

TAMPEREEN YLIOPISTO

Kaisa Murtoniemi

TALOUS ON VOITTANUT TAAS?

Kulttuurin ja talouden merkitykset Save Radio Helsinki - ja Pelastetaan Maxim -kampanjoiden aikana julkaistuissa puheenvuoroissa

Mediakulttuurin pro gradu -tutkielma

Toukokuu 2016

TAMPEREEN YLIOPISTO

Viestinnän, median ja teatterin yksikkö

MURTONIEMI, KAISA: Talous on voittanut taas? Kulttuurin ja talouden merkitykset Save Radio Helsinki - ja Pelastetaan Maxim -kampanjoiden aikana julkaistuissa puheenvuoroissa

Pro gradu -tutkielma, 143 sivua, liite 4 sivua

Mediakulttuuri

Toukokuu 2016

TIIVISTELMÄ

Talous määrittää aiemmin autonomiseksi käsitettyä kulttuuria nykyään voimakkaammin kuin ennen. Markkinoiden luonnollisuutta ja yksityistä omistusoikeutta painottavat uusliberalismin puhutavat ovat vaikuttaneet siihen, että myös kulttuuria tarkastellaan yhä useammin taloudellisten voittojen tavoittelemisen välineenä. Kulttuuri ja talous on aiemmin käsitetty toisistaan erillisiksi ja toisensa poissulkeviksi yhteiskunnan osa-alueiksi. Kulttuuri on ymmärretty henkisen kehityksen alueeksi erillään muun yhteiskunnan, kuten talouden, faktisuudesta.

Toiveet luovan teollisuuden tuottamasta talouskasvusta tekivät 1990-luvulla media-, design- ja taideperustaisista yrityksistä kansakunnan talouden, tulevaisuuden ja maabrändäyksen ydintä. Kun kulttuurin ja talouden ajattelu yhdytti ei enää uusliberalismin ideoiden arkijärjestyksen myötä ole ollut mahdotonta, luovasta taloudesta, kulttuuriviennistä ja maabrändämisestä on tullut toisteltuja näkökulmia myös kulttuuria koskevissa keskusteluissa.

Tässä tutkielmassa analysoin kulttuurin ja talouden saamia merkityksiä kulttuurin säilyttämistä puolustavissa kampanjoissa. Tutkimukseni aineistona ovat journalistiset tekstit ja sosiaalisessa mediassa julkaistut kannanotot, jotka liittyvät kahteen sosiaalisessa mediassa toimineeseen kampanjaan: Save Radio Helsinki kampanjoi soittolistattoman paikallisradion säilyttämisen puolesta ja Pelastetaan Maxim vaati vanhan arthouse-elokuvateatterin säilyttämistä.

Puheenvuoroissa ilmeneviä diskursseja tutkimalla analysoin sitä, minkälaisia identiteettejä kulttuuri ja talous aineistossani saavat. Teoreettisessa lähestymistavassani korostuvat merkitysten kontekstuaalisuus ja ajatus muuttuvista artikulaatioista, joissa merkitykset syntyvät, kun aineksia nivelletään yhteen. Konjunkturalistisen analyysitavan mukaisesti lähestyn tutkimiani kohteita voimien, suhteiden ja aikalogiikoiden tiivistyminä, jotka eivät palaudu yhteen selityspeerustaan.

Analyysini tulokset osoittavat, että talouden näkökulmat asettuvat aineistossani etusijalle ja kulttuuri nähdään lisäarvon tuottamisen välineenä myös kulttuurin puolustajien puheenvuoroissa. Kulttuuria määritellään korkea-matala-jaon kautta, jossa korkea eli ”oikea” kulttuuri nähdään kaupallisista ja taloudellisista intresseistä vapaana. Vaikuttaa siltä, että kun talous käyttää yhä suurempaa määrittelyvaltaa, on palattava kulttuurin autonomiaa korostamaan korkean ja matalan hierarkiaan, jotta kulttuuria ei nähtäisi vain rahallisen lisäarvon tuottamisen välineenä.

Asiasanat: diskurssi, talous, kulttuuri, artikulaatio, konjunkturi, kontekstuaalisuus, korkea, matala

SISÄLLYSLUETTELO

1 JOHDANTO: PELASTAKAA KULTTUURI!	1
1.1 Kampanjat kulttuurin puolesta: Save Radio Helsinki ja Pelastetaan Maxim	1
1.2 Kulttuurin ja talouden muuttuvat artikulaatiot analyysin kohteena	4
2 KULTTUURI JA TALOUS – KÄSITYKSET, ASEMAT, MERKITYKSET	7
2.1 Moniulotteinen kulttuuri	8
2.1.1 Kulttuurikäsitteitä: henkinen kehitys, elämäntapa ja taide	8
2.1.2 Massakulttuurin kuolema eli korkea-matala-jaon purkautuminen	11
2.2 Olioistunut talous	15
2.2.1 Uusliberalismi: yksilön, yksityisen ja ”luonnollisten” markkinoiden hegemonia	16
2.2.2 Luovan talouden käsite ja kulttuuri kilpailukyvyyn edistäjänä	19
3 JÄHMETTYNEISTÄ SFÄÄREISTÄ MUUTTUVIIN ARTIKULAATIOIHIN	23
3.1 ”Talous”, ”politiikka” ja ”kulttuuri” – sfäärijaon ongelmallisuus	23
3.2 Säiliöstä suhdekimpuksi – vaihtoehto sfääriajattelulle	26
3.2.1 Artikulaation avulla kiinni konkreettiseen	29
3.2.2 Radikaali kontekstuaalisuus	31
3.2.3 Konjunkturi ja konjunkturalistinen analyysi	36
4 DISKURSSIANALYYSI METODINA JA TEOREETTISENA VIITEKEHYKSENÄ	39
4.1 Diskurssi rakenteena ja toimintana	40
4.2 Kielenkäyttö todellisuuden rakentamisena	43
4.3 Kilpailevat diskurssit, valta ja kielenkäytön funktionaalisuus	46
4.4 Toiminnan kontekstuaalisuus – diskurssianalyysi yhteiskunnan tutkimuksena	49

5 AINEISTO JA ANALYYSIN KULKU	54
5.1 Aineistonkeruu perinteisestä ja sosiaalisesta mediasta	55
5.2 Havainnoista diskursseiksi	62
5.2.1 Analyysin eteneminen ja havaintojen luokittelu	64
5.2.2 Diskurssikategorioiden muodostaminen	69
6 TULOKSET: TALOUTTA JA KULTTUURIA MÄÄRITTÄVÄT DISKURSSIT	73
6.1 Talouden ensisijaisuus: kulttuurin välinearvon korostuminen	73
6.1.1 Kulttuuri kilpailukyvyyn parantajana: maabrändi, yritysimage ja kaupunkikuva	74
6.1.2 Kulttuuri liiketoimintana	80
6.2 Korkea ja matala: ”oikea” kulttuuri ja ”ei-kulttuuri”	94
6.2.1 Ei-kaupallisuus: kulttuurin omalakisuus ja kulttuuri ei-kaupallisena markkina-alueena	94
6.2.2 Kulttuurin ylemmyys ja erillisuus	102
6.2.3 Kulttuurin autenttisuus: elämyksellisyys ja nostalgia	110
6.2.4 Kulttuurin yhteiskunnallinen relevanssi	117
7 LOPUKSI: AUTONOMIA PELASTAA KULTTUURIN?	124
7.1 Talous määrää kulttuurin rajat	124
7.2 Autonomiaestetiikka kulttuurin itsemäärittelyvallan suojana	129
7.3 Talouden ensisijaisuus ylläpitää sfääriajattelua	134
LÄHTEET	137
LIITE	

1 JOHDANTO: PELASTAKAA KULTTUURI!

1.1 Kampanjat kulttuurin puolesta: Save Radio Helsinki ja Pelastetaan Maxim

Oliko naiivin kulttuurin ystävän vain pakko ymmärtää, että liiketaloudelliset syyt olivat voittaneet taas? Oliko jälleen vain nieltävä sankokaupalla paskaa?

(Verkkomedia Nuorgam 22.7.2013)

Kun Radio Helsingin lakkauttamisuhasta uutisoitiin heinäkuussa 2013, sosiaalisessa mediassa alkoi saman tien toimia Save Radio Helsinki -niminen liike. Sen ensimmäinen Facebook-päivitys on julkaistu samana päivänä, kun paikallisradion alkaneista yt-neuvotteluista ja mahdollisesta lakkauttamisesta kerrottiin mediassa. Liikkeen takana oli Radio Helsingin kuuntelijoista ja tukijoista koostunut fanikunta, joka alkoi julkaista kannanottoja kanavan säilyttämisen puolesta etenkin Facebookissa Save Radio Helsinki -nimisellä sivulla ja myös Twitterissä käyttäjänimellä @SaveOurRadio¹. Radio Helsingin lopettamisuhan syynä olivat tietysti taloudelliset seikat. Kanavan omistaja Helsingin Sanomat ilmoitti, että kanava on tappiollinen eikä sitä ole sellaisenaan saatu kannattavaksi. Kustannuspaineet ajoivat pohtimaan kanavan lakkauttamista. (HS 11.7.2013.)

Marraskuussa 2014 syntyi toinen, Save Radio Helsinkiä muistuttava kulttuuria puolustava liike, kun Helsingin Kluuvikadulla sijaitsevan elokuvateatteri Maximin toiminnan uutisoitiin loppuvan. Tilat omistava eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen oli irtisanonut teatteria pyörittäneen Finnkinon vuokrasopimuksen. Vielä samana päivänä helsinkiläinen Lauri Kerola pisti sosiaalisessa mediassa käyntiin Pelastetaan Maxim -kampanjan. Save Radio Helsingin tavoin sillä oli Facebookissa oma sivu ja Twitterissä tili käyttäjänimellä @pelastetaamaxim². Myös Maximin tapauksessa lakkauttamista perusteltiin tulkintani mukaan taloudellisilla seikoilla: Helsingin Sanomien (27.11.2014) haastattelema Ilmarisen vuokrauspäällikkö Ville Laurila kertoi tuoreeltaan, että yhtiössä oli mietitty, miten kaavamerkintää kunnioittaen saataisiin rakennettua ”eläkkeensaajien etua ajava tuottomallirakenne”. Kaavassa käyttötarkoituksena oli Laurilan mukaan elokuvateatteri, mutta hän totesi myös, että elokuvateatterina Maximin tila ei tule jatkamaan. Ilmarinen aikoi purkaa rakennuksen osana kiinteistöomaisuutensa kehittämistä. Elokuvateatterista jäljelle olisi jäänyt vain Maximin suojeltu alasali Maxim 2. Laurila ei vielä marraskuussa kertonut mitä Maximin

1 Save Radio Helsinki -Facebook-sivu: <https://www.facebook.com/SaveRadioHelsinki> (viitattu 26.11.2015). Save Radio Helsinki -Twitter-tili: <https://twitter.com/saveourradio> (viitattu 26.11.2015).

2 Pelastetaan Maxim -Facebook-sivu: <https://www.facebook.com/pelastetaanmaxim> (viitattu 26.11.2015). Pelastetaan Maxim -Twitter-tili: <https://twitter.com/pelastetaamaxim> (viitattu 26.11.2015).

tilalle tulee, mutta totesi, että "[s]iellähän on lavarakenteet, jotka toimisivat hyvin esimerkiksi osavuosikatsaustilaisuuksissa ja muissa, jossa vaaditaan isoja henkilömääriä". (Emt.)

Radio Helsingin ja elokuvateatterin Maximin pelastamiskampanjoiden kirvoittama keskustelu, kannanotot ja kommentit niin sosiaalisessa mediassa kuin perinteisten viestinten julkaisemissa mielipidekirjoituksissa ja artikkeleissa rakentavat kulttuurille ja taloudelle merkityksiä. Save Radio Helsinki -kampanjan aloittanut fanijoukko korosti itse toimivansa ilman mitään sen suurempaa poliittista agenda. Tarkoituksena oli vain kerätä ideoita ja mielipiteitä siitä, miten kanava saataisiin säilytettyä (Save Radio Helsinki/FB 17.7.2013). He tulivat kuitenkin kannanotoillaan paitsi määritelleeksi kulttuuria ja taloutta myös osallistuneeksi poliittisiin keskusteluihin kulttuurin merkityksestä ja tehtävästä – samoin kuin Lauri Kerola ja kumppanit Maximia puolustaneen kampanjan aikana. Tässä työssä aion tutkia kulttuuria ja taloutta merkityksellistäviä diskursseja Save Radio Helsinki - ja Pelastetaan Maxim -kampanjoiden kannanotoissa sekä Radio Helsingin ja elokuvateatteri Maximin lakkauttamista käsittelevissä blogikirjoituksissa, journalistisissa artikkeleissa ja mielipidekirjoituksissa. Tutkimuskysymyksiäni ovat: *Kuinka kulttuuri ja talous konstruoidaan niitä muotoilevissa diskursseissa? Millaisia identiteettejä "kulttuuri" ja "talous" saavat? Miten kulttuuria ja taloutta määrittävät diskurssit muotoutuvat ja minkälaiset ainekset niissä artikuloituvat eli nivELYVÄT yhteen?*

Save Radio Helsingin kannanotoissa kanavaa kutsuttiin muun muassa kulttuuriseksi aarteeksi ja elämäntavaksi. Radio Helsingin kirjoitettiin olevan radiokanava kertakäyttökulttuuria, nopeita voittoja ja huonoa laatua vastustaville ihmisille. (Save Radio Helsinki/FB 21.7.2013.) Myös perinteisessä mediassa käytiin keskustelua kanavan arvosta ja merkityksestä. Esimerkiksi Soundilehti (22.7.2013) julkaisi toimittaja Arttu Tolosen kolumnin, jossa Radio Helsinkiä puolustetaan muun muassa seuraavasti: "– – Radio Helsinki on kokoaan vaikutusvaltaisempi media. Ja aidosti uniikki, toisin kuin kloonattujen, omille jutuilleen nauravien aamu-[,] iltapäivä- ja iltatiimien valtaamat kaupalliset kanavat." Myös Maximia puolustettiin sen ainutlaatuisuuteen ja vaihtoehtoisuuteen vedoten. Kampanjaa luotsanneen Lauri Kerolan mukaan "[e]lokuva itsessään korostuu Maximissa". Sinne mennään katsomaan "vähän vakavammin otettavaa", kun taas suurissa kinokomplekseissa käydään katsomassa kaupallisempia elokuvia popcornia syöden. (Nyt.fi 5.12.2014.) Maximissa on Pelastetaan Maxim -Facebook-sivulla (28.11.2014) julkaistun kannanoton mukaan vanhan ajan elokuvateatterin tunnelmaa: "– – odottavin tunnelmin paperista lippua kädessä pidellen jonotetaan kohti seuraavan elokuvanautinnon alkua."

Radio Helsingin ja elokuvateatteri Maximin pelastamiskampanjoilla on monia yhteisiä piirteitä: molemmat toimivat sosiaalisessa mediassa, molempien takana oli yleisö – radion kuuntelijat ja elokuvateatterin asiakkaat – ja molempien tavoitteena oli säilyttää pala katoavaa kulttuuria. Toisen pelastettavana oli soittolistaton, puhe- ja musiikkiohjelmiin erikoistunut radiokanava ja toisen yksi Suomen vanhimmista elokuvateattereista, josta Helsingin Sanomien (27.11.2014) mukaan on tullut kenties tärkein arthouse-elokuvien näytöspaikka Suomessa. Molempien suojelukohteiden voi siis katsoa edustavan vaihtoehtoista kulttuuria. Radio Helsinki on vaihtoehto kaupallisille, soittolistoihin perustuville radiokanaville, ja elokuvateatteri Maxim taas on taide-elokuvineen vastavoima suurten kinokompleksien viihteellisemmäksi käsitetylle tarjonnalle.

Yhteistä kampanjoille on myös se, että ne onnistuivat tehtävässään. Radio Helsinki pelastui noin kaksi kuukautta lakkauttamisuhasta uutisoinnin jälkeen. Sen osti Pro Radio Helsinki -liike, joka Helsingin Sanomien vt. päätoimittajan Riikka Venäläisen mukaan erottautui ostajaehdokkaiden joukosta ”realistisella ja taloudellisesti kestäväällä suunnitelmalla radion toiminnan jatkamiseksi” (HS 12.9.2013). Loppuvuodesta 2014 alkaneen Pelastetaan Maxim -kampanjan aktiivinen työ elokuvateatterin säilyttämiseksi päättyi seuraavan vuoden toukokuussa, kun Ilmarinen (20.5.2015) ilmoitti lopulta monien vaiheiden ja erilaisten kiinteistön varalle tehtyjen suunnitelmien jälkeen tiedotteessaan, että Maxim saa jatkaa. Tiedotteen mukaan se saisi jopa uuden, kolmannen salin, ja elokuvateatterin yläpuolelle rakennettaisiin hotelli Kämpille noin 30 huoneiston laajennusosa. ”Olemme mielestämme nyt onnistuneet: tämä ratkaisu turvaisi niin kiinteistöön liittyvät kulttuurihistorialliset, kaupunkikuvalliset kuin taloudellisetkin intressit”, kommentoi Ilmarisen listaamattomista sijoituksista vastaava johtaja Esko Torsti tiedotteessa.

Kampanjoiden lähtöpisteinä olleet tilanteet eivät mediassa julkaistujen tietojen perusteella vastanneet aivan täysin toisiaan. Radio Helsingin lopettamista perusteltiin selkeämmin ja läpinäkyvämmiin taloudellisilla näkökohdilla kuin elokuvateatteri Maximin lakkauttamista. Kun Radio Helsingin mahdollisesta lopettamisesta uutisoitiin, Helsingin Sanomien liiketoimintajohtaja Petteri Putkiranta totesi, että ”toiminnan saaminen kannattavaksi nykyisellä konseptilla on osoittautunut mahdottomaksi”. Paikallisradion toiminnan kerrottiin olleen aina tappiollista, mutta nyt tappiokierre oli syventynyt entisestään. Mainosmyynti oli parhaimmillaan tuottanut alle 400 000 euroa vuodessa, kun kustannukset olivat olleet noin 750 000 euroa vuodessa. (HS 11.7.2013.) Radio Helsingin omistaja perusteli kanavansa kannattamattomuutta siis euromääräisillä luvuilla. Maximin vuokranantaja Ilmarinen taas muotoili perustelunsa pian

Finnkinon vuokrasopimuksen purkamisen jälkeen hieman epäselvemmin kertomalla, että tavoitteena on ”eläkkeensaajien etua ajava tuottomallirakenne” (HS 27.11.2014). Maximin lopettamisessa kyse ei ilmeisesti edes ollut siitä, etteikö sen toiminta olisi kannattavaa. Pelastetaan Maxim -kampanjaa johtanut Lauri Kerola esitti asian Nyt.fi:n (5.12.2014) haastattelussa seuraavasti: "Aloimme porukalla pohtia, miten ihmiset saataisiin käymään Maximissa enemmän ja parantamaan sen tuotto prosenttia, kunnes selvisi, että se on ollut täysbuukattu lähes koko ajan." Tämän perään Kerola jatkaa: "Nyt ryhmäläisten pääviesti tuntuu olevan: Minkä ihmeen takia muuttaisimme Maximia jos se kerran toimii?"

1.2 Kulttuurin ja talouden muuttuvat artikulaatiot analyysin kohteena

Tutkimukseni teoreettinen viitekehys rakentuu muun muassa artikulaation käsitteestä. Kulttuurintutkimuksellinen artikulaatioteoria torjuu ajatuksen siitä, että ilmiöillä olisi jokin myötäsyttyinen identiteetti (Lehtonen 2014a, 24). Artikulaatio on yhteennivellys, joka voi tiettyjen ehtojen vallitessa tehdä kahdesta erillisestä alkeisosasta ykseyden (Hall 1992, 368). Ilmiöt, kuten talous ja kulttuuri, saavat merkityksensä näissä nivelymissä, jotka ovat muuttuvia: eri konjunktoureissa eli yhteenliittymissä ilmiöt voivat artikuloitua eli niveltä muihin ilmiöihin ja tulla ilmaistuksi eri tavoin. Jos esimerkiksi kulttuuria tarkastellaan taloudellisen hyötykäytön näkökulmasta, sen itseisarvo heikkenee ja sen välinearvon merkitys kasvaa. Talouteen nivelyessään kulttuurin saama merkitys on siis aivan erilainen kuin esimerkiksi silloin, kun sen ajatellaan niveltävän merkityksiin ja inhimillisiin arvoihin. Artikulaatioteorian näkökulmasta talouden ja kulttuurin nivelymät eivät ole jähmettyneitä suhteita vaan prosessuaalisia, muotoutuvia yhteyksiä. Talouden ja kulttuurin muuttuvat toisiinsa nivelymiset tuottavat uusia identiteettejä kummallekin. (Lehtonen 2014a, 24.)

Mikko Lehtosen (2014a, 13) mukaan vielä 1980-luvulla kulttuurin ja talouden ajateltiin olevan kuin tuli ja vesi, ja kulttuuriteollisuus oli lähinnä kirosana. Sittemmin kulttuurin ja talouden suhteet kuitenkin muuttuivat: 1990-luvulla Isossa-Britanniassa alettiin puhua luovasta teollisuudesta, joka käsitti media-, design- ja taideperustaiset yritykset. Samaan aikaan siirryttiin käyttämään myös termiä luova talous. Se liittyi ajatukseen jälkiteollisista yhteiskunnista, joissa fyysisen pääoman sijaan korostuu inhimillisen pääoman merkitys kehityksen moottorina. Taustalla vaikuttivat myös innovaatioajattelun nousu ja näkemykset, joiden mukaan taloudellisen toiminnan pääpaino oli

siirtynyt tuotannosta palveluihin. Aineettomien tarpeiden tyydyttämisestä katsottiin tulleen merkittävämpää kuin aiemmin. (Emt. 15–17.) Talouden ja kulttuurin suhteiden muutosten myötä kulttuurin merkitystä on alettu perustella taloudellisilla näkökohdilla (emt. 25). Talous on viime vuosikymmeninä nähty luonnonvoimana ja kaiken inhimillisen toiminnan päämääränä. Myös taide ja kulttuuri nähdään nykyään yhä useammin taloudellisen lisäarvon tuottamisen välineinä, kun aiemmin niitä pidettiin itseisarvoina. (Emt. 21–22.) Talouden ja kulttuurin niveltymässä toisiinsa herää monenlaisia kysymyksiä: Pitääkö taiteen tai kulttuurin tuottaa rahaa? Mitkä ovat kulttuurin tehtävät yhteiskunnassa? Pitäisikö valtion tukea taidetta ja kulttuuria?

Talous ja kulttuuri eivät ole erillisiä, autonomisia alueitaan vaan ihmisen toiminnan ulottuvuuksia. Inhimillisen toiminnan muotoja voidaan nimittää taloudellisiksi ja kulttuurisiksi, mutta ne muodostavat sfäärin kaltaisen kokonaisuuden vasta, jos ne taloutena ja kulttuurina nimetään sfääreiksi. Talouden ja kulttuurin termejä voidaan tarkastella performatiivina, jotka osallistuvat kohteensa tuottamiseen. (Lehtonen 2014a, 31.) Performatiivisuuden käsitettä on käyttänyt muun muassa Judith Butler, joka on tarkastellut sukupuolta kielellisissä ja fyysisissä teoissa ja toistossa muotoutuvana (Butler 2006). Performatiivisuus tarkoittaa siis sitä, kuinka asioita tuotetaan sanoilla ja teoilla. Ajattelu ja toiminta ovat yhteiskunnassa kietoutuneet erottamattomasti toisiinsa, joten asioiden – kuten kulttuurin ja talouden – representoimisella, esittämisellä jonkinlaisiksi, on käytännön vaikutuksia. Myös sillä, että kulttuuri ja talous on erotettu ajatuksellisesti omiksi sfääreikseen, on ollut näkyviä vaikutuksia: julkisessa hallinnossa taloutta ja kulttuuria koskevia asioita hallinnoidaan omissa ministeriöissään, yliopistossa taloutta ja kulttuuria tutkivat omat tieteenalansa ja niin edelleen. (Lehtonen 2014a, 31.)

Työni alkaa kulttuurin ja talouden käsitteistä. Luvussa 2 määrittelen kulttuurin käsitettä esittelemällä niitä moninaisia ja aikojen saatossa muuttuneita merkityksiä, jotka kulttuuria ovat määritelleet. Samassa luvussa pureudun talouteen uusliberalistisen ideologian tuottamien merkitysten ja niiden vaikutusten näkökulmista. Tutkimukseni teoreettisen viitekehyksen muodostavat artikulaation, kontekstuaalisuuden ja konjunktuurin käsitteet, joista kirjoitan luvussa 3. Pohjustan niiden esittelemistä käsittelemällä yhteiskunnallisen sfäärijaon ongelmia sekä mahdollisuuksia hylätä ajattelu, jossa yhteiskunta käsitetään kolmen erillisen ja itsenäisen sfäärin – talouden, politiikan ja kulttuurin – kokonaisuudeksi. Tutkimusmetodikseni olen valinnut diskurssianalyysin. Luvussa 4 määrittelen diskurssin käsitteen ja esittelen niitä teoreettisia lähtökohtaoletuksia, joita diskurssianalyysiin liittyy. Analyysini etenemisen aina aineiston

keräämisestä ja rajaamisesta diskurssikategorioiden muodostamiseen kuvaan luvussa 5. Analyysini tulokset eli kulttuuria ja taloutta määrittävät diskurssit esittelen luvussa 6. Luvussa 7 pohdin sitä, mitä tulokset merkitsevät tutkimuskysymysteni kannalta, minkälaisena talouden ja kulttuurin suhteet näyttäytyvät ja minkälaisia vaikutuksia diskurssien välittämällä käsityksillä voi olla.

2 KULTTUURI JA TALOUS – KÄSITYKSET, ASEMAT, MERKITYKSET

Tämän työn tarkoituksena ei ole määritellä sitä, mitä kulttuuri tai talous on. ”Kulttuuri” ja ”talous” ovat tutkimuksessani läsnä metateoreettisina käsitteinä eli tarkastelen sitä, miten niitä tietyissä konteksteissa tuotetaan. Metateoria yrittää ymmärtää tarkasteltavaa kontekstia ottamatta annettuna sitä jäsentäviä ja järjestäviä ajatusmuotoja. Se ei ota lähtökohdaksi tarkastelun kohteen itseään koskevaa ymmärrystä, kuten esimerkiksi modernien yhteiskuntien tapaa ymmärtää itsensä luontojaan ”talouteen”, ”kulttuuriin” ja ”politiikkaan”³ jakautuneena. Metateoreettisessa lähestymistavassa talous ja kulttuuri ovat selitettäviä, eivät selittäjiä. Tutkittavan ilmiön selitykseksi ei riitä se, että se on ”taloutta”, ”politiikkaa” tai ”kulttuuria”. ”Taloutta” ja ”kulttuuria” ei metateorian ajatuksen mukaan käytäntöinä ja reaalisia vaikutuksia tuottavina käsitteellistyksinä oteta tarkastelun lähtökohdaksi, vaan käytänteistä ja käsitteellistyksistä itsestään tehdään kriittisen tarkastelun kohteita. (Lehtonen 2014b, 295–296.) Tuon kuitenkin tässä luvussa esiin joitakin aineistossani esiintyvien puhetapojen kannalta kiinnostavia ja merkityksellisiä näkökulmia siihen, miten kulttuuriseksi ja taloudelliseksi käsitetyt yhteiskunnan osa-alueet on ymmärretty ennen ja nyt. Näitä käsityksiä vasten tarkastelen myös analyysini tuloksia myöhemmin: Perustuvatko kulttuurille tuotetut merkitykset ja asemat vanhoihin käsitteellistykseen vai ymmärretäänkö kulttuuri jollakin aivan muulla tavalla kuin tässä luvussa esittelemäni teoreetikot ovat sen ymmärtäneet? Onko todella niin, että nyky-yhteiskunnassa talous määrittää myös aiemmin jonkinlaista itseisarvoa nauttineen kulttuurin tai taiteen arvon?

Aloitan tämän luvun esittelemällä käsityksiä kulttuurista. Hahmottelen käsitteen kehittymisen historiaa ja muutoksia sen merkityksessä sekä erilaisia tapoja lähestyä kulttuuria. Lisäksi käsittelen kulttuurin sisällä vaikuttanutta korkea-matala-jakoa, jota tuotetaan myös keräämässäni aineistossa. Tämän luvun jälkimmäinen puolisko käsittelee taloutta ja erityisesti sen piirissä vallalla olevaa uusliberalismin ideologiaa, uusliberaalia politiikkaa ja maailmankuvaa. Viimeiseksi hahmottelen uusliberaalien ajatusten vaikutusta siihen, minkälaisiksi kulttuurin merkitys, arvo ja asema ovat nyky-yhteiskunnassa muodostuneet.

3 Kirjoitan Mikko Lehtosen Maa-ilma-teokseen (2014b) viitatessani sanat lainausmerkkeihin silloin, kun teoksen tekijä on ne itse lainausmerkkeihin laittanut: ”Kun puhun sanoista kielellisinä olioina (termeinä), kursivoin ne (*maailma*). Kun puhun sanoista todellisuutta jollakin tietyllä tavalla jäsentävinä käsitteinä, varustan ne lainausmerkein (*”maailma”*). Kun taas käytän sanoja viittaamaan todellisuudessa oleviin olioihin, prosesseihin ja käytäntöihin, jätän ne kursivoimatta ja ilman lainausmerkkejä (*maailma*).” Omassa tekstissäni kirjoitan ”talouden” ja ”kulttuurin” lainausmerkkeihin kahdessa tapauksessa: silloin, kun haluan painottaa niiden merkityksiä muuttuvina ja kontekstiin sidottuina ja silloin, kun haluan korostaa näiden kahden sfäärin itsenäisen ja riippumattoman luonteen keinotekoisuutta.

2.1 Moniulotteinen kulttuuri

2.1.1 Kulttuurikäsitteitä: henkinen kehitys, elämäntapa ja taide

Kulttuuri on käsite, josta on mahdotonta saada muodostettua yhtä yhtenäistä ja kattavaa määritelmää. Terry Eagleton (2000, 32) on todennut sanan kulttuuri olevan sekä liian laaja että liian suppea ollakseen laajalti hyödyllinen. Antropologinen kulttuurin käsite voi viitata kaikkeen hiusmuodista juomistottumuksiin, kun taas esteettinen kulttuurin käsite viittaa Eagletonin mukaan Igor Stravinskyyn mutta ei science fictioniin. *Oxford Dictionary of Media and Communication* -sanakirja antaa kulttuurille (engl. *culture*) kaksitoista erilaista määritelmää. Ensimmäisen määritelmän mukaan kulttuurilla tarkoitetaan arkikäytössä ja usein humanistisissa tieteissä taiteita (engl. *the arts*) sekä taiteellisia tai luovia käytäntöjä (engl. *artistic practices*). Termillä viitataan – kuten myös Eagleton vihjaisi – pikemminkin korkeakulttuuriin kuin populaari- tai massakulttuuriin. *Oxford Dictionary of Media and Communication* tuo ensimmäisenä tarjoamassaan määritelmässä esille myös (korkea)kulttuurin käsitteen yhteyden Pierre Bourdieun kehittämään ajatukseen kulttuurisesta pääomasta: ”hyvä maku” ja arvostelukyky ovat hallitsevan luokan kulttuurista pääomaa, ja tälle luokalle kulttuuri on massayhteiskunnan ja -kulttuurin vastakohta. Muut määritelmät katsovat kulttuuria hiukan eri kantilta. Yhden mukaan kulttuurilla voidaan tarkoittaa kulttuuriperintöä (engl. *cultural heritage*), siis yhteisten arvojen kokonaisuutta, joka tulee ilmaistuksi ja välittyä yksilöiltä ja sukupolvilta toisille kielen ja artefaktien kautta. Sosiaalitieteissä kulttuurin taas ajatellaan viittaavan yhteiskunnan elämäntapaan, jolloin siihen sisältyvät muun muassa kieli, uskomukset, normit, arvot, tavat, käytännöt, pukeutumissäännöt ja poliittiset organisaatiot. (Chandler & Munday 2011, s.v. *culture*.)

1900-luvun kuluessa kulttuuriseksi kutsumamme toiminnasta, instituutioista ja käytännöistä koostuva alue laajentui tunnistamattomiin mittoihin (Hall 1997, 209). Kulttuurin alueen laajuuden sekä käsitteen määritelmien monilukuisuuden lisäksi kulttuurin määrittelemistä vaikeuttaa entisestään se, että kulttuuri-sanaa on alettu käyttää mitä moninaisimmissa yhteyksissä. Nykyään on tapana puhua jalkapallokulttuurista, asekulttuurista, palvelukulttuurista, homokulttuurista, etnisistä kulttuureista, yrityskulttuureista, alakulttuureista, katukulttuurista, huume-kulttuurista ja niin edelleen. Kulttuuri-sanalla viitataan siis esimerkiksi valtioiden rajat ylittäviin ”kulttuureihin” ja elämäntapoihin. Myös adjektiivina ja määreenä kulttuurin käyttöala on laajentunut huomattavasti. Se näkyy sellaisissa termeissä kuten kulttuurinen monimuotoisuus tai kulttuuripolitiikka. (Eagleton 2000, 36–37; Bennett 2005, 64.) Alun perin *kulttuuri* on ollut prosessiin viittaava substantiivi, jolla

on tarkoitettu huolenpitoa jostakin – käytännössä karjasta tai sadosta. 1500-luvun alkupuolella kulttuurin merkityksestä viljelynä tuli myös metafora koko inhimillisen kehityksen prosessille, ja 1800-luvun alkuun asti kulttuurilla olikin kaksi rinnakkaista merkitystä. Traditionaalisessa diskurssissa sillä tarkoitettiin maataloutta ja modernissa diskurssissa yksilöiden koko inhimillisen kehityksen prosessia. 1700-luvun jälkipuoliskolla kulttuuri kehittyi itsenäiseksi substantiiviksi, jolla tarkoitettiin inhimillisen kasvun yleistä prosessia tai tämän prosessin tuotteita. Seuraavalla vuosisadalla traditionaalinen diskurssi väistyi, ja maanviljelyyn alettiin viitata kulttuuri-termin sijaan sanalla *agrikulttuuri*. (Lehtonen 1994, 51; Williams 1976/1983, s.v. *culture*.)

1700-luvun loppupuolella *kulttuuri* ja *sivilisaatio* käsitettiin vielä synonyymeina. Jälkimmäisellä termillä viitattiin ajatukseen universaalista ja vastaanpanemattomasta moraalisen ja yhteiskunnallisen täydellistymisen prosessista. Se oli valistuksen edistystä koskevan käsityksen keskeinen aspekti. 1700- ja 1800-lukujen vaihteessa sivilisaatio artikuloitui subjektiin nähden ulkoiseksi ja ulkokohtaiseksi todellisuudeksi ja sitä pidettiin ”keinotekoisena”, ”luonnollisen tilan” vastakohtana. Tällöin kulttuurin ja sivilisaation käsitteet erkaantuivat toisistaan. (Lehtonen 1994, 52, 68; Williams 1977, 26–27.) Samaan aikaan kulttuuria alettiin nimittäin pitää ”sisäisen” tai ”henkisen” alueena. Se liitettiin sisäiseen elämään, uskontoon, taiteeseen, perheeseen ja yksityiselämään, ja näin siitä tuli jopa vastakohta sivilisaation käsitteelle. Kulttuuri sisäisen kehityksen yleisenä prosessina laajennettiin sisältämään tämän kehityksen välineet ja tuotteet – kulttuurista tuli siis yleinen taitoja ja taiteita, uskontoa ja merkitysten ja arvojen instituutioita ja käytäntöjä koskeva termi. Kulttuuri (tai taide ja kirjallisuus) nähtiin ihmishengen syvimpänä saavutuksena, liikkeellepanevana tekijänä ja voimavarana. (Williams 1977, 27.) Ajatus ”kulttuurista” omana sfäärinään muotoutui siis 1700- ja 1800-lukujen taitteessa (Lehtonen 2014b, 306). Sittemmin kulttuuri on käsitetty taloudesta ja politiikasta irralliseksi ja olemukseltaan niistä poikkeavaksi, henkisen ja ideaalisen valtakunnaksi erotukseksi yhteiskunnan faktisuudesta ja materiaalisuudesta (Lehtonen 1994, 46). (Sfääriajattelusta ks. luku 3.1.)

Raymond Williams (1976/1983, s.v. *culture*) on hahmotellut kolme kulttuurin käsitteen käyttötapaa. Ensinnäkin kulttuuria on 1700-luvulta käytetty itsenäisenä, abstraktina substantiivina, jolla kuvataan yleistä älyllisen, henkisen ja esteettisen kehittymisen prosessia. Toiseksi sitä on käytetty viittaamaan elämäntapaan – kansan, tietyn ajanjakson tai ryhmän elämäntapaan tai ihmisten elämäntapaan yleensä. Kolmannessa merkityksessään kulttuuria on voitu käyttää kuvailemaan älyllistä ja erityisesti taiteellista työtä ja siihen liittyviä käytäntöjä. Viimeistä

merkitystä Williams on pitänyt yleisimpänä, ja se on myös suhteellisen uusi tapa käyttää kulttuurin käsitettä. Kulttuuri on sen mukaan musiikkia, kirjallisuutta, kuvataidetta, teatteria ja elokuvia. (Emt.) Toisaalla Williams (1981, 11) on tarjonnut kulttuurille ”hengen viljelynä” erilaisia merkityksiä. Ensimmäistä merkitystä hän nimittää kehittyneeksi mielentilaksi, jolla viittaa ”sivistyneeseen ihmiseen” (engl. *a cultured person*). Toisessa merkityksessään kulttuuri viittaa edellä tarkoitetun kehityksen prosesseihin, ”kulttuurisiin intresseihin” tai ”kulttuuriseen toimintaan”. Kolmas merkitys taas kattaa näiden prosessien keinot, eli kulttuurin ”taiteina” ja ”inhimillisenä älyllisenä työnä”. Tässäkin yhteydessä Williams toteaa, että kulttuuri taiteina on ”meidän aikanamme” kulttuurin merkityksistä yleisin, mutta elää rinnan antropologisen ja sosiologisen kulttuurikäsitteen kanssa, joissa kulttuuri taas nähdään kokonaisena elämäntapana. (Emt.) Mikko Lehtonen (2014b, 311) arvelee, että nykyään yleisimmin käytetty kulttuurin merkitys on kulttuuri elämäntapana.

Edellä esiteltyjen kulttuurin määritelmiensä lisäksi Williams (1981, 11–12) erottaa kaksi erilaista näkökulmaa, joita painottamalla kulttuuria lähestytään. Ensimmäisessä, idealistisessa näkökulmassa korostuu kulttuurin merkitys jonkinlaisena elämäntavan kokonaisuutta leimaavana henkenä (engl. *informing spirit*), joka ilmenee kaikessa sosiaalisessa toiminnassa, mutta on ilmeisin ”erityisen kulttuurisessa” toiminnassa: kielessä, taiteen tyylessä, älyllisessä työssä. Toinen, materialistinen lähestymistapa näkee sen sijaan kulttuurin – niin taiteen tyyliä kuin älyllisen työn muodot – muun sosiaalisen toiminnan pääasiassa muodostaman järjestelmän suorana tai epäsuorana tuotteena. Tässä näkökulmassa painottuu siis koko yhteiskuntajärjestyksen ensisijaisuus. (Emt.)

Vaikuttaisi siltä, että ensimmäinen, idealistinen näkökulma on ollut viime vuosikymmeninä hallitsevampi. Stuart Hallin (1997, 220) mukaan 1900-luvun jälkipuoliskolla kulttuurin painoarvossa nähtiin muutos. Käsitteellinen kulttuurista koki vallankumouksen, ja ihmis- ja sosiaalitieteissä kulttuurista tuli merkittävämpi ja selitysvoimaisempi asia kuin aiemmin. 1990-luvun lopussa Hall näki lisäksi merkittävän käsitteellisen muutoksen olevan parhaillaan käynnissä. Yhteiskunnallinen aikalaianalyysi oli tehnyt kulttuurista perustan koko yhteiskunnalliselle elämälle, eikä se siten enää ollut niinkään muusta riippuvainen muuttuja. Tätä paradigman muutosta on kutsuttu kulttuuriseksi käännteeksi ja sen alkupiste oli vallankumouksessa, joka muutti suhtautumisen kieleen. Kieli alettiin nähdä merkitysten rakentajaksi ja välittäjäksi, ja kieli käsitteenä alkoi viitata yleisesti representaation käytäntöihin. Ydinajatus oli, että ”todellisuus” on olemassa kielestä

riippumatta, mutta kielessä ”todellisuuden” asiat saavat merkityksensä. Kielessä ne tulevat nimetyiksi ja luokitelluiksi ja siten saavat merkityksensäkin vasta kielessä. Merkitys ei siis kumpua ”todellisuudesta” tai sen asioista itsestään. Myös luonnollisina pitämämme tosiasiat ovat myös diskursiivisia ilmiöitä. Koko suhde kielen ja ”todellisuudeksi” kutsutun välillä muuttui. Olemassaolon ja merkityksen välille aukesi kuilu. (Emt. 220–222.) (Lisää kielen, merkityksen ja ”todellisuuden” suhteista luvussa 4.)

Kulttuurista on tullut myös siinä mielessä merkittävää, että identiteettimme ovat kulttuurisesti muotoutuneita. Sosiaaliset identiteettimme rakentuvat representaatioissa ja kulttuurin kautta, vuoropuhelussa niiden merkitysten ja määritelmien kanssa, joita kulttuurimme diskurssit meille esittävät. Identiteetin kehkeytymiseen vaikuttaa halukkuutemme vastata näiden merkitysten kutsuun ja astua niihin subjektiasemiin, joita nämä diskurssit meille rakentavat. (Hall 1997, 219–220.) Kulttuuria voidaan pitää modernien yhteiskuntien maallisena uskontona. ”Kulttuuri” ja ”yhteiskunta” eivät olekaan toisilleen vastakkaisia, vaan hegemonisten kulttuuristen muotojen voidaan nähdä toimivan kansalaisyhteiskunnan ja valtion kosketuspintoina, joissa kansalaisuus muotoutuu. Kulttuuri on ikään kuin modernien yhteiskuntien ihmisten piilevää universaalia subjektiutta. Kulttuurin ajatellaan näin uuttavan rajallisista poliittisista minuuksista esiin yhteisen ihmisyyden ja näin tuottavan yhtenäisyyttä moneuteen. (Lehtonen 2014b, 310–311.) Eagletonin (2000, 38) mukaan kulttuurin merkitys yhteisistä arvoista koostuvana universaalina subjektiutena on 1960-luvulta lähtien korvautunut melkein päinvastaisella käsityksellä. Kulttuurista on tullut erityisen identiteetin tunnustamista ja julistamista pikemminkin kuin näiden identiteettien ylittämistä. Kun nämä kansalliset, seksuaaliset, etniset ja alueelliset identiteetit kokevat kaikki itsensä tukahdutetuiksi, kulttuuria ei enää ymmärretäkään yksimielisyyden alueeksi, vaan siitä on tullut konfliktien maaperää. (Emt.)

2.1.2 Massakulttuurin kuolema eli korkea-matala-jaon purkautuminen

Paitsi että korkeakulttuurinen näkemys on kenties menettänyt asemansa vallitsevana ja ensisijaisena käsityksenä kulttuurista, myös korkean ja populaarin suhteet ovat muuttuneet. Eric Hobsbawmin (1999, 636–637) mukaan vallankumouksellinen massamarkkinoille suunnatun populaarin viihdeteollisuuden synty 1900-luvulla ”alensi perinteiset korkeakulttuurin muodot eliittisluommeiksi”. Vuosisadan loppupuolella kaupungistuneiden maiden kulttuuri perustui

massoille suunnattuun viihdeteollisuuteen, siis elokuvaan, radioon, televisioon ja pop-musiikkiin. Näitä tuotteita kulutti myös eliitti viimeistään sen jälkeen, kun rock-musiikki oli lyönyt läpi ja intellektuellit antaneet sille eliitin maulle sopivan älyllisen sävöyksen. (Emt.)

Massakulutussyhteiskunnan maailmanlaajuinen voittokulku heikensi klassista korkeakulttuuria. 1960-luvulta lähtien kaupallisesta joukkovihteestä peräisin olevat kuvat ja kaupallisen pop-musiikin äänet ovat olleet läsnä ihmisen elämässä syntymästä kuolemaan saakka. Ehkä vieläkin merkittävämpi korkeakulttuuria heikentänyt tekijä oli modernismin kuolema. 1900-luvun loppupuolella alettiin puhua ”postmodernismista”, jossa oli kyse kaikkien etukäteen asetettujen taiteen arvostelu- ja arvostuskriteerien kieltämisestä. (Emt. 641–645.)

Voidaan sanoa, että massakulttuuri erillisenä kategoriana on tullut tiensä päähän. Sellaisena sitä ei enää ole olemassa, vaan siitä on tullut ilmaa, jota hengitämme. (Denning 2004, 114.) Jos ennen populaari käsitettiin kulttuurin ”toisena”, nyt se ei enää ole länsimaissa marginaalista. Useimmiten ja useimmille ihmisille populaarikulttuuri on yhtä kuin kulttuuri. (Hebdige 1988, 31–32.)

”Korkeakulttuuri” sen sijaan saatetaan nähdä yhtenä osakulttuurina muiden joukossa (Lehtonen 2014b, 314). Kulttuurin käsitettä käytetään aiempaa harvemmin normatiivisena standardina. Ajatus siitä, että kulttuurisen arvon monopoli olisi tietyllä kirjallisuuden, musiikin tai muiden korkeakulttuuristen taideteosten muodostamalla kaanonilla ei ole enää suosittu. (Bennett 2005, 64.) Kaikkien kulttuurin muotojen tuotannon ja kulutuksen lisääntynyt kaupallistaminen on hämärtänyt myös yksinkertaista jakoa ”oikean kulttuurin” ja sen ulkopuolelle jäävän ”muun” välillä (emt. 66).

Taiteen (siis ”korkeakulttuurin”) on käsitetty olevan teollisuuden, kaupan, politiikan ja arkisten asioiden yläpuolella. Samaan aikaan, kun taiteen yleisöpohja (lähinnä Englannissa ja Ranskassa) 1700-luvun lopussa laajeni, teollis-kapitalistinen yhteiskunta sitoutui yhä selkeämmin tehokkuuden, taloudellisen kasvun ja kaupallisuuden käskyihin. Taide sen sijaan alettiin mieltää tällaisen modernin yhteiskunnallisen rationaalisuuden vastakohtaksi. Syntyi autonomiaestetiikka, jossa taidetta on pidetty ”esteettisten” tai ”henkisten” arvojen sfäärinä (kuten kulttuuriakin, ks. luku 2.1.1). Autonomiaestetiikkaan kuului myös se, että taiteella nähtiin olevan tehtävä yhteiskunnan arvopäämäärien kriittisenä erittelijänä – olihan taide kaupallisista ja poliittisista tarkoituksiperistä riippumatonta, autonomista. Myöhemmin, 1800- ja 1900-lukujen taitteessa, eurooppalaisessa taide-elämässä korostuivat sen sijaan taiteen itseisarvoa korostavat ajattelutavat. (Koistinen, Sevänen & Turunen 1995, 8–9.) Kun taiteen tehtäväksi oli tullut

korkeiden arvojen ylläpitäminen ja teollistuneen ja kaupallistuneen yhteiskunnan arvopäämäärien kriittinen erittely, puhtaan ja aidon taiteen sekä käyttötaiteen ja kansantaiteen välille tehtiin hyvinkin tiukkarajaisia erotteluja. Autonomiaestetiikan synty siis eriytti korkeataiteen yhteiskunnan muista osa-alueista ja kaupallisesta kulttuuritarjonnasta suhteellisen autonomiseksi alueeksi. 1800-luvulla muotoutui näin taiteiden sosiaalinen hierarkia, jossa korkeataiteet erotettiin käytännöllisiä tarkoituspäriä palvelevista käyttötaiteista, lähinnä taideteollisuudesta ja ihmisten arkielämään liittyvästä kansantaiteesta. (Turunen 1995, 19, 23.)

John Frow'n (1995, 23) mukaan kategorinen erottelu korkean ja matalan kulttuurin välillä on kestävä monestakin syystä. Ensinnäkin korkeakulttuuri on kokonaisuudessaan tavaratuotannon piirissä. Suhde markkinoihin ei siis enää sovi korkea-matala-erottelun yleiseksi periaatteeksi, eikä perinteistä arvolutautunutta vastakkainasettelua orgaanisen, originellin, itseään säätelevän taiteen sekä mekaanisen, kaavamaisen ja kaupallisen massakulttuurin välillä voida enää käyttää. Sekä korkean että matalan kulttuurin tuotteita tuotetaan nykyään täysin samoin sarjatuotannon periaattein. Toiseksi Frow nostaa esille, että massamediasta on tullut yhä hallitsevampi kulttuuristen arvojen välittäjä, ja kulttuurisen auktoriteetin suhteet korkean ja matalan kulttuurin välillä ovat muuttuneet. Korkeakulttuuri oli ennen yksiselitteisesti hallitsevan luokan kulttuuria, mutta nykyään tällainen hierarkkinen rakenne ei ole enää se periaate, jonka mukaan kulttuurinen järjestelmä organisoituu. (Emt. 23–24.) Kulttuurilla ei ole vain yhtä keskusta vaan lukuisia samanaikaisia keskuksia (Collins 1989, 27). Voimakkaasti osiin jakautuneilla kulttuurin markkinoilla arvottaminen tapahtuu kunkin osan sisällä sen omien arvottamisperiaatteiden mukaisesti. Tässä tilanteessa myös korkeakulttuuri näyttää yhä vahvemmin yhdeltä omanlaisensa sisäisen arvoasteikon omaavalta markkina-alueelta muiden joukossa. (Bennett 2005, 66–67.)

Korkeaan ja matalaan kulttuuriin toisilleen vastakkaisiksi kategorioiksi ymmärrettyinä liittyy oletus kulttuurin ja luokka-aseman välisestä korrelaatiosta. Kolmanneksi Frow huomauttaa, että hallinnan ja alistamisen suhteet ovat kuitenkin muuttuneet 1900-luvun kuluessa massayleisöjen syntymisen myötä. Massayleisöt ovat pikemminkin kaiken kattavia kuin valikoivia, ja hyvänä esimerkkinä edellä mainitusta muutoksesta Frow pitää televisiota. Sen sisällöillä pyritään toisaalta rakentamaan suhteellisen homogeenisia, sosiaaliluokat ylittäviä katsojaryhmiä, toisaalta taas tietynlaiset sisällöt ovat omiaan eriyttämään yleisöä. Televisioyleisön rakenne perustuu jännitteelle näiden kahden vaikutuksen välillä. ”Populaarin” yleisön muotoutuminen ei siis perustu

yhteiskuntaluokille eikä sen rakenne perustu ”hallitsevan luokan” vastakkaisuudelle. Frow huomauttaa, että ei silti väitä, että eri luokkien kulutustottumukset eivät olisi erilaisia, mutta toteaa, että matalan kulttuurin kuluttajien tunne legitimitietin puuttumisesta tai kulttuurisesta alemmuudesta on poissa. Termit ”korkea” ja ”matala” edustavat nykyään pikemminkin jakoa, joka pätee jokaisen kulttuurin lajin sisällä, eivätkä ne enää määritä tiettyä kulttuuristen tekstien kokonaisuutta tai lajia kokonaisuudessaan. Viimeisenä teesinään korkea-matala-jaon merkityksen vähenemisestä Frow toteaa, että modernin ajan kuvitelma siitä, että itsemäärittely voisi tapahtua vastustamalla alempiarvoista massakulttuuria, on vanhentunut ja sitä on enää vaikea pitää yllä. Se on nimittäin korvautunut käytännöillä, joissa korkea ja matala fuusioituvat ja joissa niiden rajoilla leikitellään. Moderni eetos on saatettu kyseenalaiseksi uudenaikaisissa suhteissa sarjallisuuteen ja toistoon. (Frow 1995, 24–26.)

Käsitteitä, kuten ”taide”, ”kansankulttuuri”, ”populaarikulttuuri” ja ”massakulttuuri” on vaikeaa käyttää arvoneutraalilla tavalla. Ne tekevät erotteluja matalan ja korkean, kevyen ja vakavan, arvottoman ja arvokkaan sekä pinnallisen ja syvällisen välille. (Koistinen ym. 1995, 8.) Vaikka populaarikulttuurin kategoria on todettu jo kuolleeksi, Risto Turunen (1995, 24) oli vielä 1990-luvun puolivälin tienoilla sitä mieltä, että korkean ja matalan erottelu ei ole poistunut vaan pikemminkin vahvistunut. Hän huomautti, että vaikka kulttuurintutkimus ja kulttuurikritiikki olivat hyväksyneet populaarit kulttuurituotteet, tutkijat ja kriitikot tulivat tuottaneeksi työssään edelleen rajaa korkean ja matalan välille. Tutkimuksen kohteeksi hyväksytystä ja kritiikin ansioituneeksi havaitsemasta tulee hänen mukaansa helposti legitimiä ja suositeltavaa, siis korkeaa. Ulkopuolelle jäävä taas on matalaa. Turunen tosin toteaa myös, että monet populaarikulttuurin ilmiöt on legitimoitu – mitä siis enää jää matalan alueelle, jos korkea-matala-erottelua halutaan ylläpitää? (Emt. 24–25.) Joka tapauksessa taiteen autonomiaestetiikka on menettänyt merkitystään, mikä on johtanut myös siihen, että korkean ja matalan välinen rajankäynti on kadottanut vähintään osan perusteistaan. Vaikka perinteisten kulttuuristen kategorioiden merkitys vähenee ja massakulttuuri erillisenä kategoriana ei ole enää selitysvoimainen, kulttuurista ei kuitenkaan tule aiempaa yhdenmukaisempaa. Siksi olisikin pohdittava, millä uusilla ja aiemmista poikkeavilla tavoilla kulttuuria merkityksellistetään nyt, kun vanhat luokitukset eivät enää päde. (Rautiainen-Keskustalo 2014, 75–76.)

2.2 Olioistunut talous

Nykymaailmassa tuotannon ja vaihdon käytännöt näyttävät siltä, että ne olisivat olemassa omalla voimallaan. Sen sijaan, että ”talouden” ajateltaisiin tukevan ”yhteiskuntaa”, ajatellaan ”markkinoiden” määrittävän ”yhteiskuntaa”. ”Talous” näyttää kaiken inhimillisen toiminnan viimekätiseltä mittapuulta, ja se ymmärretään yleisesti voimaksi, joka sijaitsee politiikan ja yhteiskunnan yläpuolella jonkinlaisena abstraktina ja mystisenä oliona. Samaan aikaan se on myös politiikan ja yhteiskunnan ratkaiseva, viimekätinen perusta. (Lehtonen 2014b, 280–281.) ”Talous” on nöyrän alistumisen paikka, kaikkea muuta toimintaa rajoittava sosiaalinen alue ja kaiken yläpuolella oleva olento, jonka käskyjä on kyseenalaistamatta noudatettava. Mutta samaan aikaan se on myös olio, jota meidän on mahdollista ymmärtää täydellisesti ja siten myös manipuloida sitä. Siitä huolimatta, että ”taloutta” on mahdollista hallita kokonaisvaltaisesti, se ei salli kuin vähäisintä säätelyä ja puuttumista. (Gibson-Graham 2006, 94.) ”Talouden” itsenäisessä asemassa on kyse myös hypostasoinniksi kutsutusta ilmiöstä, jossa adjektiivisuus muuttuu substantiaalisuudeksi. Ominaisuus, ”taloudellinen”, nähdään substanssiksi eli adjektiivi ”taloudellinen” muuttuu substantiiviksi ”talous”. (Lehtonen 2008, 22.)

”Talous” on kuitenkin aina osittain diskursiivista: se rakentuu, kun yhteiskunnallisen uusintamisen jotkin osat nimetään ”taloudellisiksi” tai ”taloudeksi” (Grossberg 2010a, 321). ”Talous” tuotetaan aina myös materiaalisesti. Sen käytännöt, suhteet ja instituutiot rakentuvat aina kontekstuaalisesti⁴. Kontekstit siis määräävät sen, miten jokin voi olla olemassa ja toimia taloudelliseksi ymmärrettynä. Esimerkiksi markkinat (joista puhetta myöhemmin tässä luvussa) eivät myöskään ole luonnonolioita, vaan ne täytyy tehdä. (Emt. 326.) ”Talouden” erkaantuminen omaksi sfäärikseen liittyy juuri ”markkinoiden” kehittymiseen (Lehtonen 2014b, 275). Niin sanotut itsesäätelevät markkinat vaativat synnyttyään yhteiskunnan instituutioiden jakamista taloudellisiin ja poliittisiin (Polanyi 2009, 133). Myös vaihtoarvojen korostuminen käyttöarvojen kustannuksella ”taloudellisessa” toiminnassa 1500-luvulta lähtien vaikutti siihen, että taloutta alettiin vähitellen tarkastella itsenäisenä alueena. Kun käyttöarvot liittyivät talouden muihin inhimillisiin käytänteisiin, vetävät vaihtoarvot sitä erilleen niistä. Syntyhistoriansa valossa ”talous” kuvaa toimintaa, joka tähtää vaihtoarvojen, ei käyttöarvojen tuottamiseen. Ajatus ”talouden” itsenäisestä sfääristä oli tärkeä ”itsesäätelevien markkinoiden” toimintamahdollisuuksien

4 Kontekstuaalisuudesta luvussa 3.2.2.

kasvattamisessa ja aseman vakiinnuttamisessa. Uusien ajatusmuotojen avulla juurrutettiin ihmisiin uudenlaista rationaalisuutta, joita kehittyvät markkinat ja teollinen tuotanto edellyttivät. Kun siinä oli onnistuttu, ”talouden” erillisyyttä ei enää tarvinnut julistaa. Sen sijaan oli mahdollista unohtaa sen erillistymisen historia ja alkaa julistaa ”talouden” itsenäisen olemassaolon ”luonnollisuutta”. (Lehtonen 2014b, 276–279.)

Rajaan näkökulmani talouteen tässä alaluvussa kulttuurintutkimuksellisten näkökantojen ja konjunkturalistisen lähestymistavan (ks. luku 3.2.3) kannalta relevantiksi. Käsittelen tiettyjen länsimaisissa yhteiskunnissa vallalla olevien talouteen ja sen sääntelyyn liittyvien ideologisten ajatusten ja eetosten vaikutuksia yhteiskuntaan, siinä vaikuttavin merkityksiin ja vallalla oleviin käsityksiin ihmisestä sekä talouden asemasta ja merkityksestä. Kyse on varsinaisen talouden käsitteen saamien määritteiden sijaan siitä, miten vallalla oleva uusliberalistinen (talous)politiikka ja maailmankuva ovat vaikuttaneet nyky-yhteiskuntaan ja sen käsityksiin ihmisestä, taloudesta ja kulttuurista. Uusliberalismin ideoiden ja niiden tuottamien vaikutusten kautta on mahdollista päästä kiinni nykyhetkessä vaikuttaviin talouden merkityksiin.

2.2.1 Uusliberalismi: yksilön, yksityisen ja ”luonnollisten” markkinoiden hegemonia

Nykyään uusliberalistisen maailmankuvan ja politiikan sanotaan usein olevan hegemonisessa asemassa länsimaissa. Jo parisataa vuotta länsimaisiin ihmiskäsityksiin vaikuttanut liberaali ihmiskuva on 1900-luvun viimeisiltä vuosikymmeniltä lähtien saanut uutta pontta niin sanotun uusliberaalin ideologian muodossa. Toisen maailmansodan jälkeen vaikuttanut hyvinvointivaltioajattelu korosti vielä ihmisten riippuvuutta toisistaan ja huolenpitoa vähäosaisista, mutta 1980-luvulta lähtien uusliberalismi on välittänyt sanomaa riippumattomuudesta ja itsekkyydestä. Kansalaisista, yhdenveroisuutta ja solidaarisuutta edustavista oikeussubjekteista, *homo juridicuksista*, on tullut ennen muuta kuluttajia, itsekeskeisiä intressisubjekteja, *homo economicuksia*, kuten Michel Foucault on nykyajan ihmiskäsitystä vastaavaa subjektia kuvannut. (Lehtonen 2014b, 263–264.) Foucault’n (2008, 252–253) mukaan nykyajan ihmiset ovat vallankäytön kohteina vain *homo economicuksina*, jotka nähdään jonkinlaisina riskejä ja voittojen keräämisen mahdollisuuksia arvioivina sijoittajina. Nykyisissä länsimaissa individualistinen ajatus ihmisistä toistensa kanssa kilvoittelevina yksilöinä näyttää huomattavasti vaikutusvaltaisemmalta kuin käsitys ihmisistä toisistaan riippuvaisina ja muuttuvina olentoina (Lehtonen 2014b, 260).

Liberaaliin käsityksen mukaan ihmistä motivoi oman edun tavoittelu, jolloin jokaisen yksilön tavoitteena on oman onnellisuuden, mielihyvän ja tyytyväisyyden maksimointi. Tällainen näkemys on seurausta siitä, että ihmiset nähdään toisistaan erillisinä yksilöinä eikä sosiaalisina olentoina. (Ramsay 1997, 12.) *Homo economicus* kilpailee kaikkien kanssa kaiken aikaa kaikkialla, eikä hänelle olemassaolo ole itseisarvo vaan väline ennen muuta taloudellisen hyödyn tavoitteluun (Lehtonen 2014b, 263). Uusliberalismi perustuu vanhoille ajatuksille vapaasta ja omistushaluisesta yksilöstä ja mielikuvalle valtiosta tyrannin kaltaisena sortajana (Hall 2012, 9).

Nick Couldry (2010, 6) pitää uusliberalismia enemmän kuin ideologiana, hegemoniana. Sen periaatteita ovat tiukka talouskuri, julkisten menojen supistaminen, pääomasijoittajille suotuisa veropolitiikka, markkinoiden (ei siis valtion) määrittämä korkotaso, kilpailukykyiset valuuttakurssit, kaupan vapauttaminen, ulkomaisten suorien investointien edistäminen, julkisten palveluiden yksityistäminen, raha- ja muiden markkinoiden säätelyn purkaminen sekä yksityisen omistusoikeuden turvaaminen (emt. 4). Hallin (2012, 9) mukaan hyvinvointivaltio on uusliberalismin kannattaman vapauden arkkivihollinen. Valtion ei pitäisi näet hallita yhteiskuntaa, sanella sitä miten vapaiden yksilöiden kuuluisi omaisuutensa käyttää, säädellä luonnollisina pidettyjä vapaita markkinoita tai – kuten Hall asian ilmaisee – sekaantua ”Luojan suomaan oikeuteen tehdä voittoa ja kasvattaa henkilökohtaista varallisuutta”. Valtion harjoittamaa yhteiskunnan säätelyä ei pitäisi uusliberalismin idean mukaan koskaan laittaa yritysten ja yksilöiden etujen edelle. (Emt.) 1980-luvulta lähtien uusliberalismi on toiminut poliittisena kehyksenä, jonka tavoitteena on ollut ulottaa markkinaperiaatteet koskemaan kaikkea yhteiskunnassa tapahtuvaa toimintaa (Couldry 2010, 4). Uusliberalismin nousun myötä markkinoista on tullut malli sosiaalisille suhteille ja vaihtoarvosta on tullut ainoa arvo. Uusliberaalit ajatukset ja uskomukset ovat pyrkineet ja onnistuneet pääsemään terveen järjen asemaan, mikä on edellytys hegemonisen aseman saavuttamiselle ja vakiinnuttamiselle. Uusliberalismi perustuu, kuten jo todettu, uskomuksille ”markkinoiden” oletetusta luonnollisuudesta, toistensa kanssa kilpailevien yksilöiden ensisijaisuudesta sekä yksityisen ylivertauudesta julkiseen verrattuna. (Hall, Massey & Rustin 2013, 9, 13.)

”Markkinoiden” näkökulmasta ”talous” näyttäytyy ostamisen, myymisen, vapaan vaihdon ja valintojen alueena⁵. Markkinoita pidetään samaan aikaan luonnollisena ja välttämättömänä,

5 Myös talouden sanakirjamääritelmä mukailee tällaista käsitystä: *Oxford Dictionary of Economicsin* mukaan talous on tietyn maan tai alueen tuotantoon, kaupankäyntiin ja tavaroiden ja palveluiden kulutukseen liittyvän toiminnan järjestelmä. (Black, Hashimzade & Myles 2013, s.v. *economy*.)

perustavana ja universaalina. Ne käsitetään koneistoksi, kehityksen moottoriksi ja toimijaksi. Luonnollisuudestaan ja aktiivisesta toimijuudestaan huolimatta markkinat eivät kuitenkaan pärjää yksin, vaan niitä on tuettava, kehitettävä ja ruokittava. Erityisesti niin sanotuissa kriisitilanteissa niiden elin- ja muutosvoima kuihtuu. (Clarke 2014, 100–101.) Markkina-ajattelun kehystäessä nykyisin kaikkia elämän osa-alueita, voidaan puhua markkinafundamentalismista⁶. Se rakentuu vapaille markkinoille, individualismille ja kaiken muuttamiselle rahaksi ja tavaroiksi. Tarkoituksena on ulottaa liberalismien periaatteet kaikkialle yhteiskuntaan aina valtiokoneistoa ja yksilöiden sisäistä maailmaa myöten. (Lehtonen 2014b, 266.) Markkinafundamentalismi ja uusliberalismi ovat saaneet kritiikkiä valtion puuttumattomuutta painottavista vaatimuksistaan ja väittämästään, että markkinat voisivat toimia itsenäisesti (emt. 268). Kapitalistinen rahatalous nimittäin tarvitsee tasapainottavia ja vakauttavia julkisia instituutioita. Se tarvitsee myös demokraattisia rakenteita, jotka tasoittavat yksityisestä voitontavoittelusta syntyneitä kuoppia, kuten työttömyyttä. (Ahokas & Holappa 2014, 285.) Uusliberalismia on kritisoitu myös sen kapeasta, kilpaileville yksilöille perustuvasta ihmiskuvasta ja siitä, että yksilöiden nähdään edeltävän yhteisöjä. Myöskin sen suhtautuminen valinnanvapauteen on saanut osakseen arvostelua. Ylistäessään yksilön vapautta valita uusliberalistit eivät ota esille sitä, että ihmiset eivät välttämättä voi vaikuttaa siihen, mistä he valitsevat. (Lehtonen 2014b, 269.)

Lisäksi itse uusliberalismin käsite on saanut kritiikkiä tutkijoilta. Muun muassa Lawrence Grossberg (2010b, 141–142) on kritisoinut termiä ja sen käyttäjiä siitä, että sitä käytetään heikoin perustein ja epätäsmällisesti. Uusliberalismista on Grossbergin mukaan tullut adjektiivi, jota on mahdollista käyttää melkein missä tilanteessa tahansa. Tällaisena se hankaloittaa konjunkturalistisen analyysin (ks. luku 3.2.3) tekemistä eikä ota huomioon sitä, että uusliberalismi ei ole tarkkarajainen yksi muodostuma vaan kantaa mukanaan monenlaisia merkityksiä. Uusliberalismi on Grossbergin mukaan termi, ei käsite, joka päästää käyttäjänsä pälkähästä. Se tulisi käytettäessä määritellä ja kontekstualisoida uudelleen, ja jos näin ei tehdä, pärjäisimme Grossbergin mielestä paremmin ilman sitä. Myöskään Stuart Hall (2012, 9) ei ole ollut tyytyväinen uusliberaali-termiin. Hall huomauttaa, että kriitikoiden mukaan termi niputtaa yhteen liian monta asiaa voidakseen saavuttaa yhden selvärajaisen määritelmän. Termi on pelkistävä eikä siten ota huomioon sisäistä monimuotoisuutta. (Emt.) Uusliberalismi ei ole tarkkapiirteinen muodostuma, ja sen juuret ovat pitkät ja moninaiset. Lisäksi sen tunnistettavan muodon syntyä on vaikea ajoittaa, minkä takia

⁶ Markkinafundamentalismin käsitettä on käyttänyt muun muassa Jamie Peck (2010, xi). Hänen mukaansa uusliberalismi on yksi markkinafundamentalismin muoto.

onkin puhuttu uusliberalisoitumisesta. (Lehtonen 2014b, 268.) Sillä viitataan ristiriitaiseen ja avoimeen prosessiin, jossa politiikan kautta pyritään edistämään markkinaperiaatteiden toimintaa (Peck 2010, xii).

2.2.2 Luovan talouden käsite ja kulttuuri kilpailukyvyn edistäjänä

Markkinavoimista on tullut sekä julkisen että yksityisen päätöksenteon perusta, ja taloudelliset näkökohdat määrittävät vahvemmin kuin koskaan aiemmin ihmisten tekemien, kuluttamien, nauttimien, ostamien ja myymien asioiden arvon. Myös taiteen ja kulttuurin arvon määrittämisessä taloudelliset seikat jättävät varjoonsa vaihtoehtoiset kriteerit. (Hutter & Throsby 2008a, xv.) 1900-luvun kuluessa syntyi uudenlainen hierarkia, jossa hinta ja arvo ovat toistensa synonyymeja. Tällaisen logiikan maailmassa kulttuurinen ja taiteellinen arvo nähdään subjektiivisina kategorioina, tieteellisen tutkimuksen piirin ulkopuolella. Näiden muutosten myötä taloudellisen ja kulttuurisen arvon suhteista on käyty merkittäviä keskusteluja, joissa erityisesti on yritetty sovittaa yhteen kulttuurin ja taiteen subjektiiviset, henkiset tai sanoin kuvaamattomat arvot sekä taiteen ja kulttuurin taloudellisen arvioinnin realiteetit markkinoilla. (Hutter & Throsby 2008b, 2–3.) Jos modernissa maailmassa kulttuuri edusti yksinkertaista arvoja, niin talous taas näyttäytyi kulttuurin näkökulmasta alueeksi, jolla tiedettiin kaiken hinta mutta ei minkään arvoa (Lehtonen 2014a, 23). Uusliberaalit diskurssit ovat vaikuttaneet muun muassa siihen, että kulttuuriakin on alettu tarkastella paitsi arvona itsessään myös keinona taloudellisten voittojen tavoittelemiseksi (Lehtonen 2014b, 272). 1980-luvun jälkeen kulttuurin ja talouden ajattelemisen yhdessä ei enää ole ollut niin mahdotonta kuin aiemmin. Luovasta taloudesta, kulttuuriviennistä ja maabrändämisestä on sen sijaan tullut mantroja, joita toistetaan kulttuurista ja sen merkityksestä käytävässä keskustelussa. (Lehtonen 2014a, 13.)

Puhe luovasta teollisuudesta sai alkunsa 1990-luvun lopun Isossa-Britanniassa, missä sen piiriin luettiin media-, design- ja taideperustaiset yritykset. Niitä alettiin pitää kansakunnan talouden, tulevaisuuden ja maabrändäyksen ytimenä. Tämä oli yksi näkyvimmistä muutoksen merkeistä talouden ja kulttuurin suhteissa. Luovan talouden uskottiin olevan talouden nopeimmin kasvava sektori sekä uuden talouskasvun ja vientimahdollisuuksien avainalue.⁷ 1990-luvulla siirryttiin käyttämään myös termiä luova talous, jonka mukanaan tuomat puhutavat ovat tuottaneet

⁷ Ks. Hesmondhalgh 2013.

kulttuurin hyötykäyttöä koskevaa ajattelua. (Lehtonen 2014a, 15–17.) Suomessa työ- ja elinkeinoministeriö (2014) määrittelee luovan talouden seuraavasti: ”Luovalla taloudella tarkoitetaan luovan osaamisen ja luovien alojen koko kansantalouteen synnyttämää taloudellista lisäarvoa. Luovuudesta ja kyvystä houkutella luovia ihmisiä on muodostunut yhteiskuntakehityksen, innovaatiotoiminnan ja alueiden välisen kilpailun tärkeä tekijä.” Luovan talouden ja luovan teollisuuden termien käyttöönotto liittyi ajatukseen, että länsimaissa on siirrytty uuteen kapitalismin vaiheeseen, jota leimaavat tietopohjainen tuotanto, talouskasvun tavoittelu aineettoman omaisuuden avulla sekä puhe tietoyhteiskunnista ja luovasta taloudesta. Termi luova talous kuvaa tätä ilmiötä, jossa savipiiputeollisuudesta ja alkutuotannosta siirrytään talouteen, jota määrittävät tiedon ja aineettoman omaisuuden hallinta ja hyötykäyttö. Ajatuksen esitti ensimmäisten joukossa jo vuonna 1973 yhdysvaltalainen sosiologi Daniel Bell, jonka mukaan kapitalismi oli siirtynyt vaiheeseen, jossa talouden veturi on inhimillinen pääoma, ei enää fyysinen. Bellin teesiin sisältyy myös väite, että yhä suurempi osa talouden lisäarvosta syntyy ideoista, ei materiaalin fyysisestä työstämisestä. (Kuusela 2014, 98.)

Näkemykset taloudellisen toiminnan pääpainon siirtymisestä tuotannosta palveluihin sekä tuotannon suuntautumisesta suurelta osin aineettomien tarpeiden tyydyttämiseen vaikuttivat luovan talouden termin käyttöönoton taustalla. Siirtymässä luovaan talouteen saattoi kuulla kaikuja myös innovaatioajattelusta, jonka mukaan innovaatiot ovat keskeinen taloutta kasvattava voima. (Lehtonen 2014a, 16–17.) Katja Valaskiven (2012, 129) mukaan innovaatiot näyttävät muodostavan kokonaisen uskomusjärjestelmän tai aatteen, johon hän viittaa englanninkielisellä sanalla *innovationism*. Innovaatio-käsitettä käytetään mitä moninaisemmissa konteksteissa, ja jokainen käyttöyhteys on antanut sille uusia merkityksiä. Siitä on tullut yleinen, kaiken kattava termi ja välttämätön keskusteltaessa tulevaisuudesta, tieteestä, yhteiskunnasta, koulutuksesta, kehityksestä, taloudesta ja niin edelleen. Poliitikkojen, konsulttien, akateemikkojen ja toimittajien puheissa innovaatiot vaikuttavat olevan ainoa tie rikkaampaan, täydempään, syvempään ja arvokkaampaan elämään. (Emt.)

Luoviin aloihin kiinnitetyt talouskasvu- ja vientitoiveet vaikuttavat kuitenkin olleen melko optimistisia. Tilastokeskuksen (2015) mukaan kulttuurialojen osuus oli vuonna 2013 kulutuksessa noin viisi prosenttia, työllisyydessä noin neljä prosenttia ja bruttokansantuotteessa (arvonlisäys) noin kolme prosenttia. Laman aikana kulttuurin rooli taloudessa on pienentynyt. Luovaan talouteen liitetyt toiveet ovat saattaneet kummuta kulttuurin alueen huomattavasta kasvusta

(Lehtonen 2014a, 20). Kuten jo aiemmin todettu, 1900-luvun kuluessa kulttuuriseksi kutsumamme toiminnasta, instituutioista ja käytännöistä koostuva alue laajentui tunnistamattomiin mittoihin. Kulttuurin tuottamisen, kierrättämisen ja vaihdon keinot ovat kasvaneet dramaattisesti uuden mediateknologian ja informaatiovallankumouksen myötä. Paljon aiempaa suurempi osa maailman inhimillisistä, materiaalisista ja teknisistä resursseista käytetään kulttuurisilla toimialoilla. (Hall 1997, 209.)

Talous ja kulttuuri joka tapauksessa määrittävät uusilla tavoilla toisiaan. Kun välttämättömien tarpeiden tyydyttäminen vie yhä pienemmän osan arkisesta kulutuksesta ja yhä suurempi osa kulutuksesta pohjautuu haluihin, kulttuuriset näkökohdat kasvattavat painoarvoaan taloudellisessa toiminnassa. Designiin ja imagoon liittyvistä seikoista tulee tärkeämpiä tekijöitä kulutushyödykkeitä ostettaessa. Taide ja kulttuuri taas menettävät itseisarvoaan ja ne nähdään yhä useammin taloudellisen lisäarvon tuottamisen välineiksi. Sillä on vaikutuksensa siihen, miten kulttuuri ymmärretään. Luovan talouden puhetavoissa ajatus kulttuurista hyvinvoinnin tärkeänä osa-alueena on liitetty uuteen taloudelliseen ajatteluun tavoilla, joka tuottaa täysin uudenlaisia tulkintoja kulttuurin roolista yhteiskunnassa. (Lehtonen 2014a, 21.) Kulttuuri sisällytetään nykyään yhä useammin talouteen ja kulttuuripolitiikka vastaavasti talouspolitiikkaan. Kulttuuri edustaa toivoa kasvusta ja uudesta taloudesta ja se kehystyy osaksi niin sanottua luovaa taloutta. Nykyisessä yhteiskuntajärjestyksessä luovan talouden ja innovaatiuskon rinnalla vaikuttaa myös kolmas uskonkappale, kilpailukyky. (Liikkanen 2014, 148–149.) Se vaikuttaa määrittävän samankaltaisesti kuin ”talous” kaikkea toimintaa ohjaavaksi ja määrääväksi voimaksi. Valtio-opin tutkija Markku Koivusalon (2011, 215–216) mukaan kilpailukyvyistä on tullut ”mystinen voima, energia, kyky, joka ilmenee kaikkialla ja kaikissa yhteiskunnan toimissa”. Se ei enää viittaa ainoastaan vientiteollisuuden tiettyihin toimiin tai tekoihin, vaan se on ”jotakin jatkuvasti kaikissa toimissa läsnäolevaa ja kuitenkin samalla jatkuvasti vaarassa karata käsistämme”. Kilpailukyvyyn torjumisen ajatellaan olevan ”katastrofaalista koko yhteiskuntaruumiin ja kansantalouden terveydelle”. (Emt.)

Kansallista kilpailukykyä on korostettu luovan talouden käsitteen avulla, ja samalla tuotetaan myös uusia retorisia keinoja, joilla kulttuurin toimijoiden autonomiaa suhteessa koko kulttuurin kenttään voi vähentää. Suomalaisessa kulttuuripoliittisessa puheessa kilpailukyky asettuu määrääväksi tekijäksi, jolloin esimerkiksi kulttuurialojen autonomia on tavoiteltavaa vain, jos se vahvistaa kansallista kilpailukykyä. Kilpailukyvyyn asettaminen etusijalle tarkoittaa sitä, että

kulttuurin ja taiteen tekemistä määrittävät ensisijaisesti liiketoiminnan mallit. Kulttuurin liiketoiminnallistamisen on toivottu kasvattavan kansantaloutta. (Lassila 2014, 136–137.) Mirja Liikkasen (2014, 150) mukaan sekä kansainvälisissä järjestöissä että valtiollisissa politiikoissa kulttuurin käsitteellistämistä hallitsee nykyään taloutta ja yrittäjyyttä painottava puhetapa. Kun kulttuuri liitetään talouteen, se käsitteellistyy yhä useammin talouden kokonaisvaltaisten tilastollisten kuvausjärjestelmien ja luokitusten näkökulmista (emt. 151). Jos kulttuuri kytketään politiikassa osaksi taloutta ja sen kasvua ja samalla taiteesta tulee tietyissä konteksteissa osa uutta yrittämisen kulttuuria, kulttuuri menettää itseisarvonsa. Sitä tarkastellaan sen sijaan joko taloudellisen kasvun tai hyvinvoinnin (terveyden) tuottajana tai paradoksaalisesti yleensä kumpanakin yhtä aikaa. (Emt. 154.) Yhä markkinaorientoituneemmassa kulttuuripoliittisessa diskurssissa ”taide” liitetään yhä useammin osaksi liiketaloudellisen yrittämisen politiikkaa. Samaan aikaan taiteen saama itseisarvo kytkeytyy kulttuurialojen potentiaaliin luovan talouden kasvussa. (Emt. 165–166.)

3 JÄHMETTYNEISTÄ SFÄÄREISTÄ MUUTTUVIIN ARTIKULAATIOIHIN

Tässä luvussa esittelen tutkimukseni teoreettisia lähtökohtia. Artikulaation, radikaalin kontekstuaalisuuden ja konjunktuurin avulla muotoilen tietynlaista tutkimusasennetta, joka ohjaa analyysiani ja toimii sen ajatuksellisena pohjana. Esittelemäni käsitteet ja ajatukset rakentavat tutkimukselleni raamit, jotka määrittävät sitä, miten lähestyn keräämäni aineistoa diskurssianalyysia tehdessäni. Käyttämäni käsitteet eivät muodosta kokonaista tai yhtenäistä teoriaa, mutta niihin sisältyy tietynlainen tapa ymmärtää yhteiskuntamuodostumaa ja sen ilmiöitä. Kantavana ajatuksena tässä luvussa ja tutkimuksessani on se, että politiikka, talous ja kulttuuri eivät ole selvärajaisia sfäärejä, vaan osia kokonaisuuksista, joilla on omat määräävyysuhteensa. Poliitiikka, talous ja kulttuuri määrittävät toisiaan, mutta etukäteen ei voida tietää, kuinka ne kulloinkin konkreettisesti määrittävät toisiaan – ja siksi tarvitaan konkreettisten konjunktuurien konkreettista analyysia. Tutkimuksen tehtäväksi muodostuu tällöin modernien yhteiskuntien itseään koskevan abstraktin ymmärryksen purkaminen sekä yhteiskunnallisen uusintamisen rekonstruoiminen reaalissa konkreettisuudessaan. (Lehtonen 2014b, 301.)

Aloitan käsittelemällä yhteiskunnan kolmeen erilliseen sfääriin jakavan ymmärryksen ongelmia. Sen jälkeen esittelen analyysin tekemisessä omaksumaani vaihtoehtoista ymmärrystä, jossa yhteiskunta käsitetään monimutkaiseksi suhdekimpuksi. Käsittelem konkreettista lähestymistapaa sekä artikulaation ja radikaalin kontekstuaalisuuden ideoita. Lopuksi esittelen vielä artikulaatiolle läheisen konjunktuurin käsitteen, johon sisältyvä yhteiskunnan käsittämisen tapa haastaa vielä kerran sfääriajattelun.

3.1 ”Talous”, ”politiikka” ja ”kulttuuri” – sfäärijaon ongelmallisuus

Tämä sfäärijaon ongelmallisuutta käsittelevä osio perustuu Mikko Lehtosen (2014b, 285–288) tiivistykseen aiheesta. Viittaan kyseiseen teokseen tässä alaluvussa tästä eteenpäin pelkästään edellä mainittuna teoksena. Käytän Lehtosen *Maa-ilmaa* suhteellisen usein myös myöhemmin tässä teoreettista viitekehystä käsittelevässä luvussa. Paitsi että viittaan siihen suoraan olen käyttänyt sitä myös apuna muiden teosten tulkitsemisessä: haastaviinkin teorioihin tutustuminen on ollut helpompaa, kun apuna on ollut suomenkielinen teos, jossa kirjoittaja tiivistää tutkimukseni tärkeimpien käsitteiden olennaisimman sisällön ymmärrettävästi. Teos on myös johdattanut minut teoreettisen lähestymistapani kannalta tärkeimmille tiedonlähteille. Käytän

Maa-ilmaa paljon myös siksi, että se on yksi ainoita suomenkielisiä teoksia, jotka käsittelevät konjunktuurianalyysin näkökulmia. Syksyllä 2015 se on myös yksi tuoreimmista aiheita käsittelevistä julkaisuista.

Yhteiskuntien toimintaa hahmotetaan länsimaissa nykyään talouden, politiikan ja kulttuurin käsitteiden avulla. Ne käsitetään erillisiksi, itsenäisiksi sfääreiksi, ja sellaisina ne eivät ole parhaita yhteiskunnallisen uusintamisen ymmärtämisen välineitä. (Emt. 259.) Yhteiskunnallista uusintamista tutkittaessa ei voida etukäteen olettaa, että se jakautuu ”talouteen”, ”kulttuuriin” ja ”politiikkaan”. ”Talous”, ”politiikka” ja ”kulttuuri” eivät ole selvärajaisia kokonaisuuksia, joita olisi mielekästä tutkia erillään. (Emt. 295.) Nämä ulottuvuudet ovat aina yhteydessä toisiinsa tavoilla, jotka vaihtelevat ajasta ja paikasta toiseen: nykypäivänä talous, politiikka ja kulttuuri tunkeutuvat toisiinsa ja määrittävät toisiaan erilaisin tavoin kuin aiemmin. Yhteiskunnallisen uusintamisen ulottuvuuksien uusia suhteita ei voi ymmärtää, jos lähtöoletuksena on, että ne ovat itsenäisiä sfäärejä. (Emt. 259–260.) Mikko Lehtonen (emt. 294) huomauttaa, että esimerkiksi ”talous” ei ole olemassa ”kulttuurista” riippumatta jo senkin takia, että käsitys ”taloudesta” itsenäisenä sfäärinä on tuotettu symbolisesti eli se on ”kulttuurisesti” merkityksellistetty.

Nykymaailmassa yhteiskunnan käsittäminen kolmen toisistaan erillisen sfäärin – talouden, politiikan ja kulttuurin – kautta vaikuttaa perustellulta. Instituutiot, kuten valtionhallinto ja tieteenalat, on jaoteltu sfäärijaon mukaisesti, ja yhteiskunnan jakautuminen näihin kolmeen osaluueeseen on juurtunut niin käytänteisiin kuin arkijärkeenkin. Sfääriajattelu on kuitenkin monelta kantilta ongelmallista, jos yritetään ymmärtää yhteiskunnallista uusintamista kokonaisuudessaan. (Emt. 285–286.) Yhteiskunnallinen uusintaminen on kattokäsite kaikelle inhimilliselle toiminnalle (emt. 258). Se viittaa kaikkiin niihin materiaalsiin ja symbolisiin prosesseihin, joiden kautta yhteisöt ja yhteiskunnat turvaavat olemassaolonsa jatkuvuuden. Jos yhteiskunnallista uusintamista tarkastellaan sfäärijaon lähtökohdista, tullaan kuitenkin erottaneeksi sen materiaalinen (talous ja politiikka) ja symbolinen (kulttuuri) ulottuvuus toisistaan. (Emt. 255.) Symbolisen ja materiaalisen erottaminen vaikeuttaa sen näkemistä, miten yhteiskunnallisen uusintamisen ”taloudelliset”, ”kulttuuriset” ja ”poliittiset” ulottuvuudet ovat yhteydessä toisiinsa. Jos ”kulttuuri” ymmärretään omaksi sfäärikseen, on vaikea havaita sitä, että symbolinen on aina osa ”talouden” ja ”politiikan” alueilla tapahtuvaa ”materiaalista” toimintaa. Materiaalinen ja symbolinen eivät siis ole toisistaan erillisiä tai toistensa vastakohtia, mikä tekee ”talouden”, ”kulttuurin” ja ”politiikan” erottavasta sfääriajattelusta ongelmallista. (Emt. 286.)

Sfääriajattelu olioistaa kohteensa ja korostaa pysyviä asiointiloja: "talous" on "taloutta", "politiikka" "politiikkaa" ja "kulttuuri" "kulttuuria", eikä niiden välillä juurikaan ole yhteyttä. Kun sfäärien kolmikosta kukin alue nähdään selvärajaisena, sisäisesti homogeenisena kokonaisuutena, niiden prosessimaisuus ja moninaisuus korvautuvat oliomaisuudella ja yhdenmukaisuudella. Sfäärejä ei tällöin nähdä prosesseiksi, suhteiksi ja ulottuvuuksiksi, minkä seurauksena "taloudellisen", "poliittisen" ja "kulttuurisen" toiminnan ja sen materiaalisten ehtojen ja seurausten hahmottaminen on vaikeaa. Kaiken lisäksi sfääriajattelussa "talous" nähdään usein myös ihmisten olemassaolon viimekätisenä perustana. (Emt. 286–287.) Arkijärkiset käsitykset siitä, kuinka ratkaisevaa on se, "mitä jää viivan alle", ovat juurruttaneet uusliberaalia ajattelutapaa. Sen mukaan kaikkia asioita pitäisi tarkastella talouden näkökulmasta. (Emt. 272.)

Sfäärijako ohjaa ajattelemaan, että "talous" on ihmisten olemassaolon perusta, "politiikka" sen sääntelyn keino ja "kulttuuri" ylimääräinen lisä, josta saadaan nauttia silloin, kun "talouden" asettamat ehdot sen sallivat. Kun yhteiskunnan osa-alueet erotetaan näin toisistaan, niiden yhteyksiä on vaikea nähdä. Esimerkiksi "kulttuuria" ei silloin välttämättä nähdä kaikkeen inhimilliseen toimintaan kuuluvana ulottuvuutena, vaan sen sijaan symboleina sinänsä. Huomiotta jäävät symbolien käytännölliset tehtävät. Kun "kulttuuri" määrittyy erilliseksi "henkisyden" tai "arvojen" sfääriksi, symbolisen toiminnan läsnäolo kaikissa inhimillisissä käytännöissä on helppo jättää huomiotta. Tämä kuvastaa myös sitä, kuinka sfäärijako uusintaa tietojen ja taitojen tai ruumiillisen ja henkisen työn ongelmallista irrottamista toisistaan. Jos sfäärijako sallii kaikkeen toimintaan sisältyvän symbolisen ulottuvuuden huomiotta jättämisen, se sallii myös "kulttuurin" tarkastelun huomioon ottamatta ihmisten taidokasta toimintaa, josta kulttuuri koostuu. Sfäärijako ei tee myöskään näkyväksi sitä, miten ihmisten suhteet luontoon ja heidän keskinäiset suhteensa liittyvät yhteen, sillä siinä ne erotetaan toisistaan. Ihmisten suhteet luontoon nähdään osaksi "taloutta", heidän keskinäiset suhteensa taas osaksi "politiikkaa" ja "kulttuuria". (Emt. 286–287.) "Talouden" diskusseissa varallisuuden lähteeksi ei kuitenkaan nähdä luontoa, vaan ihmiset ja heidän työnsä (emt. 279). Näin sfäärijako ohjaa ajattelemaan, että ihmiset olisivat erillisiä muusta luonnosta, koska kysymys luonnon ja ihmisten suhteista ei ole "taloudessakaan" tarkastelun lähtökohta. Sfäärijaon näkökulmasta on vaikea nähdä sitä, miten "politiikka" ja "kulttuuri" osallistuvat ihmisten ja luonnon välisten suhteiden järjestymiseen. (Emt. 286).

Myöhäismoderneissa nyky-yhteiskunnissa modernit sfäärijaot eivät edes läheskään kaikilta osin päde: Talous politisoituu ja kulturalisoituu, ja politiikasta tulee talouden hallinnointia. Kulttuuri

taas joutuu talouden kolonisoimaksi, mutta siitä tulee myös uudella tavalla politiikan arena. Inhimillisen toiminnan kaikissa ulottuvuuksissa merkityksistä käytävästä kamppailusta tulee entistä näkyvämpää, joten talouden ja politiikan voidaan sanoa kulturalisoituvan. Kolmen sfäärin rajat eivät siis todella ole staattisia, muuttumattomia tai murtumattomia. (Emt. 287–288.) Sfäärejä ei pidä nähdä erillisiksi, eikä niiden identiteettejä pidä olettaa vakaiksi tai annetuiksi. Sen sijaan pitäisi kysyä, kuinka ”talous”, ”politiikka” ja ”kulttuuri” tulevat tuotetuiksi osana tiettyä asetelmaa ja suhteiden kokonaisuutta, jossa vaikuttavat omat hallinnan ja alistamisen sekä määrittämisen ja määritettynä olemisen suhteensa. ”Taloudellisten”, ”poliittisten” ja ”kulttuuristen” prosessien voi ajatella olevan ”ei-taloudellisten”, ”ei-poliittisten” ja ”ei-kulttuuristen” prosessien määrittämiä – ja päinvastoin. ”Taloudellinen”, ”poliittinen” ja ”kulttuurinen” voivat tilanteesta riippuen olla paitsi ”syitä” myös ”seurauksia”, eikä niistä yhtäkään voi ennalta selittää toisilla. Ei voida olettaa, että yksi olisi toisen syy tai seuraus, ja siksi niiden välisten suhteiden selvittämiseksi tarvitaan konkreettista tutkimusta. (Emt. 295.) Vaihtoehdon sfääriajattelulle tarjoaa näkemys, joka pohjautuu yhteiskunnallinen uusintamisen näkemiseen kompleksisena kokonaisuutena. Silloin ”taloudellinen”, ”poliittinen” ja ”kulttuurinen” eivät ole toisistaan erillisiä sfäärejä, vaan niistä tulee ihmisen toiminnan ulottuvuuksia. (Emt. 260.)

3.2 Säiliöstä suhdekimpuksi – vaihtoehto sfääriajattelulle

Sfääriajatteluun pohjautuvissa yhteiskuntakäsityksissä korostuu ajatus toisistaan riippumattomista, keskenään kilpailevista yksilöistä, mikä vie huomion pois keskinäisistä yhteyksistä ja kanssakäymisestä. Yhteiskunta ei ole vain siinä elävien yksilöiden summa, vaan se koostuu yksilöiden lisäksi instituutioista ja yhteisöistä. Se syntyy, kun ihmiset tuottavat omaa elämäänsä olemalla kanssakäymisessä toistensa kanssa. Yhteiskunta rakentuu siis ihmisten, ihmisryhmien ja erilaisten käytäntöjen ja instituutioiden suhteille, ja se sisältää kaikki yhteiskunnalliseen uusintamiseen liittyvät ihmisten keskinäiset suhteet. (Lehtonen 2014b, 256.)

Kuten edellä on tullut selväksi, yhteiskunnan rajaaminen kolmeen erilliseen ja toisistaan suhteellisen irrallisiin sfääreihin ei ole hedelmällinen tapa tarkastella nyky-yhteiskuntaa ja yhteiskunnallista uusintamista. Sfääriajattelun ongelmien ratkaisemiseksi Mikko Lehtonen (2014b, 257) ehdottaa, että yhteiskuntaa ajateltaisiin suhdekimpun metaforan kautta. Kansallisvaltiota – jonka yleisesti ymmärretään tarkoittavan samaa asiaa kuin yhteiskunta (emt. 256) – kuvaamaan on

aiemmin käytetty säiliön metaforaa (Lehtonen 2004, 12). Sen on silloin nähty olevan autonominen, kohtalaisen pysyvä ja merkityksensä omasta itsestään saava olio. Tämän käsitteellistämisen tavan rinnalle on noussut suhdekimppun metafora, joka antaa kansallisvaltiolle (tai yhteiskunnalle) heteronomisen eli muusta riippuvaisen luonteen. Yhteiskunta ei siis ole autonominen, muista riippumaton, vaan saa identiteettinsä suhteistaan muihin olioihin. Sen luonne ei ole lähtöisin siitä itsestään, vaan identiteetti muotoutuu jatkuvassa neuvottelussa toisten kanssa. Suhdekimppu on erilaisten tapahtumapaikkojen välisten suhteiden jatkuvasti muuttuva yhteenniveltymä, joten sillä ei ole paikallaan pysyvää, muuttumatonta keskusta. Suhdekimppumetafora korostaa tutkittujen olioiden yhteyttä toisiin olioihin. Säiliömetaforassa sen sijaan esiin nousevat rajat, jotka erottavat säiliön sisällön muusta todellisuudesta. (Emt. 12–14.) Suhdekimppu on prosessi, kun taas säiliö ymmärretään suhteellisen vakaaksi olioksi (Lehtonen 2014b, 258).

Sotkuinen suhdekimppu ei muodosta järjestynyttä ja yhdenmukaista kokonaisuutta, jonka voisi helposti hahmottaa ja pukea sanoiksi. Sitä ei myöskään voi palauttaa mihinkään viimekätiseen perustaan, kuten ”talouteen”. Lisäksi yhteiskunnallisen uusintamisen suhdekimppua ei voi lähestyä vain teoreettisesti tai käsitteellisesti, joten sitä on lähestyttävä konkreettisesti. Konkreettinen lähestymistapa siirtää huomion ilmiöpinnasta niihin historioihin ja suhteisiin, joissa oliot, suhteet ja prosessit ovat muodostuneet. Konkreettinen ei ole sitä, miltä joku ilmiö näyttää, vaan mitä sen pinnan alla on. Mikään maailman artefakti tai ilmiö ei ole olemassa omalla voimallaan, eikä niiden historioihin tai suhteisiin pääse käsiksi tarkastelemalla vain esineistyneitä olioita. On mentävä pinnan alle ja katsottava konkreettista, monien määritysten ja suhteiden muodostamaa kompleksista kokonaisuutta. (Lehtonen 2014b, 288–289.) Tällöin konkreettinen on konkreettista siinä mielessä, että se on ajatuksellisesti tuotettava määritysten ja suhteiden runsas kokonaisuus. Konkreettinen on konkreettista siksi, että se tuo esille tietynlaisen väistämättömän kompleksisuuden – ei siksi, että se olisi empiiristä. (Hall 2003, 129.) Konkreettinen ei siis tässä yhteydessä viittaa esimerkiksi aistein havaittavaan tai havainnolliseen, kuten se on mahdollista käsittää (Kielitoimisto 2016, s.v. *konkreettinen*). Konkreettinen ilmentää sitä kompleksista suhteiden kokonaisuutta, joka saa asiat, kuten ”kulttuurin” ja ”talouden”, näyttämään siltä miltä ne pintapuolisesti näyttävät. Konkreettinen lähestymistapa merkitsee näiden suhteiden ja niiden tuottamien vaikutusten analysoimista. Omassa tutkimuksessani liikun konkreettisen tasolla analysoimalla ”kulttuurin” ja ”talouden” saamia merkityksiä ja erityisesti sitä, miten ja mistä aineksista nämä erilaisissa diskursseissa ilmenevät merkitykset muotoutuvat. Analyysini

tarkoituksena on siis konstruoida ne suhteet, jotka tuottavat ”kulttuurille” ja ”taloudelle” aineistossa tietynlaisia merkityksiä.

Konkreettisuus ja kompleksisuus eivät ole toisilleen vastakkaisia, vaan kaikki ilmiöt ovat toisiinsa punoutuneina sekä konkreettisia että kompleksisia. Konkreettisuudessa asiat kasvavat yhteen määritysten ja suhteiden muodostamaksi kompleksiseksi kokonaisuudeksi. Jotta jokin olio tai käytäntö voi olla olemassa, sillä täytyy olla suhteita muihin olioihin ja käytäntöihin, ja juuri nämä suhteet tekevät siitä sen mitä se on. Kompleksisuus tarkoittaa tässä yhteen punoutumista. (Lehtonen 2014b, 289.) Ajatus yhteiskunnallisen uusintamisen kompleksisesta kokonaisuudesta ohjaa tarkastelemaan toimia ja suhteita, jotka ovat tehneet konkreettisuudesta sen mikä se on. Kompleksisuuden näkökulma herättää kysymyksen: mitä tekemistä tällä on kaiken muun kanssa? Vaikka konkreettisuudessa ja kompleksisuudessa korostuu tarkasteltavan ilmiön liittyminen toisiin ilmiöihin, yhteiskunnallisen uusintamisen kokonaisuus edellyttää sitä, että sen erilliset osat säilyttävät oman erilaisuutensa ollessaan osana kokonaisuutta. On tutkittava toisaalta osien erityisyyttä eli sitä, millainen jokin osa on konkreettisuudessaan. Toisaalta taas on tutkittava osien yhteyksiä kokonaisuuden muihin osiin kysymällä, kuinka konkreettisuus rakentuu osana kompleksisuutta. Konkreettisten suhteiden ja yhteenliittymien konkreettinen analysoiminen vaatii sekä erityisyyksien että yhteyksien tutkimista. Ilmiön tai suhteen ymmärtämiseksi pitää tarkastella sekä sen niin sanottua sisäistä rakennetta että kaikkia muita rakenteita, joihin se yhdistyy ja joiden kanssa se muodostaa kokonaisuuden. (Lehtonen 2014b, 291–292.)

Kompleksisen kokonaisuuden ajatus ohjaa minua tutkimaan niitä suhteita ja yhteyksiä, joiden takia ”kulttuurin” ja ”talouden” diskurssien välittämät merkitykset ovat tutkimissani teksteissä rakentuneet sellaisiksi kuin ne ovat. Pelkkä tekstin luomien merkitysten havaitseminen tai löytäminen ei kerro sitä, *miten* merkitykset ovat niissä muotoutuneet konkreettisesti ja minkälaisen kompleksisen kokonaisuuden – tietynlaisen ”kulttuuria” tai ”taloutta” määrittävän diskurssin – ne muodostavat. Paitsi että tarkastelen talouden ja kulttuurin saamia yksittäisiä merkityksiä, yritän myös jäljittää muita merkityksiä ja merkitysten ryhmiä, joiden kanssa ne muodostavat kokonaisia merkitysrakenteita, diskursseja. Tässä tehtävässä apuun tulee artikulaation käsite, jonka avulla on mahdollista tarkastella ilmiöitä samaan aikaan niiden erityisyydessä ja niiden suhteissa kaikkeen muuhun. Käsite on hyödyllinen, kun yritetään selventää sitä, kuinka ilmiöt kulloinkin yhdessä muodostavat kompleksisen kokonaisuuden. Artikulaatio on niveltämistä ja kytkemistä. Siinä kytketään eli nivelletään toisiinsa aineksia, joilla ei välttämättä ole

toisiinsa aiempia suhteita. Tämän tuloksena artikulaatio synnyttää jotain sellaista, mitä ei ennen ollut. (Lehtonen 2014b, 293–294.)

3.2.1 Artikulaation avulla kiinni konkreettiseen

Stuart Hall (1992, 368) on määritellyt artikulaation yhteennivellykseksi, joka voi tiettyjen ehtojen vallitessa tehdä kahdesta erillisestä alkeisosasta ykseyden. Kytkeä osien välillä ei ole ehdoton tai välttämätön. Artikulaatiolla ei tarkoiteta vain yhteyttä osien välillä, vaan se on prosessi, jossa osien välille luodaan yhteyksiä (Slack 1996, 114). Todellisuuden artikuloituneisuus ja relationaalisuus tarkoittaa, että siinä vaikuttavat suhteet ovat kontingenteja (satunnaisia eivätkä välttämättömiä) ja todellisia. Ne eivät ole koskaan ikiajoiksi loppuun saatettuja tai sulkeutuneita. (Grossberg 2007, 307.) Artikulaatio on mahdollista käsittää sekä teoriaksi että metodiksi. Teoriana se voidaan ymmärtää sellaiseksi sosiaalisten muodostumien käsittämisen tavaksi, joka välttää reduktionismin ja essentialismin. Yhtäältä artikulaatio tarjoaa metodologisen viitekehyksen, jonka avulla on mahdollista ymmärtää, mikä on kulttuurintutkimuksen tehtävä. Toisaalta se tarjoaa myös toimintatapoja kulttuurintutkimuksellisen tutkimuksen tekemiseksi, tavan ”kontekstualisoida” analyysin kohde. (Slack 1996, 112.) Artikulaatiota ei kaikesta huolimatta pidä käsittää kokonaiseksi tai kattavaksi teoriaksi tai metodiksi eikä myöskään käyttää sellaisena. Artikulaation nimittäminen teoriaksi tai metodiksi voi olla riskialtista, koska se saatetaan silloin käsittää muodolliseksi, kaavamaiseksi ja jähmeäksi. (Emt. 113–114.)

Omassa tutkimuksessani artikulaatio toimii teoreettisena viitekehyksenä, joka vaikuttaa siihen, miten lähestyn tutkimiani merkityksiä. Toisaalta se toimii siis myös Slackin tarkoittamana metodologisena viitekehyksenä. Se on tietynlainen tapa hahmottaa ja lähestyä sitä, miten merkitykset muodostuvat, ja sellaisena se on myös metodologinen apuväline diskurssianalyysin tekemisessä. Tarkastelen merkitysten muodostumista juuri artikulaatioina, prosesseina, joissa merkitykset muodostuvat tiettyjen, omia merkityksiään mukanaan kantavien aineiden nivelyssä yhteen. Artikulaatio muodostaa tietynlaisen arvopohjan ja ajatuksellisen ohjenuoran työlleni. Se tarjoaa tavan ymmärtää yhteiskuntaa sekä erityisesti merkitysten muodostumista. Se muistuttaa siitä, että tutkimillani yhteiskunnan osa-alueilla, kulttuurilla ja taloudella, ei ole myötäsyttyisiä ja etukäteen oletettavia identiteettejä, vaan niitä määrittäviä käsityksiä muotoillaan ja artikuloidaan

jatkuvasti. Niiden saamat merkitykset eivät johdu niistä itsestään tai palaudu niihin, vaan ne muodostuvat suhteissa moniin muihin asioihin ja myös toisiinsa.

Merkitysten muodostumisen tutkiminen vaatii analyysimallia, jossa otetaan pelkän tekstin lisäksi huomioon konteksteihin ja lukijoihin liittyvät seikat. Lähtökohtana on ajatus, että merkityksiä tuottavat tekstit saavat todellisia merkityksiä vasta, kun ne kohtaavat tietyt kontekstit ja lukijat. Keinotekoisesti merkitysten muodostumisen prosessista voidaan erottaa kolme tasoa, tekstit, kontekstit ja kulttuuriset käytännöt, joiden alueilla analyysissa tulee tarpeen mukaan liikkua. Tekstien tasolla keskeisiä käsitteitä ja näkökulmia ovat esimerkiksi tekstin fyysinen olomuoto, kielelliset ja tekstuaaliset konventiot sekä representaatio. Kontekstien tasolla liikuttaessa näkökulma kohdistuu muiden muassa diskursseihin, kirjoittajaan ja subjektiasemiin. Kulttuuristen käytäntöjen tasoon sisältyvät esimerkiksi vallan käsite, intressit sekä valta- ja alakulttuureihin liittyvät näkökulmat.⁸ Merkitysten muodostumisen tutkimiseksi on kehiteltävä välineitä, joilla voi tarkastella sitä, kuinka kukin merkitysten muodostumisessa läsnä oleva taho osallistuu merkitysten muodostumisen prosessiin. Artikulaation käsite on yksi hyödyllinen työväline merkitysten muodostumisen prosessiin kuuluvien tasojen suhteiden tutkimiseksi. (Lehtonen 1996, 213–215.)

Artikulaatioteoria ohjaa kysymään, kuinka analyttisesti toisistaan erotettavissa olevat tasot – tekstit, kontekstit ja kulttuuriset käytännöt – nivELYVÄT toisiinsa, kun tietyt lukijat lukevat tiettyjä tekstejä tietyissä konteksteissa. Artikulaatioteorian näkökulmasta tekstit nivELYVÄT konteksteihin ja yhteennivELYTYNEET tekstit ja kontekstit taas nivELYVÄT kulttuuriin käytäntöihin. Juuri näistä nivELYKSYSTÄ voi pyrkiä tarkastelemaan merkitysten muodostumista. Artikulaation voi käsittää uudelleenkontekstualisoimiseksi. Se on tekstin ja sen entisen kontekstin suhteiden löyhentämistä ja tekstin liittämistä uusiin konteksteihin. Käsite tarjoaa mahdollisuuden tarkastella muodostuvia merkityksiä samaan aikaan niiden erityisyydessä ja yleisyydessä. Artikulaatioon perustuvassa merkitysten muodostumisen tutkimuksessa olennaista on sen käsityksen kyseenalaistaminen, että merkityksen muodostumisen kolme tasoa tai osapuolta olisivat itseidenttisiä kokonaisuuksia, jotka ovat olemassa jo ennen kuin tulevat osaksi merkitysten muodostumisen prosessia. Artikulaatioon pohjautuva merkitysten muodostumisen tutkimus liikkuukin essentialismin ja antiessentialismin välissä: ensimmäisen mukaan teksteillä ajateltaisiin olevan välttämättä tiettyjä merkityksiä,

8 Mikko Lehtonen (1996, 214) on laatinut näitä merkitysten muodostumisen prosessin tasoja kuvaavan kaavion, josta saa kattavamman kuvan siitä, mitä lyhyesti esittelemilläni merkitysten muodostumisen eri tasoilla voidaan tarkoittaa. Tasojen välillä tehdyt erottelut ovat abstraktioita, ja rajat tasojen välillä ovat veteen piirrettyjä. Kyse on analyttisistä erotteluista, jotka reaalissa kulttuurisissa käytännöissä toteutuvat yhtenä ja samana prosessina. (Emt. 217.)

jälkimmäisen mukaan tekstit voisivat merkitä miltei mitä tahansa. (Lehtonen 1996, 214–217.)

Artikulaatioteoria tarjoaa keinon hylätä merkitysten, konnotaatioiden ja artikulaatioiden välttämättömyys (Hall 1992, 368–369). Reduktionismin ja essentialismin hylätessään se tarjoaa mahdollisuuden nähdä sosiaalisten muodostumien osat ja suhteet, joista ne rakentuvat, myös ristiriitaisina eikä vain vastaavuuksiin perustuvina (Slack 1996, 117). Merkitysten muodostumista lähestytään artikulaation pohjalta konstruoimalla merkitysten konteksteja eli kuvaamalla niitä mutkikkaita artikulaatioita, joista merkitys saa yksittäisen identiteettinsä. Artikulaation avulla tapahtuvaa merkitysten tutkimusta voi luonnehtia radikaalin kontekstuaaliseksi. Siinä pyritään tekstuaalisen merkityksen dekonstruoimiseen (tekstien taso) ja rekonstruoimiseen (kontekstien taso) sekä sen kytkemiseen laajempiin yhteyksiin (kulttuuristen käytäntöjen taso). (Lehtonen 1996, 217–218.) Artikulaatio tarjoaa konteksteja koskevan teorian, joka määrää, että kaikki voivat toimia vain erityisissä konteksteissa ja erityisistä konteksteista. Kyse on siitä, että käytännöllä on vaikutuksia vain konteksteissa ja myös identiteetit ja suhteet ovat olemassa vain konteksteissa. (Grossberg 1995, 252.)

3.2.2 Radikaali kontekstuaalisuus

Lawrence Grossbergin (1995, 240) mukaan kulttuurintutkimus tarvitsee teoriaa, jossa kulttuuria ja viestintää ei samasteta toisiinsa. Hän peräänkuuluttaa teoriaa, ”jolla voidaan kuvata kulttuurin kautta ja sen vaiheilla kiertävien vaikutusten ja suhteiden mutkikkuutta”. Grossberg ilmeisesti vaatii tällä kommentillaan diskursiivisen ulkopuolelle ulottuvaa kontekstuaalisuutta ja materiaalien tosiasioiden vaikutusten huomioimista kulttuurin ja sen tekstien tutkimuksessa. Kiinnostus kohdistuisi tällöin käytäntöjen erityisiin muodostumiin, niiden tuottamiin vaikutuksiin sekä vaikutusten järjestymiseen ja käyttötapoihin. (Emt.) Grossberg vaatii ”reaalisen” palauttamista kulttuurintutkimukseen, vaikka tähän ”reaaliseen” kiinni pääseminen on vaikeaa merkityksenannon järjestelmien ulkopuolella (emt. 243). Hän puhuu ”materialistisen vaikutusteorian kautta tapahtuvasta paluusta todelliseen sekä kontekstuaalisuuden periaatteesta ymmärrettynä artikulaatiokäytännöksi ja artikulaatiokäytännön avulla” (emt. 240). Kontekstualismi määritelläänkin kulttuurintutkimuksessa usein artikulaatioteoriana, jossa historia ymmärretään jatkuvaksi pyrkimykseksi muodostaa, purkaa ja uudelleen muodostaa suhteita, rakenteita ja kokonaisuuksia (Grossberg 2007, 307).

Jonkinlaista loikkaa diskursiivisen ulkopuolelle ehdottaa myös Stuart Hall (1992, 368), jonka mukaan merkittävää on kytkeä diskurssin ja yhteiskunnallisten voimien välillä, niiden muodostama ”ykeys”. Diskurssin niin sanotun yhtenäisyyden hän toteaa olevan erillisten, toisiinsa uudelleen eri tavoin nivellettävissä olevien alkeisosien artikulaatio. Osien välillä ei siis ole välttämätöntä yhteenkuuluvuutta. Välttämätön ei ole myöskään kytkeä diskurssin ja niiden yhteiskunnallisten voimien välillä, joiden kanssa diskurssi voi tiettyjen historiallisten ehtojen vallitessa liittyä yhteen. Siten artikulaatioteoria on Hallin käsityksen mukaan tapa ymmärtää, miten ideologiset ainekset voivat tietyissä oloissa liittyä diskurssissa yhteen. (Emt.) Jos kulttuuria ja viestintää ei samasteta toisiinsa, kuten kulttuurintutkija Grossberg toivoo, on hylättävä essentialismi eli ajatus, että kulttuurisilla käytännöillä tai millä tahansa teolla on tietty myötäsytynäinen identiteetti sekä välttämätön, ennalta määrätty vaikutus. Kun käytännöillä ei ole myötäsytynäisiä, ennalta lukkoon lyötyjä vaikutuksia tai identiteettejä, ne määrittyvät tuottamiensa vaikutusten kautta. Käytännön voidaan ajatella sijaitsevan siellä, missä sen olemassaolo saa aikaan muutoksia ja vaikutuksia, eikä siellä, missä sitä toteutetaan. Se siis paikannetaan suhteissaan ulkoiseen. Kulttuurisilla käytännöillä – myös diskursiivisilla – saattaa olla niiden merkityksiä tuottavista ja representaatioihin liittyvistä vaikutuksista riippumattomia todellisia vaikutuksia: taloudellisia, poliittisia, materiaalisia. (Grossberg 1995, 247–250.)

Grossberg muotoilee samanlaista käsitystä yhteiskunnallisesta uusintamisesta ja siihen kuuluvien käytäntöjen tutkimisesta kuin olen jo aiemmin suhdekimpun metaforan ja konkreettisuuden käsitteen avulla esittänyt. Hänen artikulaatiota koskevassa teoriassaan korostuu konteksti, joka voidaan määritellä rakenteistuneeksi käytäntöjen koonnelmaksi, suhteiden kentäksi. Käytännöt sijoittuvat omalle paikalleen tässä suhdejoukossa, jolloin jotkut toisista käytännöistä ovat lähempänä kuin toiset. Juuri etäisyys muista käytännöistä ja suhteet niihin määrittävät tietyn käytännön vaikutuksia. (Grossberg 1995, 258.) Käytäntöjen vaikutukset ovat siis niiden tietyssä kontekstissa olevien sijaintien vaikutuksia, eikä käytännön merkitsevyyttä tai vaikutusta voi päätellä sen pintarakenteen tai alkuperän avulla (emt. 251). Tietyn käytännön vaikutusten selvittämiseksi on siis mentävä ilmiöpinnan tuolle puolen, konkreettisen tasolle, ja kysyttävä, minkälaisissa suhteiden verkostoissa se on muodostunut.

Grossberg (1995, 250) tarjoaa jo edellisessä alaluvussa esittelemääni artikulaation käsitettä lähtökohdaksi, kun kuvataan käytäntöjen ja vaikutusten välisiä pakottavia suhteita ja tutkitaan sitä, miten käytännöillä on erilaisia, usein ennalta-arvaamattomia vaikutuksia. Artikulaatio on

yhtenäisyyden tuottamista fragmenteista ja rakenteen tuottamista käytännöistä, se on toisten yhteyksien purkamista uusien rakentamiseksi: disartikuloimista ja reartikuloimista. Se on sen suhteiden kentän, kontekstin, uudelleen määrittämistä, jolle käytäntö (kuten merkityksellistämisen tapa) paikantuu. Toisin sanoen artikulaation avulla työstetään uudelleen ja konstruoidaan se suhteiden verkko eli konteksti, johon käytännöt kytketään. Tietyn käytännön kyky tuottaa tiettyjä vaikutuksia on jatkuvasti tuotettava uudelleen. Vaikka käytäntöjen ja vaikutusten suhteet eivät ole lukkoon lyötyjä, ne ovat todellisia ja vaikuttavia ainakin tilapäisesti. Käytännöllä voi olla vaikutuksia vain konteksteissa, joissa niiden väliset suhteet ovat olemassa. Käytännön ymmärtäminen on tämän kontekstin (re)konstruoinnista. Artikulaation käytännössä konteksti ei siis ole tutkittavasta käytännöstä irrallinen tausta tai analyysin lähtökohta, vaan oikeastaan analyysin lopputulos. (Emt. 250–252.) Grossbergin artikulaatiota koskeva teoria vaikuttaa olevan yhdenlainen vastalause sfääriajattelulle:

Inhimillisessä elämässä ei ole yhtä rakennetta tai ulottuvuutta, joka kursisi kaiken paikalleen niin, että sen mallit neulottaisiin lähtemättömästi historian kudokseen. Emme voi olettaa, että taloudelliset suhteet olisivat jotenkin aina jo taanneet lopputuloksen, emmekä myöskään, että ne ratkaisisivat lopulta kaikki ristiriidat. Emme voi myöskään olettaa, että merkityskarttamme tai tapamme tulkita maailmaa laskisivat perustan ”todellisuutemme” olemukselle. (Grossberg 1995, 251–252.)

Sitaatissa kritisoitujen oletusten, reduktioiden, ansiosta voi Grossbergin (1995, 252) mukaan ”kertoa kätevästi tietyn tarinan, koska niiden avulla on helppo nähdä, missä syytävät ovat, vakuuttua tarinansa totuudellisuudesta ja toimintansa vilpittömyydestä”. Silloin otamme joitakin asioita annettuina ja käytämme niitä tarinan kertomisen apuna. Kuitenkin juuri se, minkä otamme annettuna ja mitä sitten käytämme tarinan kertomiseen, on juuri sitä, josta olisi ehdottomasi kerrottava oma tarinansa. (Emt. 251.) Grossberg tuntuu hieman vaikeaselkoisesti ilmaistuna ehdottavan, että kaikki itsestään selviltä vaikuttavat ilmiöt, jotka on helppo palauttaa tiettyyn ennalta määriteltyyn perustaan (kuten vaikka ”talouteen”, ”kulttuuriin” tai ”politiikkaan”) ovat niitä, jotka kaipaavat konkreettista analyysia – siitä huolimatta, että tehtävä ei ole helppo. Elettyä todellisuutta ei voi Grossbergin (emt. 254) mukaan ymmärtää kuin konkreettisina konteksteina. Empiirisesti olemassa oleva käytäntö on konkretisoitava konstruoinnalla sen konteksti. Tämä tarkoittaa niiden mutkikkaiden artikulaatiojärjestelmien kuvaamista, jotka tekevät käytännöstä tai tapahtumasta sen mitä se on. (Emt. 255.) Artikulaatiota koskeva käsitys estää olettamasta tarinalle ”liian helppoa alkua tai liian siloista loppua” (emt. 251).

Käytännön eri vaikutukset artikuloidaan itse erityisiin suhteisiin, ja silloin jotkut vaikutukset ovat vahvempia kuin toiset. Käytännöillä voi olla vaikutusta usealla tasolla, ja kontekstien avulla nämä tasot on mahdollista strukturoida yhteen. Eri tasoilla vallitseva vaikutusten muodostama rakenne artikuloi tietyn käytännön, mutta vaikutusten rakennetta ei ole koskaan lyöty ennalta lukkoon. Sitä taas määrittää käytännön artikuloituminen sen kontekstiin ja kontekstissa. Vaikutusten eri tasot ovat aina strukturoituja, jäsenneltyjä, eivätkä mielivaltaisia tai muodottomia kenttiä. Ne eivät ole strukturoituja myötäsyttyisesti, vaan historiallisten artikulaatioiden takia. Myös käytännöt itse muodostavat joukon aktiivisia rakenteita ja tuottavat järjestymismuotoja, jotka leikkaavat eri alueita ja tasoja. Nämä järjestymismuodot ovat mutkikkaita, ristiriitaisia ja strukturoituja, ja niiden sisällä tietynlaiset käytännön muodot ovat vallitsevia. (Grossberg 1995, 254.) Käytännöt muodostavat siis rakenteita tai toisin sanoen kuvattuna kompleksisen suhteiden kimpun, jossa tietynlainen toiminta on mahdollista. Tällainen käytäntöjen muodostama rakenne voisi olla esimerkiksi talouden sfäärin määräävyyttä korostava talousdiskurssi. Tämä diskurssi on syntynyt monenlaisista lausumista, merkityksellistämisen käytännöistä, joille kaikille on yhteistä tietynlainen talouden määräävyyttä ja ensisijaisuutta toistava talouden käsitteellistämisen tapa. Nämä käytännöt – puhetavat – ovat järjestäytyneet monimutkaiseksi suhteiden kimpuksi, mutta muodostaneet yhteisen rakenteen, diskurssin. Sen sisällä vain tietynlaiset talouden määräävyyttä korostavat puhetavat ovat mahdollisia. Asioiden tarkastelu ensisijaisesti jostain muusta näkökulmasta on sen sisällä hankalampaa, epäuskottavaa ja ehkä jopa mahdotonta.

Mikko Lehtonen (1996, 218) toteaa aiheellisesti, että ajatus merkitysten radikaalista kontekstuaalisuudesta tuottaa tutkijalle käytännössä mahdottoman aseman. Kontekstuaalisuus laajenee rajatta: Grossbergin (1995, 256) mukaan jokainen konteksti on pala muita konteksteja ja kontekstit ovat olemassa toistensa sisällä. Artikulaatiolle perustuva analyysi erottuu muista sillä, että sen rakenteet ovat ”reaalisia” siksi, että niillä on vaikutuksia. Tutkijan on Grossbergin mukaan selvitettävä se taso, jolla ne vaikuttavat, jotta rakenteet eivät jäisi pelkiksi abstraktioiksi. Yhdellä tasolla yksinkertaiselta näyttävä käytäntö saattaa jollakin toisella tasolla näyttäytyäkin mutkikkaana ja ristiriitaisena rakenteena. (Emt. 255–256.) Tutkijan työstä vaikuttaa tulevan loputon tehtävä, jos tavoitteena on selvittää, millä tasolla rakenteet, kuten esimerkiksi diskurssit, vaikuttavat. Kulttuurin ja talouden diskursseilla on eittämättä vaikutuksia monella eri tasolla, kuten esimerkiksi politiikassa, ja niiden tuottamat vaikutukset ovat sekä symbolisia että materiaalisia. Tutkimieni tekstien tai muodostamieni diskurssien tasolla tietyt artikulaatiot eli

merkitykset ja niiden vaikutukset saattavat näyttää yksioikoisilta, mutta kun ne kytketään laajempaan kulttuuriseen kontekstiin, ne näyttäytyvät uudessa valossa aiempaa monimutkaisempina ja ristiriitaisempina. Kulttuurisen kontekstin tasolla, kytkeytyessään muihin kulttuurisiin käytäntöihin ja suhteisiin, myös niiden vaikutukset tulevat uudelleen arvioiduiksi.

Talouden ja kulttuurin diskursseja tutkivassa analyysissäni tehtävänäni on – edellä esitettyä mukailten – rakentaa ja artikuloida konteksti, käytäntöjen koonnelmä tai suhteiden kenttä. Tämä tarkoittaa sitä, että artikulaation keinoin nivellän toisiinsa aineistostani havaitsemiani aineksia, joiden suhteissa rakentuvat ne merkityksiä tuottavat puhetavat, jotka määrittävät ”kulttuuria” ja ”taloutta”. Tämän tuloksena tulen konstruoinneeksi diskurssit, jotka pitävät sisällään kohteitaan määrittelevien lausumien ja puhetapojen verkoston ja suhteet. Tällaiset diskurssit ovat itsessään yhdenlaisia konteksteja siinä merkityksessä, että ne ovat rakenteistuneita käytäntöjen (puhetapojen) koonnelmia, jotka kytkevät kuvaamaansa kohteeseen tietynlaisia merkityksiä, rakentavat sitä tietynlaiseksi ja muodostavat sille kontekstin eli merkitysten muodostamat raamit, joissa sitä tarkastellaan. Mutta kun diskurssit artikuloivat ”talouden” ja ”kulttuurin”, ne toimivat samalla astinlautana laajempaan yhteiskunnalliseen kontekstiin. Se, miten ymmärrämme ja merkityksellistämme ”kulttuuria” ja ”taloutta”, kytkeytyy laajempaan yhteiskunnalliseen konjunkturiin ja siinä vallitseviin arvoihin ja käytäntöihin, sillä diskurssi on linkki kielenkäytön ja yhteiskunnan välillä. Diskurssitutkimuksen tavoitteena on kielenkäytön tutkimisen kautta tietää enemmän yhteiskunnasta ja kulttuurista – siis kontekstista, jossa kieltä käytetään. Palaan diskurssitutkimuksen yhteiskunnalliseen ulottuvuuteen tarkemmin luvussa 4.4.

Viimeistään nyt lienee syytä todeta, että tutkijan tekstien, kontekstien ja kulttuuristen käytäntöjen maastoissa tekemät tulkinnot merkitysten synnystä eivät rekonstruoi mitään viimekätisiä merkityksiä, joitakin reaalisia kyllä. Tutkijakin sijaitsee tutkimissaan maastoissa ja on osa merkitysten muodostumisen prosessia, joten tutkimuksen väittämiä määrittää tutkijan oma sijoittuneisuus. Tutkimuskentällä oleminen ja objektien tarkastelu sen sisällä on kuitenkin välttämätöntä, kun tutkitaan merkitysten muodostumista. Siellä tutkijan on liikuttava ja etsittävä monia erilaisia tarkastelutapoja tutkimaansa moniulotteiseen objektiin. Liikkuminen ja näkökulman vaihtaminen auttaa myös tutkijaa näkemään oman sijoittuneisuutensa vaikutuksen siihen, miltä tutkimuskohde näyttää. Se osoittaa tutkijalle myös sen, että tutkittava kohde ei ole ennalta lukkoon lyöty. (Lehtonen 1996, 219.)

Tässä luvussa olen eri lähteisiin perustuen esittänyt, että on hedelmällisempää tarkastella yhteiskuntaa monimutkaisena suhdekimppuna kuin autonomisista sfääreistä koostuvana kokonaisuutena. Avasin tällaisen ajattelutavan merkitystä yhteiskunnallisen uusintamisen tutkimisessa artikulaation käsitteen kautta. Pureuduin itse analyysin tekemiseen myös radikaalin kontekstuaalisuuden ajatuksen avulla, mikä siirsi teorian jo käytännönläheisemmälle tasolle. Luvun lopuksi siirryn taas tarkasteluetaisyudessa hiukan etäämmälle. Artikulaatioteorian jatkona on luontevaa esitellä vielä yksi lähestymistapa, joka osaltaan selventää tutkimukseni taustalla vaikuttavia ajattelutapoja. Artikulaatiolle läheinen konjunkturi on käsitteellinen apuväline, joka antaa mahdollisuuden hylätä sfääriajattelu ja yrittää ymmärtää ihmisen toiminnan eri ulottuvuuksien kompleksisia suhteita. Se kuvaillan vielä lopuksi diskurssianalyttisen tutkimukseni lähtökohtia ja kootaan yhteen tässä luvussa sanottua.

3.2.3 Konjunkturi ja konjunkturalistinen analyysi

Artikulaatio on keskeinen käsite konjunktoureja koskevaa ajatusta hahmotettaessa. Käsitteet ovat merkityksiltäänkin toisiaan lähellä. Artikulaatiolla tarkoitetaan niveltymistä, konjunkturilla taas yhteenliittymää. Artikulaatiota koskevassa ajatuksessa korostuu yhteen liittäminen, konjunkturissa liittyminen yhteen ja keskinäiset vaikutukset. (Lehtonen 2014b, 297.)

Konjunkturi on Stuart Hallin (Hall & Massey 2012, 55) mukaan ajanjakso, jolloin yhteiskunnassa vaikuttavat ja sille muotonsa antavat erilaiset sosiaaliset, poliittiset, taloudelliset ja ideologiset ristiriidat tulevat yhteen ja tuottavat kriisin. Hallin käsityksen mukaan yhteiskunnan historia liikkuu konjunkturista toiseen. Liikkeelle paneva voima on yleensä kriisi, joka syntyy, kun historiallisessa hetkessä läsnä olevat ristiriidat tiivistyvät. Kriiseissä kytee muutoksen mahdollisuus, mutta niiden ratkaisuja ei ole ennalta annettu. Konjunkturin pituus ei ole vakio, eivätkä sitä määritä yksinkertaiset asiat kuten vallan vaihtuminen valtionhallinnossa, vaikka toki näilläkin seikoilla on omat vaikutuksensa. (Emt.)

Konjunkturalistiseen analyysiin sisältyy samanlaisia, reduktionismia vältteleviä ajatuksia ja käytäntöjä kuin artikulaatiota käsittelevään teoriaan, jota olen edellä esitellyt.

Konjunkturalistisessa analyysissä tutkittavaa ilmiötä ei palauteta yhteen selitysperustaan, vaan taloudellisten, poliittisten ja kulttuuristen tekijöiden nähdään niveltävän moninaisessa ja moniaikaisessa ilmiössä toisiinsa (Lehtonen 2014b, 298). Konjunkturi on monenlaisten

aikalogiikoiden yhteenliittymä (John Clarke käyttää heittomerkeissä englanninkielistä termiä *”multiple temporalities”*). ”Moninaiset hetkellisyydet” tiivistyvät, sotkeutuvat ja muodostavat kriisin, ja konjunkturi viittaa tähän tiivistymisen hetkeen. Se on voimien, taipumusten, vastakkaisuuksien ja ristiriitojen kasauma, joka tuottaa epävarmuutta ja mahdollisuuksia. Konjunkturi on sekä ylimääräytynyt että alimääräytynyt. Ylimääräytyneisyydessään se muodostuu niistä voimista ja paineista, jotka siihen kasautuvat. Sen alimääräytyneisyys taas merkitsee sitä, että sen ratkaisu tai lopputulos ei ole ennalta määrätty. Konjunkturia on siis ajateltava pisteenä, jossa erilaiset voimat ja jännitteet tulevat yhteen. Tämänhetkistä konjunkturia tarkastellaksemme meidän on tarkasteltava niitä erilaisia, moninaisia hetkellisyyksiä, jotka yhdistyvät nykyhetkessä. Mitään ensisijaista, perustavanlaatuaista vaikuttavaa tekijää ei ole tarpeen määritellä. On katsottava, minkälaiset ainekset konjunkturissa ovat kasautuneet, sotkeutuneet ja tiivistyneet yhteen. (Clarke 2010, 341–342.)

Artikulaatiota ja kontekstuaalisuutta käsitellessäni tukeuduin moniin Lawrence Grossbergin ajatuksiin. Koska artikulaatio, kontekstuaalisuus ja konjunkturi ovat kaikki lähellä toisiaan, on luontevaa jatkaa Grossbergin ajatuksilla tässäkin alaluvussa. Konjunkturin käsite tarkoittaa Grossbergin (2007, 307) mukaan yhteiskuntamuodostuman mutkikkaasti niveltyneeksi ykseydeksi tai kokonaisuudeksi. Se on yhteiskuntamuodostuma ymmärrettynä ristiriitojen niveltymäksi, kasautumaksi tai tihentymäksi. ”Konjunkturi on yhteiskuntamuodostuma kuvattuna säröileväksi ja ristiriitaiseksi, moninaisilla akseleilla, tasoilla ja asteikoilla, etsimässä jatkuvasti tilapäistä tasapainoa tai rakenteellista vakautta monenmoisten kamppailun ja neuvottelun käytäntöjen kautta.” Konjunkturalismissa kiinnostus kohdistuu voimien muuttuvaan asetelmaan, jossa vakaus on vain tilapäistä. Kontekstualismi ja konjunkturalismi on kumpikin mielletävä analyttisinä sitoumuksina käytännöllisesti. Pelkät abstraktit kategoriat eivät riitä ilmiön tarkasteluun. (Emt. 307–308.) Grossbergin (2013, 83) mielestä tutkijan tehtävänä on katsoa kokonaisuutta, pistää se osiin, koota se yhteen ja nähdä siinä suhteet ja artikulaatiot poliittisen, kulttuurisen, taloudellisen ja sosiaalisen välillä – kaikessa monimutkaisuudessaan.

Stuart Hall ja Doreen Massey (2012, 56) toteavat keskustelussaan, että nykyistä konjunkturia ja sen rakenteita on ymmärrettävä, koska sen vaikutuksia ei ole ennalta määrätty.

Konjunkturianalyysin avulla on mahdollista ymmärtää konjunkturin potentiaalisia lopputulemia, ja se pakottaa tarkastelemaan monia erilaisia aspekteja siinä vallitsevien yhteiskunnallisten suhteiden tasapainon näkemiseksi. Analyysissa on tärkeää nähdä asiat kompleksisina hetkinä:

sosiaalisen yhteiskuntamuodostuman eri osat voivat myös itsessään olla kriisissä monin tavoin, mutta jossain vaiheessa ne tiivistyvät yhteen. Massey selventää ajatusta meneillään olevan taloudellisen kriisin avulla toteamalla, että vaikka näemme kriisin taloudellisena, se on myös joillain tavoilla filosofinen ja poliittinen – tai voisi olla, jos pääsisimme kriisin kertomukseen kiinni. On siis keskityttävä muuhunkin kuin talouteen ja vältettävä vaipumista taloudelliseen determinismiin, vaikka kriisi näyttääkin alkaneen taloudesta. On otettava huomioon myös sen muut olemassaolon ehdot, kuten ideologiset, poliittiset ja sosiaaliset voimat, jotka ovat vaikuttaneet sen syntyyn. (Emt. 56–57.)

Tutkimuskohteenani ovat talouden ja kulttuurin diskurssit, ei siis suoranaisesti koko tämänhetkinen konjunkturi. Oletan kuitenkin talouden ja kulttuurin diskurssien kertovan jotain meneillään olevasta konjunkturista esimerkiksi sitä kautta, minkälaiset merkitykset tai lausumat ja artikulaatiot ovat niissä mahdollisia ja minkälaisista suhteista ja aineksista merkitykset syntyvät. Odotan pääseväni käsiksi yhteiskunnalliseen konjunkturiin niveltämällä toisiinsa aineistostani esiin lukemiani merkityksiä ja merkityksellistämisen tapoja ja muodostamalla niistä diskurssikategorioita. Kontekstualismin käytäntö kulttuurintutkimuksessa johtaa Grossbergin (2007, 307) mukaan usein etsimään sijaintia jossakin konjunkturissa sekä tuon konjunkturin diagnosointiin. Tutkimani diskurssit, teksteissä ilmenevät merkityksellistämisen tavat, ovat nykyisen konjunkturin vaikutuksesta muotoutuneita lopputuloksia. Se, miten ja millaiseksi tutkimissani teksteissä muotoillaan kulttuuria ja taloutta sekä niiden välisiä suhteita, ilmentää myös meneillään olevaa konjunkturia ja rakentaa siten ymmärrystä siitä.

4 DISKURSSIANALYYSI METODINA JA TEOREETTISENA VIITEKEHYKSENÄ

Diskurssianalyysi on aineistolähtöistä kielenkäytön ja muun merkitysvälitteisen toiminnan tutkimusta, jossa analysoidaan yksityiskohtaisesti sitä, miten sosiaalista todellisuutta tuotetaan erilaisissa sosiaalisissa käytännöissä. Diskurssianalyysissa näkökulma on konstruktionistinen: kielenkäyttö ei ole silta todellisuuteen vaan osa todellisuutta itseään. Kielenkäytön ei siis ajatella toimivan välineenä saada tietoa olemassa olevista faktoista eikä kielenkäyttöä analysoida todellisuuden kuvana (realistinen näkökulma). Sen sijaan kielenkäytön ajatellaan olevan todellisuuden rakentamista. (Jokinen, Juhila & Suoninen 1993, 9–10, 13.)

Sosiaalisen konstruktionismin keskeinen ajatus on, että todellisuus rakentuu sosiaalisessa vuorovaikutuksessa, jossa kieli ja muut semioottiset merkkijärjestelmät ovat tärkeässä roolissa. Koska kieli on todellisuutemme keskeinen rakentaja ja muokkaaja, sitä on tarpeen tutkia. Diskurssintutkimukseen sisältyy oletus, että sanoilla ja ilmauksilla, siis kielellä, ei ole vain yhtä pysyvää merkitystä. Merkitykset voivat muuttua, ja kieltä voi käyttää useammassakin merkityksessä eri tilanteissa. Merkitykset syntyvät neuvottelemalla kussakin käyttötilanteessa uudelleen, ja maailmaa merkityksellistetään eri tavoin eri tilanteissa. Juuri merkitysten neuvottelu jännitteineen, sääntöineen, käytäntöineen ja seurauksineen on sitä aluetta, josta diskurssintutkija on kielenkäytössä kiinnostunut. Diskurssintutkimuksessa tarkastellaan sitä, miten erilaisia todellisuuksia ja tapahtumia merkityksellistetään, millä ehdoin niitä voidaan merkityksellistää ja minkälaisia seurauksia tällä toiminnalla on. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 11–13.)

Diskurssianalyysia voi luonnehtia enemmänkin väljäksi teoreettiseksi viitekehykseksi kuin selvärajaiseksi tutkimusmenetelmäksi. Se rakentuu tietyistä teoreettisista lähtökohtaoletuksista, ja teoreettisena viitekehyksenä se sallii erilaisia tarkastelun painopisteitä ja menetelmällisiä sovelluksia. (Jokinen ym. 1993, 17.) Arja Jokinen, Kirsi Juhila ja Eero Suoninen (1993, 17–18) näkevät diskurssianalyysin viitekehyksen rakentuvan viidestä teoreettisesta lähtökohtaoletuksesta, jotka ovat

- 1) oletus kielenkäytön sosiaalista todellisuutta rakentavasta luonteesta,
- 2) oletus useiden rinnakkaisten ja keskenään kilpailevien merkityssystemien olemassaolosta,
- 3) oletus merkityksellisen toiminnan kontekstisidonnaisuudesta,

4) oletus toimijoiden kiinnittymisestä merkityssysteemeihin sekä

5) oletus kielenkäytön seurauksia tuottavasta luonteesta.

Se, minkälaisen painoarvon kukin oletus yksittäisessä tutkimuksessa saa, riippuu tutkimusongelmasta ja -asetelmasta (Jokinen ym. 1993, 18). Tässä luvussa esittelen diskurssianalyysin lähtökohtia Jokista, Juhilaa ja Suonista mukaillen. Kaikki edellä luetellut teoreettiset lähtökohdat eivät ole tutkimusaiheeni kannalta yhtä olennaisia, mutta jokainen tulee jossain muodossa käsitellyksi. Painotukseni tulevat selviksi tämän luvun rakenteen ja alalukujen kautta: käsittelen erityisesti kielenkäyttöä sosiaalista todellisuutta rakentavana toimintana, kielenkäytön kietoutumista valtaan (mikä liittyy ajatukseen keskenään kilpailevista merkityssysteemeistä), kontekstien merkitystä diskurssianalyysissä ja kielenkäytön funktionaalisuutta ja seurauksia. Aloitan kuitenkin määrittelemällä, mitä diskurssilla tarkoitetaan ja mihin sillä viitataan.

4.1 Diskurssi rakenteena ja toimintana

Diskurssi on käsitteenä monimerkityksinen ja dynaaminen – se voidaan määritellä eri yhteyksissä ja tilanteissa eri tavoin. Käsitteen voi ajatella koostuvan risteävistä kehistä, joista jokainen edustaa yhdenlaista tapaa käyttää ja soveltaa käsitettä. Kehien risteymässä sijaitsee diskurssi. Diskurssi voidaan määritellä puhetavaksi tai tekstiaineistoksi. Sillä voidaan tarkoittaa lausetta suurempia kielenkäytön yksiköitä, vakiintunutta merkityksellistämisen tapaa tai toisaalta merkityssuhteiden järjestelmää. Diskurssilla voidaan viitata kielenkäyttöön kontekstissa tai sen voidaan ajatella olevan ymmärrys todellisuudesta. Diskurssin käsitteellä on kaksoisfokus, mistä saattaa johtua myös sen erilaisten merkitysten runsaus. Toisaalta se viittaa lausetta suurempiin kokonaisuuksiin ja toisaalta varsinaiseen kielenkäyttöön tilanteessa. Ensimmäisessä näkökulmassa mielenkiinto kohdistuu kielenkäytön järjestymiseen tietyllä tavalla, jälkimmäisessä keskiössä on kielenkäytön variointi eli vaihtelu ja kielenkäytön tilanteisuus, sen suhde sosiaaliseen toimintaan.

Diskurssintutkimus on monitieteistä ja sitä harjoitetaan eri tieteenaloilla, joten siihen kuuluvat käsitteetkään eivät ole yksiselitteisiä. Kunkin diskurssintutkijan on löydettävä paikkansa diskurssin eri merkityksiä kuvaavien kehien piirissä. Yhteistä kaikille diskurssin käsitettä käyttäville tutkijoille

on se, että kieli nähdään sosiaalisena toimintana ja todellisuutta rakentavana resurssina, jota on mahdollista käyttää monin, erilaisia seurauksia tuottavin tavoin. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 22–26.) Nostan tässä alaluvussa esiin oman aiheeni kannalta relevantteja tapoja määrittellä diskurssin käsite. Lyhyesti sanottuna diskurssilla tarkoitetaan tässä tutkimuksessa Jokista ym. (1993, 27) lainaten verrattain eheää säännönmukaisten merkityssuhteiden systeemiä, joka rakentuu sosiaalisissa käytännöissä ja samalla rakentaa sosiaalista todellisuutta.

Diskurssin käsitteen merkitys on muuttunut aikojen saatossa. Itse sana diskurssi tulee ranskan sanasta *discours*, joka tarkoittaa puhetta, esitelmää, juttelua ja jaarittelua. Teoreettisemman merkityksensä sana sai 1960- ja 1970-luvuilla kielelliseksi käännteeksi kutsuttujen muutosten myötä. Strukturalistinen kielen ja yhteiskunnan tutkimus sai vastaansa uudentyyppisen, tieteiden välisen tavan tehdä tutkimusta. Kiinnostuksen kohteeksi tuli kielen ja yhteiskunnan välisen suhteen tutkiminen todellisen kielenkäytön ja todellisten ihmisten ja yhteisöjen kautta. Diskurssintutkimuksen kannalta olennaista tässä muutoksessa oli kielenkäytön nouseminen keskeiseksi tutkimuksen ja teoretisoinnin kohteeksi humanistisessa ja yhteiskuntatieteellisessä tutkimuksessa. Kun kielen rakenteen tarkastelun sijasta huomio kiinnittyi kielenkäyttöön, kielenkäytön kontekstista, tilanteesta, tuli tutkittava kohde. Täysin uutta tutkimustapaa alettiin kutsua diskurssintutkimukseksi, ja sen keskeinen kohde, diskurssi, käsitettiin lausetta suuremmaksi kielenkäytön kokonaisuudeksi kontekstissaan. Tällaisella nimeämisellä tehtiin eroa strukturalistiseen tutkimukseen, jossa kieli käsitettiin nimenomaan rakenteeksi ja sanojen merkitykset pysyviksi, käyttöyhteydestään riippumattomiksi. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 23–24.)

Kriittisen diskurssintutkimuksen perinteessä diskurssin käsitettä on käytetty kahdessa eri merkityksessä. Yleisenä, yksikkömuotoisena käsitteenä diskurssi (engl. *discourse*) tarkoittaa kaikkea kielellistä ja semioottista toimintaa, jolla ajatellaan olevan vuorovaikutuksellisia ja sosiaalisia ehtoja ja seurauksia. Se kuvaa sitä diskurssintutkimuksen keskeistä teoreettista näkemystä, jonka mukaan kielenkäyttö on sosiaalista toimintaa ja kieli on sosiaalisen ja tilanteisen toiminnan resurssi. Monikollisella ja spesifillä käsitteellä diskurssit (engl. *a discourse*) viitataan sen sijaan historiallisesti suhteellisen sitkeisiin, kiteytyneisiin merkityksellistämisen tapoihin, jotka kieliyhteisön jäsenet tunnistavat. Ne ovat eri vuorovaikutustilanteissa käytettyjä tapoja merkityksellistää ja kuvata asioita, ilmiöitä ja tapahtumia tietyistä näkökulmasta ja tietyllä tavalla. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 26–27.) Ensimmäisessä merkityksessään diskurssi on abstrakti

substantiivi, jolla viitataan kieleen sosiaalisen elämän osatekijänä. Toisessa merkityksessään se on konkreettinen substantiivi, jolla viitataan tiettyihin tapoihin, joilla jotakin maailman osaa kuvataan. (Fairclough 2003, 26.) Esimerkiksi jälkimmäisestä käy diskurssi, joka korostaa ”talouden” näkökulmia kaiken yhteiskunnassa tapahtuvan toiminnan tarkastelussa. Luvussa 3.1 totesin sfäärijaon ongelmallisuudesta, että se ohjaa ajattelemaan ”taloutta” ihmisten olemassaolon perustana (Lehtonen 2014b, 286–287). Totesin myös, että arkijärkiset käsitykset siitä, kuinka ratkaisevaa on se, ”mitä jää viivan alle”, ovat juurruttaneet uusliberaalia ajattelutapaa. Sen mukaan kaikkia asioita pitäisi tarkastella talouden näkökulmasta. (Emt. 272.) Näiden talouden merkitystä korostavien puhetapojen voidaan nähdä historiallisesti muotoutuneen erityiseksi ”talousdiskurssiksi”. Se viittaa toistuviin ja tunnistettavissa oleviin tapoihin liittämään talouteen sellaisia merkityksiä, jotka tuottavat siitä kaiken toiminnan perustaa.

Michel Foucault’lle diskurssianalyysi on lausumien kentän analysointia, tekstien ja niitä rakentavien ilmaisujen analyysia. Kyse ei ole tekstin yksityiskohtaisesta analyysistä, vaan niiden sääntöjen havaitsemisesta, jotka hallitsevat tekstien ja lausumien rakenteita. Tällöin diskurssi viittaa abstraktina terminä lausumien kenttään ja konkreettisena terminä (engl. *a discourse, several discourses*) lausumien ryhmiin tai säänneltyihin käytäntöihin (sääntöihin), jotka hallitsevat lausumien kenttää. (Fairclough 2003, 123–124.) Foucault viittasi diskursseilla (konkreettisessa merkityksessä) kiteytyneisiin, kulttuurisesti jaettuihin merkityksellistämisen tapoihin, jotka muokkaavat puhunnan kohdetta. Hän korosti sitä, miten kielen variaatio on järjestynyttä ja vaikuttaa sosiaaliseen todellisuuteen. Termillä diskurssit voidaan foucault’laisittain tarkoittaa kunkin aikakauden ja kussakin tilanteessa kielenkäytössä ilmenevää kiteytynyttä ymmärrystä todellisuudesta. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 25–26.)

Erottelu ”yksiköllisen” ja ”moniköllisen” diskurssin käsitteen välillä ei ole oman työni kannalta niin olennainen, että käyttäisin diskurssin käsitettä tarkasti näissä kahdessa eri merkityksessä. Yksiköllisyyttä ja moniköllisyyttä ei kannata ottaa kirjaimellisesti: jos kirjoitan monikossa diskurssit, en välttämättä puhu diskurssista juuri edellä esitellyssä, spesifissä merkityksessä. Kyse on enemmänkin teoreettisesta erottelusta, joka tuo esiin sen, että diskursseista voidaan puhua sekä yleisessä merkityksessä että spesifissä merkityksessä. Yleinen tuo esiin diskurssintutkimuksen keskeisimmän teoreettisen lähtökohdan, erityinen taas sen, että tietyistä säännönmukaisista merkityksellistämisen tavoista muodostuu tunnistettavia ja nimettävissä olevia diskursseja. Tutkimukseni tarkoitus on konstruoida valitsemastani aineistosta spesifejä diskursseja

(monikossa), tiettyjä havaittavissa olevia tapoja merkityksellistää taloutta ja kulttuuria. Diskurssin käsite (yksikössä) luo tutkimukselleni ja analyysilleni tietynlaiset teoreettiset lähtökohdat, joita esittelen tässä luvussa.

Norman Fairclough (2003, 124) määrittelee diskurssit tavoiksi kuvata (representoida) maailman eri puolia: aineellisen maailman prosesseja, suhteita ja rakenteita, ”henkisen maailman” ajatuksia, tunteita ja uskomuksia sekä sosiaalista maailmaa. Maailmaa on mahdollista kuvata erilaisilla tavoilla, joten suhteet eri diskurssien välillä ovat myös huomionarvoisia. Diskurssit ovat erilaisia näkökulmia maailmaan. Ne eivät vain kuvaa maailmaa, vaan esittävät kuviteltuja, mahdollisia maailmoja, jotka eroavat todellisesta maailmasta. Diskurssit ovat sidottuja tavoitteisiin muuttamaan maailmaa tiettyyn suuntaan. (Käsittelen diskurssien suhdetta valtaan ja ideologiaan luvussa 4.3.) Jokaisesta tekstistä on mahdollista löytää monenlaisia representaatioita maailmasta, mutta jokainen representaatio ei ole oma diskurssinsa. Diskurssit ylittävät paikalliset representaatiot, ja yksi diskurssi voi tuottaa monenlaisia erityisiä representaatioita. Diskurssit ovat toistuvia, ajan myötä pysyviksi tulevia tapoja kuvata maailmaa. Ne ovat yhteisiä ihmisille, ja ne ovat osa niitä resursseja, joita ihmiset käyttävät ollessaan yhteydessä toisiin ihmisiin – pysyäkseen erillään toisistaan, tehdäkseen yhteistyötä, kilpaillakseen, hallitakseen. (Emt.)

Tutkimuksessa diskurssit ovat tutkijan tulkintatyön tuloksia, eivät analyysin raakamateriaalia. Merkityssystemien analyysi ei ole tekstien ominaisuuksien mekaanista kirjaamista vaan perusteltua tulkintaa, joka pohjautuu tutkijan ja aineiston väliseen vuoropuheluun. (Jokinen ym. 1993, 28.) Tutkimuksen aineistolle eli analysoitaville teksteille on ominaista se, että ne eivät ole yksiselitteisiä vaan ristiriitaisia ja avoimia erilaisille tulkinnoille. Tekstin merkityspotentiaali eli sen mahdolliset merkitykset ja siitä tehty tulkinta ovat kaksi eri asiaa. (Fairclough 1992, 75.) Diskurssianalyyseissa ei tutkita diskursseja sinänsä, vaan eksplikoidaan erityisesti sitä, miten ne aktualisoituvat sosiaalisissa käytännöissä. Tutkija on kiinnostunut diskurssien tuottamisen prosesseista, ei vain merkityssystemeistä. (Jokinen ym. 1993, 28.)

4.2 Kielenkäyttö todellisuuden rakentamisena

Kielellinen käänne nosti esiin kielen sosiaalista todellisuutta rakentavan luonteen (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 25). Kielenkäyttö on käytäntö, joka ei siis vain kuvaa maailmaa, vaan myös merkityksellistää, järjestää ja rakentaa sekä uusintaa ja muuntaa sosiaalista todellisuutta, jossa

elämme. Käyttäessämme kieltä me konstruoimme eli merkityksellistämme kohteet, joista puhumme tai kirjoitamme. Neutraaleimmankin tuntuksissa kuvauksissa käyttämämme sanat lataavat kohteisiinsa piileviä odotuksia siitä, mikä on luonnollista. Oman kulttuurimme jäsenenä meidän voi olla vaikea havaita käyttämiemme sanojen konstruktivisuutta. Diskurssianalyysille on ominaista juuri ”ulkoista maailmaa” luovien konstruktoiden, niiden vakiintumisen ja vaihteluiden näkyväksi tekeminen ja eksplikointi. (Jokinen ym. 1993, 18–19.)

Asiat saavat muotonsa ja muuttuvat diskurssissa, tietyn diskursiivisen muodostuman sääntöjen mukaisesti. Ne eivät siis ole olemassa itsenäisesti, eikä niihin vain viitata puheessa tietyn diskurssin mukaisesti. Diskurssit rakentavat sosiaalisen maailman asioita ja ovat osallisena niiden tuottamisessa, muutoksessa ja uudelleentuottamisessa. Diskurssin suhde todellisuuteen on aktiivinen, ja kieli on todellisuutta siinä mielessä, että se rakentaa sille merkityksiä. (Fairclough 1992, 41–42.) Diskurssit ovat käytäntöjä, jotka muotoilevat järjestelmällisesti kohteet, joista puhuvat. Diskurssit on tehty merkeistä, mutta ne tekevät enemmän kuin vain käyttävät merkkejä asioiden tarkoittamiseksi. Tämä ”enemmän” tekee diskursseista kieleen ja puheeseen palautumattomia, ja tämä ”enemmän” pitää saada näkyviin ja kuvata. Diskurssit eivät ole pelkkä asioiden ja sanojen risteyskohta. Niitä analysoimalla nähdään, ”miten sanojen ja asioiden näennäisesti niin väkevä syleily höltyy ja vapauttaa diskursiiviselle käytännölle ominaisten sääntöjen kokonaisuuden”. Nämä säännöt määrittelevät kohteiden järjestyksen eivätkä vain ”jonkin realiteetin mykkää olemassaoloa tai jonkin sanaston kanonista käyttöä”. (Foucault 2005, 68–69.)

Konstruktivisuuden ideaan liittyy kielen jäsentäminen sosiaalisesti jaettuina merkityssysteemeinä. Merkitysten ajatellaan muodostuvan suhteessa ja erotuksena toisiinsa, mikä ilmenee myös arkikielessä: käytämme jatkuvasti keskinäisiin merkityseroihin perustuvia luokitteluja, esimerkiksi puhuessamme miehekkyydestä ja naisellisuudesta. Jäsenämme sosiaalista todellisuutta myös hierarkkiseksi ymmärrettäviä dikotomisointeja käyttämällä, kuten puhuessamme teollisuusmaista ja kehitysmaista. Merkityssysteemit rakentuvat osana erilaisia sosiaalisia käytäntöjä, ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa. Diskurssianalyysille on ominaista sellainen sosiaalinen käytäntöjä korostava materiaalisuus, jossa sosiaalista todellisuutta jäsenetään jatkuvasti rakentuvana prosessina. Tässä prosessissa sekä uusinnetaan jo olemassa olevia käsitteellistämisen tapoja että muunnetaan niitä. (Jokinen ym. 1993, 19–22.) Diskurssianalyysissa tarkastelun kohteena eivät ole yksilöt vaan sosiaaliset käytännöt. Kiinnostus kohdistuu esimerkiksi yksilöiden kielenkäyttöön eri

tilanteissa ja niihin laajempiin merkityssysteemeihin, joita he toiminnassaan tuottavat.

Diskurssintutkija ei ole analyysissään kiinnostunut toimijoiden toimintaansa tietoisesti liittämistä intentioista, eikä kielenkäyttöä tulkita poluksi kognitiivisiin, pään sisäisiin prosesseihin. (Emt. 37.)

Ajatus kielestä konstruktiivisina merkityssysteemeinä sisältää ei-heijastavuuden idean. Se tarkoittaa sitä, että kieltä tai kielenkäyttöä ei oleteta todellisuuden kuvaksi; kielen ei ajatella heijastavan yksiselitteisesti niin sanottua ulkoista todellisuutta eikä sisäistä, ihmisen psyykkistä todellisuutta. Diskurssianalyysissakaan ei siis keskitytä siihen, mitä kielenkäytön tai muun merkityksellisen toiminnan tuolla puolen mahdollisesti on. Ei-heijastavuuden idea ei silti tarkoita sitä, että diskurssianalyysia tekevä tutkija ei olisi kiinnostunut siitä, mitä yhteiskunnassa tapahtuu. Se tarkoittaa sitä, että tutkija ei ota valmiita kategorioita annettuna, vaan on kiinnostunut siitä, miten jotkut kategoriat tuotetaan. Tarkoituksena on rakentaa yksinkertaistavien kuvauksien tilalle selitysvoimaisempia kuvauksia siitä, miten sosiaalinen todellisuus on rakentunut ja miten sitä jatkuvasti rakennetaan. (Jokinen ym. 1993, 20–21.) Foucault (2005, 42) toteaa, että ”kaikkien annettujen yksiköiden järjestelmällinen poispyyhtäminen ensinnäkin palauttaa lausumalle⁹ sen ainutkertaisuuden tapahtumana”. ”Lausuma pannaan tulemaan esiin äkillisessä historiallisessa ilmestymisessään, katseen kohteeksi yritetään saada lausuman muodostama viilto, muuhun palautumaton – ja kovin usein pienempi – ilmaantuminen”, Foucault kuvaa. (Emt.) Tulkiten Foucault’n puhuvan annettujen ”totuuksien” ja kategorioiden kyseenalaistamisesta. Lausumia on hänen mukaansa tarkasteltava erityisyydessään, ilman historiallisten kategorioiden painolastia. Se on ”hyväksytyjen yksiköiden sulkeistamista”, mutta tavoitteena on löytää silti lopulta taas yksiköt, jotka on alusta asti kyseenalaistettu (emt).

Tutkimuksessani olen nimenomaan kiinnostunut siitä, mitä yhteiskunnassa ja meneillään olevassa konjunktuurissa tapahtuu. Tartun näihin kysymyksiin diskurssien kautta. Tarkoitukseni on rakentaa aineistosta analysoimieni diskurssikategorioiden avulla uusia kuvauksia ”kulttuurista” ja ”taloudesta”. En ota tutkimukseni lähtökohdaksi valmiita kategorioita, joissa kulttuuri ja talous on määritelty toisistaan erillisiksi sfääreiksi, vaan yritän rakentaa monisyisempiä ja monenlaisissa suhteissa syntyviä merkityksiä näille kategorioille. Sen kautta tuon esille myös sitä, miten sosiaalista todellisuutta tutkimissani teksteissä rakennetaan. Jokinen ym. (1993, 23) muistuttavat,

9 Foucault (2005, 108) määrittelee lausuman diskurssin atomiksi, sen perustavaksi yksiköksi, ja on käyttänyt sitä usein kahdessa merkityksessä: puhuakseen ”lausumakannasta” tai tehdäkseen siitä ”diskurssiseksi” nimitettyjen kokonaisuusien vastakohtana, kuin kokonaisuudesta eroavan osan. Ensikatsomalta lausuma on jakamaton elementti. Sitä ei voi purkaa osiin, sen voi eristää ja sillä voi olla erilaisia suhteita muiden lausumien kanssa. Se on siemen, joka tulee esiin sen kudoksen (diskurssin) pinnalla, jonka rakenneosana se on. (Emt.)

että myös tutkijan kielenkäyttö on konstruktivistista. Kielenkäytön tutkijan yhdeksi peruskysymykseksi nouseekin, missä määrin hän itse tulee huomaamattaan uusintaneeksi olemassa olevaa käsitteistöä ja vanhoja kategorioita ja dikotomioita. Tutkijankin on nimittäin käytettävä raportissaan sellaisia merkityssysteemejä, jotka ovat kulttuurisesti ymmärrettäviä ja siinä määrin vakiintuneita. (Emt. 23–24.)

Vaikka kieltä ei diskursseja tutkittaessa tulkitakaan todellisuuden kuvaksi, sen ei kuitenkaan ajatella olevan erillinen ”oikeasta” todellisuudesta. Kielenkäyttö ja muu todellisuus ovat erottamattomasti yhteenkietoutuneita, sillä näemme niin aineelliset kuin käsitteellisetkin asiat erilaisten merkityssysteemien (kielen) avulla. Emme voi tarkastella asioita tai esineitä ilman niiden merkityksellistämistä, eikä asioiden tarkasteleminen merkityksellistämisen kautta vähennä niiden todellisuusarvoa. (Jokinen ym. 1993, 21.) Margaret Wetherell ja Jonathan Potter (1992, 62) pitävät diskurssia siinä mielessä täysin perustavanlaatuisena, että käsityksemme asioista rakentavat näitä asioita aina tietyntylaisiksi. Se on väistämätöntä, eikä ole edes olemassa mitään ”versiotonta todellisuutta”. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että todellisuus muodostuisi vain diskursseista. Kyse on enemmänkin siitä, että tietomme on aina joidenkin erityisten, historiallisesti ja sosiaalisesti muotoutuneiden eikä välttämättömien merkitysten kontekstoimaa. (Emt.) Stuart Hallin [1988] mukaan tapahtumilla, suhteilla ja rakenteilla on omat olemassaolon ehtonsa ja todellisia vaikutuksia diskursiivisen ulkopuolella. Kuitenkin vain diskursiivisen sisällä, sen ehtojen, rajoitusten ja modaaliteettien alaisena, ne voivat saada merkityksensä. Tämän vuoksi esittämisen tavoilla ja representaatiojärjestelmillä on Hallin mukaan kulttuurissa perustava eikä vain refleksiivinen rooli. (ks. Wetherell & Potter 1992, 63.)

4.3 Kilpailevat diskurssit, valta ja kielenkäytön funktionaalisuus

Kieltä ei-heijastavana merkityssysteeminä ei diskurssintutkimuksen piirissä käsitellä yhtenäiseksi kokonaisuudeksi tai yhdeksi ylijärjestykseksi. Kun puhutaan merkityssysteemien kirjosta, viitataan sosiaalisen todellisuuden moninaisuuteen: sosiaalinen todellisuus hahmottuu useiden rinnakkaisten tai keskenään kilpailevien, maailmaa, sen prosesseja ja suhteita eri tavoin merkityksellistävien systeemien kenttänä. Yksi ja sama asia on mahdollista merkityksellistää monin eri tavoin. Kun rinnakkain olemassa olevia merkityspotentiaaleja on useita, näkemys kuvauksen ja kohteen välisestä yksiselitteisestä heijastavuussuhteesta murtuu. Vaikka merkityspotentiaaleja

olisi paljon, ymmärretyksi tuleminen edellyttää kuitenkin usein pitäytymistä totunnaisissa konstruoinnin ja esittämisen tavoissa. (Jokinen ym. 1993, 24–25.) Erilaiset merkityssystemit myös määrittyvät suhteessa toisiinsa, mitä voidaan kuvata interdiskursiivisuuden tai -tekstuaalisuuden käsitteillä. Merkityssystemit eivät rakenna sosiaalista todellisuutta itseriittoisesti, vaan samaa ilmiötä tai asiaa merkityksellistävät diskurssit saattavat saada sisältönsä osittain rinnakkaisista tai kilpailevista diskursseista. (Emt. 28.) Intertekstuaalisuudella tarkoitetaan sitä, että jokaisella tekstillä on joukko muita tekstejä ja ääniä, jotka ovat sen kannalta potentiaalisesti merkityksellisiä tai potentiaalisesti liittyvät siihen. Ne eivät välttämättä ole helposti tunnistettavissa, mutta analyysin kannalta on hyödyllistä kysyä, mitkä tekstit tai äänet ovat mukana, mitkä on jätetty ulkopuolelle ja mitä huomattavia puutteita tekstissä on. Tiettyyn tekstiin intertekstuaalisesti sisältyvät muut tekstit eivät välttämättä tule siinä suoraan määritetyiksi tai viitatuiksi. (Fairclough 2003, 47.)

Koska merkityssystemit, diskurssit, kilpailevat keskenään, jotkut niistä saavat enemmän valtaa kuin toiset (Jokinen ym. 1993, 29). Diskurssit eroavat toisistaan toistuvuudessaan, yhteisyydessään (engl. *commonality*), ajan myötä saavutettavassa pysyvyydessään ja mittakaavassaan (engl. *scale*). Mittakaavalla viitataan siihen, kuinka suuren osan maailmasta diskurssi pitää sisällään ja siten myös siihen, minkälaisen kirjon representaatioita se voi synnyttää. (Fairclough 2003, 124.) Fairclough (2003, 124–125) ottaa esimerkiksi ”mittakaavaltaan” merkittävästä diskurssista erään ajoittain arkijärkistyneen tavan käsittää ihmiset ensisijaisesti rationaalisina, erillisinä yksilöinä. Pitkään eläneen käsityksen mukaan ihmisen identiteetti sosiaalisena olentona on toissijainen, koska sosiaaliset suhteet nähdään tulevan osaksi jo ennen niitä olemassa olevaa yksilöä. Tätä diskurssia voidaan nimittää esimerkiksi individualistiseksi minän diskurssiksi tai kartesiolaiseksi subjektin diskurssiksi. Se on monen teorian ja filosofian pohja ja se ilmenee teksteissä ja puheessa monilla sosiaalisen elämän osa-alueilla. Se siis tuottaa laajan joukon representaatioita. (Emt.)

Vallan verkostoissa tukevan jalansijan saavat diskurssit saattavat muodostua yhteisesti jaetuiksi ja itsestään selvinä pidetyiksi ”totuuksiksi”. Tällaisina ne vaihtavat vaihtoehtoisia ”totuuksia”. (Jokinen ym. 1993, 29.) Valtaa palvelevat parhaiten sellaiset merkitykset, jotka on yleisesti otettu annettuina. Ne ovat ideologian kannalta merkittäviä. Hegemoniaan tähtääminen on pyrkimystä yleistää tiettyjä merkityksiä valta-aseman saavuttamiseksi ja ylläpitämiseksi. Se on ideologista työtä, jota tullaan tehneeksi myös teksteissä: niissä oletetaan, otetaan kyseenalaistamattomana ja väistämättömänä todellisuutena tiettyjä asiointiloja ja olettamuksia. (Fairclough 2003, 58.)

Vahvaan valta-asemaan ja itsestään selvänä pidetyksi yleiseksi ”totuudeksi” tuntuu ainakin länsimaissa nousseen esimerkiksi uusliberalistinen talousdiskurssi. Sen rinnalla vaihtoehtoiset ”totuudet”, joissa taloutta, rahaa ja tuottavuutta ei nähdä kaiken toiminnan perustana ja ylhäältä päin toimintaamme ohjaavana oliona, ovat heikoilla eivätkä ymmärrettäviä. Talousdiskurssin saama asema tekee sitä vastustavista diskursseista epäuskottavia. (Ks. luku 2.2.1.)

Faircloughin (2003, 55) mukaan kaikki yhteisöllisyyden ja solidaarisuuden muodot ovat riippuvaisia yhteisistä merkityksistä, jotka voidaan ottaa annettuina. Myös kaikki kommunikaatio perustuu tällaiselle yhteiselle ymmärrykselle, joka koostuu tietyistä oletuksista: mitä on olemassa (eksistentiaaliset oletukset, engl. *existential assumptions*), miten asiat ovat, voivat olla tai tulevat olemaan (näkökulmaa ohjaavat oletukset, engl. *propositional assumptions*) ja mikä on hyvää ja haluttavaa (arvoihin liittyvät oletukset, engl. *value assumptions*). Tältä kannalta valta, hallinta ja hegemonia ovat oikeutta muokata tämän yhteisen pohjan ja yhteisten oletusten luonnetta tai sisältöä. Siksi yhteisen ymmärryksen muodostamat oletukset ovat merkittäviä ideologian kannalta. (Emt.) Arvojärjestelmien ja niihin liittyvien oletusten voidaan katsoa kuuluvan tiettyihin diskursseihin. Esimerkiksi uusliberalistiseen taloudelliseen ja poliittiseen diskurssiin liittyy oletus, että kaikki mikä edistää tehokkuutta ja sopeutumiskykyä on tavoittelemisen arvoista. Myös eksistentiaalisia ja näkökulmaa ohjaavia oletuksia voidaan pitää diskursseihin kuuluvina, sillä maailmaa tietyllä tavalla kuvaavaan ja merkityksellistävään diskurssiin sisältyy oletuksia siitä, mitä on olemassa, miten asiat ovat, mikä on mahdollista, mikä on välttämätöntä, miten asiat tulevat olemaan ja niin edelleen. Tietyissä tapauksissa voi väittää, että tällaiset oletukset ja etenkin diskurssit, joihin ne ovat yhdistyneet, ovat ideologisia. (Emt. 58.)

Diskursiivisten tapahtumien kuvailemisen (siis diskurssianalyysin) etu on se, että sen kautta etukäteen annettujen ja oletettujen merkitysten ja kategorioiden tilalle voidaan löytää vaihtoehtoisia diskursseja. Kun diskursiiviset tapahtumat vapautetaan luonnollisina, välittöminä ja yleismaailmallisina yksikköinä näyttäytyvistä ryhmyksistä, on mahdollista kuvata muita yksiköitä. Kunhan diskursiivisten kokonaisuuksien ehdot on selkeästi määritelty, on ”oikein kuvattujen suhteiden” perustalta mahdollista muodostaa sellaisia diskursiivisia kokonaisuuksia, jotka ovat jääneet näkymättömiin mutta eivät silti ole satunnaisia. Tällaiset diskurssit tuo päivänvaloon niiden rinnakkaiselon, peräkkäisyyden, keskinäisen toiminnan, vastavuoroisen määräytymisen ja riippumattoman tai vastavuoroisen muodonmuutoksen analysoiminen. (Foucault 2005, 44.)

Lausumat aina sekä väittävät jotain todellisuuden luonteesta että rakentavat tuota todellisuutta. Kielenkäytöllä on siis seurauksia tuottava luonne, ja tätä funktionaalisuuden ajatusta voi pitää analyttisesti erityisen olennaisena teoreettisena lähtökohtana. Kiinnostus kohdistuu analyysissa siihen, mitä kielen käyttäjä milläkin ilmaisullaan kulloinkin tekee ja tulee tuottaneeksi. Kielellisen toiminnan funktioilla ei välttämättä tarkoiteta toimijan itsensä tarkoittamia vaikutuksia, eikä toiminnan tarkoituksellisuus olekaan analysoimisen kannalta olennaista. Funktioiden tulkinta ei edellytä sen pohtimista, onko toiminta tietoista vai ei. Oikeastaan huomaamattomasti, luonnostaan toteutetut funktiot voivat usein olla analyttisesti kiinnostavimpia. Huomionarvoista on se, mitkä funktiot ovat potentiaalisina läsnä tai aktualisoituvat vuorovaikutussuhteissa. Kyse on siitä, mitä kaikkia asiointiloja toimija tulee (puhe)teoillaan tehneeksi mahdollisiksi ja mitä tulkintamahdollisuuksia sosiaalisesti läsnä oleviksi ja reflektoiduiksi. (Jokinen ym. 1993, 41–43.)

Funktionaaliseen kielikäsitteeseen nojaavassa diskurssintutkimuksessa kielelliset merkitykset käsitetään tilannesidonnaisina ja sosiaalisessa vuorovaikutuksessa syntyvinä (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 14). Kielenkäytöllä voi olla myös ideologisia seurauksia, jotka ylittävät yksittäiset tilanteet ja liittyvät diskurssien ja vallan yhteenkietoutumiseen (Jokinen ym. 1993, 43). Ideologisia seurauksia voivat olla esimerkiksi tiettyjen alistussuhteiden legitimoiminen ja luonnollistaminen (Potter & Wetherell 1987, 187). Toisaalta yksi ja sama diskurssi voi tuottaa näkökulmasta riippuen sekä kielteisiä että myönteisiä seurauksia. Alistussuhteiden ylläpitäminenkin ei välttämättä aina ole ilmiselvää tai helposti havaittavissa. Diskurssianalyysissa yritetäänkin jäljittää näitä toisinaan selkeitä mutta useimmiten piiloon jääviä ja ristiriitaisia seurauksia. Ideologisten seurausten näkyväksi tekeminen lisää diskurssianalyysin yhteiskunnallista relevanssia. Sen on mahdollista nostaa esiin vaihtoehtoisia sosiaalisen todellisuuden jäsenyyksiä. Kielenkäytön funktionaalisuuden vuoksi tutkijan on myös itse arvioitava suhdettaan valtaan: Miten tutkimustuloksiksi saadut diskurssit rakentavat todellisuutta? Entä diskurssit, joihin tutkija itse tukeutuu? Millaisia seurauksia näiden diskurssien käyttöön liittyy? Tutkijan on hyvä olla herkkä sille, mitä kaikkea hän omilla analyttisillä tulkinnoillaan tuottaa ja mahdollistaa. (Jokinen ym. 1993, 43–45.)

4.4 Toiminnan kontekstuaalisuus – diskurssianalyysi yhteiskunnan tutkimuksena

Diskurseja tuotetaan, uusinnetaan ja muunnetaan siis erilaisissa sosiaalisissa käytännöissä. Merkityssystemien rakentumista virittää tapahtumatilanteen eli kontekstin moniulotteisuus, jota

ei nähdä diskurssianalyysissa eliminoitavana häiriötekijänä. Moniulotteinen konteksti on diskursiiviseen maailmaan kuuluva ominaisuus, joka otetaan osaksi aineiston analyysia. Kontekstin huomioon ottamisella analyysissa tarkoitetaan sitä, että analysoitavaa toimintaa tarkastellaan tietyssä ajassa ja paikassa, johon tulkinta pyritään suhteuttamaan. Kontekstin käsitteen määrittely on hankalaa siinä mielessä, että aika ja paikka voidaan määritellä melkein miten tahansa. Ajan kannalta kyse voi olla yhdestä sekunnista tai koko ihmiskunnan historiasta, paikan määre voi vaihdella neliömetrin kokoisesta alueesta koko maailman kattavaan tilaan. Kontekstiksi voidaan nimittää esimerkiksi sanojen yhteyttä lauseeseen tai yksittäisen teon rakentumista suhteessa toimintaepisodiin. Analyysissa voidaan ottaa huomioon myös vuorovaikutuskonteksti. Esimerkiksi keskustelupuheenvuoroja tulkittaessa vuorovaikutuskontekstin huomioiminen voi tarkoittaa sitä, että puheenvuoroja analysoidaan suhteessa keskustelun kulkuun. (Jokinen ym. 1993, 29–31.)

Lause- ja episodikonteksti ja vuorovaikutuskonteksti eivät vielä ylety aineistosta todennettavissa olevasta tilanteesta pidemmälle. Konteksti voidaan määritellä myös toisella tavalla: kielenkäytön voidaan ajatella suhteutuvan konkreettisen tapahtumatilanteen ulkopuolelle, jolloin puhutaan kulttuurisesta kontekstista. Ajatus toteutuu analyysissa siten, että aineistosta pyritään tunnistamaan myös sellaisia seikkoja, joiden tulkinta edellyttää tutkijan oman kulttuurin tapojen, stereotyyppien tai yleisen yhteiskunnallisen ilmapiirin tuntemuksen tietoista käyttöä. (Jokinen ym. 1993, 32.) Omassa aineistossani yhdessä blogikirjoituksessa esimerkiksi verrataan, että ”Radio Helsinki on hipsterille kuin Nokia perussuomalaiselle” (Image/Tämän kylän homopoika -blogi 11.7.2013). Tekstin ja vertauksen tulkitsemiseksi on tunnettava esimerkiksi ”hipsterin” ja ”perussuomalaisen” stereotyypit, mutta toisaalta myös tunnettava perussuomalaisen politiikan ajamat arvot yleisellä tasolla. Lisäksi on ymmärrettävä, minkälainen merkitys matkapuhelinvaihtaja Nokialla oli suomalaiselle yhteiskunnalle ja suhteutettava se nykytilanteeseen, jossa valtion talous on huonolla tolalla, työttömyys kasvaa eikä Nokian veroista suomalaisten tuotteiden vientiä edistävää yritystä ole sittemmin ollut näköpiirissä. Tekstissä tehdyn vertauksen merkitys muodostuu vasta tämän kulttuurisen ja yhteiskunnallisen kontekstin ymmärtämisestä ja huomioimisesta.

Kulttuurisen kontekstin tasolla liikkua tutkija voi myös pohtia sitä, miten kielen käyttäjät suhteuttavat lausumansa mahdollisiin vasta-argumentteihin, jotka edustavat yleensä laajalle levinneitä kulttuurisia konventioita. Suhde vastakkaisiin argumentteihin on usein olennainen, vaikka ei välttämättä keskustelussa julki lausuttu. Puhuja ikään kuin argumentoi näkymättömälle

yleisölle ottaen jo etukäteen huomioon mahdollisen kritiikin. (Jokinen ym. 1993, 33.) Eero Suonisen (1992, 61) mukaan ”[k]ulttuuristen konventioiden analysoimisen kannalta on mitä olennaisinta, mitkä repertuaarit ovat niin voimakkaita, että suhteessa niihin halutaan antaa selityksiä, silloinkin kun sitä ei tilannekohtaisesti millään tavalla vaadita”. Tutkimiini kampanjoihin liittyvissä puheenvuoroissa esimerkiksi talouden ”realiteetteihin” liittyvien vasta-argumenttien huomioon ottaminen on oletettavasti osa argumentaatiota, sillä kyse on nimenomaan sen perustelemisesta, miksi kannattamattomaksi todettu (tai luultu) kulttuuri on säilyttämisen arvoista. Lakkauttamista vastaan kampanjoivien pitää ottaa siis huomioon ainakin nämä taloudellisiin näkökohtiin liittyvät ilmeiset vasta-argumentit, jotka perustuvat yhteiskunnassa laajalle levinneisiin käsityksiin taloudesta kaiken toiminnan perustana.

Eräänlaisen kontekstin muodostavat myös ne reunaehdot, jotka ovat vaikuttaneet aineiston tuottamiseen. Erilaisia tekstityyppejä, kuten vaikka tieteellistä tekstiä ja sanomalehtiuutista, koskevat hyvin erilaiset tekstin tuottamisen ehdot. Myös tutkittavan tilanteen määrämuotoisuuden tai puhujan muodollisen aseman huomioiminen voi olla analyysissa hyödyllistä. Esimerkiksi poliitikon tai viranhaltijan puhuessa saattaa olla perusteltua ottaa huomioon hänen asemansa ja sen vaikutukset puheen tuottamiseen. Reunaehtokontekstin huomioon ottaminen tukee niiden tapojen analysointia, joilla toimijat viittaavat erilaisiin perusteisiin, kuten ”realiteetteihin”. Analyysi kohdistuu tällöin myös tapoihin, joilla toimijat tuottavat nämä ”realiteetit” implisiittisesti niin itsestään selvinä, ettei niihin tarvitse edes viitata. (Jokinen ym. 1993, 34–35.)

Omassa tutkimuksessani eniten sijaa saavat juuri tilanteen ulkopuoliset kontekstit: kulttuurinen konteksti ja tutkimieni tekstien tuottamisen reunaehdot. Uskon näiden kahden omassa aineistossani kietoutuvan osittain toisiinsa, sillä myös kulttuurinen konteksti sanelee joitakin reunaehtoja esimerkiksi teksteissä esitetyille mielipiteille. Uskottavassa argumentaatiossa kirjoittaja ei esimerkiksi voi olla ottamatta huomioon länsimaisessa nyky-yhteiskunnassa vallalla olevaa käsitystä, jonka mukaan talous on kaiken toiminnan viimekätinen perusta – varsinkin kun kyse on siitä, että kirjoittaja puolustaa kannattamattomaksi todettua (tai luultua) liiketoimintaa. Kyseeseen tulee siis tätä kautta myös vasta-argumenttien kontekstin huomioiminen. Miten kirjoittaja ottaa argumenteissaan ja tekstissään huomioon sen, että todennäköisesti joku kritisoi häntä ymmärtämättömydestä talouden lainalaisuuksia ja ”realiteetteja” kohtaan? Toisaalta kiinnostavaa on myös se, miten talouden ”realiteeteista” tuotetaan itsestään selviä reunaehtoja

kaikelle inhimilliselle toiminnalle. Kulttuurinen konteksti, siihen kuuluva vasta-argumenttien konteksti sekä puheen tai tekstin tuottamiseen vaikuttavat reunaehdot kietoutuvat ja sekoittuvat siis toisiinsa. Sari Pietikäisen ja Anne Mäntynen (2009, 31) mukaan kontekstien yhtäaikainen läsnäolo jokaisessa kielenkäyttötilanteessa on perustavanlaatuinen lähtökohta diskurssintutkimuksessa. Kontekstilla voidaan viitata hyvin pieneen osaan ympäröivää todellisuutta, mutta samaan aikaan läsnä on aina myös suurempia ja eri tavoin limittyneitä konteksteja (emt. 30).

Kielen ja yhteiskunnan välinen suhde on monitasoinen, dynaaminen ja yhteenkietoutunut. Koska kielen järjestymisen tavat ja keinot ovat sosiaalisia ja kulttuurisia, kieltä tutkimalla opitaan myös sitä ympäröivästä yhteiskunnasta ja kulttuurista sekä ajasta ja paikasta. Diskurssintutkija tarkastelee kielen järjestyneisyyttä ja vaihtelua tietääkseen enemmän yhteiskunnasta ja kulttuurista eikä vain kielestä. Tällainen tutkimuksellinen perspektiivi on diskurssintutkimuksen perusta. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 13–14.) Pietikäinen ja Mäntynen (2009, 28) kuvaavat diskursseja kuminauhaksi, jota venyttämällä tutkija voi yhdistää kielenkäytön mikrotason ja kontekstin makrotason: ”kuminauhaa” eli (spesifejä, tunnistettavissa olevia) diskursseja tarkastelemalla on mahdollista tutkia, miten mikrotason kielellisessä todellisuudessa, kuten teksteissä, kuvissa ja puheissa, näkyvät makrotason prosessit, liikkeet, säännöt ja seuraukset. Toisaalta tutkija voi myös liikkua makrotasolta kohti mikrotasoa tarkastelemalla, miten makrotason prosesseja merkityksellistetään ja esitellään tai miten niistä neuvotellaan esimerkiksi lehdistä, blogeissa tai arkikeskusteluissa. Diskurssin käsite voidaan ymmärtää siis jatkumona kielenkäytön mikrotason ja yhteiskunnallisen ja historiallisen makrotason välillä. Jatkumoa voi tutkia mistä kohdasta tahansa, korostaen esimerkiksi kielitieteellistä lähestymistapaa tai yhteiskunnallista näkökulmaa. Diskurssin valta on sidoksissa sekä kieleen että kontekstiin – mikrotasoon ja makrotasoon. Käytännössä kielellisen tason ja kontekstin tason välillä ei ole selvää rajaa, vaan diskurssintutkija hahmottaa ne samanaikaisesti läsnä olevina. (Emt. 27–28.) Jokaisella kielenkäytön tavalla on historiansa, aikaisempi käyttökontekstinsa ja kytköksensä sosiaaliseen toimintaan. Kielenkäytön mikro- ja makrotason samanaikaisuus merkitsee myös sitä, että kaikki tämä on aina mukana kieltä käytettäessä. (Emt. 15–16.)

Kielen ja kontekstin suhde on kaksisuuntainen. Kielenkäyttö rakentaa maailmaamme, mutta myös maailma (konteksti) vaikuttaa siihen, miten kieltä käytetään. Kieli kertoo ajasta, paikasta, normeista ja rakenteista, mutta samalla se voi vaikuttaa niihin ja muuttaa niitä. Vaikka

kielenkäyttäjälle tarjoutuu monia vaihtoehtoisia mahdollisuuksia käyttää kieltä, kieli ei ole villi resurssi, jota voisi käyttää miten vaan. Vaihtoehtoisia tapoja ja valinnan runsautta karsivat viestintätilanteen normit, arvot, institutionaaliset rutiinit ja muut kielenkäyttäjät.

”Viestintätilanteella” voidaan tarkoittaa jopa koko yhteiskuntaa. Kielenkäyttöön kirjautuu näin yksittäisen kielenkäyttäjän valintojen ja arvojen lisäksi ympäröivän kulttuurin, yhteiskunnan ja sen instituutioiden arvoja ja normeja. Puhujan tekemät valinnat välittävät siis myös yhteiskunnan näkemyksiä kyseenä olevasta asiasta. Yksittäinenkin kielenkäytön palanen rakentaa näin omalta osaltaan kuvaa puheena olevasta ilmiöstä, puhujista ja ympäröivästä yhteiskunnasta.

Diskurssintutkija on kiinnostunut kielenkäytön laajoistakin yhteiskunnallisista ja historiallisista konteksteista sekä yhteiskunnallisten ja sosiaalisten rakenteiden ja muutosten kielellistymisestä.

Diskurssintutkimus on yhteiskunnan rakenteiden ja valtasuhteiden, instituutioiden ja toimijoiden tutkimista. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 17–18, 20–21.)

5 AINEISTO JA ANALYYSIN KULKU

Tutkimusongelmani on muotoutunut pääosin aineistolähtöisesti. Tutustuin Save Radio Helsinki - ja Pelastetaan Maxim -kampanjoihin mediakulttuurin opintoihini liittyvällä kurssilla, jonka aiheena oli kulttuurintutkimuksellinen konjunktuurianalyysi. Kun tehtävänä oli esitellä esimerkkitapaus, jota voisi lähestyä konjunktuurianalyysin näkökulmasta, muistin tuolloin käynnissä olleen Pelastetaan Maxim -kampanjan sekä aiemmin Radio Helsingin säilyttämisen puolesta kampanjoineen Save Radio Helsinki -liikkeen. Esittelin kurssilla näiden kampanjoiden sosiaaliseen mediaan tuottamia sisältöjä ja kannanottoja sekä radiokanavan ja elokuvateatterin lakkauttamisuhkaa käsitelleitä journalistisia artikkeleita osoittaakseni kulttuurin, talouden ja politiikan kietoutuneisuutta toisiinsa.

Erityisen vahvasti aineistossa vaikuttivat olevan esillä kulttuuriin ja talouteen liitetyt merkitykset sekä kulttuurin ja talouden keskinäiset suhteet. Jo suhteellisen tiivis ja nopea analyysi osoitti, että löytämäni aineisto tarjoaa runsaasti analysoitavaa. Debatti lakkautettavan vanhan arthouse -elokuvateatterin sekä kannattamattomana lopetettavan soittolistattoman vaihtoehtoradion arvosta synnytti väkisin ”kulttuuria” ja ”taloutta” koskevia merkityksiä. Olin siis aloittanut alustavan aineistonkeruun jo ennen kuin tämän työn lopullinen näkökulma oli edes tiedossa. Mahdollisia analyysiini sopivia journalistisia artikkeleita – uutisia, kolumneja ja mielipidekirjoituksia – sekä blogitekstejä olen kerännyt netistä pikkuhiljaa. Tutkimukseni näkökulma, metodit ja tutkimuskysymykset hioutuivat lopulliseen muotoonsa pääasiassa keräämääni potentiaaliseen aineistoon tutustumalla. Tutkimusongelmani on siis muotoutunut vuorovaikutuksessa aineiston kanssa, mikä on vaikuttanut myös aineistonkeruuprosessiin ja lopullisen aineiston rajaamiseen. Laajaa potentiaalista aineistoa lukemalla olen täsmentänyt tutkimusongelmaani ja lopulta muotoillut tutkimuskysymykset (ks. luku 1.1), joiden avulla olen rajannut varsinaisen aineiston analyysiani varten. Tässä luvussa raportoin aineistonkeruuprosessini kulusta ja esittelen sen tuloksena syntyneitä aineistoa. Sen jälkeen kerron analyysini etenemisestä ja vaiheista, joiden lopputuloksena muodostin ja nimesin luvussa 6 esittelemäni diskurssit.

5.1 Aineistonkeruu perinteisestä ja sosiaalisesta mediasta

Jouni Tuomen ja Anneli Sarajärven (2009, 85–86) mukaan laadullisessa tutkimuksessa on tärkeää se, että henkilöt, joilta tietoa kerätään, tietävät tutkittavasta ilmiöstä mahdollisimman paljon tai heillä on kokemusta asiasta. Tiedonantajien valinnan ei tule olla satunnaista vaan harkittua ja tarkoitukseen sopivaa. Tutkimusraportissa kerrotaan, miten aineiston valinta on harkittu ja miten aineisto täyttää tarkoitukseen sopivuuden kriteerin. (Emt.) Tuomen ja Sarajärven oppi on sovellettavissa myös tutkimukseen, jossa tietoa ei kerätä suoraan henkilöiltä haastattelujen avulla. Omassa tutkimuksessani käytän valmiita tekstejä, jotka kerään tätä periaatetta mukailen: valitsen aineistokseni sellaisia tekstejä, jotka vastaavat tutkimuskysymyksiini ja tuottavat tietoa tutkimistani ilmiöistä. Valitsemani aineisto on siis yhdenlainen eliittiotanta. Eliittiotannassa tutkimuksen tiedonantajiksi valitaan vain henkilöt (tässä tapauksessa tekstit), joilta oletetaan saatavan parhaiten tietoa tutkittavasta ilmiöstä (emt. 86). Kyse ei ole ollut siitä, että olisin valinnut aineistokseni juuri tietynlaisia puhetapoja sisältäviä ja siten myös tietynlaisia merkityksiä tuottavia tekstejä. Aineistonkeruutani ovat ohjanneet tutkimuskysymykseni, jolloin kriteerinä on ollut, että keräämäni tekstit antaisivat vastauksia niihin – riippumatta vastausten sisällöistä. Koska tutkimusongelmani ja -kysymykseni ovat täsmentyneet vielä mahdollista aineistoa pikkuhiljaa kerätessäni, kriteerit eivät alustavalle aineistolle ole olleet kovin tiukkoja.

Olen pitäytynyt verkosta löytyvässä sisällössä alun perin sen helpon saatavuuden ja haettavuuden vuoksi. Löysin ensimmäiset journalistiset artikkelit Googlen hakukoneen avulla, ja seuraavien jäljille pääsin muun muassa jo löytämäni artikkeleiden ohessa olleiden linkkien kautta. Esimerkiksi Helsingin Sanomat tarjoaa verkossa julkaistujen juttujen ohessa suoria linkkejä samaa aihetta käsitteleviin muihin artikkeleihin. Lisäksi erilaisissa verkossa julkaistuissa teksteissä saatetaan viitata johonkin toisaalla olevaan tekstiin suoralla linkillä. Tapaa, jolla olen kerännyt aineistoani, voisikin kutsua yhdenlaiseksi lumipallo-otannaksi.

Haastattelututkimuksessa sillä tarkoitetaan Tuomen ja Sarajärven (2009, 86) mukaan sitä, että jotkut avainhenkilöt johdattavat tutkijan toisten tiedonantajien pariin. Näin tutkija etenee tiedonantajasta toiseen sitä mukaa, kun hänet esitellään uusille henkilöille (emt). Samaan tyyliin olen edennyt artikkelista eli ”tiedonantajasta” seuraavaan niihin ohjaavien linkkien kautta. Monet uutiset ja mielipidekirjoitukset löysin Save Radio Helsinki - ja Pelastetaan Maxim - Facebook-sivuilta, joille ylläpitäjät ovat mediassa julkaistuja aihetta käsitteleviä juttuja ja kannanottoja linkittäneet. Verkosta löytyvissä artikkeleissa pitäytyminen tuntuikin

luontevimmalta myös siksi, että kulttuuria puolustavien kampanjoidenkin toiminta tapahtui pääasiassa verkossa, sosiaalisessa mediassa. Varsinaisten journalististen tekstien lisäksi myös aineistoksi sopivia blogikirjoituksia on löytynyt niin Googlen hakukoneen kautta kuin kampanjoiden Facebook-sivuiltakin. Alustavasti otin aineistoa kerätessäni talteen myös linkkejä muun muassa tv- ja radio-ohjelmiin ja videoihin.

Journalistisen aineiston kerääminen sanoma- ja aikakauslehtienkin osalta verkosta eikä printtilehdistä ei tee käsitykseni mukaan merkittävää eroa aineistoni laatuun. Jotkut aineistoni artikkeleista, kuten esimerkiksi Helsingin Sanomista keräämäni uutiset ja muut jutut, on saatettu julkaista myös printtilehdessä osittain, sellaisenaan tai täydennettynä. Maksumuuria verkossa käyttävien lehtien, kuten Helsingin Sanomien, käytäntönä on käsitykseni mukaan julkaista kaikki printissä julkaistavat jutut myös verkossa. Aineistostani on mahdotonta tunnistaa, ovatko keräämäni jutut vain verkkoon tuotettuja eikä ollenkaan printissä julkaistuja juttuja vai alun perin printtiin painettuja versioita, jotka on myös sellaisenaan julkaistu verkossa. Aineiston kerääminen verkkosivujen sijaan lehtien painetuista versioista tuskin olisi tehnyt siis selvää eroa aineistoni laatuun. Netissä uutisointi tutkimistani tapauksista on ollut luultavasti runsaampaa kuin lehtien printtiversioissa. Verkkosivuilla tilaa on rajattomasti, kun taas paperisessa lehdessä jutut kilpailevat tilasta muiden aiheiden kanssa. Koko aineiston keräämisellä verkosta on ollut suurin merkitys siinä, että olen päässyt myös sellaisten tekstien ja puheenvuorojen äärelle, joita ei perinteisen median sivuilta tai ainakaan printistä löydä: blogeista ja blogien kaltaisilta verkkosivuilta on löytynyt useita potentiaalisesti aineistokseni sopivia tekstejä. Osa blogeista on aikakaus- tai sanomalehtien verkkosivuilla julkaistuja, mutta en usko sen vaikuttavan juurikaan niiden sisältöön. Imagen, Suomen Kuvalehden tai Aamulehden bloggaajat tekevät varmasti työtään melko itsenäisesti ilman jatkuvaa ohjausta. Tietynlainen muoto blogiteksteilläkin on, mutta muodon tai sisällön vaatimukset eivät ole yhtä tiukkoja kuin lehtitalojen varsinaisten toimittajien tuottamalla sisällöllä.

Journalististen artikkeleiden ja blogikirjoitusten lisäksi alustavasti keräämäni potentiaalinen aineisto koostuu Save Radio Helsinki - ja Pelastetaan Maxim -kampanjoiden sosiaalisessa mediassa julkaisemista sisällöistä eli Facebook-päivityksistä ja Twitterissä julkaistusta twiiteistä. Molemmat kampanjat ovat käyttäneet vaikuttamisväylänään enimmäkseen niille perustettuja Facebook-sivuja. Save Radio Helsinki -Facebook-sivulla oli parhaimmillaan ainakin 33 000 tykkääjää,

Pelastetaan Maxim -Facebook-sivulla puolestaan vähintään 16 000¹⁰. Kampanjat toimivat myös Twitterissä omilla profiileillaan, vaikka molemmat olivat aktiivisempia Facebookissa, missä julkaistu sisältö on myös huomattavasti monipuolisempaa. Twitterissä ilmaisua rajoittaa twiitin määrätty pituus, joka on vain 140 merkkiä. Esimerkiksi Save Radio Helsinki -kampanjan twiitit olivatkin usein linkkejä kampanjan omiin Facebook-päivityksiin. Jotain Facebookin painoarvosta (ja ehkä Twitterin suosioista Suomessa) kertoo myös se, ettei Save Radio Helsinki saanut seuraajia Twitterissä läheskään yhtä paljon kuin tykkääjiä Facebookissa. Kun Save Radio Helsingillä oli 31.7.2013 Facebookissa jo melkein 31 000 tykkääjää, Twitter-seuraajien määrä kohosi vasta tuhanteen. Myöskään Pelastetaan Maximille Twitter ei vaikuttanut olevan yhtä tärkeä väylä vaikuttaa kuin Facebook. Siitä kertoo esimerkiksi se, että viimeinen twiitti on julkaistu noin kaksi kuukautta ennen Maximin pelastumisen taanneen päätöksen julkistamista. Vuoden 2016 tammikuussa tilillä on 180 seuraajaa, mikä antaa todennäköisesti suuntaa sille, kuinka paljon seuraajia on ollut kampanjan ollessa käynnissä. Oikeaa seuraajamäärää kampanjoinnin ajalta on jälkikäteen vaikea selvittää.

Kampanjoiden Facebook-sivuilla ylläpitäjät ovat julkaisseet muun muassa lyhyitä kantaa ottavia tekstejä, linkkejä kampanjaan tai sen kohteeseen ja aiheeseen liittyviin artikkeleihin, kuvia, videoita, muiden kirjoittamia ja julkaisemia kannanottoja sekä lyhyitä raportteja tilanteen kehittymisestä ja kampanjan saaman huomion ja seuraajien määristä. Facebookissa kirjautuneiden käyttäjien on mahdollista kommentoida sivun julkaisuja, ja niistä voi myös tykätä tai ne voi jakaa. Tykkäämällä itse sivusta käyttäjä saa siellä julkaistut päivitykset osaksi omaa henkilökohtaista Facebookin uutisvirtaansa eli etusivua. Ylläpitäjä voi jakaa perustamalleen sivulle muiden käyttäjien muualla Facebookissa tekemiä päivityksiä. Facebook-sivu sallii myös muiden kuin ylläpitäjien julkaista sivulla, mutta nämä julkaisut eivät näy sivun päänäkymässä, aikajanalla, johon ylläpitäjien omat julkaisut järjestyvät aikajärjestykseen. Otteita muiden käyttäjien sivulle tekemistä julkaisuista on esillä sivun reunassa, ja sitä kautta näitä julkaisuja pääsee myös tarkastelemaan erillisessä ikkunassa. Erillään sivupalkissa näkyvät myös muistiinpanot. Pelastetaan Maxim -sivuilla näitä ei ollut ollenkaan, mutta Save Radio Helsingin sivulla sellaisia on julkaistu kaksi. Molemmat ovat aikajanalla päivityksiä pidempiä, teksteistä ja kuvista koostuvia julkaisuja. Pelastetaan Maximin ja Save Radio Helsingin kaltaisilla Facebook-sivuilla vierailevan on myös mahdollista hiukan muokata näkymäänsä: sivun reunasta löytyvien linkkien kautta aikajanalla voi liikkua tietyn vuoden

10 Tiedot Facebook-sivujen tykkäysmäärästä perustuvat kampanjoiden aikana sivuilla julkaistuihin päivityksiin, joissa kerrotaan tykkäysmäärän kasvamisesta.

julkaisuihin, ja tietyn vuoden kohdalta voi valita, näyttääkö sivu vain kohokohtia sen vuoden julkaisuista vai kaikki kyseisen vuoden aikana julkaistut päivitykset.

Twitter-sivuillakin sinne tehdyt julkaisut, korkeintaan 140 merkin pituiset twiitit, järjestyvät aikajärjestykseen. Näkymä on siis samantyyppinen kuin Facebookissa. Tämän ”aikajanan” sisältö koostuu paitsi tilin ylläpitäjän omista twiiteistä, myös hänen uudelleentwiittaamistaan julkaisuista, jotka ovat peräisin joltain muulta Twitter-käyttäjältä. Twiitissä on mahdollista julkaista niin kuvia, tekstiä, linkkejä kuin videoitaakin. Save Radio Helsingin twiitit ovat suurimmaksi osaksi linkkejä kampanjan Facebook-sivujen päivityksiin tai muiden käyttäjien uudelleentwiitattuja julkaisuja. Pelastetaan Maximin twiiteissä taas on jaettu esimerkiksi linkkejä artikkeleihin ja kampanjan Facebook-sivulle. Osassa twiittejä on esimerkiksi kommentoitu Maximin lakkauttamisuhan sen hetkistä tilannetta tai jaettu tietoa Maximin mahdollisista tulevaisuudennäkymistä. Twitterissäkin muut käyttäjät voivat kommentoida tai ”vastata” twiitteihin. Muiden tekemiä julkaisuja voi siis myös uudelleentwiitata, ja nykyään niistä voi myös tykätä. Ennen tykkäys-toimintoa käytössä oli mahdollisuus lisätä twiittejä omiksi suosikeikseen. Tiettyä käyttäjätiliä seuraamalla saa sen twiitit osaksi omaa henkilökohtaista Twitter-etusivua. Twitterissä aihetunnisteet, kuten #pelastetaanmaxim tai #saveradiohelsinki, ovat tapa merkitä oma twiitti tiettyyn aiheeseen liittyväksi. Näiden aihetunnisteiden kautta Twitteristä voi siis hakea tiettyyn aiheeseen liittyviä twiittejä. Myös Facebookissa on ollut mahdollista käyttää hashtagia eli aihetunnisteita vuodesta 2013 lähtien, mutta siellä ne eivät vaikuta edelleenkaan olevan yhtä yleisesti käytössä kuin Twitterissä.

Jos verkkoartikkeleiden kerääminen on ollut pidemmän aikavälin prosessi, jossa aineistoa on kertynyt pikkuhiljaa netistä hakemalla sekä kampanjoiden sosiaalisen median alustoja selaamalla, sosiaalisen median aineiston kerääminen on vaatinut järjestelmällisempää työtä. Twiittejä ja Facebook-päivityksiä kerätessäni kävin läpi sekä Save Radio Helsingin että Pelastetaan Maximin Facebook-sivut ja Twitter-tilit niiden perustamishetkestä aina kampanjoiden aktiivisen työn loppumiseen saakka. Molempien kampanjoiden Facebook-sivulla sekä Save Radio Helsingin Twitter-tilillä on julkaistu sisältöä myös myöhemmin, mutta kampanjointi kulttuurin säilyttämisen puolesta loppui molemmissa tapauksissa luonnollisesti siihen, kun tieto kampanjan kohteen säilymisestä tuli julki. Rajasin sosiaalisen median aineistoni niin, että keräsin vain kampanjoiden omilla sivuilla julkaistuja päivityksiä. Kävin siis vain niiden omat Facebook- ja Twitter-sivut läpi, jolloin mukaan pääsi sekä sivujen ylläpitäjien itse tekemiä päivityksiä että muiden käyttäjien

päivityksiä, joita ylläpitäjät ovat sivuillaan jakaneet tai uudelleentwiittanneet. Olisin voinut etsiä lisää aineistoa myös aihetunnisteiden avulla tai esimerkiksi käymällä Facebookissa läpi sivulla vierailleiden sinne tekemiä julkaisuja. Epäilin kuitenkin potentiaalisen aineiston koon kasvavan niiden myötä tarpeettoman suureksi. Ajattelin myös, että uudelleentwiittaukset ja kampanjoiden sivuilla jaetut muiden käyttäjien Facebook-päivitykset toimivat valmiiksi kuratoituna tai suodatettuna katselmuksena siihen, mitä muualla sosiaalisessa mediassa kampanjasta tai aiheesta on sanottu. Facebook- ja Twitter-aineiston kerättyäni arvioin aineiston riittäväksi varsinkin yhdessä journalistisen aineistoni kanssa enkä kokenut tarpeelliseksi muuttaa jo etukäteen tekemääni rajausta.

Facebook- ja Twitter-aineistoa kerätessäni olen arvioinut ja harkinnut tekstien soveltuvuutta seuraavista näkökulmista: Pystyykö teksti vastaamaan tutkimuskysymyksiini? Rakentaako tai artikuloiko teksti (twiitti tai Facebook-julkaisu) merkityksiä ”kulttuurille” ja ”taloudelle”? Onko tekstistä erotettavissa jotain tietynlaista merkitysten rakentamisen tapaa (artikulaatiota), joka saattaisi toistua muuallakin aineistossa? Käytännössä pois jäivät sellaiset julkaisut, joissa tällaisia artikulaatioita ei ollut havaittavissa eikä siten mitään varsinaista puhetapaakaan, joka rakentaisi merkityksiä ”kulttuurille” ja ”taloudelle” tai niiden suhteille. Diskurssianalyysia tehdessäni en ole kiinnostunut niistä ilmeisistä merkityksistä, joita kulttuurille annetaan. Esimerkiksi se, minkälaisin adjektiivein kulttuuria puolustavien kampanjoiden kohteita kuvataan, ei ole tutkimuskysymyksiäni, metodini eikä artikulaatiota painottavan teoriani kannalta mielenkiintoista. Olen kiinnostunut siitä, miten ja minkälaisia aineksia teksteissä artikuloidaan yhteen ja miten näistä artikulaatioista syntyy merkityksiä, puhetapoja ja kokonaisia diskurseja, jotka rakentavat ”kulttuuria” ja ”taloutta”.

Tämän takia pois jäivät esimerkiksi sellaiset päivitykset, joissa sivun ylläpitäjä päivittää kampanjan tilannetta: ”Meitä on jo yli 13000 ja kannatus kasvaa! Jatkossa tiedotamme teitä myös suomeksi, pysykää taajuudella! [linkki Facebook-sivulle]” (Save Radio Helsinki/Twitter 15.7.2013). Myös esimerkiksi muiden käyttäjien tekemät päivitykset, joissa tuotiin ainoastaan ilmi pelastamiskampanjan kohteen suojelun tarve tai keuhuttiin tai kuvailtiin kohdetta, jäivät pois: ”Meidän täytyy pelastaa @SaveOurRadio Helsinki, sillä millään muulla suomalaisella radioasemalla ei ole näin siistiä ”suosituimmat”-soittolistaa: [linkki soittolistaan]” (Save Radio Helsinki/Twitter uudelleentwiittaus 17.7.2013, suom. KM). Nämä esimerkit ovat yksittäisiä tapauksia, jotka kuvastavat vain omalta osaltaan sitä, minkälaiset tekstit arvioin aineistoa kerätessäni analyysiini soveltuviksi ja mitkä en. Sosiaalisen median päivitysten moninaisuuden ja niiden sisältöjen

monipuolisuuden vuoksi on mahdotonta kuvailla yleisellä tasolla tai yleispätevästi sitä, minkälaiset päivitykset jäivät ulkopuolelle tai minkälaiset pääsivät mukaan. Yhteinen nimittäjä aineistoni ulkopuolelle jääneille oli se, että ne eivät vastanneet tutkimuskysymyksiini eivätkä edellä muotoilemiini kysymyksiin, joiden avulla arvioin niiden soveltuvuutta.

Tässä vaiheessa aineistokseni valikoituneet twiitit ja Facebook-päivitykset taas vastasivat mielestäni näihin kysymyksiin. Niille yhteistä oli myös usein se, että ne rakensivat artikulaatioita, joissa esimerkiksi ”kulttuuria” tehtiin merkitykselliseksi kytkemällä se kulttuurin sfääriksi ymmärretyn ulkopuolella oleviin asioihin. Esimerkiksi tässä Facebook-päivityksessä kulttuuri liitetään kaupunkikuvaan ja maan pääkaupungin vetovoimaan, mikä tuottaa sille merkitystä esimerkiksi turistien houkuttelemisen välineenä (ja sitä kautta matkailualan piristämisen ja laajemman taloudellisen tilanteen kohentamisen välineenä):

Uusia hotelleja rakennetaan ympäri Helsinkiä vaikka taloustilanne ja venäläisturistien kato ovat ajaneet matkailualan ahtaalle.

Edistetäänkö Helsingin vetovoimaa lakaisemalla kulttuuriperinteet maton alle ja rakentamalla tilalle yksi pieni hotelli lisää? Vai olisiko sittenkin parempi pitää huolta kulttuurin ja kaupunkikuvan monimuotoisuudesta?

[Linkki Ylen artikkeliin ”Pitkä liuta hotellitulokkaita Helsingin seudulle – tyhjä huoneet huolettavat”]

(Pelastetaan Maxim/Facebook 15.2.2015)

Jari Eskola ja Juha Suoranta (1998, 63) painottavat aineistoon ja sen riittävyteen liittyen ”teoreettisten linssien keskeisyyttä”. Heidän mielestään on selvää, että aineisto ei voi saavuttaa minkäänlaista saturaatiota eli kylläntymistä – siis tilannetta, jossa uudet tapaukset eivät enää tuota uutta tietoa – , jos tutkija ei ole selvillä siitä, mitä hän aineistostaan hakee. Teoreettisten linssien keskeisyydellä Eskola ja Suoranta eivät tarkoita sitä, että tutkijalla pitäisi olla valmis teoria. Pikemminkin sitä, että aineistoa lukemalla siitä alkaa näkyä jotain kiinnostavaa, joka johtaa etsimään lisää samantapaisia lausumia, aineiston eroja ja yhtäläisyyksiä jonkin teoreettisesti kiinnostavan teeman kannalta. Tämä vaatii tutkijalta vankkaa lukeneisuutta. (Emt.) Olen kiinnittänyt niin sosiaalisen median sisältöjä kuin journalistisia tekstejä kerätessäni huomiota siihen, minkälaisia aineksia, teemoja ja asioita teksteissä artikuloidaan yhteen ja miten. Kiinnostavaa on se, minkälaisia merkityksiä ja konnotaatioita juuri näillä aineksilla, asioilla ja teemoilla on. Kaikki puheenvuoroissa esille nostetut asiat tuovat keskusteluun mukanaan omat

merkityksensä, jotka kietoutuvat siten osaksi kulttuurille ja taloudelle annettuja merkityksiä. Huomion kiinnittäminen artikulaatioihin tarkoittaa myös sen tarkastelemista, minkälaisia konteksteja näistä yhteenliittymistä teksteissä rakentuu. Kuten luvussa 3.2.2 totesin, analyysini tarkoitus on rakentaa tai artikuloida konteksti, käytäntöjen koannelma. Varsinaisen diskurssien muodostamiseen tähtäävän analyysini kannalta tämä tarkoittaa sitä kontekstia, jonka diskurssi luo sen kohteelle ja joka siten tuottaa tälle kohteelle tietynlaisia merkityksiä ja tietynlaista identiteettiä. Käydessäni läpi mahdollista aineistoa olen kiinnittänyt huomiotani siihen, onko teksteistä ylipäänsä tunnistettavissa joitain vihjeitä niissä muodostuvista ”kulttuuria” tai ”taloutta” määrittelevistä artikulaatioista, merkityksistä, konteksteista – diskursseista.

Kun olin aineistolle asettamieni kriteerien ohjaamana käynyt läpi Facebook-sivujen ja Twitter-tilien sisällöt, kasassa oli iso joukko sisältöjä, joiden ajattelin vaativan vielä perkaamista. Osa talteen keräämistäni sosiaalisen median päivityksistä oli selvästi sopivaa aineistoa analyysiini, osan kohdalla olisi harkittava vielä uusin silmin uudestaan. Paitsi sisällön soveltuvuuden myös aineiston koon kannalta olisi todennäköisesti vielä tehtävä karsintaa: kuvakaappauksia twiiteistä ja päivityksistä oli yhteensä 94. Osaan näistä oli tallentunut yksi twiitti tai Facebook-päivitys, osaan pätkä jostakin pidemmästä Facebookissa julkaistusta kannanotosta, joka ei mahtunut yhteen kuvakaappaukseen. Keräämiäni linkkejä alustavasti kiinnostavilta vaikuttaneisiin ja vielä tarkempaa tarkastelua vaativiin verkkoartikkeleihin, muihin verkossa julkaistuihin teksteihin sekä videoihin ja tv- ja radio-ohjelmiin oli puolestaan kertynyt tässä vaiheessa noin 80. Laadullisessa tutkimuksessa aineiston koolla ei ole välitöntä vaikutusta tutkimuksen onnistumiseen (Eskola & Suoranta 1998, 62), mutta aineistoni tuntui tässä vaiheessa liian laajalta analyysiin käytettävissä olevan ajan ja analyysin vaatiman työmäärän suhteen. Tutustuessani joihinkin osiin aineistostani jo ennen tutkimusaiheeni täsmentymistä huomasin, että suhteellisen pienikin näyte tuottaa paljon tutkimuskysymyksiini vastaavaa tietoa. Lisäksi tiesin, että sosiaalisen median aineistoni sekä varsinkin keräämäni journalistiset tekstit vaatisivat vielä sisältöjensä puolesta tarkempaa tarkastelua. Joukkoon oli jäänyt paljon sellaista, jonka merkitystä olisi vielä arvioitava uudelleen tutkimukseni teorian ja tutkimuskysymysten valossa.

Artikulaation ja kontekstuaalisuuden ajatusten sekä diskurssitutkimukseen liittyvien teoreettisten taustaoletusten ja tutkimuskysymyksieni pohjalta aloin käydä läpi keräämäni aineistoa rajatakseni ja tiivistääkseni sitä. Tässä vaiheessa tekemäni työ alkoi kuitenkin tuntua jo enemmän aineiston koodaamiselta kuin vain rajaamiselta. Esimerkiksi laajaa verkkoartikkeleiden aineistoa

tuntuikin melko hankalalta rajata pudottamalla kokonaisia artikkeleita pois, sillä monissa teksteissä oli vähintään yksi tai kaksi tutkimuskysymysteni kannalta kiinnostavaa havaintoa. Olin siis astunut jo varsinaisen analyysin puolelle ja päätin jättää aineiston rajaamisen myöhemmälle, jos aineisto alkaa tuntua tarpeettoman suurelta ja kyllääntyä tai jos joukosta löytyy analyysin edetessä vielä tutkimuskysymysteni ja teoreettisen lähestymistapani kannalta tarkoitukseen soveltumattomia tekstejä. Eskola ja Suoranta (1998, 65) toteavat, että laadullisessa tutkimuksessa aineiston rajaus tapahtuu teoreettista kattavuutta silmälläpitäen. Kriteerinä on tietyn aineiston teoreettinen kiinnostavuus valitun tutkimusongelman ratkaisussa, ja tärkeää on se, että aineiston keruuta ohjaa jäsentynyt teoreettinen viitekehys. Laadullisessa tutkimuksessa ei ole olemassa mekaanisia sääntöjä aineiston koon määrittämiseksi. Aineiston tehtävänä on toimia tutkijan apuna rakennettaessa käsitteellistä ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä. Tarkoituksena ei ole vain kertoa aineistosta, vaan pyrkiä rakentamaan siitä teoreettisesti kestäviä näkökulmia. Aineiston kylläntymisellä, saturaatiolla, viitataan siihen, että tietty määrä aineistoa riittää tuomaan esiin sen teoreettisen peruskuvion, joka tutkijan on tutkimuskohteestaan mahdollista saada. Saturaatiopistettä ei välttämättä pysty määrittämään etukäteen, joten sitä voi tarkkailla tutkimusta tehdessään. (Emt. 62–63, 65.)

5.2 Havainnoista diskursseiksi

Analyysini noudattelee Tuomen ja Sarajärven (2009, 91–93) esittelemää yleistä kuvausta laadullisen analyysin toteuttamisesta. Kirjoittajat ovat käyttäneet mallinsa pohjana tutkija Timo Laineen alun perin esittelemää runkoa. Ensimmäisessä vaiheessa tutkijan pitää tehdä vahva päätös siitä, mikä aineistossa kiinnostaa. Sen jälkeen tutkija käy aineiston läpi erottaen ja merkiten ne asiat, jotka sisältyvät rajattuun kiinnostukseen. Kaikki muu jätetään tutkimuksen ulkopuolelle, ja merkityt asiat kerätään yhteen, erilleen muusta aineistosta (koodaaminen). Sen jälkeen tutkijan tehtävänä on luokitella, teemoitella, tyypitellä tai jollakin muulla vastaavalla tavalla järjestää aineisto. Lopuksi kirjoitetaan yhteenveto. Teemoittelu tai tyypittely käsitetään yleensä varsinaiseksi analyysiksi (tekniikkana). (Emt.) Koodaamisella taas on tehtävänsä aineiston ja siitä tehtyjen havaintojen jäsentämisessä. Koodimerkit toimivat tekstin sisään kirjoitetuina muistiinpanoina tietyille tekstin kohdille annetuista tulkinnoista. Koodimerkit ja niiden selitteet jäsentävät tehtyjä tulkintoja, ja näin nähdään, mitä aineistossa tutkijan mielestä käsitellään. Ne

toimivat myös tekstin kuvailun apuvälineenä ja aineiston jäsenyyksen testausvälineenä. Lisäksi ne toimivat osoitteina: niiden avulla voidaan etsiä kohdat, joihin analyysin seuraavassa vaiheessa halutaan paneutua. (Eskola & Suoranta 1998, 154–155.)

Päätin aloittaa aineistoni koodaamisen journalistisista artikkeleista ja blogikirjoituksista. Ensimmäisellä kierroksella ja ensimmäisiä koodauksia tehdessäni tarkoitukseni oli siis vielä karsia aineistoa ja rajata pois tekstit, jotka eivät vastaa tutkimus- ja analyysikysymyksiini. Halusin siis ensinnäkin varmistua siitä, että valitsemani aineisto tuottaa tutkimuskysymyksilläni tietoa, mutta myös tutustua aineistoon kokonaisuutena ennen syvällisempää paneutumista teksteihin. Luin tekstit kertaalleen läpi ja koodasin jokaisesta tekstistä vähintään yhden havainnon taloutta tai kulttuuria koskevista puhetavoista. Jos tällaisia havaintoja ei jostakin tekstistä syntynyt, jätin sen aineistoni ulkopuolelle. Alustavalla aineiston koodaamisella sain siis perusteltua keräämäni aineiston sopivuuden. Ne artikkelit tai tekstit, jotka eivät tarjonneet niille esittämiini kysymyksiin vastauksia, eli eivät tuottaneet mitään koodimerkintöjä, jäivät pois. Analyysissa aineistolle esittämäni kysymykset olivat seuraavat: Mitä aineksia ja merkityksiä elokuvateatteri Maximin ja Radio Helsingin lakkauttamista ja arvoa käsittelevissä teksteissä artikuloidaan yhteen? Minkälainen konteksti ja miten näistä artikulaatioista ja niiden tuottamista merkityksistä rakentuu keskustelulle ja ”kulttuurin” ja ”talouden” ymmärtämiselle? Näiden analyysikysymysten olennainen jatkokysymys tutkimusongelmani kannalta on: Minkälaisina ”kulttuuri” ja ”talous” tässä kontekstissa, artikulaatioiden muodostamisissa diskursseissa, näyttäytyvät? Käytännössä analysoin teksteistä sitä, minkälaisin perusteluin ja puhetavoin kulttuurin olemassaoloa ja säilyttämistä puolustetaan tai minkälaisin argumentein niiden lakkauttamista käsitellään. Kyse on kaiken kaikkiaan siis siitä, minkälaisin diskurssein ja minkälaisessa diskurssien muodostamassa kontekstissa kulttuurin arvoa ja merkitystä aineistossani määritellään.

Koodatessani potentiaalista artikkeleista ja blogikirjoituksista koostuvaa aineistoani ensimmäisen kerran, kokosin tekstejä myös jonkin verran yhteen. Alustavan koodaamisen lisäksi lajittelin samankaltaisia havaintoja sisältäneitä tekstejä tekstiedostossa alustavien teemojen, siis nimeämieni koodausten alle. Tässä vaiheessa järjestelin tekemiäni havaintoja esimerkiksi seuraavien koodiryppäiden avulla, jotka erotan tässä toisistaan puolipisteellä: korkea/matala, valtavirta/eksklusiivisuus, keskiluokkaisuus/elitistisyys; korkea/matala, paha kaupallinen/hyvä vaihtoehtoinen; korkea/matala, taide/ei-taide; talouden ensisijaisuus; kulttuuri ensisijaisesti liiketoimintana; brändiarvo/kulttuurin välinearvo. Jo alustava aineiston koodaaminen ja luokittelu

osoitti, että tietyt puhettavat toistuvat aineistossani, eli yhtenäisiä diskursseja alkoi jo tässä vaiheessa muotoutua. Esimerkiksi talouden asettaminen etusijalle sekä kulttuurin käsittäminen korkea-matala-jaon ja kaupallinen-ei-kaupallinen-jaon kautta nousivat näkökulmina toistuvasti esille. Vaikka suuret teemat olivat selvillä jo pinnallisenkin analyysin jälkeen, niiden sisällöt ja artikuloituminen vaatisivat vielä tarkempaa analyysia.

Analyysini ensimmäisen vaiheen jälkeen lopullinen aineistoni oli kasassa, ja sen päätteeksi tulostin analyysiani varten yhteensä 36 journalistista verkkoartikkelia ja blogikirjoitusta. Näistä 20 tekstiä käsitteli elokuvateatteri Maximia ja 16 tekstiä Radio Helsinkiä. Muutamia tekstejä eivät olleet varsinaisista blogeista kerättyjä, mutta kuitenkin täysin blogiteksteihin verrattavissa olevia kirjoituksia esimerkiksi suomalaisten artistien nettisivuilta. Aineistossani on muun muassa Ylen, Helsingin Sanomien, Rumban, Soundin, Suomen Kuvalehden ja Turun Sanomien artikkeleita. Uutiset, yleisönosastokirjoitukset, pääkirjoitukset ja kolumnit muodostavat suurimman osan aineistostani. Mukana on myös blogikirjoituksia esimerkiksi Aamulehden, Suomen Kuvalehden ja Imagen bloggaajilta. Aineisto tuntui tässä vaiheessa edelleen melko laajalta, mutta päätin aloittaa analyysin tällä aineistolla ja tarkkailla sen kylläntymistä matkan varrella. Jätin sosiaalisen median aineiston vielä odottamaan omaa analyysia ja päätin keskittyä ensiksi vain verkkoartikkeleihin ja blogiteksteihin. Aineiston laajuuden, sen tuottamien havaintojen runsauden sekä käytettävissä olevan ajan vuoksi rajasin tässä vaiheessa aineistoni ulkopuolelle kaikki keräämäni videot sekä televisio- ja radio-ohjelmat. Audiovisuaalisen aineiston purkaminen ja litterointi olisi vienyt liikaa aikaa, eikä se välttämättä olisi tuonut jo kattavalta vaikuttaneeseen aineistooni olennaisesti mitään lisää.

5.2.1 Analyysin eteneminen ja havaintojen luokittelu

Aloitin aineiston karsimisen jälkeen varsinaisen analyysini Maximin lakkauttamista käsittelevistä teksteistä. Pidin tässä vaiheessa Radio Helsinkiä ja elokuvateatteri Maximia käsittelevät tekstit erillään toisistaan, kuten olin tehnyt myös alustavasti aineistoa koodatessani. En vielä analyysini alkupuolella ollut varma, onko niiden erillään pitäminen perusteltua tai merkityksellistä analyysin loppuun asti. Luin Maximia koskevia tekstejä edelleen jo edellä esittelemieni analyysikysymysten avulla: Mitä aineksia ja merkityksiä elokuvateatteri Maximin lakkauttamista ja arvoa käsittelevissä teksteissä artikuloidaan yhteen? Minkälainen konteksti ja miten näistä artikulaatioista ja niiden

tuottamista merkityksistä rakentuu keskustelulle ja ”kulttuurin” ja ”talouden” ymmärtämiselle? Tekstejä lukiessani merkitsin teksteistä huomiovärillä yliviivaten ne kohdat, jotka vastasivat kysymyksiini ja toimivat vihjeinä aineistossa käytetyistä puhetavoista. Niiden oheen kirjasin myös koodauksia ja muita muistiinpanoja havainnoistani. Merkitsemieni havaintojen mukaisesti aloin myös muodostaa ja nimetä kategorioita, joihin sijoitin ja näin myös ryhmittelin ja koostin tekemiäni havaintoja ja vihjeitä yhtä käyttöyhteyttä laajemmista puhetavoista.

Kuten aineistoa alustavasti koodatessani ja karsiessani olin havainnut, talouden ensisijaisuus ja kulttuurin näkeminen korkeaan (”oikeaan” tai ”hyvään”) ja matalaan (”huonoon”) jakautuneena tuntuivat olevan aineistoni kaksi merkittävintä ja hallitsevinta puhetapaa. Varsinaiseen analyysiin ryhdyttyäni molemmat havaintoni saivat hyvin nopeasti vahvistusta. Taloudellisen tuoton esittäminen toimintakyvyn ensimmäisenä edellytyksenä, kulttuurin näkeminen esimerkiksi imagoa, terveyttä, maabrändiä ja kaupunkikuvaa kohentavana välineenä sekä kaupallisten mittareiden (esimerkiksi elokuvissa kävijöiden määrän) käyttäminen perusteluna suojeltavan kulttuurin arvolle olivat teksteissä jatkuvasti toistuvia puhetapoja. Kulttuurin korkea-matala-jakoa tuottivat tekstistä toiseen puhetavat, joissa ”oikeaan” kulttuuriin (Maximin kaltaiseen taide-elokuvien näyttämöön) liitettiin yleviä ominaisuuksia, kuten elämyksellisyys, haastavuus, taiteellisuus ja ei-kaupallisuus ja matalaan tai ”huonoon” kulttuuriin (kuten suuriin kinokomplekseihin) taas sellaisia määreitä kuin arkisuus, kaupallisuus ja meluisuus. Hallitsevina ja laajasti aineistossani eri tavoin ilmentyvinä puhetapoina ”talouden ensisijaisuus” ja ”kulttuuri: korkea vs. matala” toimivat havaintojani ryhmittelevien kategorioiden yläotsikoina. Niiden alle aloin koota rajatumpia kategorioita, jotka nimesin ja muodostin analyysissä tekemiäni havaintojen ja koodausten pohjalta.

Analyysini edetessä nimesin talouden ensisijaisuutta korostavia puhetapoja koskeneiden havaintojen pohjalta seuraavat alustavasti nimetyt, puhetapoja ilmentävät kategoriat, jotka on tässä erotettu toisistaan puolipisteellä: tuotto=toimivuus; kulttuurin välinearvo: kaupunkikuva, imago, terveys, kilpailukyky; kulttuurin(kin) alisteisuus taloudelle; logiikan kaupallisuus; maabrändäys/kaupunki-imago. Koska kahtiajako ”korkean” ja ”matalan” kulttuurin välillä oli aineistoni puhetavoissa vahvasti esillä, myös analyysissä tekemiäni havainnot näistä puhetavoista jakautuivat erikseen ”korkean” ja ”matalan” kulttuurin merkityksellistämistä koskeviin havaintoihin. Korkeaksi aineistossani määrittynyttä kulttuuria koskevat kategoriat nimesin alustavasti seuraavanlaisesti: elämyksellisyys/tunnelma; haastavuus – vakavuus; ei-kaupallisuus –

itseisarvo; (elämän) rikkaus; taide/taiteellisuus; laatu; erillisuus/ylemyys; kypsä maku; historia/perinteet; rauhallisuus; herkkyyys; yhteisöllisyys; yhteiskunnallinen relevanssi. Matalaksi määriteltyä kulttuuria koskevat merkitykset taas ryhmittäivät alustavasti seuraavien kategorioiden alle: rutiini/arkisuus – (elämän) köyhyys; helppous; kaupallisuus; ei-taide (tuote); meluisuus/hektisyys; spektaakkelit; uhka (korkealle).¹¹ Yksi teksti saattoi sopia näistä kategorioista useampaankin, joten sijoitin tekstit niistä havaittavissa olevien puhetapojen perusteella yhteen tai useampaan kategoriaan.

Muodostin kategorioita tietäen, että vasta niitä yhdistelemällä saisin muodostettua joitakin yhtenäisiä aineistossani vallalla olevia kulttuuria ja taloutta määritteleviä diskursseja. Siksi näiden alustavien kategorioiden muodostamisen ja nimeämisen kynnyks oli matalalla: niiden ei tarvitsi olla lopullisia, mutta tässä vaiheessa ne auttaisivat hahmottamaan, hallitsemaan ja tiivistämään analyysin aikana tekemiäni havaintoja. Jotkut kategoriat niputin jo tässä vaiheessa yhteen niiden samankaltaisuuden tai päällekkäisyyden vuoksi. Esimerkiksi ”haastavuus” ja ”vakavuus” muodostivat yhdessä kategorian, sillä samoista teksteistä löytyi molempiin merkityksiin viittaavia aineksia ja nämä merkitykset vaikuttivat linkittyvän toisiinsa ja esiintyvän aina yhdessä. Samasta syystä myös esimerkiksi ei-kaupallisuus ja itseisarvo muodostivat yhdessä kategorian. Joidenkin alustavasti muodostamieni kategorioiden tajusin vasta analyysin edetessä menevän sisällöltään niin paljon päällekkäin, että ne olisi alun perinkin voinut yhdistää yhdeksi kategoriaksi. Maximia koskevat verkkoartikkelit eli ensimmäisen osan aineistostani analysoituani totesin heti jotkut edellä listaamistani kategorioista epäonnistuneiksi. Jotkut olin nimennyt vain yhden havainnon perusteella, eivätkä muut, myöhemmät havainnot tukeneet kyseistä kategoriaa. Tällaisten yhden havainnon varaan rakentuneiden kategorioiden olemassaololle ei tuntunut olevan riittävästi perusteita: kyse ei ollutkaan kokonaisesta diskurssista tai välttämättä edes laajemman diskurssin osasta, vaan yksittäisestä lausumasta, jolle kategoria perustui. Päätin kuitenkin vielä olla poistamatta yhtäkään kategoriaa ja keskittyä niiden yhdistelemiseen ja karsimiseen vasta sitten, kun olisin analysoinut loputkin aineistostani.

Aloitettuani Maximia käsittelevien verkkoartikkeleiden ja blogitekstien analysoimisen selkeitä havaintoja toistuvista puhetavoista alkoi syntyä nopeasti. Jo vajaa kymmenkunta tekstiä tuotti

¹¹ Jotkut muodostamieni kategorioiden nimet saivat vielä tarkentavia alaotsikoita, jotka toimivat lähinnä muistiinpanoina ja muistutuksina itselleni tarkemmista havainnoista, joita olin tietyn kategorian teksteistä tehnyt. Listaän tässä vaiheessa vain alustavien kategorioiden varsinaiset nimet selvyiden vuoksi. Lopullisten kategorioiden tai diskurssien kohdalla käsittelem tarkemmin tekemiäni havaintoja, joista ne saavat sisältönsä.

edellä listaamani kategoriat, eivätkä loput tästä aineiston osasta tuottaneet enää kokonaan uusia kategorioita, korkeintaan joitakin lisäyksiä jo muodostuneiden kategorioiden sisältöihin ja nimiin. Esimerkiksi perinteet-kategoria muuttui historia/perinteet-nimiseksi. Muutos oli pikemminkin tarkentava kuin koko kategorian luonnetta tai sisältöä muuttava. Periaatteessa aineisto siis kyllääntyi melko nopeasti, mutta päätin silti käydä kaikki Maximia käsittelevät artikkelit ja tekstit läpi. Niiden määrä oli kuitenkin kohtuullinen, enkä voinut olla varma, minkälaisia havaintoja loppuista teksteistä tekisin. Lisäksi diskursseissa on kyse toistuvista puhetavoista, joten tietyn havainnon esiintyminen kerran aineistossa ei vielä riitä kokonaisen diskurssin tunnistamiseen. Siksi aineisto ei tuntunut vielä riittävältä, vaikka uusia kategorioita ei enää syntynyt.

Seuraavaksi jatkoin Radio Helsinkiä käsittelevien artikkeleiden analyysiin, jonka toteutin täysin samalla tavalla ja samoin kysymyksen kuin edellä selostetun Maximia koskevan aineiston analyysin. Koko aineistoon pintapuolisesti jo aiemmin tutustuttuani oletin, että havainnot ovat melko samanlaisia Maximia ja Radio Helsinkiä käsittelevissä teksteissä, enkä ajatellut, että uusia kategorioita välttämättä edes enää syntyisi. Päätin pitää kuitenkin kahden eri tapauksen havainnot erillään, koska saattaisi myöhemmin analyysin tuloksia käsitellessä olla kiinnostavaa nähdä se, ovatko havainnot erilaisia eri tapauksiin liittyvissä aineistoissa. Koska oletin puhetapojen olevan myös Radio Helsingin lakkauttamista käsittelevissä artikkeleissa ja blogiteksteissä samankaltaisia kuin Maximin lakkauttamista käsittelevissä, en aloittanut kategorioiden muodostamista alusta. Pidin edellä esittelemäni alustavat, aineistosta tekemieni koodausten pohjalta muodostetut kategoriat analyysini pohjana, mutta kirjasin kaikki havainnot erilleen aiemmin tehdyistä, jotta näen tarvittaessa erot eri tapauksia käsittelevien aineistojen välillä. Uusiakin kategorioita muodostui Radio Helsinkiä koskevaa aineistoa analysoidessani. ”Talouden ensisijaisuus” -yläotsikon alle en muodostanut yhtäkään uutta kategoriaa, mutta ”korkeaa” ja ”matalaa” kulttuuria koskeville havainnoilleni muodostin ja nimesin uusia kategorioita. ”Korkeaa” kulttuuria rakentaville puhetavoille muodostin havaintojeni pohjalta seuraavat alustavat kategoriat: autenttisuus; ei-kaupallinen markkina-alue; monipuolisuus; omalakisuus (markkinalogiikan ulkopuolella). Myös ”matalaa” kulttuuria rakentaneista puhetavoista tekemäni havainnot vaativat kahden uuden kategorian muodostamista. Toisen nimeksi tuli tässä vaiheessa ”epäaitous” ja toisen ”monotonisuus”.

Jotkut aiemmin muodostamani kategoriat osoittautuivat Radio Helsingin lakkauttamista käsitteleviä tekstejä analysoidessani hyödyttömiksi, kun niitä tukevia havaintoja ei syntynyt eikä

aiempia havaintoja ollut tarpeeksi, jotta niistä olisi voinut muodostua kokonainen diskurssi. Tämä koski lähinnä ”korkeaa” ja ”matalaa” kulttuuria koskevia puhetapoja, ei talouden ensisijaisuutta korostaneita puhetapoja. Radio Helsingin lakkauttamista käsittelevien tekstien analyysin aikana aineistoni ulkopuolelle tippui yksi teksti, joka ei ollut sittenkään tutkimuskysymyksiini ja teoriani kannalta merkittävä eikä vastannut analyysikysymyksiini. Rumban julkaisemassa artikkelissa uutisoidaan Red Hot Chili Peppers -yhtyeen kitaristin Josh Klinghofferin ja muiden ulkomaisten artistien Radio Helsinkiä puolustavista kannanotoista. Artikkelin uutisoi siis suomalaisen radiokanavan saamasta kansainvälisestä huomiosta ja liippasi läheltä maabrändäystä korostavaa puhetapaa, joka toistui aineistossani (ks. luku 6.1.1). Sen kuitenkin erotti maabrändäystä korostavia puhetapoja toistavista teksteistä se, etteivät sen uutisoimat kannanotot merkityksellistyneet siinä nimenomaan Suomen edun mukaisiksi. Sosiaalisessa mediassa paljon seuraajia ja yleisöä keräävän Red Hot Chili Peppers -jäsenen tuki, joka oli jutun pääpointti, nähtiin tärkeäksi vain itse kampanjan ja sen saaman huomion kannalta, ei Suomi-brändin tai maan kilpailukyvyn näkökulmista.

Kun sekä Maximia että Radio Helsinkiä koskevat verkkoartikkelit ja blogitekstit oli analysoitu, tekemiäni havaintojen ja muodostamiäni kategorioiden runsaus sai epäilemään twiittien ja Facebook-päivitysten analysoimisen tarpeellisuutta. Aineisto tuntui olevan tarpeeksi laaja jo ilman niitäkin, vaikka toisaalta uusia kategorioita oli syntynyt vielä analyysini edellisessä vaiheessa eli Radio Helsingin lakkauttamista koskevia tekstejä tarkastellessani. Päätinkin tässä vaiheessa tiivistää kategorioita ja tähän mennessä tekemiäni havaintoja sekä tarkistaa ja täsmentää joitakin epävarmoiksi jääneitä koodauksia ja päättää vasta sitten, mikä sosiaalisen median aineiston merkitys analyysilleni olisi. Vaihtoehtoina olisi todeta tähän mennessä analysoitu aineisto tarpeeksi kattavaksi ja jättää twiitit ja Facebook-päivitykset kokonaan analyysini ulkopuolelle tai rajata 94 kuvakaappausta sisältävä sosiaalisen median aineisto pienemmäksi ennen niiden analysoimista. Sosiaalisesta mediasta kerätyt kannanotot ja tekstit ovat kuitenkin eri lähtökohdista ja erilaisin ehdoin tuotettua aineistoa kuin journalistiset artikkelit, minkä takia niiden analysoiminen jossakin laajuudessa tuntui kiinnostavalta ja perustellulta.

5.2.2 Diskurssikategorioiden muodostaminen

Muodostamani kategorioita ja havaintojani tiivistääkseni aloin käydä läpi jo analysoimaani aineistoa kategorioittain. En enää erotellut Radio Helsinkiä ja elokuvateatteri Maximia koskevien aineistojen havaintoja, sillä se ei tuntunut lopullisia kategorioita muodostaessa tärkeältä. Kuten olen aiemmin todennut, molemmat tapaukset ovat keskenään melko samanlaisia, eikä työni tarkoituksena muutenkaan ole tarkastella varsinaisesti näiden tapausten tai kampanjoiden erityispiirteitä tai niiden ympärille muodostuneiden kansanliikkeiden erityisyyttä vaan lakkauttamispäätösten ympärillä käydyn julkisen keskustelun puhetapoja. Käsittelin yhden kategorian kerrallaan keräten kaikki tiettyä kategoriaa tukeneet tekstit yhteen ja lukien ja analysoiden niitä uudestaan. Kirjoitin jokaisesta kategoriasta sitä koskevia ja kuvastavia havaintoja ylös saadakseni paremman kokonaiskuvan jokaisen kategorian ja niihin sijoitettujen tekstien sisällöistä. Tämä työskentelytapa auttoi myös näkemään, mitkä kategoriat menevät osittain päällekkäin tai mitkä olisi muulla perusteella mahdollisuus yhdistää tai ainakin esitellä tuloksissa saman otsikon alla. Jo analysoidessani tekstejä ja muodostaessani alustavia kategorioita havaitsin, että talouden ensisijaisuutta koskevat puhetavat eivät olleet kovin moninaisia. Talouden asettaminen etusijalle ja määrääväksi tekijäksi kuvasti aineistossani vallitsevaa laajaa puhetapaa, mutta keinot, joilla tätä puhetapaa rakennettiin, eivät olleet kovin monilukuisia. Kootessani kategorioihin liittämiäni havaintoja huomasin, että muodostamani viisi alustavaa kategoriaa, jotka kuvasivat taloutta määrittäviä puhetapoja, olivat keskenään yhdenmukaisempia kuin aluksi olin ajatellut. Havaintojen kokoaminen auttoi näkemään, että viidestä kategoriasta muotoutuukin kaksi diskurssia, jotka rakentavat molemmat omalla tavallaan ajatusta talouden määräävyydestä. Esittelen nämä diskurssit luvussa 6.1.

Käydessäni läpi kulttuuria merkityksellistäviä puhetapoja ja niitä kuvastavia alustavia kategorioita aloin epäillä tekemääni erottelua ”korkean” ja ”matalan” kulttuurin diskurssien välillä. Korkea-matala-jakoa rakennetaan aineistossani, mutta sitä mukaileva jako ”korkean” kulttuurin diskursseihin ja ”matalan” kulttuurin diskursseihin ei tuntunutkaan olevan paras tapa järjestää ja kuvata analyysini tuloksia. Erilliset ”matalan” kategoriat alkoivat tuntua turhilta sen vuoksi, että jo ”korkean” kategoriat ja niihin liittyvät havainnot tulivat määritelleeksi paitsi korkeaa, ”oikeaa” kulttuuria myös matalaa ”ei-kulttuuria” – ”korkea” kun rakentuu suhteessa ”matalaan”. Kun määritellään jotakin korkeaksi tai määritellään mitä korkea on, määritellään samalla sitä, mitä matala on, ja sama pätee myös toisin päin. Se mitä korkea on, on samalla sitä, mitä matala ei ole.

Jotkut "matalan" kategoriat alkoivat havaintoja kootessani vaikuttaa väkisin "korkean" vastapareiksi muodostetuilta. Vastapareille ei ollut tarvetta, sillä "korkean" puhettavat jo tuottivat paitsi korkeaa myös matalaa samalla vastakohtakseen. Korkean eli "oikean" kulttuurin määritelmiin sisältyivät siis jo ne matalan "ei-kulttuurin" määritelmät, joita rakentaville puhetavoille olin muodostanut omat, erilliset "matalan" kategoriat. Havaintoja kootessani tulkitsin korkea-matala-jaon korostumisen niin, että sen rakentaminen on keino määritellä "oikeaa" kulttuuria. "Korkeaksi" määrittyvä on "oikeaa" kulttuuria ja "matalana" esitetty taas on jonkinlaista kaupallista ei-kulttuuria, pikemminkin myytäviä tuotteita. Jaon korostaminen on siis keino rajata sitä, mikä on "kulttuuria" ja mikä ei. "Oikea" kulttuuri saa määritelmänsä vastakohtaisuudestaan kaupalliseen ei-kulttuurin nähden, ja toisin päin.

Päädyinkin havaintoja ja alustavia diskursseja tarkasteltuani muodostamaan "oikeaa" kulttuuria määrittäviä diskursseja jo aiemmin muodostamieni "korkean" diskurssikategorioiden mukaan. Matala "ei-kulttuuri" ei saa "oikean" kulttuurin statusta, joten kulttuuria määrittelevien ja merkityksellistävien puhetapojen lopullisten kategorioiden muodostaminen jo nimeämieni "korkean" kategorioiden pohjalta oli luontevinta. Yhdistelin toisiinsa sellaisia alustavia "korkean" kategorioita, jotka olivat havainnoiltaan ja sisällöiltään samantyyppisiä. Talouden diskurssien muodostaminen oli havaintojen yhtenäisyyden sekä suhteellisen samanlaisina läpi aineiston jatkuvien puhetapojen vuoksi melko helppoa. Kulttuuria koskevat puhettavat ja "oikeaa" kulttuuria määrittelevät diskurssit olivat moninaisempia, monisyisempiä ja monilukuisempia, minkä vuoksi niiden hahmottamisessa, nimeämisessä ja tiivistämisessä oli enemmän tekemistä ja epävarmuutta. Lopullisia talouden ja kulttuurin diskurssikategorioita muodostaessani tein päätöksen, että analysoin vielä sosiaalisen median aineistonkin. Edellä kuvaamani analyysi oli tuottanut jo toistuvia havaintoja ja selkeitä, järjestettävissä olevia tuloksia, mutta toivoin saavani vielä uudesta, tutkimattomasta aineistosta lisää havaintoja siitä, miten kulttuuria koskevat diskurssit muodostuvat. Tätä viimeistä analyysivaihetta aloittaessani olin jo saanut muodostettua diskurssikategoriat, mutta osa kaipasi vielä tarkennusta. Lisäksi olisi vielä uudelleen pohdittava, mitkä havaintojeni pohjalta muodostamani tiettyjä puhetapoja kuvaavat kategoriat muodostavat yhdessä selkeitä, nimettävissä olevia ja yhtenäisiä diskursseja.

Sosiaalisesta mediasta kerätyn aineiston laajuuden ja jo tähän mennessä analyysistä kertyneen tiedon suhteellisen suuren määrän vuoksi päädyin tiivistämään tätä aineiston osaa entisestään ennen analyysin aloittamista. Kun aloin käydä läpi keräämiäni twiittejä ja Facebook-päivityksiä

samoin kysymyksiin kuin niitä aiemmin kerätessäni (ks. luku 5.1), huomasin, että vieläkin tiukempi raja-
rajaus olisi mahdollinen. Tähänastinen analyysi oli kirkastanut sitä, minkälaiset tekstit tuottavat
vastauksia näihin kysymyksiin ja ennen kaikkea tutkimus- ja analyysikysymyksiin (ks. luku 1.1 ja
5.2) teoreettisten näkökulmieni valossa. Sosiaalisen median aineistossani oli näistä näkökulmista
tarkasteltuna karsimisen varaa. Alun perin aineistoa kerätessäni olin kerännyt tekstejä tietyin
aiemmin tässä luvussa kuvailluin reunaehdoin, edellytyksin ja kysymyksiin, mutta ottanut
varmuuden vuoksi mukaan myös epävarmoja mutta potentiaalisia tekstejä. Mukaan oli siksi
tarttunut paljon sellaisia päivityksiä, joiden merkityksestä tai soveltuvuudesta en ollut ennen
analyysiin ryhtymistä täysin varma. Nyt uudelleen tähän aineiston osaan palatessani arvioiminen
oli helpompaa, sillä analyysikysymykseni ja teoreettisten lähestymistapojeni (ks. luku 3) merkitys
analyysissa olivat hioutuneet työtä tehdessä tarkemmiksi.

Jatkoin analyysia samalla kaavalla ja samoin analyysikysymyksiin kuin edellä. Samat puhutavat
toistuivat sosiaalisesta mediasta keräämässäni aineistossa kuin aiemmissakin analyysin vaiheissa:
kulttuuri omalakisena, ei-kaupallisena markkina-alueena, kulttuuri välineenä esimerkiksi kaupunki-
imagon ja yritysimgon kohentamisessa, kulttuurin itseisarvo, joka perustuu siihen, että ”korkea”
tai ”oikea” kulttuuri on automaattisesti hyvää, kulttuuri liiketoimintana ja niin edelleen. Analyysin
varrella joukosta putosi vielä joitakin sellaisia tekstejä, jotka eivät tuottaneet mitään tietoa tai
havaintoja analyysikysymyksiini kannalta. Mukana oli lopulta 32 sosiaalisen median päivitystä,
joista jotkut olivat vain parin lauseen mittaisia ja jotkut taas useamman kappaleen pituisia,
jäsenneilyjä tekstejä. Oletukseni oli, että jo matkan varrella tutuksi tullut sosiaalisen median
aineistoni ei välttämättä tuottaisi juurikaan uutta tietoa, mutta vahvistaisi tai tarkentaisi jo
muodostamiani diskurssikategorioita. Tässä vaiheessa analyysia kävikin selväksi, että aineistoni on
saavuttanut kylläntymispisteensä.

Uusia kategorioita ei syntynyt, mutta analyysi teki kuitenkin tehtävänsä muodostamieni
kategorioiden täsmentämisessä ja auttoi tarkentamaan sitä, minkälaisen jäsenneilyksen kautta
analyysin tuloksia olisi parasta esitellä. Jotkut sosiaalisen median aineistosta tekemistäni, jo
muuallakin aineistossa toistuneista havainnoista auttoivat täsmentämään kategorioiden nimiä,
sisältöjä ja niiden välittämiä merkityksiä. Ongelmana kulttuurin kategorioiden nimeämisessä oli
oikeastaan vain se, miten saisin tiiviisti nimettyä diskurssit niin, että nimet mahdollisimman hyvin
edustaisivat näiden kategorioiden sisältöjä. Päänvaivaa oli tuottanut myös se, miten analyysini
tuottamat yhdeksän kulttuuria koskevaa alustavaa kategoriaa olisivat tiivistettävissä selkeiksi

kokonaisuuksiksi, diskursseiksi. Samanlaista ongelmaa en kohdannut talouden diskursseja nimetessäni, sillä niihin liittyvät havainnot eivät olleet yhtä moninaisia. Lopulta muodostin alustavista kategorioista tiivistämällä neljä kulttuuria koskevia puhetapoja ilmentävää diskurssikategoriaa, jotka esittelen luvussa 6.2.

6 TULOKSET: TALOUTTA JA KULTTUURIA MÄÄRITTÄVÄT DISKURSSIT

Esitän analyysini tulokset tässä luvussa diskursseittain. Olen jakanut diskurssit kahteen ryhmään kahden pääteeman mukaan: talouden ensisijaisuutta korostavat puhetavat käsittelen alaluvussa 6.1 ja kulttuuria merkityksellistävät diskurssit, joissa korostuu korkea-matala-jako, esittelen alaluvussa 6.2. On kuitenkin todettava, että diskurssien rajat ovat osittain keinotekoisia. ”Taloutta” ja ”kulttuuria” määrittävät diskurssit eivät ole toisistaan täysin irrallisia eivätkä ne aineistossani erota ”taloutta” ja ”kulttuuria” toisistaan riippumattomiksi alueiksi. Talouden ensisijaisuutta korostavat puhetavat ilmenevät nimenomaan siinä, miten kulttuuria aineistossani merkityksellistetään ja minkälaisin näkökulmin sitä lähestytään. Kulttuurin korkea-matala-jakoa taas tuotetaan ”kaupalliseksi” määrittyvän viihteen ja ”ei-kaupallisen”, ”oikean” kulttuurin välillä. Niiden erot määrittyvät niiden toiminnan logiikasta: Ensimmäisestä tuotetaan rahanteon välinettä, jolle ei ”oikean” kulttuurin puolustajilta heru arvostusta. Jälkimmäinen saa arvonsa juuri siitä, ettei toimi kaupallisen logiikan mukaan vaan itsenäisesti. ”Oikean” kulttuurin itseisarvosta tulee itsestään selvää jo sen vuoksi, että se on sisällöltään omalaatuista, haastavaa ja autenttista – toisin kuin kaupallinen ”ei-kulttuuri”, jonka sisällöt esitetään kaupallisen logiikkansa seurauksena monotonisiksi ja helposti käsiteltäviksi. Näiden kahden suuren teeman sisälläkään rajojen vetäminen erilaisten diskurssien välille ei ollut yksioikoista. Ne ovat osittain päällekkäisiä, toisiaan tukevia ja ovat toistensa olemassaolosta riippuvaisia.

6.1 Talouden ensisijaisuus: kulttuurin välinearvon korostuminen

Talouden ensisijaisuutta korostavia puhetapoja erotan kaksi. Ensimmäinen niistä rakentaa ”kulttuurista” maabrändäyksen, yritysimagon rakentamisen ja kaupunkikuvan kohentamisen välinettä. Toinen kulttuurin välinearvoa korostava puhetapa taas esittää ”kulttuurin” olevan liiketoimintaa ja siten liiketoiminnan periaatteiden, kuten rahallisen lisäarvon tuottamisen vaatimuksen, alainen alue. Huomionarvoista on, että molemmat talouden ensisijaisuutta ja siten kulttuurin välinearvoa korostavat diskurssit ovat sekä radion ja elokuvateatterin lakkauttamista suunnitelleiden omistajien että lakkauttamista vastustavien kampanjoijien käytössä.

6.1.1 Kulttuuri kilpailukyvyyn parantajana: maabrändi, yritysimage ja kaupunkikuva

Kun kulttuuri merkityksellistetään esimerkiksi kaupunkikuvan, yritysimageon tai maabrändin kohentajaksi ja ylläpitäjäksi, siitä tulee väline, jolla tavoitellaan lopulta taloudellista hyötyä – kilpailukyvyyn parantamista tai yrityksen tuottamaa rahallista lisäarvoa. Tällaiset kulttuurin välinearvoa korostavat puhetavat tuottavat siis sekä kulttuurille että taloudelle omanlaistaan asemaa ja identiteettiä: kun ”kulttuuri” menettää itseisarvonsa ”talouden” käyttöön, alkaa ”kulttuuri” näyttää lisäarvon tuottamisen välineeltä ja ”talous” taas määräävältä tekijältä silläkin yhteiskunnan osa-alueella, jolla ennen koettiin olevan jonkinlainen itseisarvo tai autonomia. Kulttuurin säilyttämistä puolustavissa puheenvuoroissa vedotaan toistuvasti maamme ja pääkaupunkimme imagoon, ja näin kulttuurista tehdään maabrändäyksen ja kilpailukyvyyn kohentamisen väline. Pelkona on, että arthouse-elokuvateatterin sulkeminen tekee pääkaupungistamme takapajuksen elokuvakaupungin – muihin eurooppalaisiin pääkaupunkeihin verrattuna:

Arthouse-elokuvan esittäminen Helsingissä muuttuisi Maximin lopettamisen myötä yhä vaikeammaksi. Toisin ilmaistuna tämä tarkoittaa, että Tennispalatsin ja Kinopalatsin kaltaiset multipleksit hoitavat kyllä menestyselokuvien näyttämisen ja täyttävät nuoremman yleisön tarpeet, mutta hitaammin liikkuvat ja huonommin popkornin tuoksuun istuvat elokuvat muuttuvat uhanalaisiksi. Pelkkä menestyselokuvien ja nuorisoon keskittyminen ei myöskään saa liikkeelle sitä suurta potentiaalista yleisöä, joka jää televisioidensa ja näyttöruutujensa ääreen. Pahimmillaan tällainen kehitys tekee Helsingistä muihin eurooppalaisiin pääkaupunkeihin verrattuna elokuvallisen autiomaan. (Yle 12.1.2015)

Helsingin Sanomissa (11.12.2014 A) julkaistussa mielipidekirjoituksessa Pohjoismaisen elokuva- ja tv-rahaston toimitusjohtaja Petri Kempainen vertailee pohjoismaisten pääkaupunkien elokuvateatteritilannetta toisiinsa. Kempaisen toisessa asuinkaupungissa Oslolla oli hänen kertomansa mukaan vasta uusittu ydinkeskustassa sijaitseva nelisalinen Kino Victoria, joka on ison pohjoismaisen teatteriketjun omistuksessa:

Keski-ikäiset ja nuoremmat näyttävät nauttivan elokuvateatterista, jossa ei näytetä lainkaan lasten- tai perhe-elokuvia vaan norjalaisia ja ulkomaisia art-house-elokuvia. Popcornia ei myydä, mutta saliin saa ottaa viinilasit, mikäli sitä ei halua nauttia ennen tai jälkeen teatterin ravintolassa. ”Oheismyynti” on osa konseptia. (HS 11.12.2014 A)

Kempainen kertoo myös, että Reykjavikissa, Pohjoismaiden pienimmässä pääkaupungissa, on saneerattu ydinkeskustan nelisalinen elokuvateatteri, jossa näytetään pienemmän asukasmäärän vuoksi päivisin myös lastenelokuvia. ”Tukholmassa, Göteborgissa ja erityisesti Kööpenhaminassa

kunnianhimoiset art-house-teatterit näkyvät katukuvassa vieläkin voimakkaammin”, Kemppinen jatkaa. Lopuksi hän toteaa: ”Kotikaupunkini [Helsinki] voi tehdä osansa ja terävöittää elokuvapolitiikkaansa pohjoismaisten pääkaupunkien tasolle.” Kalle Kinnunen tekee Suomen Kuvalehden Kuvien takaa -blogissaan (16.12.2014) samantyyppistä vertailua pohjoismaisten pääkaupunkien välillä. Hän suhteuttaa teattereiden ja niiden salien määrää asukasluokkiin. Kirjoituksen otsikko kuuluu: ”Maximin tuho: näin Helsingistä tehdään elokuvakulttuurin tuppukylä”.

Vertailua kaupunkien välillä tehdään myös Facebookissa. Pelastetaan Maxim jakoi 4.12.2014 Antti Suonion kampanjan Facebook-sivulla julkaiseman kommentin, jossa hän kertoo käyneensä läpi ”Länsi-Euroopan pääkaupungit, siis pois lukien entiset itäblokin maat”:

Jätin väliin varmuudella hyvät elokuvakaupungit ja tutkin seuraavien elokuvateatteritilanteen: Ateena, Bern, Dublin, Haag, Lissabon, Oslo, Reykjavik, Valletta, Wien. Helsinki on surkeudessa ihan omaa luokkaansa. Kaikki em. peittoavat Helsingin.

--

Eli Suomessa on jo ilman Maximin sulkemistakin Länsi-Euroopan pääkaupungeista kaikkein huonoin elokuvateatteritilanne. Piste. Lähimmät vertailukohtat löytyvät joistain entisistä itäblokin maista.

(Pelastetaan Maxim/FB 4.12.2014)

”Jotkut entiset itäblokin maat” eivät todennäköisesti ole ne verrokkit, joihin Suomi haluaa rinnastua tai johon se yleensä rinnastetaan. ”Jotkut entiset itäblokin maat” edustavat historiansa vuoksi mennyttä maailmaa, hitaampaa kehitystä kuin länsieurooppalaiset valtiot. Pelastetaan Maxim - Facebook-sivulle (27.4.2015) kopioitu Audiovisuaalisen Kulttuurin Edistämiskeskuksen lehden (1/15, 10.4.2015) artikkeli ”Elokuva-alalla ei ole varaa menettää Maximia” toistaa vertausta muihin maihin tuomalla esille, ettei Helsingissä ole keskitetty ”laatu elokuvien” esittämistä samalla tavalla kuin kansainvälisesti on ollut tapana. Suomessa ollaan siis jäljessä muusta maailmasta:

Helsingin salitilanne on jo nyt erittäin heikko verrattuna lähes mihin tahansa muuhun vastaavan kokoiseen kaupunkiin Euroopassa. Jo vuonna 2008 valmistuneessa Helsingin kaupungin selvityksessä esitettiin laatu elokuvien esitystoiminnan ja mediakasvatustyön keskittämistä kansainväliseen tapaan yhteen paikkaan. (Pelastetaan Maxim/FB 27.4.2015)

Helsingin Sanomien (11.12.2014 B) haastattelussa elokuvateatteri Maximin elokuvakoneen käyttäjä ja teatterin historiasta kirjaa tekevä Rainer Sandell vetoaa myös pääkaupunkimme imagoon: ”Onhan se noloa, jos joudutaan sulkemaan teatteri, joka on ollut tässä paikassa yli sata

vuotta. Aina ihaillaan kaupunkeja, joissa on erilaisia historiallisia kerroksia, pitkäikäistä kulttuuria ja vanhoja instituutioita. Miksei meidän pääkaupungissa voisi myös olla?”

Kulttuuri nähdään paitsi maabrändäyksen välineenä ja siten kilpailukyvyn edistäjänä, myös paikallisen kaupunkikuvan kannalta tärkeänä tekijänä. Pelastetaan Maxim -Facebook-sivulla 28.11.2014 julkaistussa tekstissä nostetaan esiin Maximin kotikadun, Kluuvikadun, arvo koko Helsingin kaupunkikuvalle: ”Kluuvikatu on yksi Helsingin harvoista kävelykaduista, joka ei kaipaa katutasoon kokoustiloja yrityksille.” Sivulla jaettiin myös 15.2.2015 Ylen uutinen ”Pitkä liuta hotellitulokkaita Helsingin seudulle – tyhjä huoneet huolettavat”. Jaetun linkin oheen kirjoitetussa tekstissä ihmetellään: ”Edistetäänkö Helsingin vetovoimaa lakaisemalla kulttuuriperinteen maton alle ja rakentamalla tilalle yksi pieni hotelli lisää? Vai olisiko sittenkin parempi pitää huolta kulttuurin ja kaupunkikuvan monimuotoisuudesta?”

Myös muualla aineistossa kulttuurin nähdään olevan yksi tekijä kaupungin keskustan vetovoiman lisäämisessä. Suomen arkkitehtiliiton Helsingin ja Uudenmaan paikallisosaston johtokunta kuvailee arkkitehtonisesti arvokasta, elokuvateatteritoiminnassa olevaa rakennusta mielipidekirjoituksessaan (HS 13.2.2015) muun muassa ”kaupunkielämää rikastuttavaksi”. Kirjoittajien mukaan ”[k]ulttuuritoiminnan karsiminen keskustassa rikkoo yleiskaavatasolla esitettyä periaatetta, jonka mukaan Helsinki pyrkii turvaamaan monipuoliset palvelut ja elävän katu ympäristön erityisesti kaupungin ydinalueilla”. Myös Pelastetaan Maxim -kampanjan vetäjä Lauri Kerola (Nyt.fi 5.12.2014) näkee Maximin kävelykadun ja kaupungin keskustan kannalta tärkeänä: ”Meillä ei ole keskustassa kovin montaa kävelykatua. Kluuvikatu on yksi: se ei ole hirveän pitkä kadunpätkä, mutta sen tärkeyttä lisää varrelta löytyvä Maxim.” Samassa jutussa kerrotaan, että Pelastetaan Maxim -ryhmässä ihmiset ovat vedonneet Maximin tärkeyteen ”Helsingin kulttuurisessa kaupunkikuvassa”. Suomalaisyhtye Don Johnson Big Band taas twiittasi (16.7.2013, suom. KM) Save Radio Helsinki -kampanjaan liittyen englanniksi, että ”kaupunkimme kulttuurinen maisema [engl. *cultural landscape*] ei olisi samanlainen ilman Radio Helsinkiä”.

Maabrändäyksen ja siten Suomen kilpailukyvyn ja menestyksen näkökulmia toistava diskurssi ilmeni myös Radio Helsinkiä koskevissa teksteissä. Save Radio Helsinki -kampanjan Facebook-sivuillaan julkaisema agendajulistus nostaa Radio Helsingin jopa tunnettujen suomalaisten design-brändien tasolle:

Perhaps even the station itself has been unaware of its own potential to appeal to the Finnophile audience that exists around the world. Like Kaurismäki, Kivi, Karhu Originals,

Lindfors and (perhaps, to a greater extent) Iittala, Marimekko, Aalto, and Sibelius, there is no reason why Radio Helsinki could not be re-established as a leading local brand with a strong global appeal, finding its niche audience in each corner of the world to form a selective but relatively substantial following for itself.

So, the station's new business model could include a strategy to create, manage, and develop an international version of the brand that is able to package the spirit of the radio station and not be shy to market this around the world in an effective, results-based way. (Save Radio Helsinki/FB 21.7.2013)

Rinnastus maailmanlaajuisesti tunnettuihin Iittalaan, Marimekkoon, Sibeliukseen ja muihin suuriin, vahvasti Suomeen ja suomalaisuuteen liitettyihin laatubrändeihin tuottaa Radio Helsingistäkin potentiaalisesti yhtä merkittävää suomalaisuuden symbolia. Nämä tuotemerkit ovat perinteisesti olleet paitsi osa jokaisen suomalaisen arkea myös merkittävä osa Suomi-brändiä ja Suomen vetovoimaa. Agendanjulistuksessaan kampanjoijat myös rakentavat Radio Helsingistä globaalin yleisön radiota, joka vie suomalaista kulttuuria maailmalle ja voisi toimia sen ”myyntivalttina”. Tällaisena se saa merkityksen yhtenä maabrändäyksen ja kilpailukyvyn edistämisen välineenä. Huomionarvoista on, että päivitys (kuten monet muutkin päivitykset kampanjan aikana) on kirjoitettu englanniksi. Sillä tavoitellaan siis muutakin kuin suomalaista yleisöä tai ainakin yritetään luoda mielikuva siitä, että kampanjan yleisö on kansainvälinen.

The key to Radio Helsinki's survival must be for it to be successful in its own market, of course, but one interesting idea we want to put forward is that there are many people around the world who are fascinated with anything to do with Helsinki/Finland. They love the coolness, the quirkiness, the unique angles, the surprising design, the strange but gentle attitudes of the people, the madness of the weather, and the quality of the cultural output – film, art, architecture, and music. These qualities, this culture, can be a valuable asset to be used as a selling point when it comes to creating an international cult brand. It can easily be claimed that for thirteen years Radio Helsinki has personified this culture more than anything. It contains all of these interesting ingredients in a truly authentic way. This gives it a warm charm, an innocent realness, and a loyal following. (Save Radio Helsinki/FB 21.7.2013)

Yhdessä tekstissä Radio Helsingistä tehdään myös suomalaisen musiikkiviennin edistäjä, ja tällaisena sen voi nähdä merkityksellistyvän Suomi-brändin lähettilääksi:

Suomalaisessa indiemusiikin kentässä on upea ja kiinnostava vaihe käynnissä. Sitä aletaan myös noteerata maailmalla. Ei ole mitenkään liioittelua sanoa että ilman Radio Helsinkiä tässä pisteessä tuskin oltaisiin. Suurten ja pienten yleisöiden kun pitää jotain kautta myös pystyä löytämään uudet bändit ja tekijät. (Aino Vennan blogi)

Suomalaisyhtye Cats on Fire puolestaan vakuuttaa verkkosivuillaan (19.7.2013) Suomen pesevän tutun verrokkimaansa: "Let me assure you, they have nothing like Radio Helsinki in Sweden. It gives you the bragging rights." Vertaus naapurimaahan viittaa ikuiseen leikilliseen maaotteluun Ruotsin ja Suomen välillä sekä suomalaisen itsetunnon heikkouteen ruotsalaisten paremmuuden edessä. Ruotsin voittamisen makeus on osa kansallista identiteettiämme. Ruotsiin vertaaminen ei kuitenkaan ole pelkkä vitsi. Läntinen naapuri on Suomen luonteva ja vakavasti otettava verrokkimaa, sillä valtioiden nähdään jakavan samanlaiset pohjoismaisiin hyvinvointivaltioihin liitetyt demokraattiset arvot.

Sekä Maxim että Radio Helsinki nähtiin aineistossani paitsi Suomi-brändin tekijöinä myös niiden omistajayritysten imagon rakentajina. Jouko Aaltonen kirjoittaa Pelastetaan Maximin Facebook-sivulla (1.12.2014) jaetussa kommentissaan: "Maxim voisi olla Ilmariselle samaa kuin Kämp Nordealle. Kaupunkikulttuurin ja kulttuurihistorian helmi, josta saa paljon positiivista imagon rakennusainesta." Jussi Lähde toteaa Radio Helsingin tilannetta käsittelevässä blogitekstissään pelkän lakkauttamisen julkisen pyörittelyn itsessään vahingoittavan yrityksen mainetta:

Jo tähänastinen julkinen epävarmuus kanavan [Radio Helsingin] tulevaisuudesta on maksanut yhtiölle sen maineessa enemmän kuin Radio Helsingin kolmen viime vuoden tappiot, huomattavasti enemmän. – – Helsingin Sanomien kaltainen toimija tarvitsee kipeästi kykyä luoda uskottavasti uusia tuotteita emolehden rinnalle. Uskottavuus tässä on eräs yhtiön merkittävimmistä tulevaisuudentekijöistä. (AL/Ilallinen kahdelle -blogi 26.7.2013)

Helsingin Sanomien (23.5.2015) pääkirjoituksessa todettiin Maximin säilyttämis- ja laajentamispäätöksen jälkeen, että teatterin rakennuksen omistava eläkeyhtiö Ilmarinen "olisi saanut melkoisen kolhun maineeseensa, jos se olisi rymistellyt eteenpäin kuuntelematta kansalaismielipidettä". Radio Helsingin ja elokuvateatteri Maximin säilyttäminen nähdään niiden omistajien tulevaisuuden, menestymisen, maineen ja velvollisuuksien kannalta merkittävänä asiana. Sekä Radio Helsinki että elokuvateatteri Maxim nähdään aineistossani välineinä erottua muusta, kaupallisemmasta tarjonnasta, ja näin niiden nähdään edistävän omistajayritystensä menestymistä omilla aloillaan. Kun "kaikesta on onnistuttu tekemään monotonista pullamössöä", omaperäinen sisältö nähdään arvokkaaksi "lisäksi" mediakonsernin tarjonnassa. Ei-kaupallisen Radio Helsingin tuottamasta "prestiisistä" olisi konsernin menestymisen (lisäarvon tuottamisen) kannalta hyötyä kilpailuilla mediamarkkinoilla:

Luulisi Sanoman kokoisen konsernin pystyvän pitämään sisällään omistuksia myös ns. prestiisin takia. Radio Helsinki lisää arvovaltaa ja sen voisi katsoa toteuttavan myös yrityksen yhteiskuntavastuuta.

Se voi myös olla sijoitus tulevaisuuteen murrosta läpikäyvillä mediamarkkinoilla. Siinä vaiheessa kun kaikesta on onnistuttu tekemään monotonista pullamössöä, luulisi aidosti alkuperäisen ja omapäisen median olevan arvokas lisä minkä tahansa konsernin mediatarjontaan.

(Soundi 22.7.2013)

Soittolistattomasta vaihtoehtoradiosta kiinni pitämisen ja jopa siitä koituvan pienen taloudellisen tappion nähdään toimivan vain merkinä koko konsernin vahvuudesta, ja näin tappiotakin tuottava ”kulttuuri” merkityksellistyy yrityksen kilpailuvaltiksi. Tämän voi tulkita tuottavan kulttuurille jonkinlaista taloudellisesta lisäarvosta riippumatonta itseisarvoa, mutta olennaisempaa on, että kulttuuri saa joka tapauksessa merkityksensä siitä välinearvosta, jota sillä nähdään yrityksen menestymisen näkökulmasta olevan:

Radio Helsinki should be a source of endless pride for any respectable media house. To run a playlist-free station like Radio Helsinki, with its enormous musical and cultural braintrust, in the airheaded, watery, streamlined media landscape we live in today is a show of strength and willpower. – – Or, if you want to reduce it to terms of competition, look at what evolutionary biology teaches us – it can be very advantageous to show your competitors that you can indeed afford to bleed a little. In case you shut it down, all everyone sees is that you are cultural buffoons in financial distress, and every mother-in-law knows just how unattractive that is. (Cats on Fire -yhtyeen verkkosivut 19.7.2013)

Tappiollisen vaihtoehtoradion lakkauttamisen nähdään kuvastavan koko media-alan tämänhetkistä tilannetta, ja kanavan puolesta kampanjoivien käsitetäänkin vastustavan myös koko media-alalla vallalla olevaa sisältöjen yhdenmukaistamisen trendiä. Jos Sanoma sulkee heidän arvostamansa kanavan, tämä ”valistunut” (ja maksava) yleisö tuskin enää kuluttaa konsernin sisältöjä tulevaisuudessa. Kulttuurista luopuminen esitetään näin liiketoimintaa ja yrityksen vetovoimaa heikentävänä tekona, mikä tuottaa kulttuurille taas välineellistä arvoa:

Shutting down things that are slightly difficult, precious and different is of course a sign of the times in the media business. – – But what’s to say it is the right thing to do in the long run? Has ‘playing it safe’ been proven to work when it comes to turning around the negative trend in media ad revenue? What’s to say that the shutdown of this unique media outlet isn’t going to cost Sanoma News dearly in the future? I don’t know the answers, but I have a strong feeling that the people who have rallied behind the campaign to save Radio Helsinki have done it partly because they dislike the ongoing trend of standardization and conformity in big media, and that these enlightened people will be a lot more likely turn away from Sanoma media products in the future. (Cats on Fire -yhtyeen verkkosivut 19.7.2013)

Eläkeyhtiö Ilmarinen voisi puolestaan luoda itselleen Maximin arthouse-teatterin avulla imagon ”kulttuurin vaalijana”, mikä nykyisessä, taloudellisen lisäarvon tuottamista painottavassa hegemonisessa katsomuksessa olisi ilmeisesti radikaalia ja siksi joukosta positiivisesti erottuvaa: ”Ajattelin, että Ilmariselle voisi olla hyötyä tämän viestin kuuntelemisesta; se voisi olla eläkeyhtiölle imagonrakentamista kulttuurin vaalijana”, arvelee Pelastetaan Maximia luotsannut Lauri Kerola (YLE 4.12.2014). Päätoimittaja, kirjailija ja käsikirjoittaja Jussi Lähde puolestaan kirjoittaa Aamulehden Illallinen kahdelle -blogissaan (26.7.2013), että ”Sanoma tarvitsee Radio Helsinkiä enemmän kuin Radio Helsinki Sanomaa”. Suurelle, voittoa tavoittelevalle mediakonsernille ja sen imagolle soittolistattomasta vaihtoehtoradiosta kiinni pitäminen on Lähteen mielestä merkittävämpää kuin kyseiselle pienelle radiolle suuren konsernin tuki: ”Radio Helsingin brändistä luopuminen ei mielestäni ole tulevaisuuteen uskovan mediayhtiön kannalta strategisesti järkevää.”

Edellä esiteltyjen, toistuvien kulttuurin välinearvoa korostavien puhetapojen lisäksi kulttuuriin viitataan aineistoni yhdessä mielipidekirjoituksessa terveyden edistäjänä: ”— taide edistää kaikkien tutkimusten mukaan terveyttä ja elämänlaatua” (HS 29.11.2014). Save Radio Helsinki -ryhmän agendasta kertovassa kirjoituksessa taas vedotaan radioaseman merkitykseen ”elämäntyylin” ja ”liiketoiminnan” kannalta: ”The aim should be towards helping ensure that a radio station like Radio Helsinki remains available to the people, artists and companies who find it essential to their lifestyle and business.” (Save Radio Helsinki/FB 21.7.2013) Kulttuurin säilyttämisessä olennaisimmaksi tavoitteeksi nähdään siis se, että se pysyisi saatavilla ja käytettävissä niille, joiden elämäntyylin tai liiketoiminnan olennainen osa se on. Mitä ikinä tämä käytännössä tarkoittaakaan, kulttuurin arvo näyttää tässä kommentissa määrittyvän siitä näkökulmasta, että sillä on välineellistä arvoa tietyille tahoille, jotka siitä hyötyvät.

6.1.2 Kulttuuri liiketoimintana

Kulttuurista tuotetaan aineistossani liiketoimintaa, jota koskevat samanlaiset vaatimukset ja reunaehdot kuin mitä tahansa muuta yritystoimintaa. Tähän diskurssiin liittyvät puhuvat välittävät ajatusta, että rahallinen tuotto on se mittari, jolla kulttuurin arvoa ja kulttuurituotteita on mitattava ja arvioitava. Vaatimus taloudellisesta kannattavuudesta ja lisäarvon tuottamisesta sekä kaupallisen logiikan soveltaminen kulttuuriin liittyvässä päätöksenteossa ovat tämän

diskurssin välittämiä näkökulmia. Merkittävää tässä puhettavassa on, että siinä sivuutetaan sisältöön, itse myytävään kulttuurituotteeseen liittyvät asiat. Sisältöjä ja niiden merkitystä yritysten omistamille ”kulttuurituotteille” käsitellään aineistossa ylimalkaisesti jos ollenkaan. Etusijalle nousevat sen sijaan useimmiten liiketoiminnan ja markkinoiden lainalaisuudet ja toimintatavat sekä raha ja tuotto sisällöstä (kulttuurista) irrallisina seikkoina. Esimerkiksi kun Radio Helsingin lakkauttamisuhasta uutisoitiin, selitys tarjottiin rahasummien avulla:

Kanavan tulevaisuutta uhkaavat talousvaikeudet. Toiminta on ollut aina tappiollista, ja tappiokierre on syventynyt viime vuosina. Kanavan kustannukset ovat olleet noin 750 000 euroa vuodessa, mutta mainosmyynti on parhainakin vuosina ollut alle 400 000 euroa.

”Valitettavasti toiminnan saaminen kannattavaksi nykyisellä konseptilla on osoittautunut mahdottomaksi”, sanoo Helsingin Sanomien liiketoimintajohtaja Petteri Putkiranta.

(HS 11.7.2013 B)

”Nykyisellä konseptilla” Putkiranta viittaa ilmeisesti soittolistattomuuteen ja puhe- ja erikoisohjelmien tekemiseen, joista kyseisen Helsingin Sanomien artikkelin mukaan olisi pitänyt luopua, mikäli kanava olisi yritetty vielä saada kannattavaksi ennen sen suunniteltua siirtymistä Nelonen Median omistukseen. Siirto peruttiin, ja Helsingin Sanomat aloitti kanavan lakkauttamista käsittelevät yt-neuvottelut. Helsingin Sanomien vt. päätoimittaja Riikka Venäläinen kommentoi asiaa samassa artikkelissa muun muassa seuraavasti: ”Helsingin Sanomilla on isot kustannuspaineet, joten näissä oloissa meidän on vaikea ylläpitää näin rajusti tappiollista kanavaa. Meidän on pakko keskittyä ydintoimintaan.” Kaupallisten radioiden vaihtoehdoksi aineistossa määrittyvä kanava merkityksellistyy Venäläisen kommentissa ylimääräiseksi hyväksi, jolle löytyy elintilaa ”hyvässä” taloustilanteessa mutta ei ”huonossa”. Radio Helsingin omistajan edustajat tunnustavat kanavan erityislaatuisen, soittolistattoman ja ei-kaupallisen konseptin eivätkä ilmeisesti halua luopua sen imagosta. Samaan aikaan kuitenkin taloudellisen lisäarvon tuottamisen paine asetetaan kanavan säilyttämisen edelle, ja tuottavuudesta tulee viimekätinen mittapuu. Lisäarvon tuottamisen vaatimuksesta tehdään ”pakko” tai ainakin reunaehto sille, että on osa ”ydintoimintaa”, joka on omistajan ensisijainen kiinnostuksen ja kehittämisen kohde.

Maximin kiinteistön omistava eläkeyhtiö Ilmarinen käytti myös lisäarvon tuottamisen vaatimusta korostavaa diskurssia perusteena elokuvateatteria pyörittäneen Finnkinon vuokrasopimuksen purkamiselle. Selitys oli kuitenkin kryptinen, eikä tarkkoja lukuja Maximin ja Finnkinon mahdollisesti tuottamasta lisäarvosta vuokranantajalleen esitetty. Helsingin Sanomissa

(27.11.2014) todettiin, että Ilmarinen suunnittelee purkavansa rakennuksen ”osana kiinteistöomaisuutensa kehittämistä”. Ilmarinen väläytteli mahdollisuutta, että Kluuvikadun kiinteistössä järjestettäisiin vastaisuudessa esimerkiksi osavuositarkastus- ja kunnossapitotilaisuuksia:

”Kaavassa käyttötarkoituksena on tällä hetkellä elokuvateatteri. Olemme miettineet, miten kaavamerkintää kunnioittaen saadaan rakennettua eläkkeensaajien etua ajava tuottomallirakenne. Ratkaisu on se, että kiinteistö muokataan toiseen käyttötarkoitukseen, siltä osin kun se ei ole suojeltu”, sanoo vuokrauspäällikkö Ville Laurila Ilmariselta.

--

Laurila sanoo, että elokuvateatterina tila ei tule jatkamaan.

(HS 27.11.2014)

Edes kulttuurihistoriallinen arvo ei yltänyt taloudellisen lisäarvon tuottamisen vaatimusten edelle, vaikka Ilmarisen olikin alusta asti pakko säästää suojeltu sali rakennuksen kellarissa:

Yhtiö pahoitteli viime viikolla nettisivuillaan, että kulttuurihistoriallisten arvojen vaaliminen ja eläkevarojen tuottavuus eivät enää olleet sovittavissa yhteen kaikkia tyydyttävällä tavalla. Ilmarinen on kertonut tekevänsä hakevansa [sic] tiloihin toimintaa, joka takaa nykyistä paremmat tuotot – etenkin kun rakennus vaatii kallista remonttia. (YLE 4.12.2014)

Ajatus ”kulttuurihistoriallisten arvojen” ja ”eläkevarojen tuottavuuden” yhteensovittamattomuudesta rakentaa kulttuurille vaatimusta tuottavuudesta myös silloin, kun muitakin päteviä mittareita (kulttuurihistoriallinen arvo) sen arvon määrittämiseksi olisi tarjolla. Toisaalta yhteensovittamattomuus rakentaa myös ”kulttuurin” ja ”talouden” välille raja-aitaa ja palaa näin vanhaan käsitykseen siitä, kuinka nämä kaksi yhteiskunnan osa-alueita eivät ole yhteen sovittavia vaan erillisiä, keskenään erilaisia sfäärejä ja siksi myös erillään pidettäviä. Tosin nyt, kun ”kulttuuri” uudelleen erotetaan omaksi, erityisesti ”taloudesta” erilliseksi osa-alueekseen, se ei saa itseisarvoaan tai autonomiaansa takaisin vaan määrittyy liiketoiminnan, tuottavuuden ja talouden ensisijaisuuden asettamien vaatimusten kontekstissa arvottomaksi, jos ei kykene tuottamaan rahallista lisäarvoa. ”Talous” siis määrittyy hallitsevaksi sfääriksi, joka asettaa ehdot ”kulttuurin” olemassaololle ja arvolle.

Kun Radio Helsinki oli syyskuussa 2013 pelastunut, uusi omistaja löytynyt ja Helsingin Sanomien vt. päätoimittaja julistanut Radio Helsingin säilyvän Radio Helsinginä (HS 12.9.2013 A), puhetoiminnassa korostuivat jälleen taloudelliset ja liiketoiminnalliset näkökohdat. Sisällöistä mainitaan esimerkiksi

seuraavassa katkelmassa vain yleisellä tasolla, kun taas uuden omistajan taloudelliset toimintaedellytykset määrittävät ensisijaisiksi:

”Pro Radio Helsinki erottautui ostajakandidaattien joukosta realistisella ja taloudellisesti kestäväällä suunnitelmalla radion toiminnan jatkamiseksi”, kommentoi Helsingin Sanomien vt. vastaava päätoimittaja Riikka Venäläinen. ”Lisäksi heillä on vahva halu säilyttää Radio Helsingin persoonalliset ominaispiirteet. –.” (HS 12.9.2013 B)

Toisessa samana päivänä julkaistussa jutussa (HS 12.9.2013 A) Venäläinen kommentoi näin: ”Tämä on uudenlainen, ketterä, startup-henkinen porukka. Uskon, että tässä ketterässä ympäristössä on paremmat mahdollisuudet toimia.” Kun elokuvateatteri Maximin suojellun salin toiminnan jatkumisesta tuli tieto joulukuussa 2014, rakennuksen omistavan Ilmarisen edustaja Esko Torsti kommentoi Helsingin Sanomissa (9.12.2014) heillä olevan nyt ”kohtuullinen taloudellinen yhtälö, joka palvelee myös eläkeläisten etua”. Torsti toteaa myös, että yli 12 000 tykkääjää nopeasti kerännyt Pelastetaan Maxim -Facebook-ryhmä on ”arvokasta palautetta kiinteistönomistajalle”. Hotellia Maximin tiloihin Ilmarisen kanssa suunnitelleen Kämp Groupin hallituksen puheenjohtaja Ari Tolppanen komppaa: ”Sehän juuri kertoo, että yleisöä riittää.” Huomion kiinnittyminen yleisön määrään on huomion suuntaamista tuoton ja sisään virtaavan rahan määrään. Maximissa esitettävät, vaihtoehtoisiksi muualla aineistossani määrittävät sisällöt ja niille tärkeäksi määrittävän areenan säilyminen tai kulttuurihistoriallisesti tärkeän kohteen pelastumisen merkittävyys eivät nouse tässä kohtaa esille. Tämä korostaa kulttuurin merkitystä ensisijaisesti liiketoimintana ja välineenä eikä arvona itsessään.

Liiketoiminnallinen ajattelu on kuitenkin myös osa elokuvateatterin säilyttämistä puolustavien puheenvuoroja. Ilmarisen suunnitelmana oli muuttaa Maximin rakennus hotelliksi ja antaa historiallisen, suojellun elokuvasalin jatkaa toimintaansa sen kellarissa. Maximin jatkamista puolustaneet taas eivät olleet tyytyväisiä yksisaliseksi supistuvaan, hotellin kellarissa toimivaan elokuvateatteriin, ja perusteluissa he vetosivat siihen, että yksisalisenä Maximin pyörittämisestä tuskin saataisiin tehtyä kannattavaa liiketoimintaa. Esimerkiksi Kalle Kinnunen kuvaa Suomen Kuvalehden Kuvien takaa -elokuvasalissaan (9.12.2014), että päätös Maximin jatkamisesta yksisalisenä elokuvateatterina on eläkeyhtiö Ilmariselta ”käsien pesu ja keskisormen näyttö”:

Yhden salin elokuvateatterin pyörittäminen on liiketoimintana äärimmäisen vaikeaa. Siitä kielii se, että kaikki yhden salin elokuvateatterit ovat Helsingistä ajat sitten kuolleet – viimeisenä Bio Rex, jonka vuokra oli kaupungin tukien vuoksi nimellinen. Elokuvateatterin

liiketoiminnassa suuria kiinteitä kuluja ovat vuokra ja henkilökunta, ja yhden, kahden tai peräti kolmen salin pyörittämiseen tarvitaan kutakuinkin sama määrä henkilökuntaa.

”Ulkopuolinen operaattori” saattaa tälle yhden salin torsoteatterille löytyä – tai sitten ei. Finnkinon ei varmasti voisi vähempää kiinnostaa, kun riskit ovat suuret ja suuremman salin menettämisen jälkeen toiminta onnistuessaankin kulttuuripuuhaa ilman tuotto-odotuksia.

(SK/Kuvien takaa -blogi 9.12.2014)

Myöskään Facebook-ryhmän Maximille perustanut Lauri Kerola ei ollut tyytyväinen päätökseen. Ylen (9.12.2014) jutussa kerrotaan, että ”eniten närää herättävät taloudelliset seikat”, ja Kerola kommentoi: ”On aika vaikea nähdä, että olisi kenellekään kannattavaa pyörittää elokuvateatteria hotellin kellarissa ilman, että on omaa katutasoa tilaa käytössä. Kulkisivatko ihmiset hotellin aulan kautta sinne vai miten.” Myös toisessa Ylen (12.1.2015) jutussa lähestytään Ilmarisen suunnitelmia yksisalisesta Maximista liiketoiminnalliselta kantilta toteamalla, että ”[b]isnesmallina vain yhden salin pyörittäminen on kestävä ratkaisu”.

Tammikuussa 2015 tilanne muuttui taas, ja kuun lopussa muun muassa Helsingin Sanomat (29.1.2015) uutisoi, että Maximiin suunnitellaan sittenkin kahta elokuvasalia, mutta kokonaispaikkamäärä putoaisi silti puoleen. Vanha suojeltu sali saisi jäädä, mutta viereen rakennettaisiin täysin uusi sali. Helsingissä kaksisalista Kino Engeliä vetävä Mika Siltala kommentoi jutussa muun muassa, että ”Maximista tekee kaupallisesti uskottavan vain paraati-Maxim”. Hän arvelee, että ”[j]os ykkössali lähtee, lähtevät myös kotimaisten ensi-iltojen gaalat ja eikä [sic] maahantuojilla ole enää syytä antaa parhaita elokuvia Maximiin”. Pelastetaan Maxim -Facebook-sivulle (27.4.2015) kopioitu Audiovisuaalisen Kulttuurin Edistämiskeskuksen lehden (1/15, 10.4.2015) artikkeli ”Elokuva-alalla ei ole varaa menettää Maximia” toistaa saman huolen elokuvateatterin kaupallisista toimintamahdollisuuksista, jota oli korostettu muualla silloin, kun Maximia suunniteltiin jatkettavan yksisalisena: ”Ilmarisen tarjoama ratkaisu tuhoaisi ainutlaatuisen 601-paikkaisen Maximin eikä turvaisi toiminnan jatkumista, koska elokuvateatterin asema heikentyisi oleellisesti ja sen kaupallisen toiminnan mahdollisuudet pienenisivät.”

Suuren mediatalon ja eläkevakuutusyhtiön asettamat tuottotavoitteet eivät ole yllättäviä. Merkityksellisempää analyysini tuloksissa onkin se, että joillekin kulttuurin puolesta kampanjoivillekin liiketoimintaan ja lisäarvon tuottamiseen liittyvät ajattelutavat olivat niitä näkökulmia, joiden kautta kampanjan kohdetta ja sen lakkauttamisen estämistä itsestään selvästi

lähestyttiin. Taloudellinen tasapaino ja tuottavuus olivat ikään kuin pohja, jonka ollessa kunnossa voitaisiin keskittyä kulttuurin välinearvon (lisäarvon tuottamisen vaatimuksen) sijaan sen jonkinasteiseen itseisarvoon. Pelastetaan Maxim -kampanjan aloittanut Lauri Kerola kertoo ajatuksistaan projektin alussa Nyt.fi:n (5.12.2014) haastattelussa:

”Aloimme porukalla pohtia, miten ihmiset saataisiin käymään Maximissa enemmän ja parantamaan sen tuottoprosenttia, kunnes selvisi, että se on ollut täysbuukattu lähes koko ajan.”

”Nyt ryhmäläisten pääviesti tuntuu olevan: Minkä ihmeen takia muuttaisimme Maximia jos se kerran toimii?”, Kerola kysyy.

(Nyt.fi 5.12.2014)

Katkelmasta käy hyvin suoralla tavalla ilmi, että taloudelliset ja liiketoiminnalliset näkökohdat asettuvat myös kulttuurin puolesta kampanjoivien puheessa perustaksi, jonka on oltava kunnossa ennen kuin on mahdollista vaatia kulttuurin säilyttämistä. Ensinnäkin elokuvateatterin lopettamisen syiden oletettiin ensisijassa liittyvän taloudellisiin näkökohtiin. Toiseksi vasta tämän oletuksen kumoutuminen antoi luvan puolustaa kulttuuria arvona ja arvokkaana itsessään. Myös Facebookin Pelastetaan Maxim -sivuilla ideoita kannattavuuden parantamiseksi on kerätty 28.11.2014 julkaistussa tekstissä, jossa koko ryhmän ja kampanjan tarkoitusta sekä Maximin ja Helsingin elokuvakulttuurin tilannetta avataan. ”Pystyisimmekö ideoimaan Maximin toimintaa kannattavammaksi?” tekstissä kysytään. ”Ollaan itse mukana luomassa kaupunkikulttuuria ja ideoidaan kaupunkilaisten viihtyisyyttä tukevaa toimintaa, joka toisi riittävästi tuloja myös vuokranantajalle!”

On mahdollista tulkita, että talouden määräävyys ja markkina-ajattelun ulottuminen yhä useammalle yhteiskunnan osa-alueelle ikään kuin pakottaa ”kulttuurin” puolustajat puhumaan ”talouden” kieltä ja omaksumaan liiketoiminta-ajattelun osaksi kulttuuria puolustavaa argumentaatiota. Päätöksen tekevien omistajien silmissä kulttuurin itseisarvoon vetoaminen ei ehkä olisi uskottavaa, joten säilyttämistä puoltavien ja toivovien on puhuttava omistajan kieltä eli ajateltava taloudellisen lisäarvon tuottamisen mahdollisuuksia ja muita liiketoiminnan näkökulmia. Toisaalta kyse voi olla myös siitä, että tällaiset markkina-ajattelua ja liiketoiminnan lainalaisuuksia korostavat ajattelun tavat ja näkökulmat ovat tulleet osaksi arkijärkeä ja ovat siten myös Maximin puolesta kampanjoiville luonteva ja kyseenalaistamaton lähestymistapa (ks. luku 2.2.1).

Kannattavuuden mittarina esiintyvät Maximin puolesta kampanjoivillakin katsojaluvut, jotka paljastuivat luultua korkeammiksi. Pelastetaan Maximin Facebook-sivulla julkaistiin 26.1.2015 Maximin alkuvuoden katsojatilastot. ”Ei voi muuta sanoa kuin että hyvältä näyttää!” kommentoidaan ohessa. Myöhemmin Pelastetaan Maxim -Facebook-sivulla (10.3.2015) jaettiin Helsingin Sanomien uutinen ”Uusi käänne Maxim-kiistassa – museoväki haluaa suojella elokuvateatterin”, ja myös tämän linkin yhteydessä sivulla vielä muistutellaan Maximin kävijämääristä:

Huomauttaisin vielä, että kyse ei siis todellakaan ole teatterista, jossa ei käy riittävästi yleisöä, vaikka kaupunkisuunnittelulautakunnan puheenjohtaja tällaista jutussa arvuuttelee yhdessä asiaan vihkiytymättömien kommentoijien kanssa. Tämä kävijöiden puute on harmillinen ja ihmeen sitkeässä elävä mielikuva, joka pääsi syntymään muutamien tahojen omaan havainnointiin perustuen heti Ilmarisen uutisoitua hotellihankkeestaan. (Pelastetaan Maxim/FB 10.3.2015)

Riittävää kävijöiden määrää (mikä tarkoittaa siis myös riittävää tuottoa) vakuutellaan, mikä kertoo siitä, että sitä pidetään tässä kontekstissa olennaisena kulttuurin arvon mittarina ja todisteena. Taas on mahdollista tulkita niin, että kulttuurin puolesta kampanjoivat eivät välttämättä omaehtoisesti kävisi keskustelua kulttuurista taloudellisen tuoton ehdoilla, mutta uskottava argumentointi vaatii omistajia ensisijaisesti kiinnostavan aspektin huomioon ottamista.

Vaikka Radio Helsinki nähtiin aineistossani ”aidosti uniikkina” ja ”kokoaan vaikutusvaltaisempana mediana” ja päätöstä sen alas ajamisesta silloisessa muodossaan pidettiin ”harkitsemattomana” (Soundi 22.7.2013), taloudellisen tappion tuottaminen tunnustettiin piirteeksi, joka määrittää lopulta omaehtoista kulttuuria edustavan kanavankin kohtalon:

Radio Helsinki sai jatkaa omalla tyylillään aika pitkään. Tästä johtuen on vaikea raivota vahto suussa Sanoman kapitalistisesta pahuudesta. Asema on kuitenkin tuottanut tappiota koko olemassaolonsa ajan ja ilman konsernin taloudellista väliintuloa Radio Helsinki olisi lakannut olemasta jo kahdeksan vuotta sitten. (Soundi 22.7.2013)

Talouden ”realiteetteja” näyttää olevan vaikea vastustaa. Myös kulttuurilta vaaditaan kykyä tuottaa rahallista lisäarvoa tai ainakin tällainen vaatimus tuntuu saavan ymmärrystä: on vaikea olla raivoissaan omistajan ”kapitalistisesta pahuudesta”, kun oikeastaan konserni on jo ennen lakkauttamisuhkaa tehnyt suorastaan hyväntekeväisyyttä pitämällä elossa tappiollista kanavaa.

Liiketoiminnallinen eetos näkyy myös toisaalta siinä, että kulttuurin merkitystä ja arvoa korostetaan omistajayhtiöiden imagon ja maineen rakentamisen kannalta (ks. luku 6.1.1). Lopultahan yrityksen maineen hallinnalla ja vaalimisella tavoitellaan sitä, että sen tuotteet tai palvelut pysyisivät maksavien asiakkaiden suosiossa. Cats on Fire -yhtyeen kirjoitus Radio Helsingin lakkauttamisesta viittaa suoraan siihen, että kanavasta luopuminen voi vaikuttaa yhtiön (taloudelliseen) menestykseen, kun tietty yleisönsä todennäköisesti ratkaisun myötä jättää Sanoman tuotteet vastaisuudessa ostamatta:

Has 'playing it safe' been proven to work when it comes to turning around the negative trend in media ad revenue? What's to say that the shutdown of this unique media outlet isn't going to cost Sanoma News dearly in the future? I don't know the answers, but I have a strong feeling that the people who have rallied behind the campaign to save Radio Helsinki have done it partly because they dislike the ongoing trend of standardization and conformity in big media, and that these enlightened people will be a lot more likely turn away from Sanoma media products in the future. (Cats on Fire -yhtyeen verkkosivut 19.7.2013)

Mahdollisuudet rahan ja lisäarvon tuottamiseen nähdään myös kulttuurin säilyttämisen puolesta puhuvien joukossa ilmiselväksi perusteeksi sille, että toimintaa kannattaisi jatkaa. Kun asiakkaita eli tuottoa on tarjolla, pidetään järjettömänä sitä, ettei elokuvatoimintaa Maximissa jatkettaisi:

Kummallinen paradoksi: elokuvissa käydään koko Suomessa enemmän kuin vuosikymmeniin, mutta Helsingin elokuvateatteritilanne on muutamassa vuodessa muuttunut katastrofaaliseksi.

--

[Maximin] Täyttöastetta, jonka on laskettu olevan hieman yli 20%, on väitetty pieneksi, mutta elokuvateatterille se on jopa korkea.

(SK/Kuvien takaa -blogi 16.12.2014)

Ylen (12.1.2015) jutussa "Maxim – elokuvien temppele" todetaan, ettei elokuvissakäyntien määrä ole laskussa, mutta elokuvateattereiden määrä kuitenkin laskee. Myös Suomen arkkitehtiiton Helsingin ja Uudenmaan paikallisosaston johtokunnan mielipidekirjoituksen (HS 13.2.2015) kirjoittajat vetoavat paitsi Maximin kulttuurihistorialliseen ja arkkitehtoniseen arvoon myös toiminnan jatkumisen "kaupallisiin edellytyksiin", jotka ovat kirjoittajien mukaan olemassa: "Teatterin toiminta on ollut kannattavaa, ja nykyinen vuokralainen on ilmoittanut halukkuudestaan jatkaa." Helsingin Sanomien (23.5.2015) pääkirjoituksessa taas muistutetaan Maximin jo pelastuttua ja laajennussuunnitelmien tultua julki, että vaikka yleisön kannatti olla

asian suhteen aktiivinen, sen pitää muistaa ”ettei hienoinkaan elokuvateatteri pysy pystyssä ilman katsojia”. Kulttuurin olemassaolon ehdoksi asettuvat siis maksavat asiakkaat – ainakin silloin, kun se käsitetään liiketoiminnaksi, jolla halutaan välttämättä tehdä voittoa.

Kun kulttuuri on liiketoimintaa ja se käsitetään ensisijaisesti sellaiseksi, keskustelu itse kulttuurin sisällöistä jää käymättä. Esimerkiksi Helsingin Sanomien vt. vastaavan päätoimittajan Riikka Venäläisen kerrotaan Suomen Kuvalehden (22.7.2013) artikkelissa toteavan Radio Helsingin tulevaisuuteen liittyen, että ”kaikki ideat täytyy tutkia huolella”. Ideoita on jutun mukaan esitetty Save Radio Helsinki -Facebook-sivulla, jossa ”[i]lmaan on heitetty erilaisia joukkorahoitusmahdollisuuksia”. Venäläinen tyytyy kuitenkin arvioimaan haastattelussa eri ansaintalogiikoiden mahdollisuuksia sekä kertaamaan vain taloudellisiin reunaehtoihin – ei sisältöihin – liittyviä ongelmia:

Nykyisellään kanavan taloudellinen yhtälö on hänen [Venäläisen] mukaansa erittäin haastava.

”Sitoutunut kuulijakunta ei valitettavasti ole ollut ilmoittajien mielestä riittävän suuri tai houkutteleva kohderyhmä. Mediamyynti on parhainakin vuosina jäänyt alle 400 000 euron. Ohjelman tekemisen kulut – kolmen täysipäiväisen työntekijän palkat sivukuluineen ja noin 40 avustajan palkkiot – ovat olleet noin 600 000 euroa vuodessa. Myynnin ja markkinoinnin kuluja on radion osalta noin 150 000 euroa vuodessa.”

(SK 22.7.2013)

Lisäksi Venäläinen viittaa Radio Helsinkiin ”kaupallisena mediana”, mikä on mielenkiintoista, sillä kanavan puolustajien puheissa se määrittyy pikemminkin oman, ei-kaupallisen logiikkansa mukaan toimivaksi vaihtoehtoradioksi, suorastaan vastakkaiseksi kaupallisille kanaville¹². Eräässä artikkelissa (HS 17.7.2013) kerrotaan, että ”Helsingin Sanomien vt. vastaavan päätoimittajan Riikka Venäläisen mukaan radion tulevaisuus on aidosti auki ja ratkaisuja haetaan monella rintamalla”. Venäläisen suorassa sitaatissa painottuvat kuitenkin jälleen yksinomaan rahoituksen muotoihin liittyvät seikat: ”Meillä on useita ostajakandidaatteja, ja tutkimme myös yhteisöradio- ja podcast-malleja. Nykyisellä ansaintamallilla HS:n ei ole mahdollista jatkaa radiotoimintaa.”

Kun puhe keskittyy rahaan, ansaintalogiikoihin ja tuottavuuteen, alkavat talous ja liiketoiminnalliset seikat näyttää ensisijaisilta. Toisaalta taas keskittyminen itse sisältöjen ulkopuolisiin asioihin tuottaa aineistossa kulttuurille jonkinlaista itsestään selvää arvoa.

12 Toisaalta esimerkiksi yhdessä Radio Helsingin menestymättömyyttä pohtivassa ja ihmettelevässä kolumnissa (HS 28.7.2013) asia muotoillaan näin: ”Toisin sanoen vielä ei ole keksitty keinoa, kuinka epäkaupallinen musiikki voisi kantaa kaupallista kanavaa.”

Keskustelijat eivät edes ota radiokanavan tai elokuvateatterin välittämiä sisältöjä tai toimituksellisia käytäntöjä käsittelyyn tai kriittisen tarkastelun kohteeksi, mistä voi päätellä, että sisällöllistä kritiikkiä pidetään tarpeettomana. Esimerkiksi Radio Helsingin jatkamista puolustavat puheenvuorot keskittyvät vain yleisellä tasolla siihen, minkälaista sisältöä kanava lähettää. Se määrittyy valtavirrasta poikkeavaksi, soittolistattomaksi ja laadukkaaksi, ei-kaupalliseksi ja siksi ainutlaatuiseksi kanavaksi, mutta tarkempaa erittelyä ja analyysia siitä, mikä sisällöissä voisi olla pielessä tai minkälaisilla sisällöllisillä muutoksilla radion kohtaloon voitaisiin vaikuttaa, ei juurikaan esiinny.

Näin pelkkä ”korkeaksi”, ei-kaupalliseksi, uhanalaiseksi ja ”oikeaksi”, autenttiseksi kulttuuriksi määrittymisen asettaa esimerkiksi Radio Helsingin sisällöllisen kritiikin yläpuolelle ja tuottaa kulttuurille itsestään selvän arvon. Sisällön kritiikki ohitetaan sen kyseenalaistamattomaan arvoon ja laatuun perustuen: ”Miksi maan paras radiotoimitustyö ja audiosisältö ei olisi Suomen suurimman mediatalon ydinosaamista?” (Nuorgam 22.7.2013) Kulttuuria puolustetaan myös täysin tuntematta sen sisältöjä, mikä rakentaa sille paitsi itsestään selvää arvoa myös jonkinasteista itseisarvoa:

En tiedä miksi lähdin aiheesta kirjoittamaan, sillä en oikeastaan kuuntele radiota. Ja kun sanon, etten kuuntele, tarkoitan että en kuuntele. En Radio Helsinkiä enkä mitään muutakaan. Sympatiani ovat kuitenkin Radio Helsingin puolella, olenhan sentään vierailut lähetyksessä ja todennut radion hyväksi, toimivaksi ja pienen pienessä studiossa tehtäväksi. (Image/Tämän kylän homopoika -blogi 11.7.2013)

Esimerkiksi Otso Kivekäs kirjoittaa verkkosivuillaan (11.7.2013), ettei Radio Helsinkiä ole ”alkujaan perustettu tavoitteena rahanteko, vaan halusta tehdä hyvä radiokanava”. Kuitenkin hän päätyy keskittymään kirjoituksessaan vain uudenlaisiin keinoihin rahoittaa radion toimintaa ja näkee yleisön maksuhalukkuuden olevan avain kanavan pelastumiseen: ”Radion mahdollisuus olla olemassa perustuu heidän [kuuntelijoiden, lopettamisesta kauhuissaan olevien ihmisten] haluunsa auttaa. Raadollisesti ottaen: heidän haluunsa maksaa.” Vihreiden kaupunginvaltuutettuna Helsingissä toimiva Kivekäs kirjoittaa malleista ja mahdollisuuksista, joilla kanavalle voitaisiin hankkia rahoitusta yleisöltä, mutta ei tarkastele sitä, mikä itse sisällöissä saattaisi kaivata kehittämistä ja voisi sitä kautta tuoda helpotusta taloudelliseen tilanteeseen. ”Voi olla, ettei hyvää radiokanavaa ole Suomessa mahdollista pyörittää”, Kivekäs toteaa.

Myös Save Radio Helsinki -kampanjan Facebook-sivulla (21.7.2013) julkaistussa kirjoituksessa ”Save Radio Helsinki – an Agenda?” keskitytään konsernin tekemiin liiketoimintaan liittyviin päätöksiin, mutta ei kanavan sisältöön tai sen kriittiseen tarkasteluun. Kanavan kehittämisen mahdollisuus kuitenkin tunnustetaan: ”– – this should be seen as an opportunity for Radio Helsinki to redefine itself again, to become fitter, stronger, more productive without losing its essential identity.” Vastuuta siirretään omistajalle, konsernille, sisältöjen todellisten tuottajien ja niistä vastuussa olevien ihmisten sijaan: ”– – perhaps there [at executive level] is even the realisation that the owner had something in its hands it could have done more with.”

Now the focus should be completely on helping the decision-making staff of Radio Helsinki gather useful information, viable ideas, and heartfelt support so they can develop their business plan to attract new owners or partners, or a new way to exist. Perhaps, this is the main thing that the Save Radio Helsinki page can contribute towards now.

It is still to be seen what genuine options are available for keeping Radio Helsinki going – private investment, a community station, crowd-funded, or part fan-owned (through trusts similar to Bayern Munich or Barcelona football clubs). – – We would look at how the compilation of support and information we have behind us can add to the station’s business plan to help maximise its branding opportunities, income revenues, and listenership without taking anything away from what makes it so special.

(Save Radio Helsinki/FB 21.7.2013)

Myös muualla aineistossa kanavan menestymättömyyden syitä etsitään omistajan liiketoimintaan liittyvistä toimintatavoista, ei esimerkiksi sisällöistä:

Save Radio Helsinki-kampanja on alleviivannut sen tosiasian että omistajat ovat aliarvioineet Radio Helsingin potentiaalin. Näyttäisi siltä että liiketoiminnan kehittämiseen ei ole ollut yksityiskohtaista suunnitelmaa, ei asianmukaista markkinointia juuri tälle markkinaraolle eikä kanavan kansainvälistä potentiaalia ole huomioitu. Radio Helsingin potentiaalia ei siis ole maksimoitu. (Save Radio Helsinki/FB, muistiinpano 5.8.2013)

Mieleeni nousi monia vihaisia kysymyksiä, joihin en löytänyt vastausta. Miksi maan paras radiotoimitustyö ja audiosisältö ei olisi Suomen suurimman mediatalon ydinosaa? Miksei kanavalle oltu saatu myytyä enemmän mainoksia? Miksei kaupallisuutta, laatua ja intohimoa oltu onnistuttu yhdistämään? (Nuorgam 22.7.2013)

Twitterissä yhdessä Save Radio Helsingin uudelleentwiittaamassa englanninkielisessä twiitissä (Sebastian Bergholm 22.7.2013, suom. KM) tulkitaan tilannetta niin, että Helsingin Sanomien pitäisi antaa potkut markkinointiosastollensa itse radiokanavan lakkauttamisen sijaan. ”Korkeaksi”, ”maan parhaaksi” määriteltynä sisältö saa suojan kriittiseltä katseelta. Markkinoinnin ja

”liiketoiminnan kehittämisen” epäonnistumisten korostaminen ja asettaminen varsinaisiksi ongelmien lähteiksi taas vahvistaa kulttuurin luonnetta ensisijaisesti liiketoimintana. Sen erityispiirteet eivät nouse esille, vaan siitä puhutaan kuin mistä tahansa yritystoiminnasta tai myytävästä tuotteesta. Jussi Lähde puolestaan epäilee blogissaan (AL/IIIallinen kahdelle -blogi 26.7.2013), että ”Radio Helsingistä saattaa tulla Sanoma-konsernin sisäisen kyräilyn uhri”. Tällä hän ilmeisesti viittaa Nelosen ja Helsingin Sanomien väleihin konsernin sisällä ja siihen, ettei sanomalehti ole osannut markkinoida radiokanavaa yhtä hyvin kuin saman konsernin sisällä toimiva tv-kanava Nelonen olisi saattanut osata. Epäonnistuminen tulkitaan taas omistajan liiketoimintaan liittyvistä valinnoista ja päätöksistä johtuvaksi:

Kun Helsingin Sanomat osti radiokanavan, konsernin sähköisen liiketoiminnan väki tv-kanava Nelosen suojissa luki asiasta Helsingin Sanomista. Tämä on johtanut tilanteeseen, jossa kanavan myynti ja markkinointi on vuosia järjestetty tehottomasti. Sanomilla on mahdollisuus lopettaa Radio Helsingin toiminta ja aloittaa se uudelleen seuraavana päivänä osana Nelosen isännöimää konsernin radiotoimintaa. Tällöin myynti ja markkinointi toimisivat varmasti tähänastista tehokkaammin. (AL/IIIallinen kahdelle -blogi 26.7.2013)

Kampanjoijilta löytyy ymmärrystä ja herkkyyttä liiketoimintaan liittyvien päätösten tärkeydelle: “At this point, it is not our right or responsibility to make business decisions for the radio station and we are being extremely respectful and careful not to do that.” (Save Radio Helsinki/FB 21.7.2013) Tämä kommentti rakentaa omistajan liiketoimintaan liittyville päätöksille merkitystä niin erityisinä ja tärkeinä, ettei ulkopuolisella ole oikeutta ottaa niihin kantaa. ”Talouden” alueelle lukeutuvat päätökset määrittyvät tässä merkityksessä erillisiksi muusta päätöksenteosta ja ensisijaisen tärkeiksi silloinkin, kun kyse on ”kulttuurista”. Talouden ja kulttuurin erillisuus ja niiden rajat vahvistuvat: kulttuuria on mahdollista puolustaa, kunhan pysytään ”kulttuurin” rajojen sisäpuolella eikä puututa ”talouden” alueella tehtäviin päätöksiin. ”Talouden” alueen asiat taas ovat omistavan konsernin henkilökohtaista aluetta, jota ei ulkopuolisella ole oikeutta kommentoida. Näin taloudesta rakennetaan erillistä, ensisijaisen tärkeää aluetta, joka ei siedä ulkopuolista kritiikkiä. Tällöin se kohoo muiden ”sfäärien” yläpuolelle, eikä sen määräävä asema ole kyseenalaistettavissa vaan vahvistuu.

Samassa kampanjoijien julkaisemassa tekstissä kuvataan myös juuri Radio Helsingin kaltaisista vaihtoehtoisista sisällöistä kiinnostunutta, sitoutuvaa, globaalia kuluttajaryhmää. Tietyn kohderyhmän määrittäminen, rajaaminen ja kuvaileminen korostavat liiketoiminta-ajattelua.

Nykypäivänä mitä tahansa tuotteita ja sisältöjä tehdään ja markkinoidaan yhä rajatumille ja pienemmille yleisösegmenteille – ja tässä myös kulttuuriin sovelletaan samaa. Katkelma alleviivaa sitä, että tiedostava, maksukykyinen kohderyhmä on olemassa ja se on valmis maksamaan tuotteista, jotka vastaavat sen arvomaailmaa:

Clearly there is a need for an alternative radio station in Helsinki. A station for the enthusiast, the cultured, the person who despairs of the disposable, fast food, high turnover/low quality approach to life that is already on offer in too many places. The people who create this audience should not be neglected or underestimated. It is a significant audience. These people are thinkers, doers, designers, creators. They are leaders, tastemakers, business owners, the upwardly mobile, the future.

With the right research it might be discovered that these are people with money to spend as long as it is for the right thing. These things must be authentic, non-disposable, high quality, useful and suitable. These people exist in every country in the world and when they like you they like you for good. Most importantly, there are probably enough of these people who can be gathered together to sustain a small international business well into the future. (Save Radio Helsinki/FB 21.7.2013)

Vain yksi aineistoni teksti käsitteli kriittisesti ja konkreettisesti sisältöjä. Radiojuontaja ja toimittaja Antti Granlundin Radio Chicken BBQ -blogissaan (1.8.2013) julkaisema teksti tekee laajan katsauksen Radio Helsingin tilanteeseen. Granlund pohtii Radio Helsingin heikkouksia ja vahvuuksia eri näkökulmista sekä arvioi muun muassa kanavan jatkamisen mahdollisuuksia ja keinoja sekä syitä Radio Helsingin mahdolliselle lopettamiselle. Granlund kumoaa ensin ajatuksen, että Radio Helsingillä olisi liian vähän kuuntelijoita ja että kuuntelijaluvut olisivat syy kanavan mahdolliseen alasajoon. Jussi Lähteen tapaan Granlund epäilee kanavan tilanteesta muun muassa huonoa markkinointia ja sitä, ettei kanavalla ole ollut täysipäiväistä mainosmyyjää palkkalistoillaan. ”– [E]i ole ihme, jos rahaa ei ole tullut taloon”, kirjoittaja päättelee. Muista aineistoni teksteistä poiketen Granlundin teksti ei tyydy vain sisällölle ulkoisten seikkojen, kuten liiketoiminnallisten asioiden, ruotimiseen vaan käy myös kriittisesti läpi sitä, miksi ”Radio Helsinki ei ole erinomainen radio”:

Tuotteena Radio Helsinki on hyvin epätasainen. Valtaosa sen kuuntelijoista muistaa parhaat ohjelmat ja juontajat, niin minäkin. Mutta liian usein RH kuulostaa aivan lukioradiolta. Musiikkia ei myydä, kuuntelijoita ei aktivoida, flow ei toimi, biisien perässä saattaa olla sekuntikaupalla dead airia, kilpailut järjestetään epäselvästi, yleisöä teititellään, energiataso on pieni, ohjelmien välinen cross promotion on haave vain. Fokus on vain edellisessä ja seuraavassa kappaleessa. Joskus kuunnellessa tuntuu kuin ohjelmaa tehtäisiin vain niille, jotka ovat kuunnelleet sitä jo vuosia. Vastapainona on tietysti myös sitä hyvää: intoilua, hauskoja juttuja, tärkeitä keskusteluja, loistavaa musiikkia, yllätyksellisyyttä, Helsingin sykkeessä elämistä, kaikkea sitä, minkä vuoksi yli 31 000 ihmistä on osoittanut tukensa kanavalle ja vedonnut sen jatkamisen puolesta. (Radio Chicken BBQ -blogi 1.8.2013)

Granlund kuvaa juuri sitä, mistä aineistonikin kertoo. Itsestään selvää arvostusta nauttiva radiokanava ei joudu kriittisen arvioinnin kohteeksi:

Radio Helsingin vahvuudet ovat sen suurimpia heikkouksia, ja ne ovat johtaneet moneen pahaan. Musiikin monipuolisuus, soittolistattomuus ja journalistinen puheisisältö ovat luoneet kanavalle turvapanssarin, jonka takana on voinut tehdä mitä tahansa. Kun RH:ta on pidetty julkisessa keskustelussa automaattisesti ylivertaisena kaupallisiin formaattiradioihin verrattuna, sen sisällön laatua ei ole päästy arvioimaan kriittisesti. (Radio Chicken BBQ -blogi 1.8.2013)

Paitsi että Granlund tarkastelee sisältöjä kriittisesti, hän myös siirtää vastuuta omistajan markkinointiosastolta itse kanavan tekijöille – mutta luisuu kuitenkin samaan hengenvetoon puhumaan taloudellisten seikkojen huomioimisen tärkeydestä eikä sisällöistä:

Ensisijainen vastuu radioaseman tappioista on radioaseman tekijöillä. Ei omistajilla, ei sijoittajilla, ei kuuntelijoilla, ei pahoilla kapitalisteilla eikä mädällä systeemillä. Tekijät vastaavat tuotteesta. Suurin vastuu on sillä, joka istuu suurimmalla tuolilla, sillä hän päättää mistä raha tulee ja mihin se menee. Joka ainoan avustajan ei välttämättä tarvitse ajatella konsernin tulosta, mutta hyvät työntekijät ovat kiinnostuneita myös työnantajansa taloudellisesta tilanteesta, koska se vaikuttaa heidän elämäänsä. (Radio Chicken BBQ -blogi 1.8.2013)

Granlundinkin teksti toistaa talouden, rahan ja tuoton ensisijaisuutta rakentavaa puhetapaa, vaikka yrittääkin seuraavassa katkelmassa ohimennen puolustaa talouden näkökulmista riippumatonta itseisarvoa ehdottamalla muitakin kuin rahaan liittyviä arvon mittareita. Ennen tällaisen arvon saavuttamista rahavirta pitää kuitenkin kirjoittajan mukaan varmistaa, joten lopulta ensisijaiseen asemaan asettuvat kuitenkin talous, raha ja liiketoiminnan lainalaisuudet. Jos rahaa ei ole riittävästi tai taloudellisiin seikkoihin ei kiinnitetä tarpeeksi huomiota, kanavan arvo alenee ”harrastukseksi”, mikä viittaa sen vakavasti otettavuuden ja merkittävyyden vähenemiseen. Vain ”taloudellinen” tai liiketoiminnallinen uskottavuus siis takaa uskottavuuden ”kulttuurina”:

Myös minun mielestäni Suomessa pitäisi olla radio, jonka arvo mitataan jotenkin muuten kuin tuloksen perusteella. Mutta silloin pitää olla varma, että raha tulee jostain. Kulttuuriväen ja luovan työn tekijöiden on ajateltava kohdeyleisöä, rahaa ja oman asiansa markkinointia. Tai sitten hoitaa homma valtion, ulkopuolisen hyväntekijän tai yhteisön kautta. Jos taas rahat eivät riitä oman harrastuksen ylläpitoon, on hankittava toinen harrastus. (Radio Chicken BBQ -blogi 1.8.2013)

6.2 Korkea ja matala: ”oikea” kulttuuri ja ”ei-kulttuuri”

Kuten luvussa 5.2.1 kirjoitin, kulttuurin jakaminen korkeaan ja matalaan on havaintojani ja analyysini tuloksia läpäisevä teema. Kyse on oikeastaan siitä, että ”korkeaa” määritellään aineistossa jatkuvasti paremmaksi, ikään kuin ”oikeaksi” kulttuuriksi. Sitä alempiarvoisemmaksi käsitettävä kaupallinen viihde taas määrittyy jonkinlaiseksi ”ei-kulttuuriksi”, rahan ohjaamana tehdyksi monotoniseksi pullamössöksi, jolla ei ole tekemistä kunnianhimoisten sisältöjen vaan pikemminkin mainostulojen kasvattamisen kanssa. Tässä luvussa esittelen kulttuuria määrittävät ja merkityksellistävät diskurssit tämän kahtiajaon kautta. Olen nimennyt diskurssit niin, että ne kuvaavat ”oikeaa” kulttuuria määritteleviä puhetapoja ja niiden välittämiä merkityksiä. Diskurssit tuottavat ”kulttuurista” ei-kaupallisuudessaan omalakista, matalasta ”ei-kulttuurista” erillistä ja sitä ylemmäksi asettuvaa aluetta. Puhetavoissa korostuvat myös ”kulttuurin” autenttisuus ja yhteiskunnallinen merkittävyys.

6.2.1 Ei-kaupallisuus: kulttuurin omalakisuus ja kulttuuri ei-kaupallisena markkina-alueena

Edellä esitellyistä talouden ensisijaisuutta korostavista puhetavoista huolimatta ”oikeasta” tai ”korkeasta” kulttuurista rakennetaan aineistossani aluetta, joka toimii ei-kaupallisten periaatteiden mukaan, omalakisesti, markkinalogiikan sääntöjä vastaan, niiden ulkopuolella tai ei ainakaan niiden mukaisesti. Tämän diskurssin puhetavoissa ”oikea” kulttuuri määrittyy myös ei-kaupalliseksi markkina-alueeksi, joka muodostaa ”autenttisen” tai ”oikean” kulttuurin jakeluun tarkoitettun, kaupallisista markkinoista ja niiden toimintaperiaatteista poikkeavan erillisen alueensa. Vaikka taloudelliset realiteetit vaikuttavat olevan osa kulttuurin puolustajienkin puhetapoja, kulttuurin ei-kaupallista logiikkaa korostavassa diskurssissa kulttuurille annetaan jonkinlaista ”taloudesta” erillistä itseisarvoa:

Asema on kuitenkin tuottanut tappiota koko olemassaolonsa ajan ja ilman konsernin taloudellista väliintuloa Radio Helsinki olisi lakannut olemasta jo kahdeksan vuotta sitten. – –

Tästä huolimatta päätös ajaa asema alas ja huhuttu aikomus siirtää taajuus Nelonen Medialle, jotta se voi rakentaa tilalle jonkun helpommin myytävän konseptin on harkitsematon, koska Radio Helsinki on kokoaan vaikutusvaltaisempi media. Ja aidosti uniikki, toisin kuin kloonattujen, omille jutuilleen nauravien aamu-[,] iltapäivä- ja iltatiimien valtaamat kaupalliset kanavat.

(Soundi 22.7.2013)

”Kokoaan vaikutusvaltaisempi” vaikuttaa viittaavan siihen, että Radio Helsinki määrittyy taloudellista kokoaan ja tuottamaansa rahallista lisäarvoa suuremmaksi – joksikin, jonka arvoa ei voi talouden mittareilla mitata ja johon pelkkää markkinalogiikkaa ei pitäisi edes soveltaa, sillä sen arvo rakentuu myös tällaisen logiikan ulkopuolisista asioista. Taloudellisen arvon rinnalle ehdotetaan tässä puhettavassa toisenlaisia, ”taloudellisesta” riippumattomia mittareita: vaihtoehtoradiolla todetaan olevan ”suurempaa kulttuurista merkitystä” (Nuorgam 22.7.2013), ja myös arthouse-elokuvien teatterin merkittävyyttä ehdotetaan tarkasteltavan pikemminkin sen uniikkiuden kuin taloudellisten vaatimusten näkökulmasta:

Kluuvikadun Maximissa on käynyt vuosittain noin 150 000 elokuvakävijää. Näin ollen Maximin osuus koko maan elokuvateattereiden lipunmyynnistä on ollut noin kahden prosentin luokkaa.

Suomalaiselle elokuvakulttuurille Maximin merkitys on ollut kuitenkin kokoaan paljon suurempi, sillä se on toiminut arthouse-elokuvan ja eurooppalaisen elokuvan keskeisenä esityspaikkana.

(HS 29.1.2015)

Maxim on suosittu teatteri, jonka ohjelmisto on valittu taiten. Facebookin Pelastetaan Maxim -ryhmään on liittynyt viikossa pian yli 9000 ihmistä ja määrä kasvaa.

Maximin merkitys on kuitenkin suurempi. Se on Finnkinon ainoa Helsingissä laatuelokuville omistettu teatteri, jonka osuus esimerkiksi eurooppalaisten draamojen koko Suomen katsojamäärästä on ollut viime vuosina huikea.

(SK 4.12.2014)

Jos ”oikea” kulttuuri on omalakista, ei-kaupallista ja taloudellisten mittareiden ulkopuolellakin arvokasta ja jopa arvokkaampaa, ”matala” viihde tai ei-kulttuuri sen sijaan saa aineistossani merkityksensä ”kaupallisuuteen” yleensä liitettyistä elementeistä, kuten valmiista soittolistoista ja selkeistä yleisösegmenteistä. Nämä elementit määrittyvät vähempiarvoisiksi kuin ”oikean” kulttuurin ominaisuudet. Mielikuva valmiilla sapluunalla tuotetuista sisällöistä, tietyille mainostajaa kiinnostaville yleisöille suunnatuista soittolistoista, rakentaa ”kaupallisuudesta” alempiarvoista, ”matalampaa” suhteessa ”ei-kaupallisuuteen”. Sitä kun määrittää aineistossani puolestaan käsityönä ja toimittajien omista intresseistä syntyvä sisältö eli esimerkiksi soittolistattomuus ja toimitetut ohjelmat. ”Kaupallisuuteen” liitettyjen toimintatapojen, tavoitteiden ja intressien ei katsota mahdollistavan ”laadukkaan” sisällön tuottamista. Näin

kaupallinen ”ei-kulttuuri” määritty ”matalaksi”, kun taas ”oikean” kulttuurin ei-kaupallinen luonne nostaa sen ”korkeaksi”:

Muistan kun kuulin ensi kertaa Sanoman ostaneen Radio Helsingin. En varmasti ollut ainoa, joka uskoi lopun tulleen. Tuntui luonnolliselta olettaa, että mediakonsernin suojissa asemasta tehtäisiin mainostilaa välittävien mediatoimistojen pötsissä helpommin sulava soittolistaradio, jonka kuuntelijaprofiili olisi helppo tiivistää muutamalla kohderyhmäoptimoidulla ranskalaisella viivalla.

--

Radio Helsinki on kokoaan vaikutusvaltaisempi media. Ja aidosti uniikki, toisin kuin kloonattujen, omille jutuilleen nauravien aamu- iltapäivä- ja iltatiimien valtaamat kaupalliset kanavat.

(Soundi 22.7.2013)

Ne ihmiset, jotka ylenkatsovat hyvin toimitettua radio-ohjelmaa, puheohjelmia ja soittolistattomuutta painottaessaan selkeitä yleisösegmenttejä, joille on kannattavaa markkinoida hyödykkeitä, eivät ymmärrä, millainen sivistävä vaikutus radion kuuntelemisella voi olla.

--

-- jotain on tehtävä. Muuten meille jäävät vain soittolistat, kuuntelijoittensa älykkyyttä radikaalisti aliarvioivat kaupalliset kanavat, vitun hauskat aamujuontajat Make ja Pete ja Elokuu viikon Underground-nostona.

(Nuorgam 22.7.2013)

”Matalan” ja ”kaupallisen” vastavoimana omalakinen Radio Helsinki määritty monimuotoiseksi, älyllisesti haastavaksi eikä rajattuihin kohderyhmiin rajoittuneeksi tai standardisoiduksi:

-- puheohjelmat ja haastattelut ovat omaleimaisia ja raikkaita, eivätkä rakennu toimittajien omien dokauskokemusten ruotimiseen, keskenäiseen seläntaputteluun ja yleiseen tyhmyyden ylistykseen. Tästä johtuen kanava ylittää kaikki genre- ja ikärajat ja haastaa myös oman maun tottumukset. Urautuminen Radio Helsingin kuuntelijana on mahdotonta. (Aino Vennan blogi)

”Ei-kulttuurin” ja ”oikean” kulttuurin välille rakennetaan näissä puhetavoissa selvää kontrastia, joka perustuu niiden eroon kaupallisuudessa ja siihen liittyvien arvojen omaksumisessa. Radio Helsingin sisällön esitetään syntyvän työntekijöiden ajatus- ja käsityönä, ei automaattisesti mainostulojen ohjaamana: ”Musiikin Radio Helsingissä valitsevat dj:t, monilla muilla kanavilla markkinavoimat. Hittimusiikin sekaan on helpompi myydä automainos kuin hipsterimusiikin.” (HS 28.7.2013.) Radio Helsingin ohjelmavirta on ”häkellyttävän heterogeeninen” ja ”vaikeasti

markkinoitava”. Sen kaltaiseen toimintaan ”ei oikeastaan pysty edes [verovaroin toimiva] Yle tällä hetkellä, vaikka sen pitäisi”. ”Aidosti alkuperäinen” ja ”omapäinen” media asettuu vastavoimaksi sille ”monotoniselle pullamössölle”, jota kaikesta muusta on onnistuttu tekemään. (Soundi 22.7.2013.) Otso Kivekäs toteaa verkkosivuillaan (11.7.2013), ettei Radio Helsinkiä ”alkujaan perustettu tavoitteena rahanteko, vaan halusta tehdä hyvä radiokanava”. Radiotyötä Tampereen yliopistossa opettava yliopistonlehtori Marko Ala-Fossi pitää kanavan lakkauttamista Helsingin Sanomien (11.7.2013 A) mukaan ikävänä uutisena. Hänen mukaansa lakkauttamisuuhka kertoo siitä, ”ettei tämäntyyppinen yhteisöllinen radiotoiminta toimi kaupallisen logiikan puristuksessa”. Jutun mukaan mediatutkijat tulkitsevat kanavan lakkauttamisen viittaavan siihen, ”ettei toimituksellisesti tuotettua radiosisältöä pysty yhdistämään mainosatteeseen”.

Maximia puolustaneiden pelkona on, että jos erillinen arthouse-teatteri lakkautetaan, ”korkeaksi” määrittyvät taide-elokuvat katoavat suomalaisesta elokuvatarjonnasta. Näin ennustetaan tapahtuvan, jos ne pistetään erillistä taide-elokuvien teatteria kaupallisemmaksi määrittyvässä ympäristössä rinnakkain kaupallisen logiikan mukaan arvotettavan, ”matalaksi” määrittyvän sisällön kanssa:

Pitkä elokuva on siitä erikoinen taiteenlaji, että sekä kaupallisimmat tuotteet että haastavin taide ja aivan kaikki sävyt siltä väliltä asetetaan monisaliteatterin lippuluukulla huoletta rinnakkain. Sen tietää, mikä osuus häviää lopullisesti, jos Maximin kaltaiset art house - teatterit tuhoetaan. Nyt niin on käymässä. (SK/Kuvien takaa -blogi 16.12.2014)

Omien, ei-kaupallisten lakiensa mukaan toimivan ”kulttuurin” ei pitäisi joutua kilpailemaan ”ei-kulttuurin” eli kaupallisten arvojen mukaisesti tuotetun ja kaupallisten tavoitteiden valossa arvioitavan sisällön kanssa samasta huomiosta:

Art house-elokuvien maahantuojoille Maximin taloudellinen merkitys on hyvin keskeinen, usein puolet koko Suomen tuloksesta. Ilman nykyistä Maximia laatuelokuvat kilpailisivat riittävän suurista ensi-iltasaleista pääkaupunkiseudun multiplekseissä, joissa kilpailu on kovaa pelkästään mainstream-elokuvien kesken. (Pelastetaan Maxim/FB 27.4.2015, AVEK-lehden artikkeli)

Maxim on Helsingin ainoa teatteri, jossa voidaan laatutietoisella ohjelmistotyöllä tavoittaa riittävästi [sic] oikeaa kohderyhmää ja laatuelokuville omistettu teatteri takaa niille myös elinkaaren, joka on mahdotonta toteuttaa Kinopalatsin ja Tennispalatsin kovassa kilpailutilanteessa (tulokset näkyvät jo tästä Maximin remontin ajalta). (Pelastetaan Maxim/FB, Helsinki International Film Festivalin kannanotto 3.12.2014)

"Kulttuuri" määrittyy aineistossani jonkinlaiseksi ei-kaupallisten lakien mukaan toimivaksi markkina-alueeksi, tässä tapauksessa vaihtoehtoisen musiikin ja elokuvan levittäjäksi, joka ei levitä sitä mikä myy vaan sitä mikä jää multiplekseilta tai suurilta levy-yhtiöiltä huomioimatta. "Erityisen huolissaan artistit ovat olleet siitä, että kanavan [Radio Helsingin] sulkeminen vaikeuttaisi suunnattomasti nousevien ja indie-artistien nousua yleisön tietoisuuteen", kirjoitetaan Helsingin Sanomissa (17.7.2013). Radio Helsinki koetaan merkittäväksi juuri sen vuoksi, että se on tärkeä ponnahduslauta aloitteleville artisteille (Save Radio Helsinki/FB, Ewert and The Two Dragonsin kannanotto 15.7.2013, suom. KM) ja on "rikastuttanut populaarikulttuurin monimuotoisuutta antaen äänen myös pienille, nouseville ja valtavirrasta poikkeaville artisteille" (HS 17.7.2013). Se on "johdonmukaisesti antanut uusille, vaihtoehtoisille tekijöille radiosoittoa ja näkyvyyttä, kun kaupalliset kanavat ovat jättäneet vaihtoehtoiset piirit huomiotta" (Save Radio Helsinki/FB, Tallinn Music Weekin kannanotto 13.7.2013, suom. KM).

Kun kaupallisiin intresseihin huonosti sopivan musiikin levittämisen merkityksellisyyttä ja tärkeyttä näissä puhetavoissa toistetaan, tullaan diskurssiin rakentaneeksi sisään paitsi kaupallisten arvojen ja mittareiden hegemonisen aseman kritiikkiä myös jonkinasteista taiteen itseisarvoa. Se rakentuu, kun sellaiset taiteen areenat, joita ei ohjaa sisältöjen kaupallinen menestyspotentiaali, määrittyvät teksteissä tärkeiksi ja vaalimisen arvoisiksi. Näistä areenoista, kuten Radio Helsingistä, tehdään tosin välineitä, jotka mahdollistavat kaiketi "kaupallisemman" suosion tavoittelemisen:

Radio Helsinki kuuluu puolestaan pienempään ekosysteemiin johon kuuluu indie levy-yhtiöt, managerit, promoottori, klubit ja festarit jotka ovat tarpeellisia uusien artistien löytämiseen ja kehittämiseen. Monista pienistä artisteista tulee isoja ja jatkaa uraansa vahvasti kaupallisena, mutta ilman Radio Helsingin kaltaista kanavaa monet eivät edes pääse sinne asti, tai ylipäänsä minnekään. Tämän takia isot artistit kuten Muse ja Placebo ovat puhuneet Radio Helsingin puolesta. He eivät välttämättä tarvitse Radio Helsinkiä tänä päivänä mutta muistavat ajat jolloin tarvitsivat. Molemmat bändit saivat alkutaipaleellaan tukea Radio Helsingin kaltaisilta medioilta koska monille muille valtavirtamedioille he olivat mahdollisesti liian vaihtoehtoisia tai "vaikeita". (Save Radio Helsinki/FB, muistiinpano 5.8.2013)

It should not be underestimated just how successful and important Radio Helsinki has been in helping many artists and labels find an audience - many of these people have contributed their own thoughts on the facebook page, both national and international, and we are as grateful to them as they are to Radio Helsinki for helping many of them in their careers. (Save Radio Helsinki/FB 21.7.2013)

Kannanotoissa yritetään puolustaa ja raivata sellaista tilaa, jossa ei-kaupalliseksi määrittyvää ”kulttuuria” ei ensisijaisesti arvioitaisi kaupallisten kriteerien mukaan. Juuri ”oikean” kulttuurin formaatittomuus, soittolistattomuus ja sisällön tuottamisen käsityömäisyys, siis ”ei-kaupallisuus”, mahdollistaa ”kaupallisten” kriteerien ylittämisen ja takaa näin edes jonkinlaisen itseisarvon ”kulttuurin” sisällöille:

Radio Helsinki esittelee kiinnostavaa uutta musiikkia ja siihen liittyviä tapahtumia jo pitkään ennen kuin bändit saavuttavat tason, jolla levy-yhtiöt lähestyvät niiden puolesta medioita. – – Jos demosi tai omakustanteesi on tarpeeksi hyvä edes yhden kopissa viihtyvän musiikin rakastajan mielestä, sillä on hyvä mahdollisuus tulla kuulluksi jossain vaiheessa aseman häkellyttävän heterogeenistä (ja vaikeasti markkinoitavaa) ohjelmavirtaa. (Soundi 22.7.2013)

Toisin kuin kaupallisten ja taloudellisten reunaehtojen mukaan toimivat musiikkimarkkinat, Radio Helsinki on osoittanut arvostustaan ”bändeille, joilla ei ole tarpeeksi resursseja markkinoida itseään, jotta voisivat menestyä isossa, pahassa musiikkiteollisuudessa tai jotka eivät yksinkertaisesti välitä v*ttuakaan hitti- tai levylistoista” (Save Radio Helsinki/FB, The Valkyriansin kannanotto 17.7.2013, suom. KM).

Omakustanne EP:n saaminen radioon aloittelevana muusikintekijänä [sic] ja folk-kentässä olisi ilman Radio Helsinkiä ollut mahdotonta. – – Olen varma että kanavan varaukseton suhtautuminen musiikkiimme on suurin tekijä, joka edesauttoi levysopimuksen solmimiseen Stupido Recordsin kanssa. – – Tiedän että tämä on suuressa mittakaavassa varsin subjektiivista läänkytystä, mutta kuinka tulevat bändit saavat musiikkinsa ilman suuria levy-yhtiöitä soimaan radiossa, jos tarjolla on vain kaupallisia kanavia? Eivät mitenkään. Ajatus on sietämätön! (Aino Vennan blogi)

Mä toivon sydämeistäni, että Radio Helsingin toiminnalle löytyy jonkinlainen jatko, koska mielestäni kyseinen kanava näyttelee erittäin tärkeää roolia uusien, varsinkin kotimaisten artistien esiintuonnissa. Kuka muu soittaa Aino Vennaa? Entä Ville Ahosta? (Save Radio Helsinki/FB, Samae Koskisen kannanotto 15.7.2013)

Samanlainen viesti vahvistuu muualla aineistossa. Edellisten lisäksi moni muukin artisti puhuu Radio Helsingin tärkeydestä kotimaisen ja ulkomaisen tuoreen, nuorten bändien musiikin levittäjänä (Save Radio Helsinki/FB, Von Herten Brothersin kannanotto 17.7.2013; Save Radio Helsinki/FB, Yonan kannanotto 30.7.2013). Viesti ei tule vain niiden suusta, jotka ovat itse hyötäneet vaihtoehtoisen, kaupallisen logiikan vastaisesti toimivan ”markkina-alueen” olemassaolosta:

Radio Helsingin kohtalo surettaa. Vaikka oma musiikkini soikin aivan muilla kanavilla, niin näen silti suuren tarpeen sellaiselle kanavalle, joka valaisee myös sitä nurkkaa, johon soittolistat eivät yllä. Radio Helsingin loppuminen näivettää kulttuuria. (Save Radio Helsinki/FB, Anssi Kelan kannanotto 15.7.2013)

Erään kirjoittajan mukaan jotkut Radio Helsingin erikoisohjelmista olivat ennen musiikkipalvelu Spotifyta ”ulkomaisten nettiradioiden ohella ainoa mahdollinen kosketuspinta uunituoreeseen, päivän polttavimpaan indiemusiikkiin ja siihen, mikä oikeasti oli tällä hetkellä *in* ahtaan, pohjoisuusimaalaisen todellisuuteni ulkopuolella” (Nuorgam 22.7.2013).

Jätät jälkeesi omistautuneen ja surevan kuulijakunnan, mutta myös suuren joukon kotimaisia artisteja, joita mikään muu radiokanava ei tule jatkossakaan soittamaan. Näiden artistien upea taide menettää myötäsi jälleen yhden tärkeän levityskanavan. (Nuorgam 22.7.2013)

Ei-kaupallisten logiikoiden mukaan toimivaksi ja ei-kaupalliseksi markkina-alueeksi määrittävän vaihtoehtoradion nähdään olevan oikeasti kiinnostunut uusista kyvyistä, toisin kuin sitä kaupallisempien viihteen tai ”ei-kulttuurin” muotojen, joiden kiinnostuksen nähdään kohdistuvan vain siihen mikä myy. Se ei toimi ”kaupallisen” logiikan tai ”taloudellisten” tavoitteiden mukaan eikä se ole edes verrattavissa ”kaupallisemmiksi” käsitettyihin viihteen muotoihin. Vaikka se olisikin liiketoimintaa, se on omalakisista liiketoimintaa, jota kiinnostaa muukin kuin suurilla yleisöillä ja ”tuotteistamisella” tuotettu raha:

Sitä paitsi, on aika ymmärtää että Radio Helsingin kaltainen media ei ole samanlaista liiketoimintaa kuin esimerkiksi The Voice tai XFactor ja kanavaa ei pitäisi käsitellä samalla tavalla. Nämä musiikkiin perustuvat tv-ohjelmat ovat isoille yleisöille jotka haluavat viihdettä, mutta eivät välttämättä ole kiinnostuneita uusien kykyjen löytämisestä tai eivät arvosta sitä. Heillä ei ole joko tarvetta tai halua etsiä enempää kuin tarjotaan. Ohjelmien voittajilla halutaan tuottaa niin paljon rahaa kuin mahdollista, eli he ovat periaatteessa vaihdettavissa mihin tahansa vastaavaan ”tuotteeseen”, kunhan vaan myy. (Save Radio Helsinki/FB, muistiinpano 5.8.2013)

Elokuvateatteri Maximin esitetään toimineen yleensä vaihtoehtoisiksi käsitettyjen ”arthouse-elokuvan ja eurooppalaisen elokuvan keskeisenä esityspaikkana” (HS 29.1.2015). ”Ilmarisen päätös tuhota maan tärkein arthouse-teatteri Maxim vähentää laatu elokuvien tuontia, toteavat elokuvalevittäjät. Kulttuuriskandaali”, kirjoittaa Kalle Kinnunen twiitissään (Pelastetaan Maxim/Twitter 28.11.2014). Kun Maximin paikkamäärä uhkasi pudota puoleen, Pelastetaan Maxim -liikkeen perustaja Lauri Kerola kommentoi Helsingin Sanomissa (29.1.2015), ettei

kyseisellä suunnitelmalla Maximista tule "laatuelokuvan turvasatamaa": "Tärkeää olisi, että Maxim 1 toimisi. Sen puuttuminen voi vaikuttaa laatuelokuvien maahantuontiin laajemminkin." Samaa sanoo Suomen suurimman arthouse-elokuvien maahantuojan Cinema Mondon markkinointipäällikkö: "Eurooppalaisen elokuvan maahantuonti voi Maximin menetyksen myötä kutistua merkittävästi, sanoo Ville Purjo." (YLE 5.12.2014) Maximin lakkauttaminen vaikuttaisi myös Cinema Mondon toimitusjohtajan mukaan yrityksen maahantuontipolitiikkaan (SK 4.12.2014). Useiden elokuvafestivaalien näyttämönä toimineen Maximin katoamisen vihjataan vaikuttavan koko Suomen tasolla, sillä teatterissa järjestettyjen elokuvafestivaalien kautta "elokuvia, joita ei Suomessa muuten nähtäisi, leviää esityksiin myös maakuntiin" (SK 4.12.2014). Maxim siis määrittänyt myös osaksi "kulttuurin" muodostamaa, ei-kaupallisen logiikan mukaisesti toimivaa markkina-alueetta, jota ilman suomalainen yleisö ei näe muuta kuin kaupallisten intressien mukaan valittuja ja niiden vaatimukset täyttäviä elokuvia: "Maximin menetys vaikuttaisi katsojamääriin ja sitä kautta suoraan koko Suomen elokuvamaahantuonnin monipuolisuuteen." (Pelastetaan Maxim/FB 27.4.2015, AVEK-lehden artikkeli) Helsingin Sanomien (29.11.2014) julkaiseman mielipidekirjoituksen mukaan "[i]lman [arthouse-elokuvaan keskittyneitä] teattereita laatuelokuvaa ei kannata edes tuoda maahan". Jonkinlaista itseisarvoa "kulttuurille" siis rakennetaan. Sen ei nähdä pärjäävän niillä "kaupallisilla" markkinoilla, joissa riskejä, hyötyjä ja lisäarvon tuottamisen mahdollisuuksia punnitaan, mutta sen ei silti ajatella olevan arvotonta tai merkityksetöntä. Sillä on arvo itsessään tai sen arvo mitataan muilla mittareilla sillä "ei-kaupallisella", omalakisella markkina-alueella, jonka se muodostaa ja jota se tarvitsee arvonsa ja merkityksensä säilyttämiseen. Jos tämä omalakinen markkina-alue katoaa ja ainoiksi mittareiksi jäävät kaupallisen "ei-kulttuurin" (talouden) mittarit, "oikea" kulttuuri katoaa tai ainakin menettää merkitystään ja itseisarvoaan.

Myös muualla aineistossani viitataan siihen, että Maximin lopettamisen tai teatterin koon supistamisen myötä "Suomeen saatavien laatuelokuvien määrä vähenisi" (YLE 12.1.2015). Esimerkiksi Oscar-palkittu "itäeurooppalainen mustavalkodraama" *Ida* ei olisi ilman Maximia tullut erään kirjoituksen (SK/Kuvien takaa -blogi 25.2.2015) mukaan Suomessa valkokankaille välttämättä ollenkaan. Edes Ilmarisen sittemmin kumottu päätös Maximin jatkamisesta yksisalisena ei muuttanut mitenkään "uhkakuvaa art house -elokuvien maahantuonnin lamaantumisesta" (SK/Kuvien takaa -blogi 9.12.2014). Ihmisiltä, jotka "eivät tunne oloaan

kotoisaksi isoissa ja äänekkäissä multiplekseissa [sic]”, alkavat olla teatterit ”ja sitä mukaa pahimmassa tapauksessa kohta elokuvatkin” vähissä (Episodi 15.12.2014).

Vaikka kulttuurista kaikin edellä kuvatuin keinoin tehdään oman logiikkansa mukaan toimivaa, ei-kaupallista aluetta ja markkina-ajattelua ja sen mittareiden soveltamista ”oikeaan” kulttuuriin jopa vastustetaan, taloudellisten näkökohtien ensisijaisuutta harvoin vastustetaan suorasanaisesti. Kuten olen aiemmin osoittanut, pikemminkin taloudellisista seikoista puhutaan sen kustannuksella, että puhuttaisiin kriittisesti tai syvällisesti sisällöistä, ja näin myös toistetaan talouden ensisijaisuutta korostavia puhetapoja. Yhdessä päivityksessä kuitenkin kyseenalaistetaan suorasanaisesti rahallisen lisäarvon tuottamisen tärkeys: ”Because money is not the only reason to do things. Support Radio Helsinki!” julistetaan pienen, vain muutamaa artistia edustavan Zozaya Recordsin twiitissä (Save Radio Helsinki/Twitter 14.7.2013).

6.2.2 Kulttuurin ylemmyys ja erillisyyt

Kuten olen todennut, analyysini edetessä kävi selväksi, että aineistossani kulttuuri käsitetään ja sitä merkityksellistetään korkea-matala-jaon kautta. Tämä hierarkia näkyy muuallakin aineistossa kuin vain tämän diskurssin puhetavoissa. Se ilmenee esimerkiksi edellisessä alaluvussa esittelemässäni diskurssissa siinä, kuinka kaupallisuutta ja ei-kaupallisuutta merkityksellistetään ja minkälaisia asioita niihin artikuloidaan. Erillisyyden ja ylemmyyden diskurssi tekee eroa vielä selvemmin vetäen ”oikeaa” kulttuuria ja ”ei-kulttuuria” erilleen toisistaan ja asettaen näistä ensiksi mainitun hierarkiassa korkeammalle paikalle.

Paikallisoradion oli määrä siirtyä syksyllä Helsingin Sanomilta Nelonen Medialle. Kanavan tulevaisuuden kannalta oli tässä vaiheessa kaksi vaihtoehtoa, kertoo Ala-Fossi.

”Joko kanava ajettaisiin alas tai sen formaatin olisi muututtava muiden kaupallisten kanavien kaltaiseksi. Lopettaminen saattaa olla kunniakkaampi vaihtoehto Radio Helsingille kuin jatkaminen haamuna entisestään.”

(HS 11.7.2013 A)

Radiotyötä Tampereen yliopistossa opettava Marko Ala-Fossi arvioi Radio Helsingin lopettamisen olevan kanavalle kunniakkaampaa kuin jatkaminen oletettavasti kaupallisemmassa formaatissa. Olisi siis suorastaan häpäisy, jos ei-kaupalliseksi ymmärretty omaehtoinen radio joutuisi muuttumaan ”kaupallisempien” kilpailijoidensa kaltaiseksi. Mielekkäämpää on jopa se, että

kanava lopettaa toimintansa kokonaan. ”Ei-kulttuuriin” liitetyt ominaisuudet merkityksellistyvät alhaisiksi ja niiden karttamisesta tulee kunnia-asia. Kaupallisten ja voiton tavoitteluun tähtäävien arvojen esitetään muuallakin aineistossani olevan potentiaalinen uhka ”oikean” kulttuurin autenttiselle ja ei-kaupalliselle, ylevämmälle luonteelle:

Muistan kun kuulin ensi kertaa Sanoman ostaneen Radio Helsingin. En varmasti ollut ainoa, joka uskoi lopun tulleen. Tuntui luonnolliselta olettaa, että mediakonsernin suojissa asemasta tehtäisiin mainostilaa välittävien mediatoimistojen pötsissä helpommin sulava soittolistaradio, jonka kuuntelijaprofiili olisi helppo tiivistää muutamalla kohderyhmäoptimoidulla ranskalaisella viivalla. (Soundi 22.7.2013)

”Korkean” erillisyyttä ja ylemmyyttä rakennetaan tuottamalla siitä älyllistä, vakavaa ja haastavaa. ”Matala” taas määrittyy päinvastoin helppouden ja epä-älyllisyyden kautta. Matalan, kaupallisten lakien mukaan tuotettavan ”ei-kulttuurin” sisällön yksioikoisuudesta ja yksinkertaisuudesta seuraa sen alempiarvoinen asema ”oikeaan” kulttuuriin verrattuna. ”Matala” määrittyy ominaisuuksiensa vuoksi vähempiarvoiseksi ja myös keinotekoiseksi, epäautenttiseksi vastakohtana ”korkean” autenttisuudelle. Diskurssissa tehtiin hierarkiaa ja eroa niin ”korkean” ja ”matalan” sisältöjen, konseptin kuin yleisöjenkin välille.

Jos kaikki muu on ”monotonista pullamössöä”, on niin sanotuksi ”oikeaksi” kulttuuriksi määrittävä sisältö ”häkellyttävän heterogeenistä” (Soundi 22.7.2013). ”Urautuminen Radio Helsingin kuuntelijana on mahdotonta” (Aino Vennan blogi), ja kanavan tarjonta on ”monimuotoista”, yllätyksellistä (Save Radio Helsinki/FB, Samae Koskisen kannanotto 17.7.2013). Kaupalliset ”ei-kulttuurin” muodot ja ei-kaupallinen ”oikea” kulttuuri tarjoavat erilaisia kokemuksia: ensimmäinen jotain helposti pureskeltavaa, jota voi katsoa popcornia syöden, jälkimmäinen keskittymistä vaativaa. Maximin pelastamiskampanjan aloittanut Lauri Kerola muotoilee eron Nyt.fi:n (5.12.2014) haastattelussa seuraavasti: ”Toki kaikilla teattereilla on täällä oma paikkansa. Joskus mennään pikkuveljen kanssa Tennispalatsiin katsomaan *Iron Mania* ja ostetaan popcornia, joskus vähän vakavammin otettavaa Maximiin.” Helppoutta enemmän arvostusta saavana ominaisuutena älyllinen haastavuus nostaa ”oikean” kulttuurin ”ei-kulttuuria” korkeammalle. ”Helposti pureskeltu” viihteellisemmän sisällön määreenä välittää merkityksiä ja mielikuvia älyllisestä haastamattomuudesta, joka ei voi mitenkään kilpailla ”vakavan” ja haastavan ja siksi arvostetun sisällön kanssa:

Pihla Viitala vetosi poliitikkoihin Ylen lauantaisessa keskustelutilaisuudessa taiteen ja politiikan suhteesta (Kulttuurin välikysymys, Yle Teema):

”Tarvitsemme pieniä elokuvateattereita kuten Maxim, jotka näyttävät jotain muuta kuin [sic] helposti pureskeltuja jatko-osien jatko-osia.”

(Pelastetaan Maxim/FB 15.4.2015)

Radio Helsinki määritetty älylliseksi ja siten ”korkeaksi” myös sen kulttuurisen pääoman kautta, jota sillä esitetään olevan:

Monista pienistä artisteista tulee isoja ja jatkaa uraansa vahvasti kaupallisena, mutta ilman Radio Helsingin kaltaista kanavaa monet eivät edes pääse sinne asti, tai ylipäänsä minnekään. Tämän takia isot artistit kuten Muse ja Placebo ovat puhuneet Radio Helsingin puolesta. – – Molemmat bändit saivat alkutaipaleellaan tukea Radio Helsingin kaltaisilta medioilta koska monille muille valtavirtamedioille he olivat mahdollisesti liian vaihtoehtoisia tai ”vaikeita”. (Save Radio Helsinki/FB, muistiinpano 5.8.2013)

Vaihtoehtokanavalla on tarpeeksi tietynlaista kulttuurista älyä, jotta se osaa nostaa laadukasta musiikkia esiin jo ennen suuren yleisön huomiota. Maailmanmainetta niittäneiden Musen ja Placebon esittäminen muille, kaupallisemmille medioille liian vaikeiksi tuottaa näistä kanavista epä-älyllisiä ja sellaisina matalaa ”ei-kulttuuria” edustavia ja korkealle, ”oikealle” kulttuurille vastakkaisia. Jos edes globaalia valtavirtaa edustavia superbändejä ei ole niiden alkuaikoina tunnistettu soittamisen arvoiseksi, asiantuntemuksen taso ei voi olla kovin korkea. Sisällön ”vaikeus” on myös haaste, jota kaupalliset kanavat eivät halua ottaa vastaan. Mutta juuri sisällön haastavuus liitetään toisaalla aineistossani laatuun:

Kotona avaan television. Sieltä alkaa Silta, Vallan linnake, The Wire, Treme, True Blood, Game of Thrones, Walking Dead tai Breaking Bad. Ne edustavat maailman parasta tv-draamaa, ja Suomen televisio lähettää sitä.

Ne eivät ole parhaita siksi, että ne voisi niellä helposti tai katsella ohimennen. Päinvastoin. Laatu on juuri siinä, ettei yhtään jaksoa ole varaa jättää väliin, jokainen täytyy katsoa ajatuksen kanssa.

Näissä tv-sarjoissa esiintyy runsaasti marginaaliviihteen piirteitä: väkivaltaa, kiroilua ja seksiä. Joskus näyt ja käänteet järkyttävät.

--

Sellainen se on, elämä. Yllättävä ja rosoisen [sic].

Kuten Radio Helsinki.

Se ei lähetä automainoksien väliin optimoitua, hajutonta hittipuuroa, kuten useimmat muut kanavat.

(HS 28.7.2013)

Soittolistattomalla Radio Helsingillä on ”musiikillista ja kulttuurista asiantuntemusta” (engl. *braintrust*) kontrastina ”tyhjöpäiselle, hailakalle, tehostetulle mediamaisemalle, jossa nykyään elämme” (Cats on Fire -yhtyeen verkkosivut 19.7.2013, suom. KM). Soittolistaradio taas on ”[t]unnista toiseen saman pienen uutuuksien kierrätystä”, ja välillä soitetaan joku klassikko, ”kanavasta riippuen joko Black Velvet, Paradise City tai Viidestoista yö”, kuten Esko Valtaoja luonnehtii kolumnissaan (TS 13.8.2013). Kaupallisemmaksi käsittyvään ”ei-kulttuuriin” – kuten sen yleisöönkin – liitetään tietty rutiininomaisuus ja tylsyys, johon ei kuulu ”säpsähtäminen oikeasti hereille”:

Loppujen lopuksi vika ei tietenkään ole radiokanavissa, vaan meissä itsessämme. Me haluamme musiikkia, joka on mahdollisimman tasaista ja turruttavaa, sellaista, jota voi huoletta kuunnella taustahälynä tai pikku piipityskuulokkeista ilman, että koskaan tarvitsee säpsähtää oikeasti hereille: mitäs ihmettä tämä on? Ja musiikkiasemat tiukkoine formaatteineen tarjoavat meille juuri sitä. Eipä kumma, että myyntitilastojen huipulla keikkuvat ketään ärsyttämättömät mitättömyydet, ja Radio Helsinki, Suomen ainoa suurempi soittolistaton radioasema, on lopetusuhan alla.

Vapaa-ajallamme olemme täysin tapojemme orjia. Ostetaan Dan Brownin uusibestselleri [sic], kun viime joulunakin ostettiin, mennään joka vuosi Tangomarkkinoille tai Savonlinnan oopperajuhlille, syödään taas tuplahampurilaiset, katsotaan samoja teeveesarjoja, ja hei, Beyoncéta on tullut uusi levy! Omapa vikamme, jos elämä tuntuu tylsältä.

(TS 13.8.2013)

”Oikean” kulttuurin erillisyyttä sitä matalammasta ”ei-kulttuurista” määrittäytyneeksi ensinnä mainitulle esimerkiksi Maximiin liittyvissä kannanotoissa, joissa arthouse-elokuvan ei uskota pärjäävän, jos se asetetaan multiplekseissa rinnakkain kaupallisemman viihteen kanssa. Näin ”oikealle” kulttuurille tuotetaan siinä mielessä ylemmyyttä, ettei sen katsota menestyvän, jos se on kosketuksissa sitä matalammaksi määrittyvän sisällön kanssa:

Pitkä elokuva on siitä erikoinen taiteenlaji, että sekä kaupallisimmat tuotteet että haastavin taide ja aivan kaikki sävyt siltä väliltä asetetaan monisaliteatterin lippuluukulla huoletta rinnakkain. Sen tietää, mikä osuus häviää lopullisesti, jos Maximin kaltaiset art house -teatterit tuhoetaan. Nyt niin on käymässä. (SK/Kuvien takaa -blogi 16.12.2014)

viinilasin, mikäli sitä ei halua nauttia ennen tai jälkeen teatterin ravintolassa. ”Oheismyynti” on osa konseptia. (HS 11.12.2014 A)

Muun muassa Esko Valtaoja ottaa esille kolumnissaan (TS 13.8.2013) ”aamujen tekopirteät ääliöjuontajat”, joista muodostui aineistossani samanlainen kaupallista ja matalaa edustava toistuva elementti kuin Maximin kampanjassa multiplekseihin liitetystä popcornista:

Radiota soittolistoineen kun ei kuuntele vanha erkkikään. Tunnista toiseen saman pienen uutuuksien kierrätystä, ja aina väliin kanavasta riippuen joko Black Velvet, Paradise City tai Viidestoista yö. Enkä viitsi edes kommentoida aamujen tekopirteitä ääliöjuontajia. (TS 13.8.2013)

”Ääliöjuontajilla” korostetaan epä-älykkyyttä ja asiantuntemattomuutta, joka liitetään ”kaupalliseen” tarjontaan, mutta ei ”kulttuuriin”, joka määrittänyt sitä ylemmäksi. Jotain Radio Helsingin pelastamiseksi on tehtävä tai ”[m]uuten meille jäävät vain soittolistat, kuuntelijoittensa älykkyyttä radikaalisti aliarvioivat kaupalliset kanavat, vitun hauskat aamujuontajat Make ja Pete ja Elokuu viikon Underground-nostona” (Nuorgam 22.7.2013). Kanava on ”aidosti uniikki, toisin kuin kloonattujen, omille jutuilleen nauravien aamu-[,] iltapäivä- ja iltatiimien valtaamat kaupalliset kanavat” (Soundi 22.7.2013). Lisäksi sen ”puheohjelmat ja haastattelut ovat omaleimaisia ja raikkaita, eivätkä rakennu toimittajien omien dokauskokemusten ruotimiseen, keskenäiseen seläntaputteluun ja yleiseen tyhmyyden ylistykseen” (Aino Vennan blogi). ”Ohjelmisto on laadukasta, ja ohjelmia tekevät pätevät ihmiset. Samaa ei voi sanoa kovinkaan monesta suuremmasta kanavasta.” (Image/Tämän kylän homopoika -blogi 11.7.2013)

Erottelu ”kaupallisen” ja ”ei-kaupallisen” välillä tehdään myös rakentamalla keskenään erilaisia ja hierarkiassa olevia käsityksiä niiden yleisöistä. Multiplekseissa ja Maximissa käyvät eri ihmiset; ensimmäisessä pääasiassa lapsiperheet (Pelastetaan Maxim/FB 11.3.2015) ja jälkimmäisessä ”oikeat” elokuvafanit, joille elokuvat eivät ole ohimennen kulutettavaa viihdettä:

Elokuvateatteri Maximin sulkeminen Kluuvikadulla tulee olemaan kova isku helsinkiläisille elokuvafaneille.

--

Maxim on ollut elokuvateatteri myös sille yleisön osalle, joka on suhtautunut elokuvaan ja elokuvakulttuuriin muita vakavammin. Maxim on ollut arthouse-elokuvan tärkeä turvasatama Helsingissä.

Sen ohjelmistossa on ollut paljon esimerkiksi eurooppalaista elokuvaa, jonka nyt pitää löytää näytösaikoja ja uusi yleisönsä Finnkinon multiplexeistä.

(HS 28.11.2014)

Mikä vieläkin tärkeämpää, kaksisalinen Maxim on ollut koti taiteellisemmille tai ainakin rauhallisemmille elokuville, jotka keräävät yleisöä hitaampaan tahtiin kuin hypetetyimmät kollegansa. Niitä ovat käyneet katsomassa ihmiset, jotka eivät tunne oloaan kotoisaksi isoissa ja äänekkäissä multiplexeissa. (Episodi 15.12.2014)

Vaikka nimenomaan ”matalaksi” määrittävään ja ”kaupalliseen” liitetään aineistossani esimerkiksi tiukat kohderyhmät ja formaatit, myös ”oikeaa” ja ”korkeaa”, oman logiikkansa mukaan toimivaa kulttuuria tunnutaan profiloitavan tietyille, rajatulle yleisölle. ”Maximin selkeä profiili ja vakituinen yleisö ovat tärkeässä asemassa, kun Suomeen tuodaan taiteellisesti korkeatasoista elokuvaa’, sanoo Atlantic Filmin Jenni Ukkonen.” (SK 4.12.2014) ”Vakituinen yleisö” määrittyy aineistossa elokuvia taiteena arvostavaksi eliitiksi, joka karttaa ”matalaa”. Taide-elokuvien yleisö ei siis eksy tai alennu monisaliteatterin hälyyn: ”Laatuelokuvii keskittyvä Maxim on toimiva ja popcornin tuoksuisia multiplex-teattereita karttavan yleisönsä arvostama teatteri.” (Pelastetaan Maxim/FB 27.4.2015, AVEK-lehden artikkeli) Popcornilta tuoksuva ”kaupallinen” ympäristö määrittyy Maximissa käyvän (ja kenties mieluummin viiniä kuin popcornia nauttivan) yleisönosan näkökulmasta ala-arvoiseksi ja välteltäväksi myös arthouse-elokuvia maahantuovan Cinema Mondon toimitusjohtajan Mika Siltalan kommentissa: ”Maxim on ollut rauhallisempi miljöö popcornin katkua kaihtavalle aikuisemmalle yleisölle.” (SK 4.12.2014)

Eroa ja hierarkiaa tehdään yleisöjen erilaisuuden kautta myös soittolistattoman, erikoisohjelmiin keskittyneen Radio Helsingin ja sitä kaupallisempien soittolistakanavien välille. Todellisten musiikin harrastajien kyseenalaistetaan edes kuuntelevan radiosta muuta kuin erikoisohjelmia, joita esimerkiksi juuri Radio Helsinki tuottaa. Muu sisältö ei vastaa ”todella musiikkia harrastavan” eliitin vaatimuksiin:

Radiota soittolistoineen kun ei kuuntele vanha erkkikään. Tunnista toiseen saman pienen uutuuksien kierrätystä, ja aina väliin kanavasta riippuen joko Black Velvet, Paradise City tai Viidestoista yö. Enkä viitsi edes kommentoida aamujen tekopirteitä ääliöjuontajia.

--

Mahtaako kukaan todella musiikkia harrastava kuunnella radiota, paitsi ehkä joitain erikoisohjelmia?

(TS 13.8.2013)

Hierarkiaa eri yleisöjen välille rakennetaan myös esimerkiksi toteamalla, että Radio Helsingin kohtalosta ovat kiinnostuneet ne, jotka ”eivät ole automaattisesti tyytyväisiä siihen, mitä heille syötetään valtavirtakanavilla” (Cats on Fire -yhtyeen verkkosivut 19.7.2013, suom. KM). Lisäksi vaihtoehtoisen helsinkiläisradion yleisöstä tehdään kuluttajina erityislaatuista ryhmää, joka välttelee kaikkea kertakäyttöistä ja jolla on mitä kuluttaa, kunhan sen saa kuluttaa autenttisiin, korkealaatuisiin, ”oikeisiin” asioihin:

Clearly there is a need for an alternative radio station in Helsinki. A station for the enthusiast, the cultured, the person who despairs of the disposable, fast food, high turnover/low quality approach to life that is already on offer in too many places. The people who create this audience should not be neglected or underestimated. It is a significant audience. These people are thinkers, doers, designers, creators. They are leaders, tastemakers, business owners, the upwardly mobile, the future.

With the right research it might be discovered that these are people with money to spend as long as it is for the right thing. These things must be authentic, non-disposable, high quality, useful and suitable. These people exist in every country in the world and when they like you they like you for good. Most importantly, there are probably enough of these people who can be gathered together to sustain a small international business well into the future. (Save Radio Helsinki/FB 21.7.2013)

”Oikea” kulttuuri määrittäytyy myös kypsyyden ja hyvän maun paikaksi, mikä korostaa sen ylemmyyttä ”ei-kulttuuriin” nähden. Maximin kävijät ovat ”ikäihmisiä”, jotka arvostavat vanhan elokuvateatterin tunnelmaa, ja he myös edustavat hyvää makua. Nuoriso liitetään ”matalaan” (huonoon makuun), ”eläkeläiset” ja ”iäkkäät” taas ei-kaupalliseen, ”oikeaan” kulttuuriin:

– – Tennispalatsin ja Kinopalatsin kaltaiset multipleksit hoitavat kyllä menestyselokuvien näyttämisen ja täyttävät nuoremman yleisön tarpeet, mutta hitaammin liikkuvat ja huonommin popcornin tuoksuun istuvat elokuvat muuttuvat uhanalaisiksi. Pelkkä menestyselokuvaan ja nuorisoon keskittyminen ei myöskään saa liikkeelle sitä suurta potentiaalista yleisöä, joka jää televisioidensa ja näyttörüutujensa ääreen. (Yle 12.1.2015)

Eläkeläiset ovat kulttuuripalveluiden suurkuluttajia, ja taide edistää kaikkien tutkimusten mukaan terveyttä ja elämänlaatua. Ikäihmiset eivät viihdy meluisissa multiplekseissa. He arvostavat Maximin varttuneeseen makuun sopivaa ohjelmistoa ja rauhallista, perinteikästä elokuvateatterimiljöötä. (HS 29.11.2014)

Edellisten katkelmien tuottamat merkitykset kumpuavat siitä, että eläkeläiset ja vanhuksat ovat keskustelussa kuin keskustelussa yleensä arvostettu kansanosat, jonka asemasta yhteiskunnassa vallitsee melko vahva yhteisymmärrys: he ansaitsevat mielekkään elämän ja kaiken avun ja tuen tämän mielekkään elämän saavuttamiseksi. Tätä yhteisymmärrystä hyödynnetään aineistossani,

jossa ”eläkeläiset” edustavat hyvää, kypsää makua sekä yleisöä, jonka tähden kulttuuria pitäisi suojella. Eläkeläiset kohottavat myös ”kulttuurin” arvoa. ”Nuorempi yleisö” taas liitetään ”menestyselokuviin”, kaupalliseen viihteeseen, jonka merkitys ”matalana” muodostuu arvostettujen eläkeläisten ja usein huonokäyttöisenä ja paheksuttavana esitettävän nuorison välisestä hierarkiasta. Ylen (5.12.2014) artikkeli on otsikoitu vetoavasti: ”Eläkevakuutusyhtiö vie eläkeläisiltä elokuvateatterin”. ”Meillä on eläkevakuutusyhtiö, joka vie eläkeläisiltä elokuvateatterin. Maximin asiakkaat ovat aika iäkkäitä, mikä kertoo vanhemman väestön elokuvamausta. Nyt eläkeläisiltä otetaan elokuvateatteri pois”, kommentoi artikkelissa Suomen elokuva-alan järjestöjä edustavan Filmikamarin toimitusjohtaja Tero Koistinen. ”Sitä paitsi nimenomaan monelle vanhemmalle ihmiselle juuri Maxim on mieleinen teatteri, siellä on rauhallista käydä. Eikö se ole eläkkeensaajan etu sekinkin?” pohtii toisessa Ylen (4.12.2014) artikkelissa Pelastetaan Maximin perustaja Lauri Kerola.

6.2.3 Kulttuurin autenttisuus: elämyksellisyys ja nostalgia

”Oikea” kulttuuri saa suuremman merkityksensä myös sille tietyin elämyksellisyyttä korostavin puhetavoin luodusta erityisestä hengestä. ”Kulttuuria” määrittää erityinen nostalgia sen edustamien vanhojen, menetettyjen arvojen ja perinteikkyyden kautta. Radio Helsinki määrittyy soittolistattomaksi kanavaksi, jonka sisältöä ei tuoteta nykyajalle tyyppillisesti automaatiolla tai valmiilla algoritmeilla vaan ikään kuin käsityönä. Sen sisältö on toimittajien, oikeiden ihmisten, älyllisen työn tulosta. Elokuvateatteri Maxim taas edustaa mennyttä maailmaa viihdykkeettömän miljöönsä vuoksi. Se ei tarjoa pelikoneita eikä suurten valotaulujen loistoa vaan perinteisiä paperisia lippuja ja rauhaa, joka antaa tilaa keskittyä vain olennaiseen. Koska ”korkean” ja ”matalan” erottelu on aineistossani jatkuvaa, matala ”ei-kulttuuri” määrittyy vastakkaisella tavalla: hektisyyden ja monotonisuuden, siis nykyaikaisuuden kautta. Se tarkoittaa mainostulojen ehdoilla tuotettua sisältöä ja hälisevää ympäristöä, joka tarjoaa nykyihmisen kaipaamia jatkuvia ärsykeitä ja viihdettä. Sen sijaan ”korkeaa” edustava ”Maxim on elävää kulttuurihistoriaa” (HS 13.2.2015), jotain autenttista ja alkuperäistä.

Tässä diskurssissa eivät korostu kulttuurin sisällöt vaan muu, ulkoinen elämyksellisyys, oli kyse sitten ”oikeasta” kulttuurista tai viihteellisemmästä ”ei-kulttuurista”. ”Maxim on ollut näille

kävijöille se juttu”, kuten Finnkinon ohjelmistopäällikkö Toni Lähteinen Helsingin Sanomissa (27.11.2014) toteaa.

”Elokuva itsessään korostuu Maximissa. Ensin käyti kahvilla jossain, sitten katsot hyvän elokuvan ilman häiriötekijöitä. Maximin ykkönen on myös Helsingin paras sali, penkkien ja fiiliksen puolesta”, [Pelastetaan Maxim -ryhmän perustaja Lauri] Kerola perustelee. (Nyt.fi 5.12.2014)

Vaikka Kerolan mielestä juuri sisällöt korostuvat Maximissa, hän keskittyy kommentissaan itse sisällön kannalta triviaaleihin asioihin. ”Elokuvien temppele” – kuten Maximia kutsutaan Ylen (12.1.2015) jutussa – merkityksellistyy aineistossa itsessään tärkeäksi. Maxim on ollut ”keskeinen festivaaliteatteri”, joten sen katoaminen olisi ”katastrofi” Helsingissä järjestettävälle elokuvafestivaaleille. Kyse on Maximin salien tarjoamasta ja festivaalien tarvitsemasta harvinaislaatusesta tekniikasta, mutta myös muusta: ”*Rakkautta & Anarkiaa* – festivaalin johtaja Pekka Lanerva: ’Tilanne alkaa olla tukala. Festarin kannalta Maxim on tunnelmaltaan ylivoimainen, – –.’” (YLE 12.1.2015) Filmikamarin toimitusjohtaja Tero Koistinen ennustaa myös Maximin menettämisen olevan ”iso isku festivaalientällä”. ”Nähtäväksi jää, miten festarit pääsevät muihin teattereihin ja tilausteatteritiloihin. Kyllä festivaalien henki ainakin muuttuu”, hän kommentoi Ylelle (5.12.2014). Huoli tilojen puutteesta on todellinen, mutta merkitystä näyttää olevan myös sillä elämyksellä ja ”hengellä”, jonka välittäjäksi juuri Maxim merkityksellistyy.

Maximissa näytettävät elokuvat suorastaan vaativat tietyn tunnelman tuekseen: ”Puolalaista mustavalkoelokuvaa ei mennä katsomaan Tennispalatsin kaltaisen multiplex-teatterin pelikoneiden ja popcornin keskelle, vaan erilaiseen miljööseen.” (SK/Kuvien takaa -blogi 25.2.2015) Vanhaa maailmaa edustava mustavalkotaide-elokuva ei mene yksin nykyaikaisen, jatkuvia impulsseja ja viihdykettä tarjoavan ympäristön kanssa. Kun Pelastetaan Maxim -sivulla jaettiin Helsingin Sanomien artikkeli ”Elokuvateatterista tuli oopperatalo ja galleria”, oheen kirjoitettiin:

Maximilla on myös tässä erittäin keskeinen rooli. On aika selvää, että on luontevampaa käydä oopperaesityksessä tunnelmaa henkivässä Maximissa, Esplanadi-Bulevardin kulttuurihistoriallisessa miljöössä, kuin esimerkiksi lapsiperheiden suosimassa monisaliteatterissa Tennispalatsissa. (Pelastetaan Maxim/FB 11.3.2015)

Artikkelissa kerrotaan, että elokuvateattereissa on jo jonkin aikaa voinut seurata valkokankaalta muun muassa tuoreita oopperaesityksiä, teatteriesityksiä ja taidenäyttelyitä. Hälyinen,

aineistossani ”matalaa” edustava monisaliteatteri ei kunnioita korkeakulttuurista sisältöä samalla tavalla kuin ”korkeaksi” määrittyvä, kulttuurihistoriallisesti merkittävä taide-elokuvien näyttämö. ”Korkealle” ja autenttiselle taiteelle, kuten oopperalle, sopivaksi näyttämöksi määrittyessään Maxim saa itsekin statuksen ”korkeana” ja autenttisena. Oopperaa ei välttämättä yleisesti mielletä nykyaikaiseksi taidemuodoksi, vaan pikemminkin katoavaksi pienen yleisön korkeakulttuuriksi. Näin Maximin voidaan nähdä asettuvan edustamaan tässäkin yhteydessä vanhaa maailmaa, katoavia arvoja ja perinteitä.

Myös nostalgialla ja vanhan maailman katoavaisuudella luodaan ”oikean” kulttuurin ”henkeä”, elämyksellisyyttä ja autenttisuutta. Edes muita, suurempia ja nykyaikaisempia toimijoita heikommassa (taloudellisessa) asemassa ”oikeaa” kulttuuria edustava Maxim ei ole tinkinyt vanhoista arvoista ja tunnelmasta, kuten kaupallista ”ei-kulttuuria” edustavat vastakohtansa:

Katsojamäärissä kaksisalinen Maxim on tietenkin hävinnyt pääkaupunkiseudun monisalikirjastoille, Vantaan Flamingolle ja Helsingin Kinopalatsille ja Tennispalatsille. Maximin idea onkin ollut aivan muuta. Siellä on vielä voinut aistia vanhanaikaisen kinon tunnelmaa Eerikinkadun Orionin ja Senaatintorin Kino Engelin tapaan. (HS 28.11.2014)

Yksi kerrallaan pienemmät teatterit katoavan [sic] Helsingistä suurten kinokompleksien valotaulujen loimotuksen vetäessä ihmiset puoleensa. Liekö osansa vaatimattomilla aulatiiloilla; Maximissakin poissaolollaan loistavat valtavat herkkumyymälät, pelikoneet ja muut viihdykkeet, vaikka toki Maximistakin popcorninsa saa ostettua. Sen sijaan tilalla on vielä vanhan ajan elokuvateatteri-tunnelmaa; odottavin tunnelmin paperista lippua kädessä pidellen jonotetaan kohti seuraavan elokuvanautinnon alkua. (Pelastetaan Maxim/FB 28.11.2014)

Maxim, siis ”oikea” kulttuuri, saa arvonsa ja merkityksensä määrittymällä palaksi mennyttä maailmaa, joka ei koskaan palaa. Nykyaikaiset loimottavilla valotauluilla ja viihdykkeillä ihmisiä houkuttelevat monisaliteatterit taas edustavat pikemminkin kaikkea sitä, mikä on jyrännyt alleen maanläheisemmät arvot, joita mielikuvissamme entisaikoina arvostettiin. Vanhat arvot, joita esimerkiksi ”oikean” kulttuurin esitetään aineistossani edustavan, saavat pikaisia voittoja ja jatkuvia mielihyvän impulseja tavoittelevassa nykymaailmassa tietynlaista varauksetonta kunnioitusta. Sekä multipleksit että arthouse-teatteri saavat siis tässä diskurssissa oman arvonsa muusta kuin niiden varsinaisesta sisällöstä: ensiksi mainitussa ihmisiä vetävät puoleensa nykyaikaiset viihdykkeet, jälkimmäisessä vanhan ajan tunnelma ja nostalgia. Jälkimmäinen kuitenkin määrittyy arvokkaammaksi ollessaan osa katoavaa menneisyyttä, joka romantisoidaan nykyaikaa paremmaksi.

Ryhmän perustanut Lauri Kerola on kuullut lukuisia muistoja vuosikymmenten varrelta.

– Itse 80-luvulla syntyneenä tuntuu käsittämättömältä, miten 60-luvulla käytiin Maximissa ja menttiin sitten hurjille jatkoille johonkin ravintolaan, jota ei ole vuosikausiin enää ollut olemassakaan.

(Yle 4.12.2014)

Nopean ja loputtoman muutoksen maailmassa pysyvyys ja jatkuvuus määrittävät ominaisuuksiksi, jotka kasvattavat juuri näitä ominaisuuksia edustavien toimijoiden arvoa:

"Minulle elokuvakulttuuri - ja kaupunkikulttuuri - on myös tätä: lähteä iltakävelyllä kaupungin kaduille, nähdä elokuvateatterin mainosvalo kadunkulmasta ja seuralaisiaan odottavat ihmiset sen alla, nauttia elokuvasta varta vasten elokuvankatsojia varten rakennetussa miljöössä, samalla kun voi ihastella, että tässä nuorena kaupungissa on kuitenkin jotain vanhaa, joka on säilynyt sisältöä ja muotoa myöten elävänä sukupolvelta toiselle, ja elokuvan jälkeen pistäytyä lähibaarissa lasillisella ennen kävelymatkaa takaisin kotiin. Nyt jonkinlainen ankeuttamisen aalto uhkaa viedä meiltä sekä Maximin että Orionin. Maximin meiltä aikoo viedä ahne kiinteistösiioittaja, Orionin tapausta on vaikeampi ymmärtää: he tekevät sen itse."

Hannu Salmi,
arkkitehti

(Pelastetaan Maxim/FB 21.12.2014)

Arkkitehti Hannu Salmen tuokiokuva maalaa pikemminkin hidasta, melkein pysähtyneeksi kuvittelemamme vuosikymmenten takaista maailmaa kuin nykyistä, usein kiireisenä esitettyä nyky-yhteiskuntaa, jossa jatkuva impulssien hakeminen ja vuorovaikutus ovat osa olemista. "Seuralaisiaan odottavat ihmiset" mainosvalon alla ei vastaa käsitystä älylaitteitaan tuijottavista nykyihmisistä. Jopa sentimentaalisella puhetavalla "korkeasta", "oikeasta" kulttuurista rakennetaan tässä diskurssissa jotain katoavaa, vanhoja arvoja (kuten yhteisöllisyyttä) ja käytäntöjä uusintavaa. Voimakkailla tunteilla ja niillä ladatuilla merkityksillä (seuraavissa katkelmissa ruumiinvalvojariset ja lapsuus) tehdään kulttuurista merkityksellistä:

En ole koskaan ollut vainajan muistoa juhlistavissa ruumiinvalvojarisissa. Luulen, että melko lähelle sellaisen tunnelmaa pääsin, kun aika tasan neljä vuotta sitten osallistuin lopetettavaksi ja saman tien purettavaksi määrätyn elokuvateatteri Bristolin jäähyväisnäytöksiin.

Yhtä aikaa haikea ja riehakas tunnelma oli ikimuistoinen ja vahvasti käsitystä siitä, että elokuvien katsominen ja niistä nauttiminen on yhteinen ja yhteisöllinen kokemus, vaikka olisi lähtenyt yksin liikenteeseen. Mahdollisuus moisten yhteisten muistojen muodostamiselle

vähenee jälleen Helsingissä ensi keväänä, kun monessakin mielessä historiallinen Maxim sulkee ovensa.

(Episodi 15.12.2014)

”Nyt kun tämän salin tulevaisuus on vaakalaudalla haluan sanoa, että tämä sali on minulle erityinen. 33 vuotta sitten tässä salissa, noilta parvekkeen ensimmäisen rivin paikoilta, joilla lapseni istuvat nyt, näin elokuvan E.T. Silloin kyynelten vieressä poskia ja suu auki ammottaen tajusin haluavani tehdä elokuvia”.

Ohjaaja Klaus Härö

(Pelastetaan Maxim/FB 6.3.2015)

Lapsuuteen liittyy edellisessä katkelmassa, kuten yleensäkin, erityinen tunnelataus: lapsuus on menetettyä, huoletonta ja viatonta aikaa, jollaista ei enää koskaan voi aikuisena kokea. Erityinen voima on siinä, että maailmasta vielä monin tavoin tiedoton lapsi voi kokea juuri ”oikean” kulttuurin äärellä vahvan tunnereaktion, kuten elokuvaohjaaja Klaus Härön muistossa. Lapsen reaktiot käsitetään yleensä vilpittömiksi, aidoiksi ja todellisiksi, mikä vahvistaa katkelman välittämää kuvaa ”oikeaan” kulttuuriin liittyvästä autenttisuudesta. Autenttisuutta rakentaa katkelmassa myös kulttuurin merkitys sukupolvelta toiselle siirtyvänä perintönä. Nyt Maximin penkeillä istuvat jo ohjaajan omat lapset, ja tämä jatkuvuus uhkaa katketa, jos teatteri lakkautetaan. Näyttelijä Laura Birn käyttää seuraavassa katkelmassa puolestaan rakkauden tunnetta kuvaamaan suhdettaan Maximiin. Elokuvateatteri tarjoaa ”mahdollisuuden rakastua”, siis tuntea jotakin todellista, vahvaa ja inhimillistä tunnetta, josta ihmisyyden on nähty olevan riippuvainen ja joka oikeastaan muodostaa ihmisen olemassaolon ja koko elämän perustan:

”Minulle Maxim on tarjonnut intiimin vaihtoehdon kokea elokuvaa. Se on vastapaino kompleksiteatterien kauppakeskusmaiselle hälylle. Kauniissa elokuvateatterissa on helpompi rauhoittua katsomaan ja rakastua elokuvaan”, [näyttelijä Laura] Birn sanoo.

”Kymmenisen vuotta sitten Helsingissä oli monia persoonallisia elokuvasaleja. Jos niistä viimeisetkin suljetaan, kuihtuu samalla suhteemme elokuvaan. Toivottavasti Maxim säilyy ja tarjoaa vielä monelle mahdollisuuden rakastua.”

(SK 4.12.2014)

Odotettavasti myös vanhan elokuvateatterin historia on yksi tapa rakentaa lakkauttamisuhan alla olevalle teatterille merkittävyyttä. Kuten Suomen arkkitehtiliiton Helsingin ja Uudenmaan paikallisosaston johtokunta mielipidekirjoituksessaan ”Maxim on elävää kulttuurihistoriaa” (HS 13.2.2015) toteaa, Maxim on maan vanhin yhtäjaksoisesti toiminut elokuvateatteri. Se avattiin

vuonna 1909. Alkuperäinen rakennus on sittemmin korvattu uudella, mutta historiallinen teatterisali säilytettiin. Vanha sali onkin suojeltu, ja asemakaavakin määrää kiinteistön pääkäyttötarkoitukseksi elokuvateatteritoiminnan. Rakennuksella on siis sinällään jo tunnustettu asema, jota käytetään Maximin toiminnan jatkamisen puolustamiseen. Salin historiaa kerrataan muuallakin aineistossa (Yle 4.12.2014).

Saadaksemme perspektiiviä asioihin: tämä kuva on Kluuvikatu 3:sta kaksi vuotta ennen Maximin (ent. Olympia) valmistumista viereiseen osoitteeseen Kluuvikatu 1:een vuonna 1909. Näen hevuskärryjä.

Mutta mitäpä siitä.

[mustavalkovalokuva]

(Pelastetaan Maxim/FB 6.3.2015)

Eilen vietettiin 97-vuotiaan Suomen Itsenäisyyspäivää, mistä tuli mieleen, että Maxim on muutaman vuoden Suomea vanhempi, 105-vuotias!! Voisiko tuota pitää jo kulttuurihistoriallisena saavutuksena?

(Pelastetaan Maxim/FB 7.12.2014)

Mustavalkovalokuvan hevuskärryt ja itsenäistä kotimaata korkeampi ikä ovat asioita, jotka lisäävät vastaansanomattomasti ”kulttuurin” merkittävyyttä ja tuottavat sille identiteettiä aitona ja perustavanlaatuisena, alkuperäisenä. Se on jotakin sellaista, joka oli olemassa jo ennen kuin meidän tuntemamme maailma oli olemassa ja ennen kuin ”meitä” Suomen itsenäisen kansan merkityksessä edes oli olemassa.

Tässä diskurssissa kulttuurista tehdään kaikilla edellä esitetyillä tavoilla autenttista verrattuna ”ei-kulttuuriin”. Multipleksit ovat viihdykettä täynnä, Maximissa riittää pelkkä sen alkuperäinen, ainutlaatuinen tunnelma. Sen ylemmissä kerroksissa, yli satavuotiaan ”korun kaltaisen” kakkossalin yläpuolella, on ”sympaattinen, inhimillisen kokoinen moderni leffateatteri: elokuvan ystävän paratiisi” (Pelastetaan Maxim/FB, Helena Yläsen kannanotto 31.1.2015). Vaikka diskurssi koskeekin pääasiassa Maximia käsittelevää aineistoa, myös Radio Helsingin lakkauttamista käsittelevissä teksteissä korostetaan tietynlaista autenttisuutta. Soittolistatonta radiota tehdään ”pienen pienessä studiossa” ja se on ”hyvinkin viimeisiä soittolistattomia, oikeasti sisällöltään vapaita kanavia” (Image/Tämän kylän homopoika -blogi 11.7.2013). ”Radio Helsinki sai jatkaa omalla tyyllillään aika pitkään”, todetaan Soundin kolumnissa (22.7.2013). Se ei tekstin mukaan ole

suuren mediakonsernin omistuksessaan ollut ”mainostilaa välittävien mediatoimistojen pötsissä helpommin sulava soittolistaradio”, jonka kuuntelijaprofiilin voisi helposti ”tiivistää muutamalla kohderyhmäoptimoidulla ranskalaisella viivalla”. Se on ”aidosti uniikki” ja sillä on ”oma sormi kaupungin pulssilla”. Se on siis säilyttänyt tietyllä tavalla menneeseen aikaan paikantuvat toimintatapansa, joihin kuuluu muun muassa se, että toimituksellista työtä tehdään käyttämällä inhimillistä älyä ja pääomaa sekä olemalla kosketuksissa todelliseen maailmaan. Sen sijaan ”monilla muilla kanavilla” musiikin valitsevat nykyaikaisten toimintatapojen mukaisesti ”markkinavoimat” (HS 28.7.2013).

Lisäksi Radio Helsinki määrittyy asiaksi, jonka äärelle asettuminen vaatii rohkeutta, valtavirrasta poikkeamista: ”Jos suomalaisten maku musiikissa olisi yhtä rohkea kuin ruuassa, oluessa ja televisiodraamassa, saattaisi Radio Helsinki selvitä hengissä”, todetaan Helsingin Sanomien (28.7.2013) julkaiseman kolumnin ingressissä. ”Oikea” kulttuuri tarjoaa ennakoimattomia elämyksiä, ei mukavuudenhalua tyydyttävää ennalta-arvattavuutta:

Radio Helsingin kuuluvuusalueella asuu joka viides suomalainen. Miten tällaisesta massasta ei löydy mainostajien edellyttämää määrää kuulijoita ei-hittimusiikkia lähettävälle, journalistisesti kunnianhimoiselle radiolle.

Nyt joku punavuorelainen huudahtaa, että suomalaiset nyt vain ovat juntteja, joille kelpaavat vain iänikuiset piimä ja lenkkimakkara. Uidaan valtavirrassa ja vieroksutaan vaihtoehtoa.

Ei pidä paikkaansa.

Kyllä suomalaisetkin kuluttavat asioita, joista nauttiakseen on täytynyt loikata rohkeasti sivuun valtavirrasta.

Näitä asioita ovat muun muassa etniset ruokalajit, pienpanimo-olut ja televisiodraama.

Ruokamarketissa iskee valinnanvaikeus. Syödäkö meksikolaista, japanilaista, kiinalaista, thaimaalaista. . . Siis eineksenä.

Maailmankeittiö on Suomessa jo bulkkia. Oma lempparini on chili-valkosipulikastikepussi, josta riittää yhteen thainuudeliannokseen.

Seuraavaksi oluthyllylle. Vastapäätä tuttuja ja turvallisia lapinkultia ja kofeja leviää viisimetrinen kirjo tuonti- ja pienpanimo-oluita. Tämän kesän suosikkini on Nokian Panimon American pale ale, joka on saanut nimen 66. Se on uutuus. Valikoimaa tuskin laajennettaisiin, jos tuotteilla ei olisi kysyntää.

--

Ja joskus wok-pannuun hulahtaa liikaa chiliä, ja toisinaan belgialainen olut onkin liian vahvaa.

Sellainen se on, elämä. Yllättävä ja rosoisen [sic].

Kuten Radio Helsinki.

(HS 28.7.2013)

”Ei-kulttuuri” taas määrittyy pikemminkin kädenlämpöiseksi rutiiniksi, jota toistetaan tavan vuoksi ja joka turruttaa. ”Oikean” kulttuurin elämyksellisyyden rinnalla sellainen ei kuulosta tavoiteltavalta. ”Eihän tämä voi mennä näin, että elämän laatua tärvellään näin Helsingissä. Elämästä tulee aika tylsää, jos kaupungissa on vain kaksi salia, joista toisessa pyörii Hobitti ja toisessa Harry Potter”, sanoo Cinema Mondon Mika Siltala Helsingin Sanomien (19.12.2014) haastattelussa. ”Oikea” kulttuuri ravistelee hereille helpon valtavirtaviihteen turruttavuudesta:

Me haluamme musiikkia, joka on mahdollisimman tasaista ja turruttavaa, sellaista, jota voi huoletta kuunnella taustahälynä tai pikku piipityskuulokkeista ilman, että koskaan tarvitsee säpsähtää oikeasti hereille: mitäs ihmettä tämä on? Ja musiikkiasemat tiukkoine formaatteineen tarjoavat meille juuri sitä. Eipä kumma, että myyntitilastojen huipulla keikkuvat ketään ärsyttämättömät mitättömyydet, ja Radio Helsinki, Suomen ainoa suurempi soittolistaton radioasema, on lopetusuhan alla.

Vapaa-ajallamme olemme täysin tapojemme orjia. Ostetaan Dan Brownin uusibestselleri [sic], kun viime joulunakin ostettiin, mennään joka vuosi Tangomarkkinoille tai Savonlinnan oopperajuhlille, syödään taas tuplahampurilaiset, katsotaan samoja teeveesarjoja, ja hei, Beyoncéta on tullut uusi levy! Omapa vikamme, jos elämä tuntuu tylsältä.

(TS 13.8.2013)

6.2.4 Kulttuurin yhteiskunnallinen relevanssi

Aineistossani ”oikealle” kulttuurille rakennetaan yhteiskunnallista relevanssia liittämällä tai rinnastamalla se Suomen kansakunnan tai yhteiskunnan kannalta merkittäviin asioihin. Se vertautuu esimerkiksi lailla säädelyyn yleisradiotoimintaan ja määrittyy kulttuurihistoriallisesti merkittäväksi, ja sillä nähdään olevan koko yhteiskunnan ja kansakunnan tasolla merkitystä. Imagen Tämän kylän homopoika -blogissa (11.7.2013) julkaistussa tekstissä esimerkiksi verrataan, että ”Radio Helsinki on hipsterille kuin Nokia perussuomalaiselle”. Olkoonkin, että kirjoituksen tyyli on sarkastinen eikä siinä siksi välttämättä tosissaan rinnasteta ”juntimmalle kansanosalle” ja ”eittämättä paremmalle kansanosalle” tärkeitä asioita, vertaus on kirjoittajan tapa merkityksellistää ”ei-kulttuurille” vaihtoehtoista ”oikeaa” kulttuuria. Vertauksen merkitys on siinä, että se rinnastaa Radio Helsingin juuri Nokiaan, jota voidaan pitää jonkinlaisena suomalaisen työn,

kilpailukyvyyn ja nousukauden symbolina. Näin nämä Nokiaan liitetyt merkitykset kiinnittyvät myös ”oikeaa” kulttuuria edustavaan radiokanavaan, jonka säilyttämisen puolesta teksti on kirjoitettu. Nokia oli kansallinen ylpeydenaihe, tunnettu ja johtava matkapuhelinvalmistaja, joka tiedettiin ja jonka tuotteita käytettiin ympäri maailman. Se loi työpaikkoja, se vei suomalaista työtä ja brändiä maailmalle ja se oli vientituote, jolle ei sen kultakauden jälkeen ole tuntunut löytyvän vertaista. Kaiketi muukin kuin ”perussuomalainen kansanosa” on yhtä mieltä siitä, että sen yhteiskunnallinen merkitys oli melko suuri sekä työllisyyden että ”kilpailukyvyyn” kannalta.

Mielestäni Radio Helsingin tärkeys on varsin ymmärrettävää: ei tarvitse olla kummoinenkaan mediakentällä liikkuja, että Radio Helsingin lopettaminen koskettaa. Jos ei itseä, niin varmasti tuttavaa, kaveria, sukulaista tai ystävää. Radio Helsingin ja YT-neuvotteluiden jäljiltä jää kuitenkin muutama työntekijä sekä pitkä liuta avustajia. Siinä mielessä Radio Helsinki on näille parjatuille hipstereille sama kuin Nokia perussuomalaiselle: työpaikkoja lähtee, työkokemusta on vaikeampi lähteä hankkimaan ja paikallisia ylpeyden aiheita on taas yksi vähemmän.

--

Ymmärrän siis Radio Helsingin merkityksen yleisesti, vaikkei sen merkitys minulle olekaan kovin suuri. Samoin ymmärrän esimerkiksi Rolling Stonesin tai U2:n merkityksen rock-musiikille, vaikkei itse haluakaan kumpaakaan kuunnella. Samalla tavalla ymmärrän, miksi Nokia on merkittävä perussuomalaiselle kansanosalle, vaikkei itse suin surminkaan käyttäisi Nokiaa.

(Image/Tämän kylän homopoika -blogi 11.7.2013)

Kirjoittaja kertoo blogitekstissään ymmärtävänsä Radio Helsingin arvon, vaikka ei itse edes kuuntele kanavaa tai radiota muutenkaan. Tarttumalla aiheeseen silti ja puolustamalla Radio Helsingin säilyttämistä kirjoittaja osoittaa kanavalla olevan henkilökohtaisista mielipiteistä riippumaton yleisempää merkitystä ja arvoa, kuten edellä lainatusta katkelmasta käy ilmi.

”Oikeaa” kulttuuria edustavan Radio Helsingin ajatellaan myös kantavan mukanaan brändiarvoa jopa yhtä paljon kuin tunnetut suomalaisuuden tulkit ja maailmanlaajuisesti tunnetut kotimaiset brändit. Kuten totesin jo luvussa 6.1.1, rinnastus juuri Iittalaan, Marimekkoon, Aaltoon ja Sibeliukseen tuottaa Radio Helsingistä yhtä merkittävää suomalaisuuden symbolia kuin nämä tunnetut brändit ovat. Suomalaiset tuotemerkit voidaan nähdä paitsi symboliselta kannalta myös esimerkiksi yhteiskuntamme ”kilpailukyvyyn” kannalta merkittävinä. Siten niillä on yhteiskunnallista relevanssia, joka vertauksessa siirtyy myös osaksi Radio Helsingin, ”kulttuurin”, merkityksiä:

Perhaps even the station itself has been unaware of its own potential to appeal to the Finnophile audience that exists around the world. Like Kaurismäki, Kivi, Karhu Originals,

Lindfors and (perhaps, to a greater extent) Iittala, Marimekko, Aalto, and Sibelius, there is no reason why Radio Helsinki could not be re-established as a leading local brand with a strong global appeal, finding its niche audience in each corner of the world to form a selective but relatively substantial following for itself.

So, the station's new business model could include a strategy to create, manage, and develop an international version of the brand that is able to package the spirit of the radio station and not be shy to market this around the world in an effective, results-based way. (Save Radio Helsinki/FB 21.7.2013)

Maxim vertautuu aineistossa puolestaan esimerkiksi Helsingin Malmin lentokenttään, jonka sulkemisesta on kiistelty ja jonka säilyttämisen puolesta on esimerkiksi perustettu Facebook-ryhmä ja tehty kuntalaisaloite. Helsingin kaupunki on halunnut muuttaa lentokentän alueen asuinalueeksi. ”Maxim on kulttuuri-ikoni. Sen on säilyttävä. Malmin lentokentän hävittäminen oli jo rankka virhe!” kirjoittaa Pertti Salolainen Pelastetaan Maxim -Facebook-sivun jakamassa kommentissaan (Pelastetaan Maxim/FB 12.12.2014). Lentokentän sulkemista on sittemmin vastustanut ainakin Museovirasto (Iltalehti 24.11.2015). Malmin lentokenttä on valittu myös Euroopan seitsemän uhanalaisimman kulttuuriperintökohteen joukkoon (Yle 16.3.2016) sekä nimitetty Suomen uhanalaisimmaksi kulttuuriperintökohteeksi (HS 26.5.2015). Malmin lentokentän status uhanalaisena kulttuuriperintökohteena lisää Salolaisen tekemän rinnastuksen voimaa ja vaikuttavuutta. Myös Maxim saa osansa lentokentän kulttuurihistoriallisesta ja yhteiskunnallisesta merkityksestä.

Yhteiskunnallisen relevanssin merkityksiä välittää myös esimerkiksi teksti, jossa Radio Helsinki nähdään yhtenä mahdollisena omistajayrityksen yhteiskuntavastuuta toteuttavana tekijänä (Soundi 22.7.2013). Merkittävää ja kiinnostavaa on myös se, että Radio Helsinkiä verrataan Yleisradioon. Yleisradioyhtiötä pyöritetään suomalaisten veroeuroilla ja sen tehtäviä säädellään lailla. Sen sisällöille on asetettu tietynlaiset vaatimukset, jotka liittyvät siihen, että ne monipuolisuudessaan palvelisivat kaikkia yhteiskunnan jäseniä ja tukisivat kansanvaltaa. Aineistossani Ylen sisältöjä pidetään sen tehtävien ja velvollisuuksien kannalta epäonnistuneina, ja Radio Helsingin esitetään paikkaavan näitä puutteita – hoitavan Ylen homman ja velvollisuudet paremmin kuin Yle itse:

Jos demosi tai omakustanteesi on tarpeeksi hyvä edes yhden kopissa viihtyvän musiikin rakastajan mielestä, sillä on hyvä mahdollisuus tulla kuulluksi jossain vaiheessa aseman häkellyttävän heterogeenistä (ja vaikeasti markkinoitavaa) ohjelmavirtaa. Tähän ei oikeastaan pysty edes Yle tällä hetkellä, vaikka sen pitäisi. (Soundi 22.7.2013)

Verovarojemme käyttämistä Yleisradioon perustellaan sillä, että Yle tarjoaa meille sellaista ohjelmistoa, mitä kaupallisilta kanavilta ei ole saatavilla. No, ainakin YleX omine soittolistoineen on vain yksi hömppäradio muiden joukossa, ilman mainoksia vain.

Radio Helsinki on juuri sitä, mitä verorahoilla tuetun Ylen pitäisi tarjota. Eikö Yle voisi lopettaa äksänsä ja ostaa sen sijaan Radio Helsingin valtakunnalliseksi musiikkikanavakseen?

(TS 13.8.2013)

Myös yhdessä blogikirjoituksessa (Radio Chicken BBQ -blogi 1.8.2013) tuodaan esille, että toiveita Radio Helsingin siirtymisestä Yleisradion omistukseen on esitetty, mutta samassa tämän siirron onnistumista epäillään. Kyse ei kuitenkaan vaikuta olevan siitä, etteikö kirjoittaja uskoisi Radio Helsingin olevan julkisen palvelun yleisradioyhtiöön ja sen vaatimuksiin sopivaa sisältöä, vaan siitä, että siirto luultavasti kaatuisi ison mediatalon jähmeyteen ja budjettiin:

Toiveikkaimmat ovat väläytelleet mahdollisuutta tehdä RH:sta yksi Ylen kanavista, mielellään jopa puolivaltakunnallinen. Ajatus on kaunis, mutta se tuskin toteutuu. Yle on tietysti valtava mediajärkäle, mutta juuri siksi jähmeä. On vaikea uskoa, että näinkin iso päätös saataisiin runnottua läpi. Radio Helsinki myös maksaisi Ylelle huomattavasti enemmän tekijänoikeusmaksujen vuoksi, kuten Axa Sorjanen Facebookin Kuka Mitä Häh? -ryhmässä kommentoi: "Yle on ylivoimaisesti suurin tekijänoikeuskorvausten maksaja maassamme. [...] Ajatusleikki siitä, että Yle ottaisi huomiinsa Radio Helsingin ja valtakunnallistaisi sen, on täysin mahdoton. [...] Kanava ei mitenkään mahtuisi budjettikehysten sisään." (Radio Chicken BBQ -blogi 1.8.2013)

Radio Helsingin lopettamista käsittelevässä Helsingin Sanomien (11.7.2013 A) uutisessa mediatutkijat arvioivat tilannetta, ja kanava vertautuu kommentteissa yleisradiotoimintaan:

"Kanavan vahvuuksia ovat erikoisohjelmat ja toimitukselliset resurssit", journalistiikan professori Raimo Salokangas Jyväskylän yliopistosta sanoo.

Kanava käynnistää kahta kokopäiväistä ja yhtä määräaikaista työntekijää koskevat yt-neuvottelut. Kanavalla on lisäksi noin nelisenkymmentä avustajaa.

"Radio Helsingin tekijöiden määrä osoittaa, että laadukas sisältö vaatii paljon henkilökuntaa", Salokangas jatkaa.

Salokankaan mielestä tapaus korostaa yleisradion roolia Suomen radioaalloilla. [Radiotyön yliopistonlehtori Marko] Ala-Fossi sanoo, että suurin osa maan radiokanavista perustuu kahteen rahoitusmuotoon – yleisradioon tai mainostuloihin.

"Tähän väliin jäävät Radio Helsingin kaltaiset kanavat, joilla on sisällöllisistä lähtökohdista mietitty ohjelmisto ja kaupallinen rahoitus", Ala-Fossi selittää.

(HS 11.7.2013 A)

Salokangas tuntuu tarkoittavan, että Radio Helsingin lopettaessa tai sen henkilökunnan vähentyessä sen aiemmin tuottaman sisällön jättämää aukkoa paikkaa Yleisradio. Niiden sisällöt siis vastaavat toisiaan, eli Radio Helsinki vastaa niihin vaatimuksiin, joita yleisradioyhtiön sisällöille on asetettu. Ala-Fossi taas vertaa Radio Helsinkiä sisällöllisiltä lähestymistavoiltaan yleisradioon, mutta rahoitukselliselta kannalta kaupalliseen mediaan. Radio Helsingin kuvataan aineistossani olevan myös ”viimeinen Yleisradion ulkopuolinen, todella monipuolinen ja laadukas radiokanava” (Nuorgam 22.7.2013). Myöhemmin samassa tekstissä kysytään: ”Mitä me rakastajasi voimme tehdä puolestasi? Joukkorahoittaa toimintaasi? Maksaa kuukausimaksua? Odottaa yksityistä ostotarjousta? Vaatia Yleisradiota hankkimaan tärkeimmät ohjelmasi?” Eräessä Radio Helsingin kohtaloa käsittelevässä blogitekstissä epäillään Ylen syövän markkinat puheradioilta, jollaiseksi kirjoittaja Radio Helsinginkin mieltää (Otso Kivekkään verkkosivut 11.7.2013).

”Oikean” kulttuurin alasajosta rakennetaan aineistossani suurten joukkojen ja koko kansan huolta, mikä tuottaa siitä merkityksellistä koko yhteiskunnan tasolla: ”Maximin paloittelu ei ole vain elokuvissa käyvien ihmisten edun vastaista, se on helsinkiläisten ja suomalaisten edun vastaista.” (SK/Kuvien takaa -blogi 9.12.2014.) Maximin kohtalo on myös ”tuhansien ihmisten huoli” (Yle 4.12.2014). Radio Helsingin Facebook-sivulla julkaistussa Pariisin Kevät -yhtyeen kannanotossa (Save Radio Helsinki/FB 15.7.2013) viitataan kansan yhteiseen tarpeeseen: ”Tämä kansa tarvitsee oikeita ääniä.” Yhdessä Save Radio Helsingin omassa, englanninkielisessä kannanotossa (Save Radio Helsinki/FB 12.7.2013) viitataan kanavaa puolustaviin ja kampanjaa tukeviin ihmisiin termillä *the people*, jolla voidaan tarkoittaa esimerkiksi tietyn kansakunnan jäseniä, siis kansalaisia, tai suurta määrää ihmisiä, joilla ei ole valta-asemaa yhteiskunnassa.

Yli satavuotiaan helsinkiläisteatterin tulevaisuus on uhattuna, sillä kiinteistön omistaja Ilmarinen suunnittelee tilalle hotellia. Elokuvaväki vetoaa nyt videolla omistajaan.

”Tarkoitus on osoittaa, kuinka järkyttyneitä kansalaiset ovat tästä olleet”, [Cinema Mondon toimitusjohtaja Mika] Siltala sanoo.

(HS 19.12.2014)

Yhdessä tekstissä ehdotetaan, että ”valtiovalta voisi ottaa Maximin kaltaiset teatterit ja niiden ohjelmistot suojelukseensa” (Episodi 15.12.2014). ”Oikealle” kulttuurille ehdotetaan siis julkisen palvelun asemaa. Näin se saa merkityksen jonakin sellaisena, jonka olemassaolo yhteiskunnassa on turvattava niin, että se on kaikkien saatavilla eikä ”vapaiden markkinoiden” armoilla. Maxim saa myös vertailukohdan valtion rahoittamista Kansallisteatterista ja Kansallisgalleriaan kuuluvasta

Ateneumista esimerkiksi Cinema Mondon Mika Siltalan kommentissa: ”Mikäli jatkamme kaupungin kehittämistä tällä linjalla, voisi Ateneumiin kaavailla kasinoa ja Kansallisteatterista saisi mainion ostoskeskuksen.” (SK 4.12.2014) Hän siis vertaa Maximin alasajoa siihen, että Kansallisteatterin ja Ateneumin kaltaiset valtion tukea ja siten myös tietynlaisia yhteiskunnassa tunnustettua itseisarvoa nauttivat, arvokennuksissa toimivat taiteen näyttämöt suljettaisiin todennäköisesti rahakkaamman liiketoiminnan tieltä. Samaan vertaukseen tartuttiin Pelastetaan Maximin Facebook-sivulla:

Nyt ajetaan kulttuuria ahtaalle – Ateneumin tiloihin kaavaillaan kauppakeskusta!

Ateneumin taru lopussa? Täyttöasteeltaan vajavainen taidemuseotoiminta suunnitellaan siirrettäväksi kauemmaksi keskustasta, jotta Ateneumin arvoneuliot saataisiin tehokkaampaan käyttöön. Kiinteistön omistaja näkee rakennuksen tulevaisuudessa ennemminkin tyylikkäänä kauppakeskuskokonaisuutena, kuin alhaisen tuottomallin taidemuseona...

No, ei sentään. Tämä uutinen ei ole tosi. Mutta viimeaikaisten tapahtumien valossa tuntuu, että ihan hyvin voisi olla. Yhtä absurdilta ja kulttuuriperinteistä piittaamattomalta tuntuu suunniteltu Maximin purkaminen.

--

[valelinkki muka olemassa olevaan HS:n artikkeliin ”Keskeinen sijainti koitumassa Ateneumin kohtaloksi - taidemuseon kiinteistöön suunnitellaan uutta korkean profiilin kauppakeskusta”]

(Pelastetaan Maxim/FB 17.2.2015)

Samanlaista julkisen palvelun suojeltua asemaa esitetään myös Radio Helsingille Save Radio Helsingin omassa agendakirjoituksessa. Kanavaa, ”kulttuurista aarretta”, verrataan muun muassa museoon ja oopperataloon – siis hyvinvointivaltion suojelun arvoisiksi ja yhteiskuntaa hyödyttäväksi nähtyihin kulttuuri-instituutioihin:

Something that should be offered reasonable protection from the economic pushes and pulls of the capitalist world because it contributes towards society in other rich ways. Like a museum, a palace, or an opera house, Radio Helsinki creates its own history and significance and is full of an encyclopedic knowledge of the content it presents. (Save Radio Helsinki/FB muistiinpano 21.7.2013)

Maxim kohotetaan valtion suojelua ja tukea saavien taidelaitosten tasolle myös tuomalla esille, että sen kävijämäärät ovat samoissa lukemissa julkisin varoin tuettujen eli tietynlaisesta tunnustetusta yhteiskunnallisesta asemasta nauttivien taideinstituutioiden kanssa. Elokvateatterin kävijämäärä on arvion mukaan 150 000 ihmistä vuodessa, ja se ”vastaa koko Kansallisteatterin vuosittaista katsojamäärää” (Yle 5.12.2014). Myös toisaalla aineistossani

todetaan Maximin vuosittaisten käyntien määrän olevan ”samaa luokkaa kuin Kansallisteatterin kävijämäärät” (SK/Kuvien takaa -blogi 16.12.2014), ja sama vertaus kerrataan myös Pelastetaan Maxim -Facebook-sivulle kopioidussa AVEK-lehden artikkelissa (Pelastetaan Maxim/FB 27.4.2015).

7 LOPUKSI: AUTONOMIA PELASTAA KULTTUURIN?

Edellä olen vastannut työni alussa esittämiini tutkimuskysymyksiin, joiden ohjaamana aloin tutkia kulttuuriin ja talouteen liitettyjä merkityksiä. Tulokseni onnistuivat osoittamaan, miten ”kulttuuri” ja ”talous” konstruoidaan niitä muotoilevissa diskursseissa eli minkälaiset ainekset kulttuuria ja taloutta määrittävissä diskursseissa artikulaatioteorian ajatusten mukaisesti nivELYVÄT yhteen ja minkälaisia merkityksiä nämä yhteennivellykset tuottavat. Tämän konkreettisen ja kontekstuaalisen tarkastelun kautta olen päässyt käsiksi siihen, minkälaisin merkityksin ”kulttuurin” ja ”talouden” identiteettejä rakennetaan valitsemissani aineistossa. Tässä viimeisessä luvussa otan muutaman askeleen kauemmas konkreettisesta ja yritän ymmärtää sitä, mitä tulokset tarkoittavat ja miten ne edelleen nivELYVÄT laajempaan, yhteiskunnalliseen kontekstiin. Konkreettisuus tarkoittaa pinnan alle menemistä, sen tutkimista, miksi pinta näyttää siltä miltä se näyttää. Miltä ”talous” ja ”kulttuuri” sitten lopulta näyttävät? Minkälaiseksi kompleksinen konkreettisen taso tuottaa niiden pinnan? Minkälaiset identiteetit ne saavat ja minkälainen merkitys näillä identiteeteillä on laajemmassa kuvassa ja sen kannalta, mitä olen kirjoittanut eri lähteitä lainaten kulttuurista ja taloudesta luvussa 2?

7.1 Talous määrää kulttuurin rajat

Analyysini tuottamien tulosten tarkempi tarkastelu osoittaa, että oikeastaan jako ”talouden” diskursseihin ja ”kulttuurin” diskursseihin on tietystä näkökulmasta turhan ehdoton. Esittelemäni talouden ensisijaisuutta painottavat diskurssit tuottavat taloudelle tietynlaista kaiken määräävää asemaa, mutta nämä merkitykset ovat riippuvaisia ja lähtöisin siitä, miten kulttuuri teksteissä ymmärretään. Kun ”kulttuuri” esitetään teksteissä välinearvoksi ja liiketoiminnaksi eikä itseisarvoksi, tuotetaan ”taloudesta” määräävää tekijää myös aiemmin autonomiseksi käsitetyllä kulttuurin alueella. Kulttuuria korkea-matala-jaon kautta määrittävät diskurssit taas vastaavasti saavat sisältönsä siitä, miten talous ymmärretään ja miten sitä merkityksellistetään. Kulttuurin korkea-matala-jako tuli tuotetuksi täysin siitä lähtökohdasta, että ”matala” on kaupallista, siis talouden ehdoilla tuotettua, ja ”korkea” taas ei-kaupallista eli kulttuurin ja taiteen omista lähtökohdista tuotettua. Näin kulttuurin arvo näyttää olevan riippuvainen siitä, kuinka hyvin talouden realiteettien määräävää asemaa ja uusliberalistista eetosta (ks. luku 2.2.1) onnistutaan vastustamaan. Jos markkinaperiaatteet eivät ole ainoa sisältöjä ohjaava tekijä, kulttuuri määrittyy

korkeaksi, ”oikeaksi”. Jos taas juuri nämä talouden realiteetit ohjaavat toimintaa, sisällöt määrittyvät matalaksi, ”ei-kulttuuriksi”. Talouden merkitys ensisijaisena kulttuurin arvon määrittäjänä korostuu siis läpi tulosten, oli niiden jako diskurssikategorioihin toteutettu kuinka tahansa.

Talous ja kulttuuri eivät tässä valossa näytä erillisiltä, itsenäisiltä ja rajatuilta sfääreiltä. Otsikkotasolla jako ”talouden” ja ”kulttuurin” diskursseihin ei onnistu välittämään tätä huomiota sfäärien suhteista ja riippuvuuksista. Niiden saamat merkitykset syntyvät vuorovaikutuksessa toistensa kanssa, ja niiden identiteetit ovat näin riippuvaisia toisistaan. Tämä ”sfäärien” välinen suhde periaatteessa purkaa luvussa 3.1 esittelemääni ongelmallista käsitystä siitä, että yhteiskunnallisen uusintamisen kokonaisuus olisi jakautunut itsenäisiin ”talouden”, ”kulttuurin” ja ”politiikan” alueisiin. Talouden ja kulttuurin välinen suhde ei kuitenkaan ole tasapainoinen tai tasaväkinen: juuri ”taloudesta” tehdään aineistossani ensisijainen ja määrittävä tekijä sekä korostamalla ”kulttuurin” merkitystä lisäarvon tuottamisen välineenä että tuottamalla ”taloudesta” aspektia, joka määrittää jonkin asian nimeämistä ”kulttuuriksi”. Kulttuuri on siis taloudelle alisteinen niiden keskinäisessä suhteessa.

Kulttuurin arvo perustuu aineistossani sille, tuottaako se lisäarvoa, ja siksi sitä lähestytään ensi sijassa talouden ja tuottavuuden näkökulmista (ks. luku 6.1). Toisaalta ensisijaisena määrittäjänä talous asettuu lähtökohdaksi myös silloin, kun kulttuurin alueen sisällä määritellään sitä, mikä on ”oikeaa” kulttuuria ja mikä ei (ks. luku 6.2). ”Oikean” kulttuurin ja ”ei-kulttuurin” eroja lähestytään ja niiden välistä korkea-matala-jakoa tuotetaan juuri taloudellisista näkökulmista, sillä ensiksi mainitusta tuotetaan ei-kaupallista, jälkimmäisestä kaupallista. Ja juuri tämä ero rajaa aineistossani sitä, mikä ymmärretään ”kulttuuriksi” ja mikä ei. Talous (kaupallisuus tai ei-kaupallisuus) siis määrää, miten kulttuuri ymmärretään, miten sitä lähestytään ja mikä on kulttuuria ja mikä ei. Voidaan sanoa, että talous piirtää kulttuurin rajat; raja ”oikean” kulttuurin ja ”ei-kulttuurin” välillä kulkee siinä kohdassa, jossa taloudelliset näkökohdat alkavat merkitä kulttuurin itseisarvoa tai autonomiaa enemmän. Talous ja kaupallisuus muodostavat mittarin, joka ohjaa koko keskustelua ja siinä tuotettuja tapoja ymmärtää, määritellä ja arvottaa kulttuuria. Vaikka talouden ensisijaisuutta vastustettaisiinkin esimerkiksi rajaamalla ”korkea” erilleen kaupallisin mittarein arvioidusta ja tuotetusta ”matalasta”, kaupallisuus (talous) asettuu siksi mittapuuksi, joka määrittelee, mikä on ”oikeaa” kulttuuria ja mikä jotain muuta.

Se, millaiseksi kulttuuri nähdään, rakentaa taloudelle tietynlaista identiteettiä, ja se, millaiseksi talouden merkitykset aineistossa muodostuvat, vaikuttavat siihen, minkälaisen identiteetin kulttuuri saa. Keskinäisistä suhteistaan huolimatta näistä kahdesta sfääristä tuotetaan kuitenkin edelleen vahvasti erillisiä alueitaan. Niiden epätasapainoisessa suhteessa talous saa määräävän aseman ja asettuu siten kulttuurin yläpuolelle. Talouden tunkeutuminen kulttuurin alueelle siis vie kulttuurilta sen autonomian, mikä kuvastaa talouden identiteettiä hallitsevana oliona, joka asettuu kaiken muun yläpuolelle (ks. luku 2.2). Koska talous on määräävä tekijä, sen vastustamisesta ja torjumisesta tulee ehto kulttuurin itseisarvon tai muiden kuin taloudellisten mittareiden säilymiselle. Kulttuurin ja talouden erillisuus on ainoa keino kulttuurin itseisarvon tai omaehtoisuuden säilyttämiseksi. Ilman vastustamista ja kulttuurin puolustamista taloudelliset aspektit yksinään kaiketi määrittäisivät kulttuurin tehtävät ja merkityksen. Jos Pelastetaan Maxim - ja Save Radio Helsinki -kampanjoita ei olisi koskaan käynnistetty, voi olla, että Sanoma ei olisi löytänyt radiolleen jatkajaa ja Ilmarinen olisi saanut läpi suunnitelmansa ”eläkkeensaajien etua ajavasta tuottomallirakenteesta”. Toisaalta on vaikea arvioida sitä, mikä lopulta ratkaisi sen, että Radio Helsinki ja Maxim saivat jatkaa. Onnistuivatko kampanjoijat vakuuttamaan, että niiden puolustamalla kulttuurilla on mahdollista tehdä voittoa? Vai oliko kyse siitä, että kulttuurilla ymmärrettiin sittenkin olevan jonkinlaista (itseis)arvoa, vaikka se ei tuottaisikaan rahallista lisäarvoa?

Molemmat kulttuurin puolesta kampanjoineet ryhmät siis onnistuivat tehtävässään. Radio Helsinki sai jatkaa toimintaansa uuden omistajan huomassa, ja entistä suurempi ja ehompi Maxim avaa remontin jälkeen ovensa uuden huoneistohotellin alakerrassa. Tämän tekstin syntyessä huhtikuussa 2016 Maxim on ollut muutaman kuukauden suljettuna remontin ja rakennustöiden vuoksi. Vaikka uusliberalistinen markkina-ajattelu ja sen tuottama talouden ja tuottavuuden aspekteja ylikorostava eetos ulottuivatkin jo kulttuurin alueelle, on niitä mahdollista jossain määrin siis vastustaa. Vastustamisen pitää kuitenkin tapahtua talouden ehdoilla. Analyysissani kävi ilmi, että talouden ensisijaisuutta korostavat näkökulmat ovat myös kulttuurin puolustajien käytössä. Vetoaminen kulttuurin itseisarvoon ei riitä, vaan kulttuurin arvon määrittävät myös (liike)taloudelliset seikat. ”Totta kai” esimerkiksi suuren mediakonsernin intresseissä ovat sellaiset tuotteet, jotka tuottavat rahaa tai eivät ainakaan tee yhtiölle tappiota. Luultavasti siksi keskustelu pyörikin esimerkiksi selkeää tappiota tehneeseen Radio Helsinkiin liittyen muun muassa rahoituksen ja markkinoinnin ympärillä ja ideaa kanavan jatkamisesta yritettiin myydä omistajalle

todistelemalla sen potentiaalia olla suuren, maksuhaluisen yleisön tuote, joka voisi tulevaisuudessa tuoda tarpeeksi rahaa sisään.

On vaikea myydä ”luonnollisesti” voittoja tavoittelevalle yhtiölle kannattamatonta tuotetta, ja ehkä siksi kulttuurin puolustajienkin puhetavoissa korostuivat lisäarvon tuottamiseen tähtäävän liiketoiminnan näkökulmat. Kuten totesin jo tuloksia käsitellessäni, taloudellisiin ja välinearvoa korostaviin näkökulmiin keskittyminen tuotti samaan aikaan taloudesta ensisijaista kulttuurin arvoa määrittävää tekijää, mutta tietyissä konteksteissa myös ”oikeasta” kulttuurista itsestään selvästi arvokasta. Näiden keskenään erilaisten merkitysten muodostumisessa ratkaisevaa on se, kuka puhuu. Kun kulttuurin puolustajat keskittyvät itsekin kannanotoissaan taloudellisiin reunaehtoihin, sisällöt jäävät vaille huomiota mutta määrittyvät juuri siksi sellaisinaan, kritiikittä, arvokkaiksi. Menestymättömyyden syy paikannetaan liiketoiminnan epäonnistuneisiin käytäntöihin, kuten heikkoon markkinointiin, mutta sisältöjä ei eritellä sen tarkemmin kriittisellä otteella. Jos sisällöistä ei puhuta kriittiseen tai edes vähemmän kriittiseen sävyyn, mutta niiden säilyttämistä puolustetaan ja perustellaan taloudellisin ja muin syin, ne merkityksellistyvät itsestään selvästi arvokkaiksi. Huomio kiinnittyykin vain sisällön kannalta ulkoisiin asioihin, mikä synnyttää mielikuvan siitä, että ”korkeaksi” määrittyvä sisältö on kritiikin yläpuolella ja sellaisinaan arvokasta. Kun puolustajien sijaan äänessä ovat samankaltaisin taloudellisin näkökulmin kulttuurin alasajoa suunnittelevien omistajien edustajat, merkitys muuttuu toiseksi. Vain taloudelliset seikat näyttävätkin tällöin määräävän kulttuurin arvon, jolloin sen arvo ei olekaan siitä itsestään tai sen sisällöistä lähtevää vaan sen taloudelliseen tuottavuuteen perustuvaa. Kulttuuri määrittyy pelkäksi voiton tavoittelemisen välineeksi.

Samana talouden ensisijaisuutta korostavan puhutavan tuottamat erilaiset merkitykset liittyvät siihen, että esimerkiksi suuri mediakonserni haluaa ”totta kai” tehdä liiketoiminnallaan voittoa. Siksi sen puheissa kulttuuri merkityksellistyy välinearvoksi. Kulttuurin säilyttämistä puolustavien puheissa kulttuuri on sen sijaan varauksettomasti arvokasta, ja siten sillä on suorastaan itseisarvo. Kyse on puhujien erilaisista intresseistä. Kulttuurin puolustajien ja sen säilyttämiseen tähtäävien pitää kuitenkin mukautua talouden ensisijaisuutta korostaviin puhetapoihin, ja näin he myös tuottavat, toistavat ja vahvistavat puheellaan talouden merkitystä määräävänä aspektina. Kun kulttuuria puolustetaan talouden termein, vahvistetaan arkijärkistä ja tiukkaan iskostunutta ajatusta siitä, että talous tulee ensin – ja kulttuurillakin on arvo vasta sitten, kun taloudelliset pakottavat vaatimukset on täytetty (ks. luku 2.2.2). Toisinkin ajattelemisen on kuitenkin

mahdollista, ja aineistossani myös tällaiset näkökulmat nousevat esiin. Joissakin teksteissä esitetään näkemyksiä, jotka haastavat arkijärkistynyttä käsitystä lisäarvon tuottamisen pakosta, joka koskee myös kulttuuria. Näissä teksteissä esitetään, että suuren (varmasti ”ydintoiminnallaan” jo voittoa tuottavan) mediakonsernin kannattaisi ajatella Radio Helsingin merkittävyyttä ja ainutlaatuisuutta muilla kuin taloudellisilla mittareilla. Edes taloudellisen tappion tuottamista ei välttämättä nähdä esteenä pitää kiinni uniikista kanavasta. Tosin tämäkin tappio käännetään tulevaisuuden voitoksi: tappiollisen kulttuurin säilyttämisen vedotaan olevan yhtiön imagon kannalta positiivinen asia ja tietynlaisessa tilanteessa jopa kilpailuvaltti.

Joka tapauksessa kulttuurilla nähdään teksteissä olevan muutakin kuin tuottavuuteen ja lisäarvoon kytkeytyvää merkitystä. Onkin mielenkiintoista, että ainakaan Radio Helsingin puolesta Facebookissa kampanjoineet eivät kokeneet kannanottojensa ja työnsä kulttuurin säilyttämisen puolesta olevan poliittista toimintaa: ”Haluamme vielä muistuttaa että toimimme ainoastaan fanikuntana emmekä tässä vaiheessa ota poliittista tai taloudellista kantaa asiaan –”, Save Radio Helsingin Facebook-sivun päivityksessä (17.7.2013) todetaan. Samana päivänä sivulla julkaistussa englanninkielisessä tekstissä todetaan, ettei kampanjoijilla ole mitään muuta ”poliittista agenda” kuin se, että tarkoituksena on kerätä ideoita kanavan säilyttämisen turvaamiseksi. Varsinkin aikana, jolloin uusliberalistinen ideologia on vakiinnuttanut asemaansa länsimaisessa arkijärjessä ja vaikuttaa myös korkeamman tason talouspolitiikkaan, selvästi rahallista tappiota tuottavan kanavan puolustaminen on poliittinen teko. ”Luonnollisia” markkinoita painottavan ajattelun ja pakottavan tuottavuuden vaatimuksen vastustamista ei koeta poliittiseksi toiminnaksi, vaikka kyse on juurikin politiikasta: uusliberalistinen ideologia on yksi tiettyihin, luvussa 2.2.1 esittelemiini uskomuksiin perustuva aate muiden joukossa, vaikka sen hegemoninen asema peittääkin tämän todellisuuden tehokkaasti. Arkijärjeksi tultuaan aate nimittäin näyttää vaihtoehdottomalta, sillä se on saavuttanut aseman yksinkertaisestiärkevimpänä ja siten ainoana mahdollisena vaihtoehtona. Sen poliittinen luonne ja poliittisiin päätöksiin kytkeytyvät mekanismit unohtuvat ja sitä vastaan puhuminen ei yhtäkkiä olekaan ”politiikka”. Sitä vastustamalla ja esittämällä sen tilalle vaihtoehtoisia näkemyksiä, kuten markkina-ajattelun soveltumattomuutta kulttuurin alueeseen, on väkisinkin mukana poliittisissa keskusteluissa.

Talouden ensisijaisuuden vastustaminen näyttää siis onnistuvan vain sen omin keinoin. Kulttuurin puolustajienkin on puhuttava talouden näkökulmista, ja käsitys kulttuurista perustuu sille, mikä on kaupallista ja mikä ei-kaupallista eli sille, kuinka suuri valta taloudella on sisältöihin. Kulttuurin

jakaminen korkeaan ja matalaan on tapa tuottaa kulttuurille jonkinlaista itseisarvoa tai autonomiaa. Koska taloudelliset seikat ovat niin määrääviä, on tuotettava selkeä jako ja ero ”oikean” kulttuurin ja talouden sfäärien välille. ”Korkean” status ehkä suojaaa talouden määräävyydeltä ja onnistuu osoittamaan, että kulttuurilla voi olla muutakin kuin taloudellisiin mittareihin liittyvää arvoa. Paluu jo vaikuttavuuttaan menettäneeseen korkea-matala-jakoon tuo kuitenkin mukanaan myös muita merkityksiä, jotka taas toistavat ongelmallista käsitystä erillisistä, autonomisista sfääreistä.

7.2 Autonomiaestetiikka kulttuurin itsemäärittelyvallan suojana

Talouden ”realiteettien” määräävyyttä vastaan puhuvaa kulttuurin ”itseisarvoa” tai autonomiaa yritettiin rakentaa aineistossa korkea-matala-jakoa tuottamalla. Kampanjoiden puolustama ”oikea” kulttuuri nostettiin aineistossani talouden mittareiden ulkopuolelle tuottamalla siitä ”korkeaa” eli kaupallisten lakien ulkopuolella toimivaa ja juuri siksi parempaa ja arvokkaampaa kuin ”matalasta”, kaupallisesta sisällöstä. Talous merkityksellistyy siis tästä näkökulmasta kulttuuria tarveleväksi, ja tällaisin merkityksin kulttuurille yritetään tuottaa asemaa, jossa sillä olisi nimenomaan taloudesta riippumatonta arvoa. Jako korkeaan ja matalaan on mielenkiintoinen, sillä kampanjoiden kohteet eivät edusta perinteisiä korkean taiteen muotoja vaan pikemminkin populaariksi tai niin sanotuksi massakulttuuriksi käsitettyjä sisältöjä. Korkea-matala-jako on lisäksi monellakin tavalla nyky maailmassa kestävä ja heikentynyt, mutta silti se ei analyysini perusteella ole mitenkään irrelevantti tai tunnistamaton. Perinteisesti ”matalaksi” määritellyn alueen sisällä tehty korkea-matala-jako kyllä puoltaa käsitystä siitä, että kulttuurin kenttää ei enää jaeta perinteisen käsityksen mukaan kulttuurisen arvon monopolia pitävään korkeakulttuuriin ja sille vastakkaisen ”käyttötaitteeseen” tai muulla tavoin matalaksi määrittyvään kulttuuriin. Osiin jakautuneilla kulttuurin markkinoilla arvottamista tehdään niiden sisäisten, omien arvottamisperiaatteiden mukaisesti. Mutta näissä sisäisissä arvottamisperiaatteissa korkea-matala-jako näyttää analyysini tulosten perusteella olevan edelleen selitysvoimainen.

Paluu jo vanhentuneelta vaikuttaneeseen ”korkean” ja ”matalan” hierarkiaan saattaa olla keino tuoda keskusteluun muitakin vanhoja käsitteellistyksiä ja merkityksiä, jotka haastavat talouden ensisijaista ja viimekätistä roolia. Silloin kun korkea-matala-jako on nähty merkityksellisenä tapana jäsentää kulttuurin kenttää, on kulttuurin ja talouden nähty olevan ehdottoman erillisiä ja

tavoitteiltaan yhteen sovittamattomia sfäärejä. Kulttuurilla on ollut autonomia, joka on asettanut sen muun yhteiskunnan, kuten talouden, faktisuuden ulkopuolelle. Uusliberalistisen markkina-ajattelun noustua hallitsevaan asemaan ja kulttuuriksi nimetyt alueen laajennuttua tällainen käsitys on muuttunut mahdottomaksi. Aineistossani juuri tämän muutoksen, ”talouden” tunkeutumisen ”kulttuurin” alueelle, nähdään tarvelevän kulttuuria ja tekevän siitä matalaa ”ei-kulttuuria”. Kun taloudesta ja ”oikeasta” kulttuurista tuotetaan näin toistensa kanssa täysin yhteen sovittamattomia yhteiskunnan osa-alueita, ehdotetaan paluuta sellaisiin käsityksiin, joiden mukaan talouden ei ole kulttuurista erillisenä alueena mahdollista määrittää tai päästä tarvelemään sitä, tekemään siitä ”matalaa”. Ei-kaupallisen, ”oikean” kulttuurin määrittelemisen ”korkeaksi” on keino korostaa sitä, että vain ilman taloudellista puuttumista, eli pitämällä kulttuuri ja talous toisistaan erillään, kulttuuri voi säilyttää arvonsa ja arvokkuutensa.

Kulttuuri siis nähdään korkeaan ja matalaan jakautuneena sen itsenäisen identiteetin puolustamiseksi. Tällä jaolla on seurauksensa. Siinä kaupallisella ”matalalla” ei ole autonomiaa, mutta ”korkealle” sen sijaan suodaan itsenäisyys ja suoja muualla yhteiskunnassa vaikuttavia voimia vastaan. Korkea-matala-jako on peruja juuri autonomiaestetiikan synnystä, mitä käsittelin luvussa 2.1.2. Kun kaupallisista ja poliittisista tarkoituspelistä riippumattoman taiteen tehtäväksi oli tullut muun muassa korkeiden arvojen ylläpitäminen – mikä nähdään tietyllä tavalla omassa aineistossanikin osaksi korkean eli ”oikean” kulttuurin merkitystä (ks. luku 6.2.3) –, erotettiin tiukasti puhdas ja aito taide käyttötaiteesta tai kansantaiteesta. ”Korkea” siis erotettiin paitsi muusta yhteiskunnasta myös nykytermein ”kaupallisesta” kulttuuritarjonnasta. Vaikka korkean ja matalan, korkeakulttuurin ja massakulttuurin, rajankäynti olisikin menettänyt osan vaikuttavuudestaan kulttuurin tuotannon ja kuluttamisen muutosten ja laajempien yhteiskunnallisten kehityskulkujen myötä 1900-luvulla, tutkimassani kontekstissa hierarkian tuottaminen on edelleen relevanttia. Vaikuttavuuttakin sillä saattaa olla, sillä tällaista rajanvetoa hyödyntäneet kulttuurin puolustajat onnistuivat kampanjoissaan.

Jos 1700-luvun lopussa teollis-kapitalistisen yhteiskunnan sitoutuessa yhä tiiviimmin tehokkuuteen ja taloudelliseen kasvuun taide sai autonomiansa ”esteettisten” tai ”henkisten” arvojen sfäärinä, uusliberalismin aikakaudella tilanne näyttää olevan päinvastainen: edes nykykriteereillä ”korkeaksi” määrittyvä kulttuuri ei ole suojassa taloudelliselta tehokkuusajattelulta tai ole muistakaan uusliberalismin mukanaan tuomista arvoista ja vaatimuksista vapaa. Mitä tiukemmin rahallisen lisäarvon ja tuottavuuden tavoitteisiin sitoudutaan, sitä vähemmän jää enää ”oikeaksi”

määrittävälle kulttuurillekaan liikkumavaraa näiden ”talouden” vaatimusten ulkopuolella. Tästä kertoo mielestäni se, että korkean ja matalan rajojen vetäminen on aineistossani edelleen merkityksellinen tapa määritellä kulttuuria. Vaikuttaa siltä, että kulttuurilla on mahdollista säilyttää jotakin muutakin kuin kaupallista ja välineellistä arvoa palaamalla takaisin jakoon korkean, ”oikean” kulttuurin sekä matalan eli kaupallisen tai jonkinlaisen ”käyttökulttuurin” välillä. Tällainen käsitys kun aktivoi sellaisia merkityksiä, jotka korostavat autonomiaestetiikkaa ja suojelevat näin kulttuuria talouden pakottavilta vaatimuksilta. Kun otetaan käyttöön tällaisia vanhoja merkityksellistämisen tapoja, joissa ”oikea” kulttuuri määrittyy politiikasta ja taloudesta erilliseksi, autonomiseksi sfääriksi, tavoitellaan sellaista ymmärrystä kulttuurista, jossa sillä käsitetään olevan muutakin kuin välineellistä arvoa. Tällaiset merkityksellistämisen tavat aineistossani kuvastavat konjunktuurissa vallitsevaa eriaikaisuutta, josta kirjoitin luvussa 3.2.3. Talouden ja kulttuurin merkityksiin ja suhteisiin eivät vaikuta vain eri toimijoiden logiikat vaan myös eri aikojen logiikat, jotka liittyvät konjunktuurissa yhteen ja tuottavat yhteen nivoutuessaan merkityksiä ja vaikutuksia, joita ei voida ennalta määrittää. Analyysini tulokset osoittavat, etteivät talouden ja kulttuurin merkitykset palaudu vain siihen, miten ”talous” ja ”kulttuuri” nyky-yhteiskunnassa yleisesti ymmärretään tai siihen mitä ne ”ovat”. Siksi näiden merkitysten tutkiminen kontekstuaalisesti ja konkreettisesti on tarpeellista.

Vaikka aineistossani korostuu kulttuurin välineellinen arvo, kampanjoiden onnistuminen viittaa myös siihen, että paluu korkean ja matalan eriyttävään autonomiaestetiikkaan on edelleen mahdollinen. Tässä jaottelussa ”oikean” kulttuurin ja ”muun” välinen raja vahvistuu, vaikka sen on ajateltu heikentyneen kaikkien kulttuurin muotojen tuotannon ja kulutuksen lisääntyneen kaupallistamisen myötä. Kenties korkea-matala-jako ei todella enää päde siinä mielessä, että tietyt taiteenlajit edustaisivat korkeaa ja tietyt matalaa. Tehdäänhän omassa aineistossanikin perinteisesti matalaksi ymmärretystä korkeaa. Kulttuurin eri osien sisäisissä arviointikriteereissä korkea-matala-jako näyttää kuitenkin olevan edelleen relevantti. Aineistoni teksteissä tätä jakoa tuotetaan jatkuvasti ja sillä saadaan välitettyä haluttuja merkityksiä, joissa kampanjoiden suojelun kohteena oleva ”ei-kaupallinen” kulttuuri määrittyy korkeaksi ja siten autonomiansa ansaitsevaksi. ”Kaupallinen” eli matala siis todella on edelleen ”toinen” suhteessa korkeakulttuuriin, mutta ei siinä mielessä, että se olisi marginaalista vaan nimenomaan siinä mielessä, että se on saatavilla joka paikassa ja sen yleisönä ovat suuret massat, jolle tuotetaan standardoitua sisältöä. Tässä kontekstissa itse asiassa ”korkea” alkaakin näyttää marginaaliselta kaupallisen eli ”matalan”

rinnalla, mutta juuri matala joutuu siitä huolimatta ”toisen” asemaan. Viihdeteollisuuden synnyn myötä ”korkea” on käsitetty enää vain yhdeksi kulttuurin alalajiksi muiden joukossa. Luvussa 2.1.2 käsittelin sitä, että kulttuurin massamarkkinoiden myötä kulttuuri on kaikkialla eikä massakulttuuria erillisenä kategorianaan ole enää olemassa. ”Populaaria” ei myöskään enää yleisesti käsitetä ”toiseksi” suhteessa korkeakulttuuriin, vaan pikemminkin populaarikulttuurista on tullut synonyymi kulttuurille.

Massakultusyhteiskunnan mukanaan tuomien muutosten myötä klassinen korkeakulttuuri heikentyi, ja kulttuuri on sen myötä laskeutunut autonomiastaan osaksi muuta yhteiskuntaa. Siten se on myös aiempaa alttiimpi sen muuttuville voimille ja niiden tuottamille vaikutuksille, kuten vaikkapa uusliberalismin mukanaan tuomille ajattelu- ja toimintatavoille. Aineistossani kulttuurin säilyttämisen puolesta puhuvat yrittävät taistella tätä kehitystä vastaan ja kulttuurin itsemäärittelyvallan puolesta siis autonomiaestetiikan merkityksiä välittävän korkea-matala-jaon avulla. ”Matalaksi” määrittyvä kaupallinen asetetaan väkisin ”toisen” asemaan, kun ”korkeasta” ei-kaupallisesta tehdään ”oikeaa”, varsinaista kulttuuria. Näin autonomia merkityksellistyy kulttuurille suotuisammaksi vaihtoehdoksi kuin se todellisuus, että massakulttuksen ja -tuotannon myötä korkean ja matalan eli ”oikean” kulttuurin ja ”muun” rajat ovat hämärtyneet eikä kulttuurilla ole enää samanlaista muusta yhteiskunnasta ja esimerkiksi talouden voimista erillistä autonomista asemaa kuin ennen. Vaikka mitään ”korkeakulttuuria” tai ”massakulttuuria” ei niiden klassisissa merkityksissä enää olisikaan olemassa, näiden kategorioiden kantamat merkitykset eivät vaikuta menettävän voimaansa. ”Korkean” tai ”matalan” (”toisen”) määrettä ei liitetä enää tiettyihin kulttuurin tai taiteen lajeihin, vaan ne ovat vapaasti käytettävissä niiden välittämien merkitysten kiinnittämiseksi kohteisiin, joita ei perinteisesti ole käsitetty korkeaa tai matalaa edustaviksi. Perinteisesti ”matalaksi” käsitetty kulttuuri voi analyysini tulosten perusteella saada ”korkean” merkityksiä ja hallitseva (”kaupallinen”) kulttuuri voidaan asettaa ”toisen” asemaan.

Vaikka korkeakulttuuria heikentäneestä postmodernista on puhuttu jo pitkään, ei etukäteen asetettuja arviointikriteerejä ole siis edelleenkään sen hengessä hylätty. Kaupallisuutta pidetään merkinä heikosta laadusta, ja ei-kaupalliseksi määrittyvässä korkeassa taas arvostetaan sen perinteisiä piirteitä, kuten eri tavoin ilmenevää autenttisuutta. Samaan aikaan, kun massakulttuurin kategoria kävi yhä turhemmaksi ja alettiin puhua postmodernista, alkoi myös uusliberalistinen ajattelu yleistyä ja vakiintua hegemoniseksi ideologiaksi. Ehkä se on estänyt postmodernia ihannetta toteutumasta. Kun kulttuurin sisäiset, ennalta asetetut

arvottamiskriteerit oltiin valmiita heittämään romukoppaan, tilalle tulivat talouden pakottavat arvottamiskriteerit, joihin myös kulttuurin oli vastattava. Nyt suhde markkinoihin toimii arvottavana periaatteena, vaikka sen ei enää pitänyt sopia korkea-matala-erottelun yleiseksi logiikaksi. Yksioikoisesti ajatellaan, että ”matala” toimii markkina-ajattelun mukaisesti ja kaupallisten intressien ohjaamana. ”Korkean” taas nähdään olevan omalakinen ja ei-kaupallinen, eikä se sellaisena toimi markkinalogiikan mukaan. Määrävä, ennalta asetettu kulttuuria määrittävä ja arvottava kriteeri muodostuu siis talouden alueella, mutta se toimii ikään kuin negaation kautta: Talous määrittyy joksikin, joka tarvelee autenttista kulttuuria, eli ”oikea” kulttuuri *ei* ole talouden ehdoilla tuotettua vaan sen pakottavuudesta vapaata. Talouden alueella asetettuja kriteerejä noudattava sisältö sen sijaan määrittyy automaattisesti huonommaksi kuin omalakisesti, kulttuurin sisäisten kriteerien mukaan tuotettu sisältö.

Korkean ja matalan välille tehty ero tuottaa merkityksiä, jotka eivät liity vain kulttuuriin vaan myös esimerkiksi siihen, miten yhteiskunnan nähdään sosiaalisena muodostumana rakentuvan ja rakenteistuvan. Vaikka korkeaan ja matalaan vastakkaisina kategorioina liittynyt oletus kulttuurin ja luokka-aseman välisestä korrelaatiosta olisikin massayleisöjen synnyn myötä lakannut olemasta selitysvoimainen (ks. luku 2.1.2), kulttuurin korkea-matala-hierarkiaa rakennetaan aineistossani myös sosiaalisen hierarkian kautta. ”Korkeaksi” määrittävän kulttuurin yleisö tuotetaan kulttuurin vakavasti ottavaksi joukoksi, joka edustaa hyvää makua antamalla arvostusta haastaville sisällöille ja katsomalla ylen kaupallista tarjontaa. ”Matalan” yleisön taas esitetään tyytyvän siihen kaupallisuuden standardoimaan sisältöön, jota heille tarjotaan. Jonkinlaisen ”eliitin” tai hyvän maun edustajien itsemäärittely tapahtuu siis edelleen vastustamalla alempiarvoista massakulttuuria. ”Korkean” yleisöstä tuotetaan myös kulutustottumuksiltaan ylipäänsä tiedostavampaa joukkoa. Arthouse-teatterissa viinilasillista nauttiva varttunut yleisö asettuu vastakkaiseksi multipleksien popcornia mussuttavalle, nuorisosta ja lapsiperheistä koostuvalle yleisölle.

Tällaisilla korkeaan ja matalaan perustuvilla kahtiajaoilla tuotetaan toisistaan erillisiä ja hierarkiassa olevia ihmisryhmiä – siis hierarkkista sosiaalista järjestystä. Siinä ”eliitiksi” määrittyy tiedostava, älykästä ja haastavaa sisältöä arvostava joukko. Jonkinlaiseksi ”rahvaaksi” määrittävät taas ne, joiden ajatellaan kuluttavan yksinkertaisia ja epäautenttisia sisältöjä tottumuksen vuoksi eikä itse sisältöjen takia. Näin kulttuurista tulee myös paikka ja väline erityisten identiteettien julistamiselle, ei niinkään yhteisen identiteetin luomiselle (ks. luku 2.1.1). Kun vaihtoehtoiseksi

määrittyvän ”oikean” kulttuurin sisältöjä kuluttavalta eliitiltä ollaan ottamassa pois heille merkityksellisiä sisältöjä, heidän identiteettinsä joutuu myös hyökkäyksen kohteeksi. He ovat pakotettuja muutokseen, jossa heille merkityksellinen sisältö korvataan yhä useammin matalan ”ei-kulttuurin” yleisön yhteistä identiteettiä määrittävällä kaupallisella tarjonnalla. Näistä näkökulmista katsottuna on merkittävää, että vain ”korkeaksi” määrittyvästä kulttuurista tuotetaan aineistossani yhteiskunnallisesti merkittävää. Tällainen merkitys antaa sille hallitsevan kulttuurin aseman, ja näin vain korkean alueella muodostuvat ja julistetut identiteetit tulevat legitimoiduiksi.

7.3 Talouden ensisijaisuus ylläpitää sfääriajattelua

Tutkimukseni kohteena ovat olleet artikulaatiot, joissa erilaisia aineksia kytketään yhteen ja jotka tällaisina yhteennivellyksinä tuottavat merkityksiä ”kulttuurille” ja ”taloudelle”. Kulttuuria ja taloutta merkityksellistävistä artikulaatioista olen konstruoinut sen kontekstin, joka määrittää, miten näistä yhteiskunnan aspekteista tai sfääreistä puhutaan ja millaiset identiteetit ne saavat. Kulttuurin ja talouden merkityksellistämisen tavat ovat muuttuvia eivätkä lopullisia. Nimeämieni diskurssien muodostama konteksti kuitenkin kytkeytyy tämän hetken laajempaan yhteiskunnalliseen kontekstiin, konjunkturiin. Se sekä heijastaa sitä että tuottaa sitä. Se, miten kulttuurista ja taloudesta puhutaan, heijastaa yhteiskunnan arvoja ja käytäntöjä mutta myös tuottaa tietynlaista todellisuutta, josta tulee osa niitä.

Vaikka kulttuurin jakaminen korkeaan ja matalaan on tullut monista näkökulmista nyky-yhteiskunnassa kyseenalaistetuksi, se määrittää edelleen kulttuuria ja sitä, mihin piirrämmme ”kulttuuriksi” nimeämämme alueen rajat. Vaikka kulttuurin muodostamaa kokonaista taiteiden kenttää ei enää jaettaisikaan perinteisellä tavalla korkeakulttuuriin ja massakulttuuriin, on erottelu edelleen pätevä kulttuurin alalajien sisällä. Analyysini tulokset osoittavat, että ”oikea”, korkeaksi määrittyvä kulttuuri viittaa edelleenkin Terry Eagletonin esteettisen kulttuurin käsitteen mukaisesti pikemminkin Igor Stravinskyyn kuin science fictioniin. Tulos on mielestäni yllättävä, sillä korkea-matala-jaottelu kuulostaa kulttuurintutkijan korvaan vanhakantaiselta ja elitistiseltä. Käsitys on kaiku ajalta, jolloin kulttuurilla oli politiikasta ja taloudesta erillään olevana henkisen alueena autonomiansa. Näitä autonomiaestetiikan merkityksiä kulttuuri kaiketi tarvitsee nyt, kun taloudelliset näkökulmat tупpaavat olemaan ainoita käytettyjä tai merkittäviä arvonn mittareita. Ja

juuri siksi se on jaettava korkeaan ja matalaan. Tällainen käsitys välittää niitä merkityksiä, joita kulttuuriin liitettiin silloin, kun sen hierarkkinen jakaminen oli vielä pätevä tapa ymmärtää ja määritellä sitä. Mitenkään vähäisin niistä ei ole tässä yhteydessä se, että kulttuuri mielletään omaksi itsenäiseksi alueekseen, joka toimii omien lakiansa mukaisesti – autonomisesti ja taloudesta riippumatta.

Korkean ja matalan kriteerit ovat muuttuneet yhteiskunnan mukana ja ilmentävät tänä päivänä tämänhetkistä konjunktuuria. Uusliberalistisen ideologian myötä taloudesta on tullut merkittävin mittari mille tahansa asialle, ja siten se on ”luonnollisesti” myös kulttuurin korkeaa ja matalaa ja niiden välistä erontekoa merkityksellistävä tekijä. Maabrändäyksen, kansallisen kilpailukyvyyn ja imagonrakennuksen näkökulmia sovelletaan sujuvasti myös ”oikeaan”, ei-kaupalliseen kulttuuriin – oli se varsinainen vientituote tai ei. Näitä näkökulmia on hyödynnettävä kulttuurin puolustamiseksi ja suojelemiseksi, ja ehkä niin ollaan halukkaitakin tekemään silloin, kun siitä on etua. Toisaalta markkina-ajattelulta ja rahallisen tuottavuuden vaatimuksilta viedään toisissa yhteyksissä valta toimia kulttuurin alueella. Taloudesta muodostuu kulttuurin rajoja määrittävä tekijä, mutta tuottavuuden vaatimuksen merkitys kääntyy pääläelleen. Oletetusti hyvin rahaa tahkoava, kaupalliseksi määritelty sisältö leimautuu ”ei-kulttuuriksi” ja sellaisena vähempiarvoiseksi. Sen sisältö on epä-älyllistä ja ”matalaa”. Talouden tiukoista ehdoista ja vaatimuksista vähemmän piittaava ”oikea” kulttuuri taas määrittyy arvokkaaksi, ”korkeaksi” ja älykkääksi. Nämä merkitykset rakentavat käsitystä siitä, että tuottavuuden vaatimukset eivät ole kulttuurin alueella käypiä ja siksi talous ja kulttuuri pitäisi pitää erillään toisistaan. Näin saadaan lopulta ehkä suojeltua kulttuurin autonomiaa ja itsemäärittelyvaltaa, mutta käsitys siitä, mikä on ”oikeaa” kulttuuria, jää kapeaksi.

Merkitykset, jotka tuottavat kaupallisesta automaattisesti ”matalaa” ja ei-kaupalliseksi määrittyvästä ”korkeaa” ja autonomista, tulevat myös eristäneeksi kulttuurin ja talouden sfäärit toisistaan. Tällaisesta erillisten sfäärien näkökulmasta yhteiskunta ei määriy kompleksisten suhteiden kimpuksi, jatkuvasti muuttuvaksi yhteenniveltymäksi, jota hahmottelin luvussa 3.2 ja jollaisena sitä olisi hedelmällistä tarkastella. Jos kulttuurista ja taloudesta ei tuotettaisi tällä tavoin omia itsenäisiä ja erillisiä sfäärejä, kulttuuri joutuisi kaiketi liian ahtaalle ja sen olisi lopulta luovuttava sen omista lähtökohdista määritellystä identiteetistään. Se menettäisi autonomiansa suurempaa määrittely- ja päätösvaltaa käyttävälle taloudelle. Jos ”taloudeksi” nimettyä aluetta ei pidettäisi nyky-yhteiskunnassa niin vahvasti kaikkea muuta yhteiskunnallista toimintaa

ylhäältäpäin sanelevana oliona, ehkä kulttuurilla ja taloudellakin uskallettaisiin nähdä olevan suhteita. Silloin näiden suhteiden olemassaolon tunnustaminen yhteiskunnan kompleksisessa kokonaisuudessa ei johtaisi automaattisesti kulttuurin itsemäärittelyvallan menettämiseen. Epätasapainoisessa valtasuhteessa ainoa vaihtoehto on eristää sfäärit toisistaan, jotta kulttuuri voi säilyttää edes osan autonomiastaan ja itseisarvostaan.

LÄHTEET

- Ahokas, Jussi & Holappa, Lauri (2014) *Rahatalous haltuun. Irti kurjistavasta talouspolitiikasta*. Helsinki: Like.
- Bennett, Tony (2005) *Culture*. Teoksessa Tony Bennett, Lawrence Grossberg & Meaghan Morris (toim.) *New Keywords. A Revised Vocabulary of Culture and Society*. Oxford: Blackwell, 63–69.
- Black, John, Hashimzade, Nigar & Myles, Gareth (2013) *A Dictionary of Economics*. 4. ed. Oxford University Press. DOI: 10.1093/acref/9780199696321.001.0001. (Viitattu 10.2.2016.)
- Butler, Judith (2006) *Hankala sukupuoli. Feminismi ja identiteetin kumous*. Suom. Tuija Pulkkinen & Leena-Maija Rossi (alkup. 1990). Helsinki: Gaudeamus.
- Chandler, Daniel & Munday, Rod (2011) *A Dictionary of Media and Communication*. Oxford University Press. DOI: 10.1093/acref/9780199568758.001.0001. (Viitattu 1.2.2016.)
- Clarke, John (2010) Of Crises and Conjunctures: The Problem of the Present. *Journal of Communication Inquiry* 34(4), 337–354. DOI: 10.1177/0196859910382451. (Viitattu 21.10.2015.)
- Clarke, John (2014) Imagined, Real and Moral Economies. *Culture Unbound* 6, 95–112. Osoitteessa: <http://www.cultureunbound.ep.liu.se/v6/a05/cu14v6a05.pdf>. (Viitattu 12.2.2016.)
- Collins, Jim (1989) *Uncommon Cultures: Popular Culture and Post-Modernism*. New York: Routledge.
- Couldry, Nick (2010) *Why Voice Matters. Culture and Politics after Neoliberalism*. London: Sage.
- Denning, Michael (2004) *Culture in the age of three worlds*. London & New York: Verso.
- Eagleton, Terry (2000) *The Idea of Culture*. Oxford: Blackwell.
- Eskola, Jari & Suoranta, Juha (1998) *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.
- Fairclough, Norman (1992) *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- Fairclough, Norman (2003) *Analysing Discourse. Textual analysis for social research*. London: Routledge.

- Foucault, Michel (2005) Tiedon arkeologia. Suom. Tapani Kilpeläinen (alkup. 1969). Tampere: Vastapaino.
- Foucault, Michel (2008) The Birth of Biopolitics. Lectures at the Collège de France 1978–79. Toim. Michel Senellart. Käänt. Graham Burchell (alkup. 2004). Houndmills: Palgrave Macmillan.
- Frow, John (1995) Cultural Studies and Cultural Value. Oxford: Clarendon Press.
- Gibson-Graham, J.K. (2006) The End of Capitalism (As We Knew It): A Feminist Critique of Political Economy. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Grossberg, Lawrence (1995) Mielihyvän kytkennät. Risteilyjä populaarikulttuurissa. Suom. ja toim. Juha Koivisto, Mikko Lehtonen, Ensio Puoskari ja Timo Uusitupa. Tampere: Vastapaino.
- Grossberg, Lawrence (2007) Onko kulttuurintutkimuksella tulevaisuuksia? Pitäisikö olla? (Tai mitä vikaa New Yorkissa?). Teoksessa Erkki Vainikkala & Henna Mikkola (toim.) *Nyky aika kulttuurintutkimuksessa*. Suom. Erkki Vainikkala. Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja 86, 303–350.
- Grossberg, Lawrence (2010a) Standing on a Bridge: Rescuing Economies from Economists. *Journal of Communication Inquiry* 34(4). 316–336. DOI: 10.1177/0196859910383014.
- Grossberg, Lawrence (2010b) Cultural Studies in the Future Tense. Durham & London: Duke University Press.
- Grossberg, Lawrence (2013) Interview with Lawrence Grossberg. *Communication and Critical/Cultural Studies* 10(1), 59–97. DOI: 10.1080/14791420.2013.765688. (Viitattu 21.10.2015.)
- Hall, Stuart (1992) Kulttuurin ja politiikan murroksia. Toim. Juha Koivisto, Mikko Lehtonen, Timo Uusitupa & Lawrence Grossberg. Tampere: Vastapaino.
- Hall, Stuart (1997) The Centrality of Culture: Notes on the Cultural Revolutions of Our Time. Teoksessa Kenneth Thompson (toim.) *Media and Cultural Regulation*. London: Sage, 207–238.

- Hall, Stuart (2003) Marx's Notes on Method: A 'Reading' of the '1857 Introduction'. *Cultural Studies* 17:2, 113–149. DOI: 10.1080/0950238032000114868. (Viitattu 12.10.2015.)
- Hall, Stuart (2012) The neoliberal revolution. Teoksessa Jonathan Rutherford & Sally Davison (toim.) *The Neoliberal Crisis*. Osoitteessa:
http://wh.agh.edu.pl/other/materialy/678_2015_04_21_22_04_51_The_Neoliberal_Crisis_Book.pdf. (Viitattu 12.2.2016.)
- Hall, Stuart & Massey, Doreen (2012) Interpreting the crisis. Teoksessa Jonathan Rutherford & Sally Davison (toim.) *The Neoliberal Crisis*. London: Lawrence Wishart, 55–69.
Osoitteessa:
http://wh.agh.edu.pl/other/materialy/678_2015_04_21_22_04_51_The_Neoliberal_Crisis_Book.pdf. (Viitattu 13.10.2015.)
- Hall, Stuart, Massey, Doreen & Rustin, Michael (2013) After neoliberalism: analyzing the present. *Soundings* 53/2013, 8–22. Osoitteessa:
https://www.lwbooks.co.uk/sites/default/files/s53_02hall_massey_rustin.pdf.
(Viitattu 11.2.2016.)
- Hebdige, Dick (1988) Banalarama, or Can Pop Save Us All? *New Statesman & Society* 1(27): 29–32.
- Helsingin Sanomat (11.7.2013) Radio Helsinkiä uhkaa lakkauttaminen. Osoitteessa:
<http://www.hs.fi/kulttuuri/a1373506525808?ref=hs-art-artikkeli>. (Viitattu 26.11.2015.)
- Helsingin Sanomat (12.9.2013) Radio Helsinki löysi uuden omistajan.
<http://www.hs.fi/kulttuuri/a1378950814103>. (Viitattu 26.11.2015.)
- Helsingin Sanomat (27.11.2014) Elokvateatteri Maximin toiminta loppuu – tilalle ”osavuositilaisuuksia”. <http://www.hs.fi/kulttuuri/a1305901834532>. (Viitattu 26.11.2015.)
- Helsingin Sanomat (26.5.2015) Malmin lentokenttä valittiin Suomen uhanalaisimmaksi kulttuuriperintökohteeksi. Osoitteessa:
<http://www.hs.fi/kaupunki/a1305958077390>. (Viitattu 24.3.2016.)
- Hesmondhalgh, David (2013) *The Cultural Industries*. 3rd edition. London: Sage.

- Hobsbawm, Eric (1999) Äärimmäisyyksien aika. Lyhyt 1900-luku (1914–1991). Suom. Pasi Junila (alkup. 1994).
- Hutter, Michael & Throsby, David (toim.) (2008a) *Beyond Price. Value in Culture, Economics, and the Arts*.
- Hutter, Michael & Throsby, David (2008b) Value and Valuation in Art and Culture: Introduction and Overview. Teoksessa Michael Hutter & David Throsby (toim.) *Beyond Price. Value in Culture, Economics, and the Arts*, 1–19.
- Ilmarinen (20.5.2015) Tuore suunnitelma: Maximiin kolme elokuvasalia ja 40 lisäpaikkaa. Osoitteessa: <https://www.ilmarinen.fi/uutishuone/arkisto/2015/tuore-suunnitelma-maximiin-kolme-elokuvasalia-ja-40-lisapaikkaa/>. (Viitattu 26.11.2015.)
- Iltalehti (24.11.2015) ”Massiivinen vahinko” – Museovirasto haluaa säilyttää Malmin lentokentän. Osoitteessa: http://m.iltalehti.fi/uutiset/2015112420717694_uu.shtml. (Viitattu 24.3.2016.)
- Jokinen, Arja, Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (1993) *Diskurssianalyysin aakkoset*. 2. painos. Tampere: Vastapaino.
- Kielitoimisto (2016) *Kielitoimiston sanakirja*. Osoitteessa: <http://www.kielitoimistonsanakirja.fi/>. (Viitattu 16.5.2016.)
- Koistinen, Tero, Sevänen, Erkki & Turunen, Risto (1995) Johdanto. Populaari- ja massakulttuurin tutkimisen lähtökohdista. Teoksessa Tero Koistinen, Erkki Sevänen & Risto Turunen (toim.) *Musta Lammas. Kirjoituksia populaari- ja massakulttuurista*. Kirjallisuuden ja kulttuurin tutkimuksia. Joensuun yliopisto, Humanistinen tiedekunta, 6–16.
- Koivusalo, Markku (2011) Dispositiivi eli valta strategisena kykyjen verkostona. *Tiede & edistys* 36(3), 187–228.
- Kuusela, Hanna (2014) Luovuuden uusi aalto. Teoksessa Mikko Lehtonen, Katja Valaskivi ja Hanna Kuusela (toim.) *Tehtävä kulttuurille*. Tampere: Vastapaino, 95–123.
- Lassila, Ahti (2014) Epäpyhä allianssi: Luovuus taloudessa ja talous kulttuurissa. Teoksessa Mikko Lehtonen, Katja Valaskivi ja Hanna Kuusela (toim.) *Tehtävä kulttuurille*. Tampere: Vastapaino, 124–143.

- Lehtonen, Mikko (1994) *Kyklooppi ja kojootti. Subjekti 1600–1900-lukujen kulttuuri- ja kirjallisuusteorioissa*. Tampere: Vastapaino.
- Lehtonen, Mikko (1996) *Merkitysten maailma*. Tampere: Vastapaino.
- Lehtonen, Mikko (2004) Johdanto: Säiliöstä suhdekimppuun. Teoksessa Mikko Lehtonen, Olli Löytty & Petri Ruuska: *Suomi toisin sanoen*. Tampere: Vastapaino, 9–27.
- Lehtonen, Mikko (2008) Kulttuuri sfäärinä ja aspektina: Yhteiskunnallisen uusintamisen kompleksinen kokonaisuus kulttuurintutkimuksen kontekstina. *Kulttuurintutkimus* 25(1), 17–28.
- Lehtonen, Mikko (2014a) Tehtävä kulttuurille? Teoksessa Mikko Lehtonen, Katja Valaskivi ja Hanna Kuusela (toim.) *Tehtävä kulttuurille*. Tampere: Vastapaino, 11–38.
- Lehtonen, Mikko (2014b) *Maa-ilma*. Tampere: Vastapaino.
- Liikkanen, Mirja (2014) Tilastot kulttuuripoliittisen käänteän palveluksessa. Teoksessa Mikko Lehtonen, Katja Valaskivi ja Hanna Kuusela (toim.) *Tehtävä kulttuurille*. Tampere: Vastapaino, 144–169.
- Nyt.fi (5.12.2014) Kansanliike yrittää pelastaa elokuvateatteri Maximin – ja ensi viikolla asia saattaa edetä. <http://nyt.fi/a1305904585826>. (Viitattu 26.11.2015.)
- Peck, Jamie (2010) *Constructions of Neoliberal Reason*. Oxford: Oxford University Press.
- Pietikäinen, Sari & Mäntynen, Anne (2009) *Kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino.
- Polanyi, Karl (2009) *Suuri murros. Aikakautemme poliittiset ja taloudelliset juuret*. Suom. Natasha Vilokkinen (alkup. 1944). Tampere: Vastapaino.
- Potter, Jonathan & Wetherell, Margaret (1987) *Discourse and Social Psychology: Beyond Attitudes and Behaviour*. London: Sage Publications.
- Ramsay, Maureen (1997) *What's Wrong with Liberalism? A Radical Critique of Liberal Political Philosophy*. London: Leicester University Press.
- Rautiainen-Keskustalo, Tarja (2014) Taide palveluna ja taide arvonluojana. Musiikin arvosta ja lisäarvosta kilpailukapitalismissa. Teoksessa Mikko Lehtonen, Katja Valaskivi ja Hanna Kuusela (toim.) *Tehtävä kulttuurille*. Tampere: Vastapaino, 71–94.

- Slack, Jennifer Daryl (1996) The theory and method of articulation in cultural studies. Teoksessa David Morley & Kuan-Hsing Chen (toim.) *Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies*. London: Routledge, 112–127.
- Soundi (22.7.2013) Sormet ristissä Radio Helsingin puolesta. Osoitteessa: <http://www.soundi.fi/jutut/kolumnit/sormet-ristissa-radio-helsingin-puolesta>. (Viitattu 26.11.2015.)
- Suoninen, Eero (1992) Perheen kuvakulmat: Diskurssianalyysi perheenäidin puheesta. Tampereen yliopisto: Sosiologian ja sosiaalipsykologian laitos. Tutkimuksia, sarja A, nro 24.
- Tilastokeskus (2015) Kulttuurin satelliittitilinpito 2013. Osoitteessa: http://www.tilastokeskus.fi/til/klts/2013/klts_2013_2015-10-28_fi.pdf. (Viitattu 18.2.2015.)
- Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli (2009) Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 11., uudistettu laitos. Helsinki: Tammi.
- Turunen, Risto (1995) Musta lammas ja hyvät paimenet. Populaari- ja massakulttuurin institutionaalisen asemasta. Teoksessa Tero Koistinen, Erkki Sevänen & Risto Turunen (toim.) *Musta Lammas. Kirjoituksia populaari- ja massakulttuurista*. Kirjallisuuden ja kulttuurin tutkimuksia. Joensuun yliopisto, Humanistinen tiedekunta, 18–46.
- Työ- ja elinkeinoministeriö (2014) Luova talous. Osoitteessa: https://www.tem.fi/innovaatiot/luova_talous. (Viitattu 16.2.2016.)
- Valaskivi, Katja (2012) Dimensions of Innovationism. Teoksessa Peter Nynäs, Mika Lassander & Terhi Utriainen (toim.) *Post-Secular Society*. New Brunswick: Transaction Publishers, 129–156.
- Wetherell, Margaret & Potter, Jonathan (1992) Mapping the Language of Racism. Discourse and the Legitimation of Exploitation. New York: Columbia University Press.
- Williams, Raymond (1976/1983) Keywords. A vocabulary of culture and society. Revised edition. New York: Oxford University Press.

Williams, Raymond (1977) *Marxismi, kulttuuri ja kirjallisuus*. Suom. Mikko Lehtonen (alkup. 1977).
Tampere: Vastapaino.

Williams, Raymond (1981) *Culture*. London: Fontana Press.

Yle (16.3.2016) Malmin lentokenttä valittiin Euroopan 7 uhanalaisimman kulttuurikohteen listalle.

Osoitteessa:

http://yle.fi/uutiset/malmin_lentokentta_valittiin_euroopan_7_uhanalaisimman_kulttuurikohteen_listalle/8747171. (Viitattu 24.3.2016.)

LIITE

Analyysissa käytetty aineisto

Sosiaalisen median aineisto:

Save Radio Helsinki, Facebook: <https://www.facebook.com/SaveRadioHelsinki>

Save Radio Helsinki, Twitter: <https://twitter.com/saveourradio>

Pelastetaan Maxim, Facebook: <https://www.facebook.com/pelastetaanmaxim>

Pelastetaan Maxim, Twitter: <https://twitter.com/pelastetaamaxim>

Verkoartikkelit ja blogikirjoitukset (haettu 10.5.2016):

1) HS 28.11.2014: Kommentti: Kova isku elokuvien ystäville. Osoitteessa:

<http://www.hs.fi/kulttuuri/a1417064131862?ref=hs-art-artikkeli>.

2) HS 23.5.2015: Pääkirjoitus: Elokuvat jatkavat Maximissa. Osoitteessa:

<http://www.hs.fi/paakirjoitukset/a1432268005703?jako=c02b5db053e65e25b9b0a1ccdacf37ed&ref=fb-share>.

3) SK/Kuvien takaa -blogi 16.12.2014: Maximin tuho: näin Helsingistä tehdään elokuvakulttuurin tuppukylä. Osoitteessa: <http://suomenkuvalehti.fi/kuvien-takaa/maximin-tuho-nain-helsingista-tehdaan-kulttuurin-tuppukyla/>.

4) HS 13.2.2015: Maxim on elävää kulttuurihistoriaa. Osoitteessa:

<http://www.hs.fi/mielipide/a1423715641648?jako=e5cffcd959835fb0cecd02e6e21198ec&ref=fb-share>.

5) HS 11.12.2014 A: Maxim voi kasvaa myös elokuvateatterina. Osoitteessa:

<http://www.hs.fi/mielipide/a1418186566268>.

6) HS 11.12.2014 B: Rainer Sandell tekee kirjaa Maximin historiasta, nyt siihen tulee yllättäen uusi luku. Osoitteessa:

<http://www.hs.fi/i ihmiset/a1418188188545?jako=697969431e98973c141c077b437f6c60&ref=fb-share>.

7) HS 29.1.2015: Maximiin suunnitellaan sittenkin kahta elokuvasalia – paikkamäärä putoaisi kuitenkin puoleen. Osoitteessa:

<http://www.hs.fi/kulttuuri/a1305922550552?jako=f036f6db6b43ea9a4a95c363c4afc1aa&ref=fb-share>.

8) HS 29.11.2014: Elokuvateatteri Maxim pitää säilyttää. Osoitteessa:

<http://www.hs.fi/mielipide/a1417152967994>.

9) SK/Kuvien takaa -blogi 25.2.2015: Elokuvateatterilla on väliä: Maxim teki puolalaisesta mustavalkoelokuvasta ilmiön. Osoitteessa: <http://suomenkuvalehti.fi/kuvien-takaa/elokuvateatterilla-valia-maxim-teki-puolalaisesta-mustavalkoelokuvasta-ilmion/?shared=2722-6bc3e77a-999>.

10) SK/Kuvien takaa -blogi 9.12.2014: Ilmarinen pesi ovelasti kätensä, Maxim ”saa jatkaa” tuhottuna torsona. Osoitteessa: <http://suomenkuvalehti.fi/kuvien-takaa/ilmarinen-pesi-ovelasti-katensa-maxim-saa-jatkaa-tuhottuna-torsona/?shared=2556-386946c1-999>.

11) HS 27.11.2014: Elokuvateatteri Maximin toiminta loppuu – tilalle

”osavuosisikatsaustilaisuuksia”. Osoitteessa: <http://www.hs.fi/kulttuuri/a1305901834532>.

12) SK 4.12.2014: Elokuvateatteri Maxim puretaan – ”Ateneumista kasino, Kansallisteatterista ostari”. Osoitteessa: <http://suomenkuvalehti.fi/jutut/kulttuuri/elokuva/elokuvateatteri-maxim-puretaan-ateneumista-kasino-kansallisteatterista-ostari/?shared=62758-b054cd26-999>.

13) Yle 5.12.2014: ”Eläkevakuutusyhtiö vie eläkeläisiltä elokuvateatterin”. Osoitteessa:

http://yle.fi/uutiset/elakevakuutusyhtio_vie_elakelaisilta_elokuvateatterin/7671284.

14) Episodi 15.12.2014: Pääkirjoitus: Valtiovalta voisi ottaa Maximin kaltaiset teatterit

suojeleksiensa. Osoitteessa: <http://www.episodi.fi/artikkelit/paakirjoitus-valtiovalta-voisi-ottaa-maximin-kaltaiset-teatterit-suojeleksiensa/>.

15) Yle 9.12.2014: Maximin puolustajat: ”Tähän ratkaisuun ei voi olla tyytyväinen”. Osoitteessa:

http://yle.fi/uutiset/maximin_puolustajat_tahan_ratkaisuun_ei_voi_olla_tyytyvainen/7678168.

- 16) HS 19.12.2014: Elokuva väki vetoaa videolla Maximin pelastamiseksi – ”Elämän laatua tärvellään Helsingissä”. Osoitteessa: <http://www.hs.fi/kulttuuri/a1418964125977?jako=65c74626f6daf44d5bd6b204c47c3fb1&ref=fb-share>.
- 17) Nyt.fi 5.12.2014: Kansanliike yrittää pelastaa elokuvateatteri Maximin – ja ensi viikolla asia saattaa edetä. Osoitteessa: <http://nyt.fi/a1305904585826>.
- 18) Yle 12.1.2015: Maxim - elokuvien temppele. Osoitteessa: <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/01/12/maxim-elokuvien-temppele>.
- 19) Yle 4.12.2014: Legendaarisen Maxim-elokuvateatterin kohtalo selviää lähipäivinä. Osoitteessa: http://yle.fi/uutiset/legendaarisen_maxim-elokuvateatterin_kohtalo_selviaa_lahipaivina/7667096.
- 20) HS 9.12.2014: Legenda saa elää – elokuvateatteri Maxim jatkaa. Osoitteessa: <http://www.hs.fi/talous/a1418017852539>.
- 21) Nuorgam 22.7.2013: Rakkauskirje Radio Helsingille. Osoitteessa: <http://www.nrgm.fi/artikkelit/rakkauskirje-radio-helsingille/>.
- 22) Aino Vennan blogi: Mitä täällä oikein tapahtuu?!? – Pohdintaa siitä, miksi Radio Helsinkiä ei pitäisi lopettaa. Osoitteessa: <http://www.ainovenna.com/?p=blogi>.
- 23) Image/Tämän kylän homopoika -blogi 11.7.2013: Radio Helsinki on hipsterille kuin Nokia perussuomalaiselle. Osoitteessa: <http://blogit.image.fi/tamankylanhomopoika/radio-helsinki-on-hipsterille-kuin-nokia-perussuomalaiselle/>.
- 24) HS 12.9.2013 A: ”Radio Helsinki säilyy Radio Helsinginä”. Osoitteessa: <http://www.hs.fi/kulttuuri/a1305717676050?jako=41967319f36cf9908e9d782eb7764f2a&ref=og-url>.
- 25) HS 12.9.2013 B: Radio Helsinki löysi uuden omistajan. Osoitteessa: <http://www.hs.fi/kulttuuri/a1378950814103>.
- 26) HS 11.7.2013 A: Mediatutkija: Radio Helsingin on parempi lopettaa kuin jatkaa haamuna entisestään. Osoitteessa: <http://www.hs.fi/kulttuuri/a1373507904952?ref=hs-art-lue-seuraavaksi-1>.

- 27) HS 11.7.2013 B: Radio Helsinkiä uhkaa lakkauttaminen. Osoitteessa:
<http://www.hs.fi/kulttuuri/a1373506525808?ref=hs-art-artikkeli>.
- 28) Otso Kivekkään verkkosivut 11.7.2013: Radio Helsinki, olet ystävien seurassa. Osoitteessa:
<http://otsokivekas.fi/2013/07/radio-helsinki-olet-ystavien-seurassa/>.
- 29) HS 28.7.2013: Kolumni: Outo ja kaunis radio. Osoitteessa:
<http://www.hs.fi/sunnuntai/a1374895197771?jako=66a0192501f42acf0a547dbe32fa8def&ref=fb-share>.
- 30) SK 22.7.2013: Radio Helsingillä puolenkymmentä ostajaehdokasta. Osoitteessa:
<http://suomenkuvalehti.fi/jutut/kotimaa/radio-helsingilla-puolenkymmenta-ostajaehdokasta/>.
- 31) HS 17.7.2013: Viron presidentti ilmaisi tukensa Radio Helsingin puolesta. Osoitteessa:
<http://www.hs.fi/kulttuuri/a1374026527969?jako=2f7071ad9063309a856e3e1be3e94cf6&ref=tw-share>.
- 32) Radio Chicken BBQ -blogi 1.8.2013: Miksi Radio Helsinki halutaan lopettaa. Osoitteessa:
<https://radiochicken.wordpress.com/2013/08/01/miksi-radio-helsinki-halutaan-lopettaa/>.
- 33) TS 13.8.2013: Musiikkia ja soittolistoja. Osoitteessa:
<http://www.ts.fi/mielipiteet/kolumnit/521508/Musiikkia+ja+soittolistoja>.
- 34) Soundi 22.7.2013: Sormet ristissä Radio Helsingin puolesta. Osoitteessa:
<http://www.soundi.fi/kolumnit/sormet-ristissa-radio-helsingin-puolesta/>.
- 35) AL/Ilallinen kahdelle -blogi 26.7.2013: Jussi Lähde: Varo pöljäilyä Helsingin Sanomat! eli muutama sana Radio Helsingistä. Osoitteessa:
<http://aamulehdenblogit.ning.com/profiles/blog/show?id=2119722%3ABlogPost%3A1064741>.
- 36) Cats on Fire -yhtyeen verkkosivut 19.7.2013: A Few Notes On Radio Helsinki. Osoitteessa:
<http://www.netikka.net/catsonfire/wordpress/?p=1398>.