on osattava lukea rivien välistä:

”Yhä harvemmin, jos koskaan pääsee puutarhaviljelijä ’nautiskelemaan’ sellaisesta tilanteesta, että tuotteista on huutava pula, tavarat viedään käsistä ja tuotteet voi hinnoitella sen mukaisesti. Jos ei kotimaan tuotanto pysty tyydyttämään kysyntää, tarjoavat eteläisemmät EU-kollegat auliisti apuaan. Mikäli tämänkin jälkeen marketin hevi-tiskillä koettaisiin niukkuutta, löytyy täydennystä tarvittaessa vaikka valtameren takaa.”

P&k 47/00

Ulkomaisen kilpailun asettuminen vastustajaksi myös todetaan tosiasiana, sitä vielä ääri-ilmaisulla vahvistaen:

”Tapahtuneen syyt ovat kaikkien tiedossa: kansainvälisen ylituotannon vaivaama kilpailu on pitänyt monien leikkokukkien hinnat niin alhaisina, ettei suomalainen tuotanto ole pysynyt mukana.”

P&k 50/00

Metaforan avulla vielä vahvistetaan, että kilpailu ei ole terveellä pohjalla, sitä vaivaa jokin.

Tulevaisuuden epävarmuus määrittyy vastustajaksi siten, että kirjoituksessa kategorisoidaan nykyisyys epävarmaksi ja vaikeaksi erotuksena ”vanhoista hyvistä ajoista”, jotka kategorisoidaan helpoiksi ja turvallisiksi (P&k 47/00.)

Objektista kertovassa luvussa käsitelinkin jo sitä, miten energiakustannusten asema vastustajana tehdään vakuuttavaksi numeerisen määrällistämisen avulla: laskemalla, miten suuri tulojen menetys tulee kohonneista energiakustannuksista.

Aikaisemmin olen käsitellyt myös sitä, miten verotuksen epäoikeudenmukaisuus tuotetaan kategorisoimalla tilanne, jossa suomalaisilla yrityksillä on erilaiset olot kuin yrityksillä kilpailijamaissa, epäoikeudenmukaiseksi.

Kuluttajan asema vastustajana tuotetaan ääri-ilmaisulla:

”Tällä hetkellä ruukkukasvien ostaminen on *liian*
(kursivointi A.A) sesonkipainotteista.”

P&k 24/00

Tämä ääri-ilmaisu myös oikeuttaa viljelijä-subjektin tekemään asialle jotain: kuluttajien ostokäyttäytymisessä on puutteita, he voisivat ostaa enemmän.

Viljelijähintaan sopeutumista tai siihen vaikuttamista käsittelevistä pääkirjoituksista ei löydy viljelijä-subjektin ulkopuolista vastustajaa. Pääkirjoituksessa, jossa subjektin pyrkimykset suunnataan kohti antiobjektia, huonoon viljelijähintaan sopeutumista, todetaan heti:

”Syllisiä on turha etsiä.”

P&k 29/00

Viljelijöiden on sopeuduttava siihen, että heidän oma toimintansa, viljelypinta-alan lisäys, on johtanut objektiin, jota kukaan ei halua, jolloin viljelijöiden toiminta saa negatiivisen

arvon. Ainoa objektiin sopeutumista ehkäisevä vastustaja saattaisi olla se, että viljelijät

Viljelijöiden vastuu markkinoiden ruuhkautumisesta ja sitä myöten huonosta viljelijähinnasta näyttäytyy tässä huomattavan raskaana, toisin kuin edellisen osion pääkirjoituksissa, joissa objektina oli kannattava elinkeinon harjoittaminen. Kyseisen osion pääkirjoituksissa viljelijöiden vastuu oli pieni, viljelijät olivat pikemminkin olosuhteiden uhreja. Markkinoiden ruuhkautuminenkin merkityksellistyy siis eri tavalla riippuen siitä, onko se toiminnan – tässä tapauksessa negatiivista – arvoa määrittelevä objekti vai vastustaja, joka häiritsee toisen objektin – tässä tapauksessa elinkeinon kannattavan

Myös pääkirjoituksissa, joissa objektina on viljelijähintaan vaikuttaminen, subjektin ainoa vastustaja on subjekti itse. Yhdessä näistäkin pääkirjoituksista lisääntynyt viljelypinta-ala mainitaan vastustajana (P&k 44/00.) Kyse on kuitenkin vasta mahdollisesta vastustajasta, vastustajasta josta voi tulla ongelma subjektin osaamattomuuden takia:

”Koko hommalta putoaa pohja pois, jos heti
ensimmäisessä ruuhkassa hinta pudotetaan

P&k 44/00

Muissa pääkirjoituksissa subjekti on asenteensa vuoksi oma vastustajansa: hän ei uskalla tai ymmärrä nostaa hintaa, vaikka kaikki edellytykset hinnan nostolle olisivat (P&k 8/00, 18/00, 34/00, 48/00) Kahdessa pääkirjoituksessa vastustajaa hintojen nostolle ei löydy edes subjektin omasta toiminnasta tai asenteesta (P&k 13/00, 51-52/00).

Subjektin ulkopuolisten vastustajien puuttuminen näistä pääkirjoituksista korostaa sitä, että hintoihin vaikuttaminen ei ole subjektille mikään ongelma, kunhan hän vain tunnistaa itsessään mahdollisuuden hintojen nostoon. Vastustuksen puuttuminen myös oikeuttaa hintoihin vaikuttamisen: kenelläkään ei ole mitään sitä vastaan.

Pääkirjoituksessa, jossa objektiin, huonoon viljelijähintaan sopeutumista saattaisi estää se, että subjekti ei tunne omaa vastuutaan, tämä mahdollisuus suljetaan pois tuomalla

viljelijöiden vastuullisuus esiin tosiasiana, jota korostetaan ei-numeerisella määrällistämällä ja ääri-ilmaisulla:

”Tätä kyllä pelättiin jo viime vuonna, kun pinta-alat kasvoivat. // Yllätyksenä tilanne ei siten voinut tulla kenellekään. // Päätös viljellä tai olla viljelemättä tomaatteja on syntynyt yrityksissä, jotka myös itse vastaavat toimintansa seurauksista.”

P&k 29/00

Pääkirjoituksissa, joissa vastustajana on subjektin osaamattomuus tai uskalluksen puute hintojen nostamiseen, tilanne tuotetaan kategorisoimalla subjektin toiminta puutteelliseksi: Viljelijöillä ”ei ole ollut riittävästi rohkeutta vaatia lisähintaa”(P&k 8/00), heiltä kysytään ”miksi puutarha-alan yrittäjien pitää olla tässä asiassa muita nöyristelevämpiä?” (P&k ”jokaisen tuotettaan arvostavan olisi syytä rohjeta pyytää tomaateistaan kunnon hinta.” (P&k 34/00).

7.3. Asiakkaat

Se, mitä auttaja-luvussa todettiin asiakkaiden kohdalla sääntöjen noudattamisesta auttajana, pätee tässä kohdin kääntäen vastustajiin: yhdessä pääkirjoituksessa vastustajina ovat ne, jotka eivät pelaa sääntöjen mukaan, vaan käyttävät väärin kotimaisuusmerkkiä (P&k 49/00), toisessa taas tiemestari, joka noudattaa sääntöjä liian tarkasti (P&k 27-28/00).

Jo objektista kertovassa luvussa kävi ilmi, että kun objektina on yhteisvastuullinen mainonta, vastustajina ovat myös laajemmin ne, jotka eivät osallistu yhteisvastuullisesti mainontaan, mutta keräävät siitä hyötyä (P&k 49/00). Käytännössä tähän vastustajakategoriaan sijoittuvat siis kaikki ne, jotka eivät osallistu yhteisvastuulliseen mainontaan, sillä mainonnan luomia positiivisia mielikuvia on mahdotonta riisua pois omilta tuotteiltaan, jos ei ole osallistunut mainonnan kuluihin..

Kun objektina on asiakassuhde sinänsä, vastustajaksi asettuu ulkomainen kilpailu (P&k

”Kuluttajakaan ei vielä osaa ravintolan salaattipöydässä vaatia meidän puolestamme kotimaisia kasviksia samalla tavalla kuin kaupan hevi-tiskillä.”

P&k 11/00

Narratiivia apuna käyttäen tässä tehdään kuitenkin selväksi kuluttajan kehityskelpoisuus: kuluttajasta voi tulla auttajakin, hän ei vain osaa vaatia kotimaista ravintolassa samalla tavalla kuin kaupassa. Myös se, että perimmäinen vastuu on viljelijöillä, käy *ilmauksesta meidän puolestamme.*

Myös ulkomaisen kilpailun asema vastustajana tulee ilmi vain epäsuorasti, narratiivirakenteen kautta:

”Kovassa kilpailutilanteessa toimivat suurkeittiöt eivät saa etäännyä kotimaisesta tuotannosta ja

P&k 11/00

Se, että ne, jotka eivät osallistu mainonnan rahoitukseen, ovat vastustajia, tehdään selväksi kategorisoinnilla:

”Joukossa on aina *vapaamatkustajia*, jotka *lyhyen hyödyn tavoittelussaan* eivät osallistu mainonnan rajoitukseen. Nämä *lusmuilijat* ovat valmiita keräämään kampanjoinnin hyötyä, mutteivät osallistumaan rahoitukseen.” (Kursivoinnit A.A)

P&k 49/00

Sääntöjen rikkojien asettuminen vastustajiksi perustellaan kategorisoimalla sääntöjen noudattamisen valvonta järjestelmän uskottavuuden edellytykseksi (P&k 49/00). Toisaalla sääntöjen valvonta asetetaan vastustajaksi kategorisoimalla ”byrokraattisiin pykäliin” perustuva valvonta epäoikeudenmukaiseksi esimerkiksi, jossa asetetaan vastakkain ”pieni itsepoiminnasta kertova opaskilpi”, joka määrätään poistettavaksi, ja ”kauhtunut jättimainos”, joka saa ”repsottaa vuodesta toiseen” kun on kerran sattunut saamaan luvan (P&k 27-28/00.)

7.4. Käytännön viljely

Kun objektina on viljeleminen itsessään, vastustajaksi määrittyy kauppa: myymällä ulkomaista tuotetta halpaan hintaan kauppiat vaarantavat kotimaisen tuotteen aseman (P&k 2/00).

Viljelyn edellytyksiin vaikuttamaan pyrkivää toimintaa on kahdenlaista: tavoitteena on joko onnistuneen viljelykauden varmistaminen tai investoinnit.

Kun tavoitteena on onnistuneen viljelykauden varmistaminen, vastustajaksi asettuu markkinoiden mahdollinen ruuhkautuminen, joka pudottaa onnistuneen kauden mittana olevia viljelijähintoja. Syyksi markkinoiden ruuhkautumiselle nähdään lisääntynyt viljelypinta-ala (P&k 12/00, 21/00). Kyse on siis siitä, että viljelijöiden oma toiminta asettuu vastustajaksi: yksittäisten viljelijöiden halu viljellä johtaa siihen, että koko alan tavoitteena oleva onnistuneen viljelykauden varmistaminen vaarantuu:

”Viime vuoden viljelijän kannalta huonoa vuotta selitettiin viljelijöiden omilla toimenpiteillä. Suuret satomäärät eivät voi tulla yllätyksenä, jos tuottava kasvihuonepinta-ala nousee yhden vuoden aikana kolme ja puoli hehtaaria.”

P&k 21/00

Kun perimmäisenä vastustajana on markkinoiden ruuhkautuminen, löytyy myös yksi viljelijöiden toiminnasta riippumaton, satotaso nostava vastustaja:

”Tulevan kesän säät ovat vielä arvoitus, mutta ruuhkia on ennakoitavissa, jos säät ovat edes yhtään suotuisat viljelyn onnistumisen kannalta.”

P&k 12/00

Myös silloin, kun tavoitteena on viljelyn edellytysten parantaminen investoinneilla, vastustajaksi asettuu viljelypinta-alan lisäys:

”Pahimmassa tapauksessa yksittäisten yritysten näkökulmasta järkevien investointipäätösten

yhteisvaikutukset voivat koko toimialan näkökulmasta johtaa ongelmiin, joista kaikki kärsivät. // Eryistä harkintaa tulisi käyttää ainakin tuotantokapasiteettia lisäävään investointi-

P&k 3/00

Kaikki investoinnit eivät siis ole toivottuja. Paitsi että yksittäisten jo alalla toimivien viljelijöiden toiminta saattaa asettua vastustajaksi, myöskään uudet tulokkaat eivät

”Varsinkin hanketoimintaan liittyvässä investointien tukemisessa tulisi harkita, ettei puutarha-alalle tulon kynnystä alenneta väärillä, hetkellisillä tukiporkkanoilla.”

P&k 3/00

Tässä vastustajaksi määrittyvät itse asiassa viljelijöiden saamat tuet, jotka samassa pääkirjoituksessa ovat myös tärkein auttaja.

Toinen esimerkki auttajan ja vastustajan välisen rajan häilyvyydestä ja jompaankumpaan kategoriaan sijoittumisen täydellisestä riippuvuudesta siihen, mikä vaikutus kyseisellä toimijalla on subjektin mahdollisuuksiin tavoitella objektia löytyy energian hinnasta. Öljyn hinnan nousu on useissa pääkirjoituksissa ollut tuotantokustannuksia lisäävä vastustaja. Mutta kun objektina on investoiminen kotimaisen polttoaineen käyttöön, asia on toisin. Motiivi kotimaisen polttoaineen käytön harkitsemiselle löytyy öljyn hinnan jatkuvasta noususta, jolloin:

”Kaiken lisäksi öljyn hintakehitys voi kääntyä toiseenkin suuntaan. Silloin kotimaisen polttoaineen käytöltä putoaa jälleen pohja pois.”

P&k 10/00

Kaupan määrittäminen vastustajaksi silloin, kun subjekti haluaa viljellä, tuotetaan kategorisoimalla: kauppiat ”polkumyyvät” espanjalaista kurkkua tosi edullisesti (P&k 2/00).

Lisääntyvän pinta-alan asema onnistuneen viljelykauden vastustajana tuotetaan ei-numeerisella ja numeerisella määrällistämällä:

”Kasvihuonevihanneksien kausi voi kääntyä reiluksi ylitarjonnaksi, sillä uutta ja entistä tehokkaampaa pinta-alaa on viime vuotta enemmän.”

P&k 12/00

”Tänä vuonna tilanne pahenee entisestään. Uutta tomaattialaa on jälleen kasvamassa yli kolme hehtaaria enemmän kuin 1999 ja peräti kahdeksan hehtaaria enemmän kuin kaksi vuotta sitten.”

P&k 21/00

Myös sään asema vastustajana tuotetaan ei-numeerisella määrällistämällä, sato- ja hintatasoon viittaamalla, otsikon ”Entä jos aurinko paistaa kesällä?” alla:

”Lämmin sää yhdistyneenä kasvaneeseen viljelypinta-alaan loi EU-ajan ruuhkaisimmat vihannesmarkkinat ja alhaisimmat hinnat.”

P&k 12/00

Se, että jotkin investointipäätökset saavatkin vastustajan aseman, eli eivät johdakaan objektina olevaan viljelyn edellytysten parantamiseen, tuotetaan kategorisoinnilla, investointi-kategorian täsmentämisellä ja jakamisella:

”Järkevää panostamista nykyisten pinta-alojen puitteissa tapahtuvan tuotannon tehostamiseen ei kukaan voi kyseenalaistaa. Pinta-aloja lisäävien investointien osalta tilanne ei ole yhtä ongelmaton.”

P&k 3/00

Samalla tavoin EU-tuet määrittyvät sekä auttajaksi että vastustajaksi kategorioiden jakamisella ja täsmentämisellä. Auttajia ovat ”kannattavuuden parantamiseen tähtäävät

järkevät investointiratkaisut”, vastustajia sen sijaan ”väärät hetkelliset tukiporkkanat” (P&k 3/00.)

Öljyn asema kotimaisen polttoaineen käytön vastustajana tuotetaan kategorisoimalla öljy viljelijöille miellyttävämmäksi vaihtoehdoksi:

”Jos rehellisiä ollaan, niin öljytuotteita on voinut pitää kohtuullisen edullisina usean vuoden ajan. Tästä hyvänä osoituksena on esimerkiksi se, ettei vaihtoehtoisten polttoaineiden käyttö kasvihuoneyrityksissä ole kiinnostanut. // Kiinnostus kotimaisen polttoaineen käyttöä kohtaan on nyt kasvussa, mutta uskallus vaihtaa helppokäyttöinen öljy työläämpään kiinteään mietityttää vielä.”

P&k 10/00

Öljyn positiivisten tuotteiden asettuminen vastustajan asemaan määrittää subjektin toimien, kotimaiseen polttoaineeseen investoinnin arvoa: subjekti joutuu ponnistelemaan, hän joutuu luopumaan. Tämä taas oikeuttaa pääkirjoituksen lopussa esiintyvän vaatimuksen siitä, että yhteiskunnan olisi tuettava viljelijöitä näissä ponnisteluissa.

7.5. Ulkomaat

Kun kyse on halusta tehdä eroa ulkomaihin, subjekti itse on oma vastustajansa:

”Viime marraskuussa yli 40 kasvihuonealan ammattilaista matkusti Kanadaan asti hämmästelemään sikäläistä kasvihuoneviljelyä. Lähtökohtana lienee aika monella ollut, että rapakon takana kaikki on suurempaa ja hienompaa.”

P&k 6/00

Subjekti tosin tekee tässä eron itsensä ja ulkomaiden välille, mutta hän tekee sen väärin päin: subjektin huono itsetunto on johtanut hänet aliarvioimaan itseään. Sen sijaan subjektin tulisi tunnistaa oma osaamisensa ja uskoa siihen.

Nopeutuvat ja paranevat kuljetusyhteydet asettuvat eronteon vastustajiksi, sillä ne tekevät erossa pysymisestä yhä vaikeampaa. Ruotsin ja Tanskan toisiinsa yhdistävä silta nähdään negatiivisena ilmiönä (P&k 30/00.)

Kun tavoitteena on kilpailla ulkomaiden kanssa joko hyvien vesivarojen tai joidenkin tuotteiden huonon säilyvyyden avulla, nähdään mahdolliset toiminnan puutteet vastustajina:

”Suomessa vesitilanne on vielä erittäin hyvä, mutta tilanne ei välttämättä jatku sellaisena ilman jatkuvaa vesistöjen ja ympäristön huolenpitoa.”

P&k 31/00

”Tuoreus on malliesimerkki siitä, miten yksikin heikko lenkki jossain markkinointiketjun vaiheessa voi olla kohtalokasta tuotteen laadulle.”

P&k 15/00

Puutteellisen tai virheellisen toiminnan asettuminen vastustajaksi korostaa subjektin toiminnan tärkeyttä ja merkitystä.

Subjektin huono itsetunto ja huonolaatuinen toiminta asettuvat siis vastustajiksi, samoin kuin nopeutuvat kuljetusyhteydet.

Subjektin oman huonon itsetunnon asettuminen vastustajaksi tuotetaan narratiivirakenteen avulla: kanadalaisten tarhojen tarhojen ”varsin keskinkertainen taso” saattaa johtua ulkomaiden kritiikittömästä ihailusta:

”Hollantia on aina pidetty kasvihuoneviljelyn ”Mekkana”. Sieltä on meillekin ammennettu oppia jo vuosikymmeniä. Mutta ei kannata sortua samaan virheeseen kuin kanadalaiset. Kaikki, mikä tulee puukenkämaasta, ei välttämättä ole koko totuus.”

P&k 6/00

P&k 15/00

Kun kyse on vesien saastuttamisesta vastustajana, käytetään apuna varoittavaa esimerkkiä:

”Hollannin pohjavesivarat alkavat olla niin kyllästettyjä nitraateilla ja torjunta-aineilla, ettei vesiä voi enää ottaa hyötykäyttöön.”

P&k 31/00

7.6. Yhteenveto: tavoitteiden saavuttamisen ulkoiset ja viljelijöistä riippuvat esteet

On jälleen aika pitää hengähdystauko. Kertaan lyhyesti, ovatko esteet tavoitteiden saavuttamiselle viljelijän omista toimista lähtöisin vai viljelijöiden toiminnasta riippumattomia.

Kun objektina on viljelyn kannattavuus, viljelijöille ulkoisena vastustajana nähdään ulkomainen kilpailu, muuttunut tilanne, energian hinnan nousu ja energiaverotus sekä kuluttajan ostokäyttäytyminen. Myös ylitarjonta nähdään jossain määrin viljelijöille ulkoisena vastustajana, ruuhkautuneina markkinoina.

Kun objektina on viljelijähinta, viljelijöille ulkoisia vastustajia ei ole. Viljelijä on oma vastustajansa toimintansa (viljelypinta-alan lisäys) tai asenteensa (ei uskalla nostaa hintoja) vuoksi.

Asiakassuhteen ollessa objektina vastustajana on viljelijöistä riippuva sääntöjen rikkominen tai viljelijöistä riippumaton sääntöjen tiukka valvonta. Se, että kaikki eivät osallistu mainontaan on viljelijöistä riippuva vastustaja, kuluttaja ja ulkomainen kilpailu taas ovat viljelijöistä riippumattomia vastustajia.

Suhteessa käytännön viljelyyn viljelijöistä riippumattomia vastustajia ovat ulkomaista halvalla myyvä kauppa, sää, tuet ”väärin” ohjattuina ja öljyn hinnan lasku muiden energiamuotojen käytön poissulkijana. Viljelypinta-alan nousu on viljelijöistä riippuva vastustaja.

Kun objektina on eronteko ulkomaihin, viljelijöistä riippuvia vastustajia ovat viljelijöiden huono itsetunto ja toiminnan huono laatu. Kuljetusyhteyksien paraneminen on viljelijöistä riippumaton vastustaja.

Kuvio 4. Vastustajat sen mukaan, onko vastustajana viljelijän oma toiminta vai ulkopuolinen toiminta

OMA TOIMINTA	ULKOPUOLINEN TOIMINTA
Viljelypinta-alan lisäys Ei uskalla nostaa hintoja Ei osallistu mainonnan kustannuksiin Käyttää kotimaisuusmerkkiä ilman lupaa Toiminnan huono laatu Huono itsetunto	Ulkomainen kilpailu Muutos Energian hinnan nousu ja verotus Kuluttajan ostokäyttäytyminen Markkinoiden ruuhkautuminen Kauppa myy ulkomaista halvalla Sää Väärin ohjatut tuet Halpa öljy sulkee pois muita energia- vaihtoehtoja

LOPUKSI

8. KASVIHUONEVILJELY ALAN SISÄISESSÄ KESKUSTELUSSA

8.1. Vaikutusmahdollisuuksista puhuminen on merkityksellistä

Olen asettanut tavoitteekseni analysoida, miten kasvihuoneviljelystä puhutaan alan sisäisessä julkisuudessa. Aktanttimallin käyttäminen apuvälineenä kiinnittää huomion toiminnallisuuteen, siihen, että subjekti tavoittelee jotakin ja jotkin tekijät edesauttavat, jotkin vaikeuttavat hänen pyrkimyksiään. Tällainen tutkimusmenetelmä mahdollistaa yhden tulkinnan siitä, miten kasvihuoneviljelystä kuvataan, tulkinnan, jossa painottuu se, minkälaisia tavoitteita kasvihuoneviljelijöille asetetaan ja mitä keinoja ja esteitä tavoitteiden saavuttamiseksi osoitetaan. Seuraavaksi teen yhteenvedon edellisistä luvuista: käyn läpi sitä, minkälaiseksi kasvihuoneviljelijän oman toiminnan merkitys määrittyy, minkälaista toimintaa kasvihuoneviljelijältä odotetaan ja minkälaisia ulkoisia ehtoja toiminnalle nähdään. Tämän jälkeen kysyn, miksi on merkityksellistä, miten kasvihuoneviljelystä puhutaan. Suhteutan myös kasvihuoneviljelystä puhumisen tapaa alussa esittelemiini pienyrittämisestä puhumisen tapoihin.

Aktanttimalleiksi tiivistetyt pääkirjoitukset voi sijoittaa subjekti-objekti suhteen laadun mukaan akselille, jonka toisena päänä on toiminta, jota eivät säätele ulkoiset ehdot, vaan tilanteen kehittyminen riippuu kasvihuoneviljelijän omasta toiminnasta, siis pragmaattisen modaalisuuden termein kyse on puhtaasti osaamisesta. Akselin toiseen päähän sijoittuu tilanne, jossa ulkoiset ehdot määräävät toimintaa täysin, eikä viljelijällä ole mahdollisuutta vaikuttaa asiaan, siis pragmaattisen modaalisuuden termein viljelijän on kyettävä toimimaan tilanteessa niin kuin se on. Akselin puoliväliin sijoittuu tilanne, jossa tilannetta määräävät ulkoiset ehdot, mutta viljelijällä on mahdollisuus oman toimintansa kautta kääntää tilanne edukseen, siis viljelijän on osattava huolehtia siitä, että kykenee toimimaan.

Aineistossani painottuu kasvihuoneviljelijän oman toiminnan vaikutus. Useimmissa tapauksissa toimintaa eivät säätele ulkoiset ehdot, vaan viljelijän omasta toiminnasta riippuu se, minkälaiseen tulokseen tilanteessa päädytään. Näin on silloin, kun viljelijän on sopeuduttava huonoon viljelijähintaan, jonka syynä on hänen oma toimintansa eli viljelypinta-alan lisäys tai kun viljelijän tulisi rohjeta nostaa hintoja, kun hinnankorotuksille ei ole ulkopuolisia esteitä. Suhteessa asiakkaisiin korostuu myös

viljelijän oman toiminnan merkitys, viljelijän on pidettävä yllä asiakassuhteita ja luotava uusia ja lisäksi viljelijän vastuulla on mainonnasta huolehtiminen. Viljelijän tulee osata käytännön viljely ja oppia uutta opiskelun ja kokeilemisen kautta. Lisäksi viljelijän tulee pyrkiä varmistamaan onnistunut viljelykausi. Ja lopuksi, viljelijän tulee tunnistaa oma osaamisensa eikä aliarvioida itseään ulkomaisiin viljelijöihin nähden. Viljelijän osaaminen on siis tärkeää ja vaikuttamismahdollisuudet suuria hinnoittelussa, asiakassuhteiden hoitamisessa ja käytännön viljelyssä, ja viljelijän tulisi olla taidoistaan tietoinen.

Viljelijän on myös oman toimintansa avulla mahdollista kääntää tilanne edukseen tai säilyttää se hyvänä silloin, kun toiminnalle on ulkoisia rajoituksia. Siihen, että toimintaolosuhteet ovat muuttuneet, löytyy ratkaisu viljelijän omasta toiminnasta: viljelijän on oltava joustavampi ja tehtävä varasuunnitelmia. Lisäksi viljelijän on mahdollista käyttää hyödykseen joidenkin viljelykasvien ominaisuuksia ja pyrkiä valitsemaan viljelyyn sellaisia kasveja, joita ei voi tuoda. Tässä tilanteessa maantieteelliset seikat tulevat avuksi. Pitkiä kuljetusmatkoja ei voi sanoa toiminnan ulkoiseksi rajoitukseksi vaan edistäjäksi, mutta viljelijän omasta toiminnasta riippuu, säilyykö kotimaisilla tuotteilla ulkomaisia lyhempien kuljetusmatkojen tuoma tuoreusetu. Tuotteita on osattava käsitellä niin, että ne pysyvät hyvinä. Toinen toiminnan ulkoinen maantieteellinen ovat Suomen hyvät vesivarat, mutta niidenkin tuoma apu viljelijän on osattava säilyttää omalla toiminnallaan, huolehtimalla vesivaroista. Maantieteen lisäksi luonto vaikuttaa toimintaan säiden muodossa. Viljelijän tulee osata toimia säästä huolimatta ja kompensoida säiden vaikutuksia esimerkiksi mahdollisimman laadukkailla tuotteilla. Mainonta mainittiin jo viljelijän omasta toiminnasta riippuvaiseksi, mutta mainontaa myös valvotaan viljelijän ulkopuolelta, jolloin viljelijälle jää mahdollisuus vaikuttaa tilanteeseen venyttämällä mainoskilpien pystytystä koskevia sääntöjä. Jatkumolla viljelijän itsenäisestä toiminnasta kohti ulkoisten ehtojen sanelemaa toimintaa ollaan tässä tapauksessa kuitenkin jo varsin lähellä ulkoisista ehdoista riippuvaista tilannetta, sillä luvaton kilpi voidaan aina määrätä poistettavaksi. Viljelijän oma osaaminen korostuu siis myös silloin, kun toiminnalle asettavat ulkoisia ehtoja EU-jäsenyyden tuomat muutokset, säät ja mainonnan säännöt, samoin kuin silloin, kun on tarpeen säilyttää viljelijälle ulkoapäin tulevia etuja. Tällöin painottuu erityisesti osaaminen tuotantosuunnan valitsemisessa ja tuotantotavan, mukaan lukien tuotteiden säilytys ja tuotantomenetelmien ympäristövaikutukset, hallinta.

On myös viljelijälle ulkoisia toiminnan ehtoja, joihin viljelijä ei voi omalla toiminnallaan vaikuttaa. Suomen sijainnin vuoksi ulkomaisten tuotteiden kuljetusmatkat ovat pitkiä, mikä tuo suomalaisille tuotteille tuoreusetua. Mutta entä jos kuljetusmatkat lyhenevät? Tällaiseen viljelijästä täysin riippumattomaan kehitykseen viljelijä ei voi toiminnallaan vaikuttaa, ainoa mahdollisuus on katsoa, miten toimintaa kyetään jatkamaan siitä eteenpäin. Tällaisen uhkan suuruutta kuvaa se, miten negatiivisia merkityksiä saa Ruotsin ja Tanskan välinen silta siitäkin huolimatta, että Itämeri jää vielä Etelä-Suomen ja sillan väliin, ja kuljetusmatka Pohjois-Suomen kautta on edelleen pitkä. Sillasta hyötymään pyrkivä tanskalainen puutarhatuotanto kuvataan erityisen negatiivisesti: tanskalaiset ovat odottaneet sillan valmistumista ”kieli pitkällään” ja nyt ”invaasio” Ruotsin puutarhatuotemarkkinoille on alkanut. Ruotsalaisen puutarhatuotannon tulevaisuus sillan varjossa nähdään synkäksi: ruotsalaisviljelijät voivat liittyä tanskalaisen tukkutorin jäseniksi – jos heitä vielä jonkin ajan kuluttua on olemassa (P&k 30/00.)

Toinen ulkoinen rajoitus, johon ei ole mahdollista vaikuttaa, on energian hinta. Kasvihuoneet lämmitetään yleensä öljyllä, jonka hinnan nousu nostaa tuotantokustannuksia ja vaikuttaa viljelijän toimintaa. Tähän ei viljelijältä löydy ratkaisua. Pääkirjoituksissa nimenomaan osoitetaan - kustannusten nousun suuruutta laskemalla ja sulkemalla pois se mahdollisuus, että jossakin muussa säästettäisiin - miten mahdotonta viljelijän on omalla toiminnallaan tehdä tilanteelle yhtään mitään. Ainoaksi mahdollisuudeksi jää se, että apu tulee ulkopuoliselta taholta, valtiolta, energiaveron laskemisen muodossa. Viljelijän oman toiminnan mahdollisuus tuodaan esiin viittaamalla kotimaisen polttoaineen käyttöönottoon, mutta tässäkin tapauksessa viljelijän toiminta on riippuvaista ulkopuolelta tulevasta avusta: kotimaisen polttoaineen käyttöönoton vaatimia investointeja ei voida tehdä, ellei yhteiskunta tue asiaa tutkimus- ja veropolitiikan avulla (P&k 10/00.) Ylipäänsäkin investointi on riippuvaista ulkoisista ehdoista, nimittäin EU:lta ja valtiolta viljelijälle tulevista rahallisista tuista.

Vaikka investointi onkin riippuvaista viljelijälle ulkoisista edellytyksistä, siirrytään tässä tilanteessa jatkumolla hiukan lähemmäs viljelijän omia vaikutusmahdollisuuksia sillä se, että tehdyt investoinnit todella parantavat viljelyn edellytyksiä koko alan näkökulmasta on riippuvaista siitä, että yksittäiset viljelijät tekevät investointipäätöksiä harkiten eivätkä pelkästään omaa etuaan ajatellen (P&k 3/00.)

Kuljetusyhteyksien paraneminen on esimerkki tilanteesta, jossa viljelijälle ei jätetä mitään toiminnan mahdollisuuksia, vain halu pysyä erossa ulkomaista. Kasvavien tuotantokustannusten ja investointimahdollisuuksien suhteen viljelijälle taas osoitetaan, että toimintaan on tarvetta, mutta toimintaa edellytetään muilta kuin viljelijä tai ainakin viljelijän mahdollisuudet toimia ovat riippuvaisia ulkoisesta avusta.

Myös auttajissa ja vastustajissa viljelijän omat vaikutusmahdollisuudet korostuvat. Auttaja ja vastustaja saattavat puuttua kokonaan, jolloin viljelijän omien toimien vaikutus on erityisen suuri. Vastustaja ja auttaja saattavat myös usein löytyä viljelijän omasta toiminnasta: vastustajiksi asettuu viljelypinta-alojen kasvu, joka mainitaan viljelijöiden omien ratkaisujen tulokseksi. Viljelypinta-alojen kasvun seurauksena taas nähdään ylitarjonta ja siitä seuraava markkinoiden ruuhkautuminen, jotka myös ovat vastustajia. Yhteinen nimittäjä näille vastustajille siis on se, että yksittäisten viljelijöiden heidän omaa asemaansa parantamaan pyrkivät ratkaisut johtavat ei-toivottuihin tuloksiin koko alan ja välillä myös viljelijän itsensä näkökulmasta. Auttajaksi asettuukin paitsi viljelijöiden yhteistyö ja joustavuus myös yksittäisen viljelijän kannalta ikävä ratkaisu, viljelystä luopuminen, jolloin viljelypinta-alan lasku tai kasvun pysähtyminen hyödyttäisi koko toimialaa.

Viljelijästä riippumattomana vastustajana esiintyy useimmiten sää, kuluttaja tai ulkomainen kilpailu. Näistä kuluttaja ja sää saattavat olla yhtä hyvin auttajia kuin vastustajiaakin, täysin riippuen siitä, miten asettuvat suhteessa viljelijän pyrkimyksiin savuttaa tavoitteensa. Kuluttajaan nähden viljelijällä on mahdollisuus toimia, viljelijä voi pyrkiä vaikuttamaan kuluttajaan, saada tämän auttajakseen. Säähän ei voi vaikuttaa, mutta viljelijälle jää kuitenkin pieni toiminnan mahdollisuus siinä mielessä, että viljelijä voi yrittää selviytyä säiden vaikutuksista viljelemällä mahdollisimman laadukkaita tuotteita. Ulkomainen kilpailu asettuu aina vastustajaksi, ulkomaisen kilpailun puuttuminen sen sijaan esiintyy auttajana. Kuluttaja esiintyy usein auttajana nimenomaan ulkomaiseen kilpailuun nähden: viljelijän kilpailuetu ulkomaiseen nähden tulee sitä kautta, että kuluttaja arvostaa kotimaisen tuotteen ulkomaista korkeammalle. Kotimaisen tuotteen paremmuus on usein lähtökohta, mutta joskus viljelijän omaa toimintaa edellytetään tämän kilpailuedun säilyttämiseen, on esimerkiksi viljelijän ja hänen apunaan koko markkinointiketjun toiminnan laadusta kiinni, säilyykö kuluttajan usko siihen, että kotimainen tuote on tuoreempaa ja laadukkaampaa (P&k 15/00). Ulkomaisen kilpailun

asettamista vastustajan asemaan voidaan myös käyttää keinona motivoida viljelijää toimimaan, uhkakuvana siitä, mitä tapahtuu, jos keskusteluyhteyttä kotimaiseen kuluttajaan tai muuhun asiakastahoon ei pidetä yllä.

EU ja valtio, maantiede ja luonto voivat olla tilanteesta riippuen niin vastustajia kuin auttajiakin. Viljelijälle ei juuri osoiteta mahdollisuutta vaikuttaa näihin, mutta viljelijä voi hyötyä näistä tahoista omalla toiminnallaan. Kaiken kaikkiaan voi sanoa, että viljelijän mahdollisuudet vaikuttaa painottuvat ulkoisten rajoitusten kustannuksella.

Kuvio 5. Kasvihuoneviljelijän vaikutusmahdollisuudet ja kasvihuoneviljelyn ulkoiset ehdot

OMA TOIMINTA RATKAISEE	OMALLA TOIMINNALLA VOI VAIKUTTAA ULKOISIIN EHTOIHIN	ULKOISET EHDOT SÄÄTELEVÄT TOIMINTAA
Huonoon hintaan sopeutuminen Hintojen nostaminen Asiakassuhteet ja mainonta Viljelyn osaaminen, uuden oppiminen Onnistunut viljelykausi Oman osaamisen tiedostaminen +Yhteistyö +Joustavuus +Viljelystä luopuminen +Tuotteen hyvä laatu	Muutokseen sopeutuminen Viljelykasvien ominaisuuksien hyödyntäminen Maantieteen tuoman kilpailuedun säilyttäminen Säiden vaikutusten kompensointi Mainonnan sääntöjen venytys +Kuluttajaan vaikuttaminen	Lyhenevät kuljetusmatkat Energian hinta Investoinnit +/-Sää -Ulkomainen kilpailu +Ulkom.kilpailun puute +/-Kuluttaja

+ = auttaja, - = vastustaja

Tältä näyttää vastaukseni siihen, minkälaiseksi kasvihuoneviljelijän tilanne on kuvattu. Mutta *miksi* tilanne on kuvattu sellaiseksi kuin se on kuvattu? Tähän vastatakseni käänän seuraavaksi huomioni tekemääni retoristen keinojen analyysiin.

Analysoidessani subjektia, objektia, auttajaa ja vastustajaa ja näiden välisiä suhteita olen osoittanut, että näistä rakenteista muodostuva kuva ei ole vain syntynyt vaan se on aktiivisesti synnytetty retoristen keinojen avulla. Kuvaus on pyritty saamaan vakuuttavaksi ja sitovaksi ja muita vaihtoehtoja poissulkeväksi. On siis myös niin, että viljelijän toiminnan suuri merkitys, se että viljelijällä näyttäisi olevan suuret mahdollisuudet vaikuttaa asioihin oman toimintansa kautta, on tarkoituksenmukainen kuvaus, joka on tuotettu retoristen keinojen avulla. Se, että viljelijän mahdollisuudet vaikuttaa asioihin

oman toimintansa kautta ovat suuret, motivoi viljelijää toimimaan. Paitsi että viljelijän toiminnalla osoitetaan olevan vaikutusta, viljelijän toiminta saa pääkirjoituksissa jonkin suunnan, jokin tavoite määrittyy objektiksi ja jotkin toiminnan muodot hyväksyttäviksi, toiset epätoivotuiksi. Pääkirjoituksissa subjektina on usein sama kuin pääkirjoitusten oletettu yleisö, joka pyritään näin sitouttamaan tiettyyn näkemykseen ja toimintatapaan.

Uuden retoriikan, jolla tarkoitetaan 1960-luvulta lähtien herännyttä uutta kiinnostusta retoriikkaa kohtaan, edustajat ovat korostaneet retoriikan ja argumentoinnin yhteyttä toimintaan ja maailman muuttamiseen. Retorisuus voidaan nähdä toiminnan aikaansaamiseen tai toiminta-alttiuksien synnyttämiseen tähtäävien tekstien ominaisuutena (Summa 1995, 85.) Tämän näkemyksen valossa on nimenomaan tarkoituksenmukaista, että puutarha-alan ammattilehden pääkirjoituksissa, joissa subjektiksi asettuu oletettu yleisö, subjektin mahdollisuudet vaikuttaa asioihin toiminnallaan kuvataan suuriksi, sillä tämä synnyttää toiminta-alttiutta, motivoi toimimaan. Tässä merkitystä on sillä, että kyse on alan sisäisestä lehdestä. Jos kyseessä olisi esimerkiksi teksti, jolla pyrittäisiin vakuuttamaan joku toimialan ulkopuolinen taho siitä, että alan toiminnan edellytyksiä on parannettava, saattaisivat viljelijän vaikutusmahdollisuudet painottua huomattavasti vähemmän, kun toiminta-alttiutta pyrittäisiin luomaan jollekin toiselle.

Viljelijää motivoi toimimaan myös se, että kun teemana on viljelijähinta, asiakassuhteet ja viljelijänä toimiminen, objektina on useammin tekeminen, tahto eli viljelijähintaan, asiakkaisiin ja viljelyn edellytyksiin vaikuttaminen kuin oleminen, halu. Maailman muuttamiseen tähtäävä toiminta asettuu arvoksi. Kun teemana on suhde ulkomaihin, halu ja tahto painottuvat yhtä paljon: tekeminen, kilpailu ulkomaiden kanssa ja oleminen, ulkomaista erottautuminen, ovat yhtä usein objekteina. Kun teemana on viljelyn kannattavuus, on paino sen sijaan ainoastaan haluamisessa: itse elinkeino, viljelijänä oleminen, asettuu arvoksi.

Puutarha-alan sisällä keskustellaan koko ajan kasvihuoneviljelystä, kasvihuoneviljelijän mahdollisuuksista vaikuttaa asioihinsa ja siitä, minkälaisia ulkoisia toiminnan ehtoja kasvihuoneviljelylle on. Tämä alan yhteisyyden alue, sisäinen todellisuus, vaikuttaa siihen, miten yksittäinen kasvihuoneviljelijä näkee itsensä ja asemansa yhteiskunnassa ammattinsa harjoittajana. Synnyttämällä toiminta-alttiutta tämä keskusteluista muodostuva yhteisyyden alue voi myös vaikuttaa niihin käytännön ratkaisuihin, joita viljelijät tekevät.

8.2. Pienyrittäjyyden mallit keskustelussa kasvihuoneviljelystä

Ensimmäisessä luvussa kävin läpi pienyrittäjyyden monimerkityksisyyttä. Olen jo maininnut, että Lena M. Levander löysi kasvihuoneviljelijöiden haastatteluista monia eri tapoja suhtautua yrittäjyyteen. Omassa aineistossani pääkirjoitusten joskus hyvinkin kiukkuinen sävy antaa vihjeitä siitä, että alalla ei olla ollenkaan yksimielisiä siitä, mitä kasvihuoneviljelyn tulisi olla. Mielestäni voinkin aineiston perusteella sanoa, että raja perinteisiin toiminnan muotoihin tukeutuvan ja innovatiivisen, riskejä ottavan pienyrittäjyyden välillä kulkee jossakin kasvihuoneviljelyn sisällä.

Newby et al. (1981) ovat pienviljelijöitä tutkiessaan havainneet jännitteen kahden erilaisen suhtautumistavan välillä: viljely voi olla elämäntapa tai sitten rationaalista liiketoimintaa (Newby et al. 1981, 54-57). Suomessa kasvihuoneviljelyn rakenne on edelleen painottunut pieniin kasvihuoneviljelmiin, ja uskonkin, että monilla viljelmillä kyse ei ole voittojen maksimointiin ja yrityksen kasvattamiseen tähtäävästä pienyrittäjyydestä, vaan siitä, mitä Ritchie kutsuu selviytymisen kulttuuriksi, tai, kuten Nooteboom (1988, 302) sanoo, yrittäjä ei ole valinnut elämäntapaansa tulojen saamista varten, vaan hänen on saatava tuloja

Nooteboom (1988) myös sanoo, Habermasin käsitteitä käyttäen, että pienyrityksiä voi pitää elämismaailman jatkeena ja siten vastapainona systeemille, mutta sellaisena vastapainona, joka ei tuhoa systeemiä. Monimutkaisessa yhteiskunnassa on luovutettava osa tehtävistä systeemeille sen sijaan että kaikki asiat ratkaistaisiin elämismaailmassa kommunikatiivisen toiminnan perusteella. Kun on olemassa markkinahinta, tuotteen hinnasta ei tarvitse pyrkiä yhteisymmärrykseen joka ostokerralla erikseen. Nooteboomin mukaan sitä, että pienyrityksissä omalle – ja usein myös läheisten – työlle ei lasketa ainakaan täyttä hintaa, voi pitää osittaisena vetäytymisenä rahajärjestelmästä. Asioiden hoitamista – kasvihuoneviljelyssä esimerkiksi ammattimestä vaativien korjaustöiden – henkilökohtaisten kontaktien avulla voi pitää osittaisena vetäytymisenä byrokratiasta (Nooteboom 1988, 300; 302-303; 312-313.) Loppujen lopuksi olen siis tämän tutkimuksen puitteissa löytänyt myös – ainakin teoreettista – tukea myös alkuperäiselle ajatukselleni kasvihuoneviljelystä maailmasta vetäytymisenä!

Mutta minkälaista yrittämisestä puhumista edustaa aineistoni? Vastaukseni on kahtalainen.

Tapa, jolla kasvihuoneviljelijänä olemisesta puhutaan, tuntuisi viittaavan Ritchien herännäiskulttuuriksi nimeämän puhetavan suuntaan, painottuvan ”entrepreneurshipiin” Innovatiivisuus ja jatkuva muuntumisvalmius nähdään ainoana mahdollisena asennoitumisena tilanteeseen, jonka nähdään olevan hyvin erilainen ja ennen kaikkea taloudellisesti kireämpi kuin ”vanhoina hyvinä aikoina”. Epätoivottavaksi määrittyy se, että tomaattia, joka on viljelykasvina tuttu otetaan viljelyyn lisää sen sijaan että keksittäisiin joku uusi ja tuottavampi viljelykasvi. Epätoivottavaksi määrittyy myös se, että viljelijät myyvät liian halvalla, eivät siis pyri voiton maksimointiin korottamalla hintaa silloin kun siihen olisi mahdollisuus. Nimenomaan se, että näistä asioista puhutaan niin kiukkuisesti vihjaa siihen, että kaikki kentällä eivät ole sitoutuneet sellaiseen yrittämisen kulttuuriin, joka aineistossani paikka paikoin määrittyy ainoaksi vaihtoehdoksi.

Väitän, että aineistoni heijastelee tältä osin tapaa, jolla valtiovallan taholta ja yleisjulkisuudessa on puhuttu maataloudesta yleisemminkin, kasvihuoneviljelyhän harvoin esiintyy yksinään laajemmassa julkisuudessa. Sen jälkeen kun puutarhatuotteiden tuonti vapautui Suomen liityttyä Euroopan Unioniin, on puutarhaviljelyyn, samoin kuin maanviljelyyn, yrittäjämäisyydestä puhuttu paljon. Pienyrittäjyys sisältää aina innovatiivisen yrittäjyyden mahdollisuuden, pienyrittäjyys on aina potentiaalisesti sellaista yrittäjyyttä, joka yleensä nähdään ratkaisuna taloudellisiin ongelmiin. Tämä ”yrittäjähenkinen”, Ritchien ”herännäiskulttuurin” ihannoima yrittäjyys aktualisoituu usein taloudellisten vaikeuksien tai uuden tilanteen myötä. Se voidaan nähdä ratkaisuna muuttuneeseen tai taloudellisesti tiukentuneeseen tilanteeseen., ja näin on yleisesti tehty myös EU-jäsenyyden maataloudelle tuoman muutoksen kohdalla.

Sanoin kuitenkin, että vastaukseni aineistoni tapaan puhua yrittäjyydestä on kahtalainen. Vastaukseni toinen puoli koskee aineistossa tarjottuja ratkaisuja nimenomaan juuri mainittuun tuonnin vapautumisen vuoksi muuttuneeseen tilanteeseen. Kun puhutaan kasvihuoneviljelijänä olemisesta, korostuvat uuden ajan epävarmuus ja muuntumiskyvyn välttämättömyys. Muuttuneeseen tilanteeseen tarjotaan kuitenkin mielestäni kaksi konkreettista ratkaisua: kotimaisuuteen kiinnittyminen tai siirtyminen viljelemään sellaista, mitä ei voi tuoda. Minkälaisesta yrittäjyyden mallista nämä ratkaisut kertovat?

Kun sanon, että kotimaisuuteen kiinnittymistä tarjotaan ratkaisuksi muutokseen, en tarkoita, että aineistossani jossain kohtaa suorasanaisesti sanottaisiin niin. Itse asiassa kotimaisuuteen kiinnittymistä ei mitenkään kommentoida aineistossani, mutta kotimaisuudesta puhutaan paljon.

Tarkoitan kotimaisuuteen kiinnittymisellä sitä, että kotimaisuus on arvo, jolla tuotantoa määritellään asiaa enempää perustelematta. Olen analysoinut retoristen keinojen käyttöä, mutta kotimaisuudesta puhuminen on argumentoinnin ulkopuolella, se on kaikkien hyväksymä lähtökohta, arvo jota ei tarvitse saada vakuuttavaksi. Väittämän voi perustella vetoamalla kotimaisuuteen, eikä selittelyjä enää sen jälkeen tarvita. Tällaisia yhteisymmärryksen alueita, joita keskustelun osapuolet eivät kyseenalaista ja joita ei tarvitse perustella, kutsutaan esisopimuksiksi (Summa 1998, 70).

Sanon, että kotimaisuuteen kiinnittymistä tarjotaan muuttuneen tilanteen ratkaisuksi, koska sitä käytetään perusteena sille, että suomalainen tuotanto on markkinoiden vapautumisenkin jälkeen erityisasemassa: suomalaiset haluavat kotimaista. Kotimainen kysyntä on jatkossakin täytettävä kotimaisilla tuotteilla. Viljelijöiden tuotannon arvo, jatkamisen peruste, tuotteiden kysynnän syy on se, että tuotteet ovat kotimaisia.

Kotimaisuutta käytetään ratkaisuna muuttuneeseen tilanteeseen erityisesti vihannesviljelyssä. Mielestäni tässä ratkaisussa ei ole kysymys innovatiivisuudesta, riskinotosta ja laajentumispyrkimyksistä vaan nimenomaan kiinnittymisestä vanhaan tuotantomalliin. Halutaan jatkaa samaa elämäntapaa kuin on eletty ennenkin: tuottaa suomalaisille suomalaisia vihanneksia. Vaikka kotimaisuudesta pyrittäisiinkin luomaan nykytermeillä ”brandi”, niin kotimaisuuteen vetoamisessa ei edellytetä kasvihuoneviljelijöiltä uudenlaista ”yrittäjähenkisyyttä”.

Koristekasviviljelyssä kotimaisuuteen kiinnittyminen ei ole yhtä vahvasti esillä, koristekasveilla kotimaisuutta ei ole ehkä koskaan pystyttykään luomaan erityisarvoksi esimerkiksi puhtauden ja turvallisuuden mielikuvilla samaan tapaan kuin vihanneksilla.

Kun koristekasviviljely ei enää pysty kilpailemaan ulkomaisen tuonnin kanssa, aineistossani nähdään selviytymiskeinona keskittyminen sellaisten kasvien viljelyyn, joita ei voi tuoda. Tämän voisi nähdä ”entrepreneurshipinä”, innovatiivisena yrittäjyytenä:

kasvihuoneviljelijät kehittelevät uusia tuotteita, auttavat itse itseään selviytyäkseen markkinoilla.

Mielestäni koristekasviviljelyn ratkaisua voi kuitenkin katsoa myös toisesta näkökulmasta: Daniel Bertaux ja Isabelle Bertaux-Wiame (1981) kuvaavat ranskalaisten pienleipomojen siirtymistä isojen limppujen leipomisesta patongin leipomiseen taisteluna pienleipomojen edustaman tuotantomuodon puolesta: tuotantosuunnan vaihdos mahdollisti pienien leipomojen säilymisen (Bertaux ja Bertaux-Wiame 1981, 159-160) Mielestäni tällä näkökulmalla on selkeä ero ”entrepreneurship”-termin kuvaamaan yrittäjähenkisyyteen nähden: ”Entrepreneurshipiin” sisältyy olennaisesti pyrkimys yrityksen kasvattamiseen. Daniel Bertaux ja Isabelle Bertaux-Wiame taas näkevät, että leipomot taistelivat nimenomaan mahdollisuudesta säilyä pieninä. Ratkaisuna he pitivät sitä, että tulevaisuudessakin löytyy ihmisiä, jotka arvostavat pienleipomon omistajan elämäntapaa kyllin ollakseen valmiita tekemään paljon työtä jokseenkin vaatimatonta korvausta vastaan (Bertaux ja Bertaux-Wiame 1981, 170.) Mielestäni tältä suunnalta, siis Ritchien ”selviytymisen kulttuurista”, löytyy lupaus myös pienimuotoisen kasvihuoneviljelyn

LÄHDELUETTELO

Lehdet:

Puutarha & kauppa. Puutarha-alan uutis- ja ammattilehti. Vuosikerta 2000, pääkirjoitukset numeroista 2, 3, 6, 8, 10, 11, 12, 13, 15, 18, 21, 22, 24, 27-28, 29, 30, 31, 34, 40, 44, 45, 47, 48, 49, 50, 51-52. Julkaisijat: Kauppapuutarhaliitto ry ja Puutarhaliitto ry, Helsinki

Kirjallisuus:

Alasuutari, Pertti (1996) Toinen tasavalta. Vastapaino, Tampere

Bertaux, Daniel ja Bertaux-Wiame, Isabelle: Artisanal Bakery in France: How it Lives and Why it Survives. Teoksessa Bechhofer, Frank ja Elliott, Brian (toim.) The Petite Bourgeoisie. Comparative Studies of the Uneasy Stratum. The MacMillan Press Ltd, London. 155-181

Dale, Angela (1991) Self-employment and entrepreneurship: notes on two problematic concepts. Teoksessa Burrows, Roger (toim.) Deciphering the Enterprise Culture. Entrepreneurship, Petty Capitalism and the Restructuring of Britain. Routledge, London. 35-52

Goss, David (1991) Small Business and Society. Routledge, London

Greimas, Algirdas Julien (1980) [ranskaksi 1966] Strukturaalista semantiikkaa. Gaudeamus, Helsinki

Jokinen, Arja (1999) Vakuuttavan ja suostuttelevan retoriikan analysoiminen. Teoksessa Jokinen, Arja; Juhila, Kirsi ja Suoninen, Eero (toim.) Diskurssianalyysi liikkeessä. Vastapaino, Tampere. 126-159

Korhonen, Inkeri ja Oksanen, Katja (1997) Kertomuksen semiotiikkaa. Teoksessa Sulkunen, Pekka ja Törrönen, Jukka (toim.) Semioottisen sosiologian näkökulmia. Sosiaalisen todellisuuden rakentuminen ja ymmärrettävyys. Gaudeamus, Helsinki. 54-71

Laurila, Erkki (1995) Puutarhatalouden viisi vuosikymmentä. Puutarhaliiton julkaisuja nro 283. Puutarhaliitto, Helsinki

Lehtimäki, Sirpa (1993) Puutarha-alan kilpailukykyyn vaikuttavat tekijät Suomessa tärkeimpiin kilpailijamaihin verrattuna. Puutarhaliiton julkaisuja nro 272. Puutarhaliitto, Helsinki

Lehtimäki, Sirpa (1994) Tuottajaorganisaatiot ja markkinarakenne EU:n puutarhatuotannossa. EU:n tukien soveltamismahdollisuudet Suomessa. Puutarhaliiton julkaisuja nro 277. Puutarhaliitto, Helsinki

Levander, Lena M. (1998) From Green Fingers to Green Eyes. Exploring the conception of knowledge and knowledge construction of horticultural entrepreneurs. Helsingin yliopisto, Taloustieteen laitos julkaisuja nro 19, Neuvontaoppi

Newby, Howard; Rose, David; Saunders, Peter and Bell, Colin (1981) Farming for Survival: the Small Farmer in the Contemporary Rural Class Structure. Teoksessa Bechhofer, Frank ja Elliott, Brian (toim.) The Petite Bourgeoisie. Comparative Studies of the Uneasy Stratum. The MacMillan Press Ltd, London. 38-70

Nooteboom, Bart (1988) The Facts About Small Business and the Real Values of Its 'Life World': A Social Philosophical Interpretation of This Sector of the Modern Economy. American Journal of Economics and Sociology 1988: 3, 299-314

Nummi, Aimo (1997) Puutarhakaupan historia. Siemenkauppiaitten yhdistys ry, Vantaa

Palonen Kari ja Summa, Hilikka (1998) Johdanto: Retorinen käänne? Teoksessa Palonen, Kari ja Summa, Hilikka (toim.) Pelkkää retoriikkaa. Vastapaino, Tampere 7-19

Puutarhayritysrekisteri 2000 (2001) SVT, Maa-, metsä- ja kalatalous 2001:23. Maa- ja metsätalousministeriön tietopalvelukeskus, Helsinki

Ritchie, John (1991) Enterprise cultures: a frame analysis. Teoksessa Burrows, Roger (toim.) Deciphering the Enterprise Culture. Entrepreneurship, Petty Capitalism and the Restructuring of Britain. Routledge, London. 17-34

Sulkunen, Pekka (1997) Todellisuuden ymmärrettävyys ja diskurssianalyysin rajat. Teoksessa Sulkunen, Pekka ja Törrönen, Jukka (toim.) Semioottisen sosiologian näkökulmia. Sosiaalisen todellisuuden rakentuminen ja ymmärrettävyys. Gaudeamus, Helsinki. 13-53

Sulkunen, Pekka ja Törrönen, Jukka (1997a) Arvot ja modaalisuus sosiaalisen todellisuuden rakentamisessa. Teoksessa Sulkunen, Pekka ja Törrönen, Jukka (toim.) Semioottisen sosiologian näkökulmia. Sosiaalisen todellisuuden rakentuminen ja ymmärrettävyys. Gaudeamus, Helsinki. 72-95

Sulkunen, Pekka ja Törrönen, Jukka (1997b) Puhujakuva: enonsiaation rakenteet. Teoksessa Sulkunen, Pekka ja Törrönen, Jukka (toim.) Semioottisen sosiologian näkökulmia. Sosiaalisen todellisuuden rakentuminen ja ymmärrettävyys. Gaudeamus, Helsinki. 96-126

Summa, Hilikka (1995) Retoriikka ja argumentaatioanalyysi yhteiskuntatutkimuksessa. Teoksessa Leskinen, Jaakko (toim.) Laadullisen tutkimuksen risteysasemalla. Kuluttajatutkimuskeskus, Helsinki. 67-89

Summa, Hilikka (1998) Kolme näkökulmaa uuteen retoriikkaan. Burke, Perelman, Tolumin ja retoriikan kunnianpalautus. Teoksessa Kari Palonen ja Hilikka Summa (toim.) Pelkkää retoriikkaa. Vastapaino, Tampere. 51-83

Veijola, Soile (1997) Modaalisia suhteita pelissä ja keskustelussa. Teoksessa Sulkunen, Pekka ja Törrönen, Jukka (toim.) Semioottisen sosiologian näkökulmia. Sosiaalisen todellisuuden rakentuminen ja ymmärrettävyys. Gaudeamus, Helsinki. 129-152

Vihinen, Hilkka (1998) Maatalous tekstinä. Retoriikka maatalouspolitiikan tutkimisessa. Teoksessa Palonen, Kari ja Summa, Hilkka (toim.) Pelkkää retoriikkaa. Vastapaino, Tampere. 221-242

Elektroniset lähteet:

Kauppapuutarhaliiton kotisivut:

<http://www.yrittajat.fi/sy/home.nsf/3d797818bfd03379c22564f1004b454c/d5ceb3e9c9f0bed500256a790038ec6c?OpenDocument>

johon linkki Suomen Yrittäjien kotisivuilta

<http://www.yrittajat.fi/sy/home.nsf/pages/Suomen+Yrittajat>

kohdasta toimialajärjestöt, Kauppapuutarhaliitto

luettu 15. 8. 2002

Puutarha & kauppa –lehden kotisivut:

<http://www.puutarhaliitto.fi/puutkaup.html>

luettu 14.10.2002

Puutarhaliiton kotisivut:

<http://www.puutarhaliitto.fi/plesitte.html>

johon linkki puutarhaliiton kotisivuilta

<http://puutarhaliitto.fi>

kohdasta Puutarhaliiton sivuille, Puutarhaliitto – puutarha-alan keskusjärjestö

luettu 15. 8. 2002

