

1377

Marja Viljanen

Nousu- ja laskukauden vaikutukset galleriatoimintaan  
Jyväskylässä vuosina 1985-1994

Pro-gradu -tutkielma  
Jyväskylän yliopisto  
taidehistorian laitos  
K1 1999

# JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

**Tiedekunta:**

HUMANISTINEN

**Laitos:**

TAIDEHISTORIAN LAITOS

**Tekijä:** VILJANEN, MARJA ELINA

**Työn nimi:** NOUSU- JA LASKUKAUDEN VAIKUTUKSET GALLERIATOIMINTAAN  
JYVÄSKYLÄSSÄ VUOSINA 1985-1994

**Oppiaine:** TAIDEHISTORIA

**Työn laji:** PRO-GRADU -TUTKIELMA

**Aika:** KL 1999

**Sivumäärä:** 74

## TIIVISTELMÄ - ABSTRACT

Tutkimuksessa tarkastellaan talouden nousu- ja laskukauden vaikutuksia jyvaskyläläisten gallerioiden harjoittamaan taiteen välitystoimintaan ja siihen liittyvään taidekauppaan vuosina 1985-1994. Tutkittavia gallerioita on viisi, galleristeja yhteensä kahdeksan. Mukana on sekä yksityisiä, ilman julkista tukea toimineita gallerioita, että yhdistyksen tai kaupungin ylläpitämiä, julkista tukea saaneita gallerioita. Tutkimus on luonteeltaan laadullinen tutkimus ja sen menetelmänä käytettiin puolistrukturoitua teemahaastattelua.

Tutkimuksen teoreettinen viitekehys pohjautuu lähinnä sosiologisen taiteen tutkimuksen olettamukseen, että taiteen tuotanto on kollektiivista toimintaa, jonka yhtenä osana on galleriatoiminta. Taiteen tuotanto on osa taide-elämää, joka rakentuu taidesektorista ja taideinstituutiosta. Galleriat nähdään sekä taidesektorin toimijoina että taideinstituution agentteina. Tämän tutkimuksen kannalta tärkeää on teoriapohjan lisäksi tutkittavan ajanjakson kontekstin ymmärtäminen, jota valotetaan lehtikirjoitusten ja aikaisempien tutkimusten kautta.

Tutkimuksen empiirinen osa kuvailee sitä, kuinka jyvaskyläläiset galleristit kokivat taloudessa tapahtuneet muutokset omassa toiminnassaan. Esille nousseita havaintoja pyrittiin analysoimaan galleristien näkökulmasta, eikä analyysi yhdistynyt ainoastaan tiettyyn teoriapohjaan, vaan kiinnostavan vertailupohjan tarjosivat myös aikaisemmat aiheita sivuavat tutkimukset.

Tutkimuksen perusteella voidaan sanoa, että taloudessa vuosina 1985-1994 tapahtuneilla muutoksilla oli vaikutusta Jyvaskylässä toimineisiin gallerioihin. Muutokset taloudellisessa tilanteessa vaikuttivat sekä galleriatoimintaa rahoittavien, että taidetta ostaneiden tahojen käyttäytymiseen, jota kautta myös gallerioiden toimintaedellytyksiin.

**Avainsanat:** galleria, laskukausi, nousukausi, taide-elämä, taideinstituutio, taidesektori, taidemarkkinat, taiteen välitystoiminta.

**Säilytyspaikka:** Jyvaskylän yliopisto, taidehistorian laitos

# 1. JOHDANTO

## 1.1. Tutkimuksen tarkoitus ja rajaus

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan taloudellisen nousu- ja laskukauden vaikutuksia galleriatoimintaan Jyväskylässä vuosina 1985-1994. Galleriatoiminta nähdään osana kollektiivista taiteen tuotantoa, jolloin se on osa taiteen kokonaisprosessin tuottaja - välittäjä - kuluttaja -ketjua. Taiteen kokonaisprosessi pitää tässä tutkimuksessa sisällään taidetta välittäneet galleriat, niihin taidetta tuottaneet taiteilijat, sekä niiden kautta taidetta kuluttaneet asiakkaat. Tätä ketjua käsitellään ensisijaisesti taiteen välittäjien, eli galleristien näkökulmasta.

Valittu ajanjakso on mielenkiintoinen suomalaisessa taiteen välitystoiminnassa ja siihen liittyvässä taidekaupassa. Talouden muutoksilla on aikaisempien tutkimusten mukaan vaikutusta esimerkiksi taiteen kysyntään ja tarjontaan. Yleisessä taloudellisessa tilanteessa oli nähtävissä voimakasta kasvua 1980-luvulla, kun taas 1990-luvun alussa talouden kehitys kääntyi laskuun. Myös taiteen välitystoiminta ja taidekauppa laajentuivat 1980-luvulla, kun taas 1990-luvun alussa ne kääntyivät jyrkkään laskuun. Taidemarkkinoiden toiminnan on katsottu riippuvan toimijoiden keskenäisestä vuorovaikutuksesta ja kontekstuaalisista tekijöistä. Aikaisemmissa tutkimuksissa taloudellisen tilanteen, taidemarkkinoiden ja taidekaupan välisen yhteyden on kuitenkin todettu olevan monimutkainen, eikä niiden välillä näyttäisi olevan ajallisesti ja paikallisesti yleistettävissä olevaa yhteyttä.<sup>1</sup> Niinpä tässä tutkimuksessa ei pyritä yleistävään selittämiseen, vaan tavoitteena on taloudellisen tilanteen ja taiteen välitystoiminnan, sekä siihen liittyvän taidekaupan, välisen yhteyden paikallinen ymmärtäminen vuosina 1985-1994.

Tutkimuksen aikarajausta tehtäessä käytettiin aineistona Taideporssi-julkaisun tilastoja. Niistä käy ilmi huutokauppojen kautta myydyn vanhemman arvotaiteen vuosittainen vaihto. Taiteen myynnistä on hankala saada käsiinsä muun kaltaista tilastollista tietoa. Huutokauppojen kautta myytävä taide on lähinnä vanhempaa arvotaidetta, joten tilastot huutokauppamyynnistä kertovat vanhemman arvotaiteen myynnistä, kun taas gallerioiden välittämä taide on pääsääntöisesti elävien taiteilijoiden tekemää. Taiteen myynnin kasvu ei 1980-luvulla koskenut kuitenkaan ainoastaan huutokauppoja, vaan myös gallerioiden kautta välitettävän nykytaiteen myynti lisääntyi.<sup>2</sup> Samalla tavalla 1990-luvun alun taiteen myynnin supistuminen näkyi sekä huutokaup-

---

<sup>1</sup> Hirsch 1972, Zolberg 1990, Wolff 1981, Uusitalo - Jyrämä 1992

<sup>2</sup> Uusitalo - Jyrämä 1992, 9.

pojen että gallerioiden toiminnassa. Tutkittava ajanjakso jaettiin huutokauppatilastojen pohjalta nousukauteen 1985-1989 ja laskukauteen 1990-1994.<sup>3</sup>

## 1.2. Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset

Tutkimuksen päätavoitteena on selvittää, kuinka nousukausi ja laskukausi vaikuttivat eri periaatteiden pohjalta Jyväskylässä vuosina 1985-1994 toimineisiin gallerioihin, niiden harjoittamaan taiteen välittämiseen, sekä siihen liittyvään taidekauppaan. Tutkimuksen alakysymyksiä ovat seuraavat:

- 1) Oliko nousu- ja laskukaudella tapahtuneilla taloudellisilla muutoksilla vaikutusta gallerioiden toimintatapoihin, joista erityisesti näyttelypolitiikan ja näyttelyohjelman muotoutumiseen?
- 2) Millaisia muutoksia nousu- ja laskukausi toivat gallerioiden asiakaskuntien rakenteeseen ja käyttäytymiseen, sekä vaikuttivatko niissä mahdollisesti tapahtuneet muutokset gallerioiden toimintaan?
- 3) Vaikuttivatko nousu- ja laskukausi taiteen myyntimääriin ja -hintoihin, sekä vaikuttivatko mahdolliset muutokset gallerioiden toimintaan?
- 4) Millaisten yhteistyöverkostojen kautta galleriat toimivat ja tapahtuiko verkostojen rakenteissa muutoksia nousu- ja laskukaudella?

## 1.3. Aiemmat tutkimukset ja kirjallisuus

Aihetta sivuavat aiemmat tutkimukset ja keskeinen kirjallisuus voidaan jakaa kahteen osaan. Ensimmäisen osan teokset ovat keskeisiä tutkimuksen teoriapohjan muodostumisessa. Toinen osan teokset ovat käsitelleet täsmällisemmin tutkittavaa ajanjaksoa ja ovat keskeisessä roolissa tutkimuksen kontekstin hahmottamisessa.

Tärkeässä osassa tämän tutkimuksen teoriapohjan muodostumisessa on norjalaisen *Dag Solhjellin* teos: *Kunst Norge, en sosiologisk studie av norske kunstinstitusjonen (1995)*. Solhjellin lähestymistapa perustuu lähinnä *Pierre Bourdieun* kenttäteoriaan, joka luo raamit Solhjellin lähestymistavalle. Solhjell on muokannut Bourdieun teoriaa norjalaiseen yhteiskuntaan sopivaksi, ja se käsittelee norjalaista taide-elämää eri näkökulmista. Koska Solhjellin lähestymistapa pohjautuu pääosin Bourdieun kenttäteoriaan, niin myös Bourdieun teokset (esimerkiksi teos: *The Field of Cultural Production, 1993*) ovat tärkeänä pohjana tässä tutkimuksessa. Solhjellin teoria

---

<sup>3</sup> Taidepörssi 1990. Taidepörssi 1995.

sivuaa myös *Howard Beckerin* taidemaailma -käsitettä, joka on esitelty teoksessa *Art World (1982)*. Teoriapohjan muodostumisessa keskeisenä lähteenä on myös *Vera L. Zolbergin* teos: *Constructing a Sociology of the Arts (1990)*, jossa esitellään erilaisia teoreettisia lähestymistapoja taiteen tutkimukseen.

Viime aikoina on ilmestynyt uutta kirjallisuutta ja uusia tutkimuksia, jotka käsittelevät 1980-luvun lopun nousukautta ja 1990-luvun alun laskukautta. Keskeisenä lähteenä tässä tutkimuksessa on *Jaakko Kianderin* ja *Pentti Vartian* teos: *Suuri lama, Suomen 1990-luvun kriisi ja talouspoliittinen keskustelu (1998)*.

Helsingin kauppakorkeakoulussa ovat *Liisa Uusitalo* ja *Annukka Jyrämä* tutkineet 1980-luvun taloudellisia trendejä ja muutoksia taidemarkkinoilla tutkimuksessaan: *Economic Trends and Changes in the Art Market (1992)*. Siinä tarkastellaan kahta 1980-luvun taidemarkkinoille ominaista trendiä: Ensinnäkin sitä, kuinka taidemarkkinoista tuli kasvavassa määrin riippuvainen taloudellisista sykleistä ja kurssivaihteluista, sekä missä määrin kaupallisten taidemarkkinoiden kasvu ja supistuminen yhdistyvät taloudellisiin sykleihin. Toinen tarkasteltu trendi oli taidemarkkinoiden kansainvälistyminen ja se, mitä tekijöitä löytyy kansainvälistymisen taustalta.<sup>4</sup> Tutkimuksessa käytettiin aineistona tilastoja huutokauppojen kautta myydystä taiteesta. Kiinnostuksen kohteena oli teosten kappalemääräinen myynti ja myyntihinnat. Tutkijoiden mukaan taloudelliset trendit heijastuvat taiteen myyntiin, mutta yhteys on monimutkainen ja monitahoinen.<sup>5</sup>

Tutkimuksessaan: *Visual Art Markets Structure and Strategies (1995)*, *Annukka Jyrämä* on pyrkinyt kuvailemaan ja analysoimaan visuaalisia taidemarkkinoita Suomessa. Visuaalisilla taidemarkkinoilla, tai kuvataidemarkkinoilla, hän tarkoittaa kaupallisia taideteosten markkinoita.<sup>6</sup> Jyrämä käsittelee tutkimuksessaan "taidedealereita", taidehuutokauppoja ja taidegallerioita. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää toimialan struktuuria, siinä käytettäviä strategioita, eri toimijoiden rooleja, sekä toimijoiden välistä vuorovaikutusta. Päämääränä oli luoda uusi viitekehys, jonka kautta taidemarkkinoiden ominaispiirteitä ja rakennetta voitaisiin paremmin ymmärtää.<sup>7</sup> Tutkimuksen aineisto kerättiin havainnoimalla, tilastoista, sekä haastatteleamalla taidejohtajia, taiteilijoita ja taidemarkkinoiden avaintoimijoita. Tutkimus antaa selkeän kuvan

---

<sup>4</sup> Uusitalo - Jyrämä 1992, 1.

<sup>5</sup> Uusitalo - Jyrämä 1992, 19.

<sup>6</sup> Jyrämä 1995, 2.

<sup>7</sup> Ibid.

siitä, millaisista toimijoista ja toiminnasta visuaalisen taiteen markkinat Suomessa muodostuvat. Tutkimus sivuaa myös taloudessa tapahtuneita muutoksia ja niiden vaikutusta taidemarkkinoihin.

Tutkimuksessaan: *Structure and Practises in Contemporary Art Sector. A Comparative Study of Art Galleries in Finland and Sweden (1997)*, Annukka Jyrämä kuvailee ja analysoi Suomen ja Ruotsin nykytaiteen markkinoiden eroavuuksia ja samankaltaisuuksia. Hän lähestyy aihetta institutionaalisen teorian sekä sosiologisten taidemaailma- ja kenttäteorioiden kautta.<sup>8</sup> Hänen mukaansa institutionaalinen ja sosiologinen lähestymistapa soveltuvat hyvin taidemarkkinoiden tutkimiseen.<sup>9</sup> Tutkimuksessa pyrittiin selvittämään gallerioiden “oikeat tavat” harjoittaa liiketoimintaa. Lisäksi tutkittiin sekä sitä, millaisia esteitä on alalle tulemiselle nykytaidemarkkinoilla, että sitä, miten nämä esteet yhdistyivät kentän ominaispiirteisiin sekä alalla tarvittavaan erityiseen kompetenssiin ja pääomaan. Tutkimuksen aineisto koostui suomalaisista taidemarkkinoista tehdyn tutkimuksen aineistosta (1995)<sup>10</sup>, sekä galleristien ja taiteilijoiden haastatteluista Ruotsissa.

Saatavilla on myös aihetta sivuavaa tilastotietoa 1980-luvulta ja 1990-luvun alusta. Esimerkiksi Taiteen keskustoimikunnan tutkimus- ja tiedotusyksikkö on yhteistyönä Tilastokeskuksen kanssa kerännyt tietoa yritysten tuesta taiteelle. Aineistoa ryhdyttiin keräämään vuonna 1985 ja järjestelmällistä tietoa on kymmenen vuoden ajanjaksolta. Koska aineisto sijoittuu 1980 ja 1990-luvun vaihteeseen, on siitä nähtävillä kuinka yritykset toimivat taiteen ostajina ja tukijoina. Lisäksi Taidepörssi-julkaisusta on saatavilla tietoa huutokauppojen myyntimääristä ja -hinnoista. Huutokauppatilastot ovat ainoat julkiset tilastot, joista on saatavilla taiteen myyntiin liittyviä konkreettisia lukuja.

Tämän tutkimuksen kannalta keskeisissä aikaisemmissa tutkimuksissa ja kirjallisuudessa on käsitelty esimerkiksi taide-elämän rakenteita ja toimintaa, sekä taidekaupan rakenteita ja strategioita. Nämä aikaisemmat tutkimukset ja kirjallisuus antavat välineitä lähestyä tutkittavaa aihetta tietystä näkökulmasta, tietyn viitekehyksen kautta. Ne auttavat myös tutkittavan ajanjakson kontekstin hahmottamisessa. Jyrämän suomalaisia taidemarkkinoita koskevassa tutkimuksessa (*Visual Art Markets Structure and Strategies*, 1995) mukana olevat tutkimuskohteet, kuten huutokaupat ja galleriat, sijaitsivat kuitenkin suurimmaksi osaksi Helsingissä. Näin ollen tutkimuksen tulosten voidaan ajatella kuvaavan tapahtumia ja olosuhteita lähinnä Helsingissä.

---

<sup>8</sup> Jyrämä 1997, 1.

<sup>9</sup> Jyrämä 1997, 36.

<sup>10</sup> Jyrämä 1995.

Tämä asetelma tarjoaa tätä tutkimusta varten mielenkiintoisen vertailupohjan. Asetelmassa voi nähdä myös keskusta-periferia -suhteen. Periferiassa toimijoiden voidaan katsoa olevan osa jotakin systeemiä, mutta toimivan sen marginaalissa.<sup>11</sup> Jyväskylän voidaan nähdä tämän ajatustavan mukaan olevan maantieteellisessä periferiasuhteessa Helsinkiin nähden, jota voidaan pitää Suomen taidekaupan keskuksena.

#### 1.4. Tutkimuksen rakenne

Tutkimus jakautuu viiteen osaan. Ensimmäisessä osassa lukija johdatellaan aiheeseen ja selvitetään tutkimuksen tarkoitusta ja rajausta. Tämän jälkeen määritellään tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset. Myös aikaisempia aihetta sivuavia tutkimuksia ja keskeistä kirjallisuutta, sekä niiden suhdetta tähän tutkimukseen esitellään ensimmäisessä osassa. Näiden lisäksi ensimmäisessä osassa esitellään tutkimuksessa käytetty laadullinen tutkimusote ja menetelmänä käytetty puolistrukturoitu teemahaastattelu. Lopuksi käydään läpi reliabiliteettiin ja validiteettiin sekä aineiston analysointiin liittyviä kysymyksiä.

Toisessa osassa esitellään tutkimuksen teoriataustaa, joka antaa tälle tutkimukselle viitekehysten ja liittää sen aikaisempiin tieteellisiin keskusteluihin. Teoriaosan tarkoituksena on tuoda esille myös se, millaisen käsitteistön kautta tutkimuksen kohdeilmiötä tarkastellaan ja pyritään ymmärtämään.

Kolmannessa osassa käsitellään ensin taidemarkkinoiden kehitystä suljetuista tilausmarkkinoista avoimiin anonyymiin markkinoihin. Suomalaista taiteen välitystoimintaa käsitellään eri aikakausina, keskittyen kuitenkin siihen, mitä taiteen välityksestä ja taidekaupasta on vuosina 1985-1994 kirjoitettu. Tässä nousukauteen ja laskukauteen keskittyvässä osassa tuodaan esille aikaisempien tutkimusten tuloksia ja käytetään lähdemateriaalina sanomalehdissä kyseisenä ajanjaksona julkaistuja artikkeleita. Pyrkimyksenä on hahmottaa tutkittavan ajanjakson kontekstia.

Neljännän osan muodostavat tutkimuksen löydöt. Tässä osassa esitellään haastatteluista esille nousseet havainnot. Viidennessä osassa esitellään tutkimuksen johtopäätökset.

---

<sup>11</sup> Lukkarinen 1998, 30-32.

## 1.5. Tutkimusmenetelmä

Tutkimuksen tekemiseen liittyy keskeisesti metodi, eli lähestymistapa. Se koostuu ensinnäkin niistä käytännöistä ja operaatioista, joiden avulla tuotetaan havaintoja, ja toiseksi niistä säännöistä, joiden mukaan näitä havaintoja voi edelleen muokata ja tulkitä.<sup>12</sup> Lähestymistavan valintaan vaikuttaa keskeisesti tutkimusongelma. Tamminen mukaan lähestymistavat voidaan jakaa seuraaviin ryhmiin: koetteleva tutkimus, käsitetutkimus sekä tulkitseva tutkimus.<sup>13</sup> Tätä tutkimusta voidaan pitää tulkitsevana tutkimuksena, jossa käytetään laadullista menetelmää. Laadullisen tutkimuksen päämääränä on uuden tiedon löytäminen ja ymmärryksen syventäminen. Tällöin tutkimuksen kohteena on yleensä ihminen ja ihmisen maailma, joita yhdessä voidaan tarkastella elämismaailmana.<sup>14</sup> Elämismaailmaa voidaan pitää merkitysten maailmana, jossa merkitykset ilmenevät ihmisten toimina, päämäärinä, suunnitelmina, hallinnollisina rakenteina, yhteisöjen toimina ja päämäärinä, sekä muina vastaavina ihmisistä lähtöisin olevina ja ihmiseen päättyvinä tapahtumina.<sup>15</sup> Tällöin ihmisellä on luonnollisesti tärkeä asema tiedon lähteenä.

### 1.5.1. Tiedon hankinta

Tutkimusmenetelmän avulla pyritään saamaan tutkimuksen aineistosta vastaus tutkimusongelmaan.<sup>16</sup> Tutkimuksen menetelmän valintaa ohjaavat sekä tutkimusongelma että tutkimuksen aineisto. Tässä tutkimuksessa päädyttiin käyttämään menetelmänä puolistrukturoitua teemahaastattelua. Siinä korostetaan haastateltavien elämymaailmaa, eli heidän määritelmiään tapahtumista.<sup>17</sup> Puolistrukturoidun teemahaastattelun käytön lähtökohtana on se, että tiedetään haastateltavan kokeneen jotakin tiettyä, mistä tutkijalla on alustavia käsityksiä.<sup>18</sup> Puolistrukturoitu haastattelu sopii erityisen hyvin tiedonhankintamenetelmäksi silloin, kun muistamattomuuden arvellaan

---

<sup>12</sup> Alasuutari 1994, 72.

<sup>13</sup> Tamminen 1993.

<sup>14</sup> Varto 1993, 23.

<sup>15</sup> Varto 1993, 24.

<sup>16</sup> Uusitalo, 1995,50.

<sup>17</sup> Hirsjärvi - Hurme 1985, 36.

<sup>18</sup> Tamminen 1993, 100.



tuottavan virheellisiä vastauksia, kun tutkimuksen kohteena ovat emotionaalisesti arat aiheet, tai kun tutkitaan ilmiöitä, joista haastateltavat eivät päivittäin ole tottuneet puhumaan.<sup>19</sup> Puolistrukturoidun teemahaastattelun katsottiin sopivan hyvin tähän tutkimukseen, sillä tutkittavasta ajanjaksosta oli kulunut aikaa ja siihen saattoi liittyä emotionaalisesti arkoja kokemuksia. Haastattelut tehtiin haastattelurungon mukaisesti, joka laadittiin tutkimuskohteen, teorian ja aikaisempien tutkimusten pohjalta keskeisiksi katsotuista teema-alueista. Puolistrukturoidun teemahaastattelun mukaisesti teema-alueet olivat tiedossa, mutta niitä ei muotoiltu täsmällisiksi kysymyksiksi. Yhden teeman pohjalta saattoi haastattelun aikana syntyä useita kysymyksiä.

Haastateltavat valittiin vuosien 1985-1994 aikana Jyväskylässä toimineiden galleristien joukosta. Galleriat valittiin niin, että niiden joukossa oli erilaisten periaatteiden pohjalta toimineita gallerioita: sekä voittoa tavoittelevia (for profit), että voittoa tavoittelemattomia (not for profit). Mukaan valittiin viisi galleriaa. Koska osassa gallerioista galleristi oli vaihtunut tutkittavan ajanjakson aikana, samasta galleriasta saatettiin haastatella useampaa galleristia. Niinpä haastateltavia galleristeja oli yhteensä kahdeksan. Haastattelut kestivät 45 minuutista 2 ½ tuntiin. Haastattelut ääninauhoitettiin ja myöhemmin nauhat purettiin. Tutkimuksen aineisto muodostui melko pienestä joukosta yksilöhaastatteluja, joiden pohjalta pyrittiin tekemään paikallisia johtopäätöksiä. Tutkimuksella ei siis pyritä laajaan yleistettävyyteen.

### 1.5.2. Aineiston luotettavuus

Reliabiliteetti tarkoittaa tutkimuksen empiirisessä osassa tehtyjen valintojen johdonmukaisuutta eli sitä, että tutkimuksen tulokset eivät ole sattumanvaraisia. Laadullisessa tutkimuksessa reliabiliteetti tarkoittaa lähinnä tutkimuksen toistettavuutta ilman, että tulokset muuttuisivat.<sup>20</sup> Toistamisen mahdollistamiseksi tutkimuksessa toteutetut eri vaiheet pyrittiin dokumentoimaan ja tiedon taltiointiin liittyviä ongelmia vähennettiin haastatteluiden äänittämisellä.

Suurimman validiteettiongelman laadullisessa tutkimuksessa, joka pohjautuu haastatteluiden analysointiin, aiheuttaa mahdollinen eroavuus tutkittavien kohteiden ja tutkijan tekemän tulkinnan välillä. Tämä ongelma ei ole koskaan kokonaan poistettavissa, mutta siihen pyrittiin kiinnittämään huomiota muun muassa laatimalla haastattelurunko siten, että se nojautui teoriapohjaan ja aikaisemmissa samaa aihetta koskevissa tutkimuksissa esille tullessiin tutkimustuloksiin.

---

<sup>19</sup> Hirsjärvi - Hurme 1985, 35.

<sup>20</sup> Yin 1994, 41-45.

Validiteettia pyrittiin lisäämään myös aineistotriangulaation avulla. Tutkimuksessa käytettiin aineistona tilastoja huutokauppojen kautta myydyin taiteen hinnoista ja myyntimääristä, sekä yritysten tuesta taiteille. Tietoa ja ymmärrystä täydennettiin myös perehtymällä siihen, mitä sanomalehdet olivat tutkittavien gallerioiden näyttelyistä ja toiminnasta kirjoittaneet. Lisäksi perehdyttiin siihen, mitä galleriatoiminnasta ja taiteen välittämisestä oli yleisemmin kirjoitettu. Tutkimuksen käsitevaliditeettia pyrittiin parantamaan perehtymällä myös aikaisempiin aihetta käsitteleviin tutkimuksiin ja yleisempään aiheeseen liittyvään käsitteistöön. Ulkoista validiteettia pyrittiin lisäämään vertaamalla tutkimuksen löytöjä muiden samankaltaisten tutkimusten löytöjen kanssa.

### 1.5.3. Tiedon analysointi

Aluksi haastattelut purettiin ääninauhoilta kirjoitettuun muotoon. Tällöin haastattelurungon teemat toimivat otsikoina. Kunkin otsikon alle kerättiin aineisto, jonka haastateltava oli kyseisestä aiheesta tuottanut. Näin saatiin jokaisesta haastattelusta muodostettua oma kokonaisuutensa. Tämän jälkeen aloitettiin aineiston analysointi. Alasuutari on jakanut laadullisen analyysin kahteen vaiheeseen: havaintojen pelkistämiseen, eli tuottamiseen, sekä arvoituksen ratkaisemiseen, eli havaintojen selittämiseen.<sup>21</sup> Havaintojen pelkistäminen on aineiston tarkastelemista tietystä teoreettis-metodologisesta näkökulmasta. Tällöin kiinnitettiin huomiota siihen, mikä on käytettävän teoreettisen viitekehyksen, aikaisempien tutkimusten ja kysymyksenasettelun kannalta olennaista. Tätä kautta saatiin tuotettua erillisiä raakahavaintoja. Raakahavainnot tuotettiin lukemalla useaan kertaan yksittäisiä haastattelukokonaisuuksia. Havaintojen määrää pyrittiin karsimaan yhdistämällä ja luokittelemalla erilliset raakahavainnot yhdeksi makrohavainnoksi. Teema-alueet toimivat apuvälineenä havaintojen yhdistämistä ja luokittelua tehtäessä. Havaintojen yhdistämisessä ja luokittelussa lähtökohtana oli ajatus, että aineistossa ajatellaan olevan samaan ilmiöön liittyviä esimerkkejä tai näytteitä.<sup>22</sup> Tätä kautta syntyneet pelkistetyimmät makrohavainnot toimivat tutkittavan ilmiön kuvailuna. Tässä vaiheessa valikoitiin myös alustavat haastattelunäytteet, joista osa liitettiin tutkimuksen löytöjen esittelyyn. Puhesitaateilla pyrittiin kuvaamaan teytyjä havaintoja ja rikastamaan tutkimuksen löytöjen esittelemistä. Tämän jälkeen siirryttiin tulosten tulkintaan, eli arvoituksen ratkaisemiseen. Havainnot toimivat johtolankoina, joiden avulla pyrittiin pääsemään havaintojen taakse. Tämä tarkoitti sitä, että tuotettujen

---

<sup>21</sup> Alasuutari 1994, 30-37.

<sup>22</sup> Ibid.

## SISÄLLYS:

<b>1. JOHDANTO</b> .....	1
1.1. Tutkimuksen tarkoitus ja rajaus .....	1
1.2. Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset .....	2
1.3. Aiemmat tutkimukset ja kirjallisuus .....	2
1.4. Tutkimuksen rakenne .....	5
1.5. Tutkimusmenetelmä .....	6
1.5.1. Tiedon hankinta .....	6
1.5.2. Aineiston luotettavuus .....	7
1.5.3. Tiedon analysointi .....	8
<b>2. TUTKIMUKSEN TEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT</b> .....	9
2.1. Taide-elämä, sektori ja instituutio .....	11
2.2. Taidesektorin toiminta .....	13
2.3. Taideinstituution toiminta .....	14
2.3.1. Pääomat ja asemat taideinstituutiossa .....	15
2.3.2. Taideinstituution alakentät .....	16
2.4. Taidemarkkinat .....	19
2.4.1. Taiteilija taidemarkkinoilla .....	22
2.4.2. Taiteen arvon muodostuminen .....	24
2.4.3. Galleriat taiteen jakelijoina .....	26
2.4.4. Taiteen kuluttajat .....	29
<b>3. TAIDEMARKKINOIDEN KEHITYS SUOMESSA</b> .....	31
3.1. Kehitys suljetuista tilausmarkkinoista avoimiin markkinoihin .....	32
3.2. 1980-luvun nousukauden ja 1990-luvun alun laskukauden vaikutus taidemarkkinoihin .....	34
3.2.1. Galleriat .....	37
3.2.2. Taidekaupan asiakkaat .....	39
3.2.3. Välitettävät työt .....	41
3.2.4. Taiteen hinnan muodostuminen .....	42
<b>4. TUTKIMUKSEN LÖYDÖT</b> .....	44
4.1. Yleiset toimintatavat .....	45
4.1.1. Taidot .....	48
4.1.2. Tuloksen arvioiminen ja toiminnan jatkumisen edellytykset .....	50
4.2. Näyttelypolitiikka ja näyttelyohjelma .....	51
4.3. Asiakkaat .....	55
4.4. Myyntimäärät ja myyntihinnat .....	57
4.6. Yhteistyöverkostot .....	59
<b>5. JOHTOPÄÄTÖKSET</b> .....	62

## LÄHTEET JA KIRJALLISUUS LIITTEET

johtolankojen ja käytettävissä olevien vihjeiden pohjalta tehtiin merkitystulkinta tulkittavasta ilmiöstä.<sup>23</sup> Esille nousseita havaintoja pyrittiin analysoimaan galleristien näkökulmasta, eikä analysointi yhdistynyt ainoastaan tiettyyn teoriapohjaan. Tutkimuksen löytöjä verrattiin tutkimuksen tavoitteisiin ja tutkimuskysymyksiin. Kiinnostavan vertailupohjan tarjosivat myös aikaisemmat tutkimukset.

## 2. TUTKIMUKSEN TEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT

Humanistisilla aloilla taidetta on lähestytty usein pitämällä sitä todellisuuden jäljittelynä, taiteilijan itseilmaisuna tai itsenäisen objektin tuottamisena. Taidetta on tällöin tarkasteltu muun muassa taiteen autonomiateorian kautta, jolloin taide nähdään itsenäisenä ilmiönä.<sup>24</sup> Taidetta on myös tarkasteltu taiteilijakeskeisesti, jolloin töitä on pidetty tekijän persoonallisuuden ilmauksina ja taiteilijoita luovina neroina.<sup>25</sup> Tutkimuksissa on myös pyritty palauttamaan taideteosten merkitykset taiteilijoiden intentioihin. Humanististen alojen taiteen tutkimus on perinteisesti lähestynyt taiteita edellä kuvaillusti, jolloin lähestymistapa tutkittavaan kohteeseen on ollut sisältäpäin kohdetta lähestyvä.

Sosiologista taiteen tutkimuksen näkökulmaa voidaan sen sijaan pitää ulkoapäin tutkimuskohdetta lähestyvä. Tällöin taiteen kontekstin ymmärtäminen on nostettu keskeiseksi tekijäksi.<sup>26</sup> Taidehistoriallisessa tutkimuksessa on viime aikoina näkynyt pyrkimystä laaja-alaisuuteen. Muutos on tuonut mukanaan muun muassa taiteen sosiaalishistoriallisia tutkimuksia, joissa taidetta on pyritty ymmärtämään sen alkuperäisessä sosiaalisessa kontekstissa. *Arnold Hauser* (1892-1978) on yksi varhaisimmista taidetta tästä näkökulmasta lähestyneistä taidehistorioitsijoista.<sup>27</sup> Sosiaalisen kontekstin hahmottamiseen kuuluvat sekä yhteiskunnan rakenteet (talous, politiikka, luokka) että kulttuurin käytännöt (tiede, uskonto, visuaalinen kulttuuri).<sup>28</sup>

---

<sup>23</sup> Alasuutari 1994, 35.

<sup>24</sup> Wolff 1983, 9-25.

<sup>25</sup> Pollock 1980.

<sup>26</sup> Zolberg 1990, 1-28.

<sup>27</sup> Kts. Hauser 1961.

<sup>28</sup> Lukkarinen 1998, 39.

Tämän tutkimuksen lähtökohtana on tutkittavan ajanjakson kontekstin ymmärtäminen (sitä hahmotellaan tarkemmin kappaleessa 3). Tämän lisäksi keskeisenä lähtökohtana on lähinnä sosiologiseen taiteen lähestymistapaan liitetty olettaimus, jonka mukaisesti taide ja taiteen tuotanto ovat kollektiivista toimintaa. Taidetta ja taiteen tuotantoa lähestytään tarkastelemalla niitä *taide-elämässä*. Tällöin niitä voidaan tarkastella taide-elämä käsitteeseen liittyvien *taidesektori*-käsitteen (taidemaailma), sekä *taideinstituutio*-käsitteen (taiteen kenttä) kautta. Taidesektoriin, taideinstituutioon, taidemaailmaan, sekä taiteen kenttään on kaikkiin liitettävissä olettaimus, että taide on kollektiivista toimintaa.<sup>29</sup> Tällöin myös gallerioiden toiminta voidaan nähdä osana taiteen tuotantoa. Taidemaailma-käsitteen kautta taidetta on lähestynyt muun muassa *Howard S. Becker* (s. 1928). Hän on yhdysvaltalainen sosiologi, joka on tutkinut taidetta institutionaalisen lähestymistavan kautta. Hänen kirjansa *Art Worlds* käsittelee muun muassa taidemaailmoissa toimivien tahojen suhteita. Taiteen yhteisöllisyyden kautta taidetta lähestyy myös ranskalainen kulttuurisosiologi *Pierre Bourdieu* (s. 1930) tutkiessaan taiteen tuotannon kentällä harjoitettavaa peliä ja tämän pelin sääntöjen hallintaa. Norjalainen *Dag Solhjell* (s.1941) on tehnyt tutkimusta norjalaisesta taide-elämästä. Hän käsittelee taide-elämää taidesektori- ja taideinstituutio-käsitteiden kautta.

Beckerin lähestymistavassa tarkastellaan taidetta osana yhteiskuntaa mikrososiologisesta näkökulmasta. Tarkastelu alkaa osallistujien välisen interaktion käsittelyllä ja siirtyy tätä kautta suurempiin sosiaalisiin malleihin. Becker keskittyy eri toimijoiden väliseen interaktioon ja jättää makrososiologisen tason vähemmälle huomiolle. Bourdieu taas korostaa enemmän makrostruktuuria, jossa kiteytyy se, kenellä on valtaa ja se, kuinka esimerkiksi taidetta arvotetaan materiaalisesti ja symbolisesti.<sup>30</sup> Solhjellin lähestymistapa taide-elämään yhdistää sekä Beckerin, että Bourdieun näkemyksiä.

On huomattava, että Beckerin, Bourdieun ja Solhjellin teoriat ovat syntyneet tutkittaessa taidetta yhteiskunnissa, joissa olosuhteet ovat erilaiset kuin Suomessa. Teorioissa korostuu tietty kulttuurispesifi luonne. Pyrkimyksenä on kuitenkin muokata näiden teorioiden pohjalta teoriapohja tätä työtä ja siinä käsiteltävää ympäristöä varten. Risto Alapuro on esittänyt kritiikkiä muun muassa sellaisia tutkimuksia kohtaan, joissa Bourdieun teoriaa on sovellettu suomalaiseen yhteiskuntaan huomioimatta tutkimuksen kulttuurisidonnaisuutta. Alapuron mukaan ei ole välttämätöntä etsiä käytetyn tutkimuksen alkuperäistä, oikeata merkitystä. Teorian vapaa käyttö omiin tarkoituksiin riittää, jos aineksista saa syntymään kokonaisuuden ja ennen kaikkea, jos

---

<sup>29</sup> Becker 1984, Bourdieu 1985, 1993, Solhjell 1995, Wolff 1981.

<sup>30</sup> Zolberg 1990, 124-125.

niillä saa sanotuksi jotakin tärkeää suomalaisesta yhteiskunnasta.<sup>31</sup> Niinpä tämän tutkimuksen teoriaosa painottuu Solhjellin käyttämään lähestymistapaan, joka ottaa huomioon keskeisiä Pohjoismaille ominaisia taide-elämään liittyviä piirteitä. Eri Pohjoismaiden välillä on nähtävissä muun muassa seuraavat yhteneväisyydet: (1) taidemarkkinat ovat Pohjoismaissa pienet, (2) taiteilijat ovat hyvin organisoituneita (esim. ammattiliittoihin) ja (3) lisäksi Pohjoismaissa kansallisilla kulttuureilla on keskeinen rooli. Kansallisten kulttuurien keskeiseen rooliin perustuu muun muassa taiteen julkisen tuen järjestelmä, jolloin kulttuurin julkinen tukeminen on katsottu erääksi valtion tehtävistä.<sup>32</sup> Julkisen sektorin toiminnan huomioiminen on keskeisin tekijä, joka erottaa Solhjellin lähestymistavan Beckerin ja Bourdieun lähestymistavoista. Käytettäessä Solhjellin lähestymistapaa on pyrittävä huomioimaan myös mahdollisia eroavuuksia Suomen ja Norjan välillä.

## 2.1. Taide-elämä, sektori ja instituutio

Dag Solhjellin tutkimus norjalaisesta taide-elämästä perustuu lähinnä Pierre Bourdieun teoriaan kulttuurin tuotannon kentästä. Bourdieun kenttäteoriaa Solhjell on soveltanut sopimaan olosuhteisiin Norjassa. Solhjell käyttää laajana käsitteenä termiä taide-elämä (*kunstlivet*). Se rakentuu kahdesta osasta, taidesektorista ja taideinstituutiosta.<sup>33</sup> Taidesektori luo ulkoiset raamit niiden toimintojen ympärille, jotka muodostavat taide-elämän. Taide-elämän toimintoja ohjaavat sille ominaiset taideinstituution kautta muodostuvat arvot ja suhteet. Taidesektorin ja taideinstituution lisäksi yhteiskunnan muilla sosiaalisilla systeemeillä on vaikutusta taide-elämään.

Taide-elämän ydinsuhde muodostuu taiteilijan, taideteoksen ja katsojan ympärille.<sup>34</sup>

Taiteilija ----->	taideteos ----->	katsoja
lähettäjä	koodattu	vastaanottaja
koodaaja	sanoma	uudelleen koodaaja

Ydinsuhde ei ole itsenäinen, vaan toimiakseen se vaatii ympärilleen tukitoimia. Näitä tukitoimia

---

<sup>31</sup> Alapuro 1988, 6.

<sup>32</sup> Heikkinen 1998, 112.

<sup>33</sup> Solhjell 1998, 99.

<sup>34</sup> Solhjell 1995, 15.

kutsutaan taidesektoriksi (*kunstsektoren*). Taidesektori-käsitteellä Solhjell tarkoittaa ulkoisia ja virallisia rakenteita. Hänen mukaansa taidesektori muodostuu toimijoista, jotka ovat henkilöitä ja instituutioita, joilla on erilaisia tehtäviä ja rooleja. Toimijat tukevat, täydentävät tai kilpailevat keskenään taideteosten tuotannossa, jakelussa ja kulutuksessa.<sup>35</sup> Solhjellin taidesektori-käsite voidaan osittain rinnastaa yleisesti tunnetumpaan Beckerin *taidemaailma-käsitteeseen*. Taidemaailma voidaan käsittää verkostona yhteistyötä tekevien ihmisten välillä. Tällöin se koostuu kaikista niistä ihmisistä, joiden aktiviteetteja vaaditaan tuotettaessa sellaisia teoksia, jotka tämä maailma (ja muut mahdolliset maailmat) määrittelevät taiteeksi.<sup>36</sup> Näitä taidemaailman yhteistyö verkostoja voidaan siis verrata taidesektorin tukitoimiin, eli niihin raameihin, jotka taidesektorin toimijat muodostavat taide-elämässä.<sup>37</sup>

Taide-elämää tarkasteltaessa ei pidä puhua ainoastaan taidesektorista ja sen rakenteista, vaan myös taideinstituutiosta (*kunstinstituusjonen*). Käsite taideinstituutio tarkoittaa sosiaalisia ja kulttuurisia malleja, jotka ovat virallisten rakenteiden taustalla.<sup>38</sup> Taideinstituutio on Solhjellin mukaan abstrakti, sosiaalinen ja kulttuurinen systeemi ihmisiä ja instituutioita, joilla on erilaisia arvoja ja jotka jatkuvasti vaihtavat positiota, näkökohtia ja toimintatapoja, mutta kuitenkin rakentavat yhteispelin konflikteista ja yhteistyöstä.<sup>39</sup> Tällöin ei puhuta ihmisistä ja instituutioista toimijoina, vaan agenteina, jotka edustavat taiteellisia näkökulmia ja asemia.<sup>40</sup> Edellisiä määritelmiä voi verrata Bourdieun kenttäteoriaan ja siihen liittyvään käsitykseen kentällä käytävästä taistelusta. Kenttäteoriassa ihmiset ja instituutiot toimivat sosiaalisessa maailmassa eri kentillä, joista eräs on taiteen kenttä. Bourdieun mukaan taiteen kenttä on taistelun paikka, missä panoksena on valta saada suorittaa hallitseva määrittely taiteilijasta ja siten rajoittaa niiden

---

<sup>35</sup> Solhjell 1995, 16.

<sup>36</sup> Becker 1984, 34

<sup>37</sup>

Tässä tutkimuksessa käytetään termiä taidesektori. On hyvä pitää mielessä, että taidesektori-käsite on rinnastettavissa institutionaaliseen teoriaan ja juuri siinä esiintyvään sosiologiseen taidemaailma-käsitteeseen. Lisäksi on huomattava, että taidemaailma-käsitettä käytetään muissakin merkityksissä. Sitä käytetään laajasti yleiskielessä. Tämän lisäksi se liittyy keskeisesti myös estetiikkaan (kts. Arthur Danto 1964 ja George Dickie 1974).

<sup>38</sup> Solhjell 1995, 18.

<sup>39</sup> Solhjell 1995, 18.

<sup>40</sup> Solhjell 1998, 99.

ihmisten määrää, jotka ovat oikeutettuja ottamaan osaa taisteluun määrittää taiteilija.<sup>41</sup> Tätä lähestymistapaa voidaan pitää vallan sosiologiana.<sup>42</sup> Taide-elämässä keskeinen on taideinstituutio. Se pitää sisällään ne sosiaaliset ja kulttuuriset mallit, jotka ovat virallisten rakenteiden taustalla ja joiden mukaisesti toimitaan.

## 2.2. Taidesektorin toiminta

Taidesektori siis huolehtii kaikesta siitä toiminnasta, joka ei kuulu taide-elämän ydinsuhteeseen. Taidesektori on konkreettinen, näkyvä ja se voidaan määrittää konkreettisten toimijoiden kautta.<sup>43</sup> Taidesektori käsittää ulkoiset, näkyvät rakenteet taide-elämässä. Nämä rakenteet muodostuvat esimerkiksi ihmisistä, instituutioista, organisaatioista ja budjeteista. Solhjell esittää mallin taidesektorin toiminnasta. Mallissa taide-elämän ydinsuhteessa (taiteilija-taideos-katsoja) syntyneet taideteos kulkee taidesektorin tukitoimien läpi. Taideteos on esillä ja säilytetään tulevaisuuteen museossa ja samalla se luo perustaa uusien yleisöjen, taiteilijoiden ja välittäjien kouluttamiselle.

TAITEILIJJA

valmistaa

TAIDETEOKSIA

jotka toimijat valitsevat kriittisen toimintansa kautta

GALLERIAAN

joka luo ja markkinoi median joka tekee teoksesta julkisen

NÄYTTELYSSÄ

jossa käyvät

YLEISÖ JA KRIITIKOT

jotka ovat kohderyhmä

VÄLITTÄMISELLE

ja

MARKKINOINNILLE

ja jotka oppivat taiteesta ja sen historiasta

TAIDEMUSEOISSA

jotka säilyttävät taidetta tulevaisuuteen, samalla kun koko sektori tarkkailee, tukee tai on käynnissä sen

KULTTUURIPOLIITTISEN JÄRJESTELMÄN

kautta, joka muun muassa rahoittaa

OPETTAMISTA/KOULUTTAMISTA

uusien taiteilijoiden, galleristien, kriitikoiden, taidehistorioitsijoiden, välittäjien, opettajien ja yleisön, joilla on uusia ajatuksia taiteesta, jotka menevät mukaan keskusteluun taiteesta.<sup>44</sup>

---

<sup>41</sup> Bourdieu 1993, 42.

<sup>42</sup>

Tässä tutkimuksessa käytetään lähinnä Solhjellin käyttämää termiä taideinstituutio. On hyvä pitää mielessä, että taideinstituutio-termi on lähellä Bourdieun käyttämää taiteen kenttä -käsitettä.

<sup>43</sup> Solhjell 1998, 99.

<sup>44</sup> Solhjell 1995, 19.



Mallista näkyy yksinkertaistetun esimerkin omaisesti millaisia voivat olla ne tukitoimet, joita taidesektori järjestää ydinsuhteen ympärille ja millaisia taidesektorin toimijoita on mukana järjestämässä niitä.

Taidesektorin toimijat muodostavat keskenään verkostoja. Näitä verkostoja voidaan tarkastella muun muassa paikallisina, tietyn kaupungin taide-elämään sijoittuvina ja maantieteellisesti rajoittuneina.<sup>45</sup> Kullakin taidesektorin toimijalla on oma verkostonsa ja samalla toimija on myös osa muiden toimijoiden verkostoja. Toimijat tekevät keskenään yhteistyötä hyödyntäen usein vakiintuneita toimintatapoja, eli konventioita. Konventiot ovat usein yksinkertaisia ja standardisoituja, eli niiden kautta pyritään helpottamaan toimintaa ja tekemään siitä edullisempaa.<sup>46</sup> Vaikka toimintaa pyritään helpottamaan konventioiden avulla, ei se ole ainoastaan neutraalia tukitoimintaa ydinsuhteen ympärillä. Taidesektorin toimijoilla on erilaisia näkökulmia taiteeseen. Erilaiset instituutiot, yksilöt ja yritykset toimivat omien näkökulmiensa kautta ja vaikuttavat muun muassa käsityksiimme taiteesta. Konkreettisesti tämä tapahtuu esimerkiksi siten, että taidesektorin toimijat vaikuttavat siihen, millaisia töitä tuotetaan ja pidetään esillä. Tärkeää on huomioida, että taideinstituution arvot hallitsevat toimijoiden käyttäytymistä taidesektorilla.<sup>47</sup> Jotta ymmärtäisimme syvällisemmin taidesektorin toimintaa on perehdyttävä tarkemmin taideinstituutioon.

### **2.3. Taideinstituution toiminta**

Taideinstituution toiminnalla tarkoitetaan niitä sosiaalisia ja kulttuurisia malleja, jotka ovat taidesektorin virallisten struktuurien takana. Taide-elämässä voidaan erottaa kolme toimintamuotoa, joiden kautta voidaan tarkastella taideinstituution toimintoja. Nämä toimintamuodot ovat tuotanto, jakelu ja kulutus. Yksinkertaistetusti esitettynä taiteilija tuottaa taideteoksia, joita galleriat tai muut taiteen jakelijat jakavat kriitikoille ja yleisölle, jotka kuluttavat. Todellisuudessa kyseessä on monimutkaisempi ilmiö. Ensinnäkään taideteos ei ole neutraali objekti, vaan se on esine, johon sisältyy symbolista arvoa. Tämän symbolisen arvon taideteos saa suurimmaksi osaksi muualta kuin teoksen tehneeltä taiteilijalta. Toiseksi tuotanto ei ole ainoastaan tekninen esitys, vaan se on kaikki minkä taideinstituutio tekee ja tehdessään legitimoit kulttuurisesti

---

<sup>45</sup> Haapala 1990, 93.

<sup>46</sup> Becker 1984.

<sup>47</sup> Solhjell 1998, 100.

arvokkaaksi. Kolmanneksi jakelu ei ole ainoastaan maantieteellinen paikan muutos taidesektorilla, vaan se on “toimituksellinen toimenpide”, joka edustaa näkökulmaa taistelussa taideteoksen symbolisesta arvosta. Neljänneksi kulutus ei ole pelkkää taiteen katselua, vaan siihen liittyy sosiaalisia ja kulttuurisia rituaaleja.<sup>48</sup>

Taideinstituutiolla on tuotannon, jakelun ja kulutuksen lisäksi myös muita keskeisiä funktioita. Näiden toimintojen kautta arvotetaan taiteilijoita, eli tehdään rajauksia siitä, kuka on taiteilija ja kuka ei, tai kuka on hyvä taiteilija ja kuka vastaavasti ei ole. Taideinstituution toiminnan kautta määritellään myös se, kuka on legitimoitu tekemään näitä arvottamisia. Kaksi keskeisintä toimintoa ovat toimittaminen ja julkaiseminen, eli prosessit, joiden kautta taidetta valitaan ja joiden kautta taiteesta tehdään julkista. Näitä valintoja tekevillä henkilöillä on taideinstituutiossa suuri valta. Myös taiteen säilyttämisellä on taideinstituutiossa keskeinen tehtävä, sillä sen kautta meillä on taidehistoria ja taidemuseot. Taideinstituutio muodostaa myös markkinat, joilla taidesektorin taidetta myyvät ja ostavat toimijat kohtaavat toisensa.

### 2.3.1. Pääoma ja asemat taideinstituutiossa

Taideinstituutiossa kohtaavat agentit, joiden toimintaa ohjaavat erilaiset päämäärät. Toimintaa voi ohjata esimerkiksi taiteelliset, taloudelliset, kulttuuripoliittiset, pedagogiset tai sosiaaliset päämäärät. Tästä huolimatta agentit ovat kaikki osana samaa systeemiä. Nämä agentit ovat henkilöitä tai instituutioita, joille on muodostunut erilaisia asemia taideinstituutiossa. Taideinstituutio on agenttien asemien ja asemien ottamisen kenttä. Jokainen asema on subjektiivisesti määritelty niiden erottuvien ominaisuuksien kautta, jotka voivat asettaa sen yhteyteen muiden asemien kanssa.<sup>49</sup> Agentit merkitsevät asemansa erilaisten toimintojen kautta. Esimerkiksi taiteilijat merkitsevät asemansa esittelemiensä teosten ja galleriat pitämiensä näyttelyiden kautta. Etenkin taideteokset ja taiteilijat luovat erotteluita tekeviä ominaisuuksia, joiden kautta asemat taideinstituutiossa määräytyvät.

Se millainen asema agentilla on, riippuu pitkälti siitä, millaista pääomaa hänellä/sillä on hallussaan. Tietyssä instituutiossa arvokkainta pääomaa kutsutaan tämän instituution erityispääomaksi. Instituutiossa vahvistetaan niitä ominaisuuksia (pääomaa), jotka sen sisällä määritellään arvokkaiksi. Jokaisella instituutiolla on omat pelisääntönsä, joiden mukaan pääoman arvo määräytyy. Taideinstituutiossa pääoma tarkoittaa kykyä määrätä, mikä kulloinkin on hyvää

---

<sup>48</sup> Solhjell 1995, 23.

<sup>49</sup> Bourdieu 1993, 30.

taidetta. Säännöt eivät ole muuttumattomia. Yksi sääntö on taideinstituutiosta kuitenkin pysyvä: taide on arvokasta. Muista säännöistä ja niiden määrittämisestä käydään taistelua. Taideinstituutiosta erityispääoma on symbolista pääomaa. Instituutiosta hallitsevat ne, joilla on hallussaan eniten tietystä instituutiosta tärkeäksi määriteltyä erityispääomaa.<sup>50</sup> Pääomaa hankitaan taistelun kautta. Kun agentit pyrkivät saamaan haltuunsa erityispääomaa, he pyrkivät erottautumaan toisistaan ja myös taideinstituutioon pyrkivistä uusista agenteista. Erottautuminen muista tapahtuu habituksen kautta. Habitus on Bourdieun mukaan sisäistetty tapa tuottaa maun avulla luokitteluita, arviointeja ja suhtautumistapoja. Taideinstituution agentit omaksuvat habituksensa kasvatuksessaan, koulutuksessaan ja oman elämäntapansa kautta.<sup>51</sup> Habituksen avulla tietyn kentän jäsenet pystyvät ymmärtämään omaa ja muiden kyseisen kentän jäsenten käyttäytymistä. Agenttien asema määräytyy heidän habituksensa, pääomansa, strategiansa ja heidän muodostamansa yhteistyöverkoston kautta.

### 2.3.2. Taideinstituution alakentät

Solhjellin mukaan taideinstituutioissa on portteja, joiden läpi taiteilijoiden ja heidän töidensä on kuljettava ja jokaisella portilla on vartija, jonka ohi on päästävä pyrittäessä eteenpäin. Kun portti on ohitettu seuraa siitä palkinto, jonka laatu riippuu portinvartijan hallussa olevasta erityisestä pääomasta ja siitä, millainen asema portinvartijalla on taideinstituutiosta.<sup>52</sup> Solhjellin mukaan norjalainen taideinstituutio voidaan jakaa kolmeen alakenttään: (1) eksklusiiviseen, eli valikoivaan, jolloin erityinen pääoma on laadultaan symbolista; (2) inklusiiviseen, eli mukaan lukevaan, jolloin erityinen pääoma on laadultaan poliittista (tähän keskeisesti liittyy taiteen julkinen tukeminen); sekä (3) kaupalliseen, jolloin erityinen pääoma on materiaalista ja palkinnot ovat laadultaan taloudellisia.<sup>53</sup> Jako kolmeen osaan perustuu kolmeen käytössä olevaan arvojärjestelmään, jotka ovat yhteydessä kunkin kentän erityispääoman kanssa. Jokaisen alakentän toiminta perustuukin osanottajien uskoon alakentän erityisestä investoinnista ja tätä kautta muodostuvasta voiton arvosta.<sup>54</sup>

---

<sup>50</sup> Roos 1985, 8-12.

<sup>51</sup> Bourdieu 1984.

<sup>52</sup> Solhjell 1995, 26.

<sup>53</sup> Ibid.

<sup>54</sup> Karttunen 1998, 75.

Solhjellin tekemää taideinstituution jakoa kolmeen alakenttään voidaan verrata Bourdieun käyttämään jaotteluun kahdesta alakentästä, jotka ovat: rajoitetun tuotannon alakenttä (sub-field of restricted production) ja suuren mittakaavan tuotannon alakenttä (sub-field of large-scale production).<sup>55</sup> Poikkeavan jakotapansa Solhjell perustelee muun muassa kulttuuripolitiikan eroavuudella Norjan ja Ranskan välillä. Solhjellin mukaan inklusiivinen alakenttä on taideinstituution keskeinen osa Norjassa.<sup>56</sup> Valtioilla onkin Pohjoismaissa aktiivinen rooli taide-elämässä. Niillä on valtaa jopa nostaa taiteilijoita ja kokonaisia taiteellisia kenttiä, tehden niistä aikaisempaa tunnustetumpia.<sup>57</sup> Kaikki taideinstituution jäsenet (myös galleriat) kuuluvat johonkin näistä kolmesta osasta, mutta selviä rajoja kolmen osan välille ei voida vetää. Tämä siksi, että ne eivät ole erillään toisistaan, vaan osittain päällekkäisiä keskenään ja osittain päällekkäisiä myös taide-elämän ulkopuolisten instituutioiden kanssa. Eri alakentät eivät toimi täysin autonomisina. Tarkasteltaessa alakenttiä puhutaan niiden autonomiasta ja heteronomiasta. Autonomialla tarkoitetaan kentän riippumattomuutta ulkopuolisista vaikutteista ja heteronomialla taas tarkoitetaan kentän riippuvuussuhdetta muista kentistä.<sup>58</sup>

Koska taiteellinen autonomia on yleinen arvo taide-elämässä, niin tästä johtuen eksklusiivisella alakentällä on korkeampi status verrattuna inklusiiviseen tai kaupalliseen alakenttään. Tähän liittyy myös se, että lähinnä eksklusiiviseen alakenttään kuuluva taiteellinen tunnustaminen on erityisen tärkeää taide-elämässä. Sitä ei voida saavuttaa taide-elämän ulkopuolella, kun taas inklusiiviseen alakenttään liittyvä julkinen tuki ja kaupalliseen alakenttään liittyvä markkinaosuus voidaan.<sup>59</sup> Tästä huolimatta jokaisen alakentän sisällä on oma erityinen pääomansa ja korkean statuksen saavuttaminen kussakin alakentässä tapahtuu eri tavalla. Jokaisella alakentällä on agenttinsa, jotka koostuvat niistä taidesektorin toimijoista, joiden mielestä tietyn

---

<sup>55</sup>

Bourdieuun mukaan taiteen tuotannon kenttä voidaan jakaa kahteen alakenttään: rajoitetun tuotannon alakenttään (sub-field of restricted production) ja suuren mittakaavan tuotannon alakenttään (sub-field of large-scale production). Taiteen tuotannon kenttä rakentuu Bourdieun mukaan kahdesta peruseriaateiltaan vastakkaisesta osasta 1) rajoitetun tuotannon alakentän ja suuren mittakaavan tuotannon alakentän välille rakentuvasta osasta, sekä 2) rajoitetun tuotannon alakentän sisälle kuuluvasta, asemansa saavuttaneiden ja uusien tulokkaiden välille rakentuvasta osasta. Bourdieu 1993, 115.

<sup>56</sup> Solhjell 1995.

<sup>57</sup> Heikkinen 1998, 115.

<sup>58</sup> Bourdieu 1993.

<sup>59</sup> Solhjell 1998, 100.

alakentän erityinen pääoma on sen arvoista, että siitä kannattaa taistella.<sup>60</sup> Taistelussa mukana olevat agentit luovat hierarkkisen rakenteen, joka ei ole muuttumaton.

Taidetta määritellään eksklusiivisella alakentällä taiteellisen laadun ja taidehistoriallisen merkittävyyden kautta.<sup>61</sup> Taidetta taiteen vuoksi ajattelu liittyy tähän osaan. Mitä tiukemmin rajaaminen tapahtuu, sitä korkeamman statuksen taiteen tekijät, jakelijat ja kuluttajat saavat, ja sitä korkeampaa laatua vaaditaan muilta taideteoksilta ja agenteilta.<sup>62</sup> Tämän kentän erityinen pääoma on symbolista, johon keskeisenä ”hyödykkeenä” liittyy taiteellinen tunnustaminen. Kentältä voi myös saada materiaalisia palkintoja, sillä symbolinen pääoma on muutettavissa poliittiseksi tai taloudelliseksi pääomaksi, eli rahaksi.<sup>63</sup> Tämä alakenttä hallitsee suurinta osaa taideinstituution symbolisesta pääomasta ja käy taistelua taiteen autonomiasta. Alakentän korkeimpia arvoja ovat esimerkiksi autonomia, itsenäisyys, originaalisuus, yksilöllisyys ja loukkaamattomuus. Tätä taideinstituution alakenttää voidaan kutsua suljetuksi kentäksi, sillä sinne pääseminen ei ole avointa ja eksklusiivisen alakentän agenteilla on hallussaan taideinstituutiolle tärkeitä symbolista pääomaa.

Inklusiivisellä alakentällä on kahdenlaisia kriteerejä taiteen valinnalle. Taiteen tulee täyttää esteettiset preferenssit ja tekijän tulee täyttää taitelijan tunnusmerkit. Solhjell kutsuu näitä poliittisiksi kriteereiksi.<sup>64</sup> Näiden ulkoisten rajauskriteereiden lisäksi kentällä on muita esteettisiä kriteerejä, joita kentälle tulee eksklusiivisen kentän kautta. Äärimmäisimmät kriteerit ovat sosiaalisia ja poliittisia. Tämän alakentän päämääränä on sisällyttää itseensä mahdollisimman suuri määrä taiteilijoita, taiteen jakelumuotoja ja -kanavia, sekä yleisöjä. Tämä alakenttä suuntautuu virallisen kulttuuripolitiikan mukaisesti. Inklusiivinen alakenttä on heteronomisessa suhteessa poliittisen sektorin kanssa. Tunnusomaista on ajattelu, että taide on meitä kaikkia varten ja kaikilla meillä on oikeus taiteeseen. Alakentän erityinen pääoma on poliittista, joka perustuu kulttuuripolitiikkaan ja joka on usein muodoltaan taloudellista.<sup>65</sup> Tämä poliittinen pääoma saavutetaan suurimmaksi osaksi kollektiivisesti organisoidun yhteistyön kautta.

Vaikka eri Pohjoismaissa on rakentunut vahva julkisen tuen järjestelmä, niin on myös

---

<sup>60</sup> Solhjell 1998, 101.

<sup>61</sup> Solhjell 1995, 27.

<sup>62</sup> Solhjell 1995, 27.

<sup>63</sup> Solhjell 1998, 102.

<sup>64</sup> Solhjell 1995, 28.

<sup>65</sup> Ibid.

nähtävissä eroavuuksia julkisen tuen perusteiden välillä. Merja Heikkisen mukaan inklusiivinen alakenttä noudattaa suomalaisessa järjestelmässä hiukan erilaisia periaatteita kuin Norjassa. Hänen mukaansa Solhjellin inklusiivisella alakentällä tarkoitama virallinen kulttuuripolitiikka ei toimi Suomessa ainoastaan sosiaalisten ja poliittisten periaatteiden mukaisesti, vaan sen toiminnan perustana on keskeisesti myös taiteellinen laatu (eksklusiivisessa mielessä). Hänen mukaansa julkinen tuki on Suomessa jaettavissa kahteen kategoriaan, eksklusiiviseen ja inklusiiviseen. Eksklusiivisella julkisella tuella hän käsittää muun muassa taiteilija-apurahat, jotka voivat tehdä taiteilijasta tunnustetumman (samalla tavalla kun eksklusiivinen taiteen alakenttä) ja jotka voidaan kääntää pitkällä aikavälillä myös taloudelliseksi pääomaksi kasvaneena myyntinä markkinoilla.<sup>66</sup>

Kaupallisella alakentällä valitaan taidetta taloudellisten kriteerien perusteella. Kentällä taiteen tuotannon ja jakelun päämääränä on taloudellisen hyödyn aikaansaaminen. Mitä korkeamman hinnan töistä saa ja mitä paremmin ne menevät kaupaksi, sitä tärkeämpää taide on kaupalliselle kentälle. Töiden taiteellisella arvolla on vähemmän merkitystä, kuin taiteen markkina-arvolla. Kaupallinen alakenttä tarjoaakin toimijoille materiaalisia ja taloudellisia palkintoja (ei poliittisia tai symbolisia) heidän ohittaessaan portteja kyseisellä alakentällä. Kaupallinen alakenttä vaikuttaa sekä taiteilijoiden tekemiin töihin, että taiteen jakelumuotoihin.

## 2.4. Taidemarkkinat

Taideinstituutio muodostaa myös markkinat, joilla kohtaavat taiteilijoiden valmistamat fyysiset taideteokset, sekä taidesektorin taidetta välittävät ja kuluttavat toimijat. Näillä markkinoilla kohtaavat taiteen kysyntä ja tarjonta. Taideinstituution muodostamat markkinat mahdollistavat kysynnän ja tarjonnan kautta sen, että taideteokselle syntyy taloudellinen arvo.<sup>67</sup> Markkinoilla tapahtuvan taidekaupan kautta taideteoksen esteettinen arvo muutetaan taloudelliseksi arvoksi. Beckerin mukaan taiteen jakelussa, jossa on mukana raha, voidaan taideteoksen arvostuksen määrä kääntää rahalliseksi arvoksi.<sup>68</sup> Taideinstituutiossa ja sen muodostamilla taidemarkkinoilla voidaan katsoa olevan oma taloutensa, joka seuraa tiettyjä käytäntöjä ja tiettyä logiikkaa. Taideinstituution rakenne nojautuu taiteen arvoon liittyvään uskoon. Taideteos on tuotettava

---

<sup>66</sup> Heikkinen 1998, 124-125.

<sup>67</sup> Solhjell 1995, 256.

<sup>68</sup> Becker 1984, 23.

materiaalisesti, mutta myös symbolisesti. Tämä johtuu siitä, että taideteoksen voidaan katsoa olevan olemassa kollektiivisen uskon kautta.

Taidemarkkinoiden ominaispiirteinä voidaankin pitää sekä tapaa, jolla taiteen arvo markkinoilla syntyy, että sitä, kuinka markkinoilla toimivat agentit vaikuttavat taiteen arvon syntymiseen. Taidemarkkinoiden toimintaa voidaan pitää ongelmallisena kaupattavan tavaran luonteen vuoksi. Taiteilijat, galleriat, museot ja taiteesta kirjoittajat myyvät taiteeseen liittyviä myyntejä, kukin omalla tavallaan. Taiteen odotetaan menestyvän omilla meriiteillään ja tätä kautta menevän kaupaksi, joten pyrkimykset liiketoimintakäytäntöjen rationalisoimiseen tai taiteen esittelemiseen jollakin muulla tavalla kuin näytteillä pitämällä on kyseenalaista ja aiheuttaa epäilyksiä.<sup>69</sup> Taiteellisen ja symbolisen arvon lisäksi taidemarkkinoilla siirtyy myös taiteen omistusoikeus. Omistusoikeuteen sisältyvät sekä taideteoksen omistaminen materiaalisena objektina, että taideteos objektina, johon kuuluu tekijänoikeudellisia näkökulmia.<sup>70</sup> Taideinstituution alakenttien agentit, niin eksklusiiviselta, inklusiiviselta kuin kaupalliselta alakentältä ottavat osaa markkinoiden toimintaan, toimien jokainen hiukan erilaisten periaatteiden mukaisesti. Taidemarkkinat ovat hajautuneet sekä kysynnän, että tarjonnan osalta. Taiteen kuluttajista kilpailevat sekä nykytaide, että uudelleen myytävä vanhempi taide. Taiteen kysyntäkin on hajautunutta, sillä siellä toimii niin yksityishenkilöitä, eri kokoisia yrityksiä, säätiöitä, kuin julkisen sektorin toimijoita.<sup>71</sup>

Taidemarkkinoita voidaan käsitellä erilaisista näkökulmista. Tarkasteltaessa taidemarkkinoita voidaan puhua ensikäden liikevaihdosta. Se tapahtuu taiteilijan ja ostajan välillä niin, että taiteilija saa materiaalisena palkkiona taiteen vaihdosta. Myöhemmin tapahtuvaa liikevaihtoa kutsutaan toisen käden liikevaihdoksi. Tällöin työn tehnyt taiteilija ei ole osallisena kauppaa tehtäessä, vaan kyseessä on ensikäden liikevaihdon kautta hankitun taiteen edelleen myyminen.<sup>72</sup> Toisen käden liikevaihdon kautta omistusta vaihtava taide on usein vanhempaa taidetta, jolle on muodostunut taloudellista arvoa investointina. Taide on tällöin käynyt läpi historian testauksen ja usein työt ovat kuolleiden taiteilijoiden tekemiä. Vanhan taiteen arvo on vakaampi ja laajemmin tunnustettu. Ensikäden liikevaihdossa omistusta vaihtavan nykytaiteen arvo on usein epävakaampaa, tämä johtuu muun muassa tarjonnan mahdollisesta tulevasta kasvusta.

---

<sup>69</sup> Crane 1987, 111.

<sup>70</sup> Solhjell 1995, 256.

<sup>71</sup> Rengers 1998, 55.

<sup>72</sup> Solhjell 1995, 257.

Taidemarkkinoita voidaan käsitellä myös avoimina -ja suljettuina markkinoina. Avoimet markkinat ovat anonyymiset, jolloin taiteilija ei tiedä ennalta töidensä ostajaa. Taiteen liikevaihto tapahtuu avoimilla markkinoilla pääsääntöisesti myyntinäyttelyiden kautta. Suljetut markkinat ovat tilausmarkkinat, joilla ostaja tilaa työn tietyillä ehdoilla, taiteilijan ja ostajan välisen sopimuksen mukaisesti.<sup>73</sup> Kehitys on Euroopassa kulkenut suljetuista tilausmarkkinoista avoimiin markkinoihin.

Taidemarkkinat voidaan jakaa myös korkeiden ja matalien hintojen markkinoihin. Korkeiden hintojen markkinoilla on myytävänä harvoja, arvokkaita töitä, jotka ovat suunnattu pienelle ryhmälle ostovoimaisia henkilöitä tai yhteisöjä. Matalampien hintojen markkinoilla on puolestaan määrällisesti enemmän töitä ja hinnat ovat alhaisemmat. Työt on suunnattu suuremmalle joukolle vähemmän ostovoimaisia henkilöitä tai yhteisöjä, joista yhdessä koostuu suuri ostovoimainen markkina-alue. Näitä jälkimmäisiä markkinoita voidaan kutsua volyyymimarkkinoiksi.<sup>74</sup>

Kehittynyt taide-elämä tarjoaa taitelijoille ja taideteoksille fyysisen jakelusysteemin, joka integroi taiteilijan ja taideteokset yhteiskunnan talouteen taidemarkkinoiden kautta. Vaikka jakelu voi olla taiteilijoiden itsensä hoitamaa, niin usein sen suorittaa asiaan erikoistuneet välikädet. Taiteen jakelijat tekevät valintoja siitä, millaiset työt kulkevat jakelukanavan kautta yleisön tietoisuuteen. Sellaiset työt, jotka eivät kulje jakeluteiden kautta eivät, tule julkisuuteen ja näin onkin melko epätodennäköistä, että niistä koskaan tulisi historiallisesti merkittäviä töitä. Tekemiensä valintojen kautta välikädet myös vaikuttavat mielipiteisiimme taiteesta.

Taiteen jakelua suoritetaan eri toimialoilla. Suomalaisia kuvataidemarkkinoita tutkinut Annukka Jyrämä löysi kaksi toisistaan selvästi erottuvaa toimialaa: "taidedealerit" ja galleriat. Toimialojen ero näkyy siinä millaisia töitä välitetään. "Dealerit" ovat erikoistuneita vanhaan taiteeseen ja galleriat nykytaiteeseen. Toimialojen toimintatavat ja kilpailuasema ovat melko erilaiset.<sup>75</sup> Visuaaliset taidemarkkinat voidaan jakaa myös kaupallisten, eli taiteen myyntiin liittyvien toimintatapojen mukaan. Tällöin löytyy kolme toisistaan eroavaa markkina-aluetta: (1) galleriat toimivat lähinnä näyttelyiden kautta, (2) "dealerit" toimivat kauppoina ja (3) huuto-kaupat toimivat järjestämällä huutokauppoja.<sup>76</sup> Edellä mainittujen lisäksi on huomattava, että

---

<sup>73</sup> Solhjell 1995, 262-263.

<sup>74</sup> Solhjell 1995, 31.

<sup>75</sup> Jyrämä 1995, 54.

<sup>76</sup> Jyrämä 1995, 55.



museoilla on perinteisesti ollut oma roolinsa taide-elämässä. Ne toimivat lähinnä taiteen säilyttäjinä ja taiteen esillä pitäjinä. Lisäksi museoissa järjestetään vaihtuvia näyttelyitä, joissa voi olla esillä elävien taiteilijoiden töitä. Usein yleisölle myös tarjoutuu mahdollisuus näiden töiden hankintaan. Tätä kautta museoiden toiminta taiteen jakelijoina tulee lähelle gallerioiden toimintaa.

#### 2.4.1. Taiteilijat taidemarkkinoilla

Taiteilijaa käsittelevät teoriat ryhmitellään yleensä individuaalisen ja sosiologisen lähestymistavan ympärille.<sup>77</sup> Käsiteltäessä taiteilijaa individuaalisena taiteen tuottajana on analysoitu taiteilijan luomisen prosessia, jossa taiteilija on nähty luovana nerona. Tässä tutkimuksessa taiteilija käsitetään sosiologisesta näkökulmasta. Tällöin taiteen ajatellaan syntyvän kollektiivisen toiminnan tuloksena mieluummin kuin individuaalisesti tehtynä. Tästä huolimatta taiteilija on taiteen kokonaisprosessissa fyysisen työn tuottaja. Tätä kautta hän on myös taide-elämän ytimen muodostaja. Taiteilija on se henkilö joka suorittaa ydintoiminnan. Ydintoiminta on aktiviteetti, jota ilman työ ei olisi taidetta. Taiteilija on suorittamansa ydinaktiviteetin kautta henkilö, joka sijoittuu taidetta tuottavan yhteistyöverkoston keskelle ja hänen kauttaan yhteistyöverkostot ovat olemassa.<sup>78</sup> Taiteilijan valmistamat taideteokset yhdistävät näin taidesektorin toimijat toisiinsa.<sup>79</sup> Taiteilija voidaan nähdä myös agenttina, joka toimii yhteistyössä muiden taideinstituution agenttien kanssa.<sup>80</sup> Edellä mainittujen tekijöiden kautta taiteilija on keskeisessä roolissa myös taidemarkkinoilla tapahtuvassa taiteen välityksessä ja taidekaupassa.

Vaikka fyysisen taideteoksen tuotanto taidetta tehtäessä olisikin pitkälti taiteilijan itsenäistä toimintaa, niin käsiteltäessä taiteen tuotantoa kokonaisuutena on toiminnalla kollektiivinen luonne. Kollektiivinen taiteen tuotanto taas sitoo epäsuorasti useita henkilöitä. Kärjistäen voidaan sanoa, että loppujen lopuksi taiteilijan individuaalisuus ja olosuhteet tietylle työlle ovat kokonaan riippuvaisia olemassa olevista struktuureista ja taiteellisen käytännön instituutioista. Tämän määritelmän mukaan kukaan ei kykene tekemään itsestään taiteilijaa, vaan hänen olemassaolonsa riippuu taideinstituutiosta. Taiteellisen tuotannon subjekti ei ole yksittäinen

---

<sup>77</sup> Zolberg 1990, 109.

<sup>78</sup> Becker 1984, 24-25.

<sup>79</sup> Solhjell 1995, 75.

<sup>80</sup> Solhjell 1995, 76.

taiteilija vaan koko taideinstituutio.<sup>81</sup> Tällöin taiteen tuotannossa ovat mukana taiteilijan ulkopuoliset tahot, joilla on oma roolinsa muun muassa taiteen arvon muodostumisessa ja taiteen esillä pitämisessä, sekä kuluttamisessa. Taiteilijan toimintaan vaikuttavat siis hänen ulkopuoliset tekijänsä, sosiaalinen ympäristö, sekä taloudelliset ja poliittiset olosuhteet. Taiteilijan ura toimii tietyissä institutionaalisissa olosuhteissa ja markkinaolosuhteissa. Sekä taiteilijan tulojen muodostuminen, että taiteilijaksi tunnustaminen nojautuvat näihin taiteilijan ulkopuolisiin tekijöihin. Taiteilijan talous muodostuu taiteellisen tunnettavuuden (recogniton) tuottamisesta, vaihdosta ja kulutuksesta, joita voidaan kutsua myös symboliseksi taloudeksi tai symboleiden taloudeksi.<sup>82</sup> Vain kaikista tunnustetuimmat taiteilijat ovat saavuttaneet aseman, jossa voidaan optimoida kaikkien kolmen alakentän (eksklusiivisen, inklusiivisen ja kaupallisen) pääomavarat.<sup>83</sup> Eri alakenttien pääomavarat suhtautuvat toisiinsa eri tavoin. Taideinstituutiossa saavutetulla taiteellisella tunnustuksella ja kaupallisten markkinoiden kautta hankitulla taloudellisella menestyksellä voi olla jopa käänteinen vaikutus toisiinsa. Koska taidemarkkinat ovat Suomessa pienet, niin on epätodennäköistä että kaikki taiteilijat saisivat toimeentulonsa ainoastaan taidemarkkinoilla tapahtuvan myynnin kautta. Suomessa taiteilijoille on tyypillistä se, että heillä on useita lähteitä, joista toimeentulo hankitaan. Taiteilijat tasapainottelevat taiteellisen työn, taiteeseen liittyvän työn ja ei-taiteellisen työn välillä.<sup>84</sup> Taidemarkkinoilla toimiminen muodostaa taiteilijalle erään toimeentulon hankinnan väylän, joka voi tapahtua muun muassa gallerioiden kautta toimimalla.

Edellytyksenä yhteistyöverkoston syntymiselle esimerkiksi taiteilijan ja gallerian välille on taiteilijan halu saada työnsä jakeluun gallerian kautta ja myös galleristin halu ottaa taiteilijan töitä esille galleriaansa. Taiteilijat ottavat vastaan tunnustusta, mutta myös antavat sitä esimerkiksi gallerioille. Taiteilija on mukana rakentamassa gallerian asemaa, mutta samalla galleria on osa taiteilijan aseman muodostumista. Taiteen jakelun kautta taiteilija saa työnsä yleisön saataville ja esimerkiksi galleriatoiminnassa taiteilijalle syntyy mahdollisuus saada työstään palkinto, joka voi olla laadultaan joko symbolista, poliittista tai materiaalista, riippuen siitä, millaisen gallerian kautta hänen työnsä jakelu hoidetaan. Taiteilijan kannalta jakelun tarkoitus on tuottaa hänelle hyötyä. Tavoitellessaan jakelusta koituvaa hyötyä taiteilijaan vaikuttavat myös jakelukanavan

---

<sup>81</sup> Wolff 1981, 118-121.

<sup>82</sup> Solhjell 1998, 99.

<sup>83</sup> Solhjell 1998, 103.

<sup>84</sup> Heikkinen 1998, 111.

suunnalta tulevat vaatimukset. Galleriatoiminnassa taiteilijan tuottaminen sekä taiteen tuottaminen ovat yhteydessä taidetta välittäviin gallerioihin. Tehdessään yhteistyötä gallerian kanssa taiteilija on tietoinen kyseisen instituution rajoista ja esimerkiksi siitä, millaisia fyysisiä ja konventionaalisia rajoituksia töiden esittämiseksi gallerian kautta asetetaan.<sup>85</sup> Taiteilijalla on siis mahdollisuus valita, haluaako hän toimia konventioiden sisällä, vai pyrkiikö hän olemaan näistä konventioista vapaa. Taideteokset kantavat aina merkkejä jakelukanavastaan. Kun työt on tehty tuntemattomalle yleisölle, vaikutteet tulevat jakelun hoitavien välikäsien kanssa solmituista sopimuksista.<sup>86</sup> Taide jota useimmiten näemme onkin sellaista, joka ominaisuuksiltaan soveltuu sitä välittävän jakelukanavan kautta kuljetettavaksi.

### 2.4.2. Taiteen arvon muodostuminen

Taideinstituution toiminnan ominaispiirteenä on erityinen tapa, jonka kautta taiteen arvo muodostuu. Tämä liittyy keskeisesti myös taidemarkkinoiden toimintaan. Taiteen arvon muodostumisen perustana eivät ole taiteen tuotantokustannukset ja siihen lisätyt taiteen välittämisestä koituvat kustannukset. Eikä taiteen arvo perustu ainoastaan taiteen kysyntään ja tarjontaan. Vaikka eri taiteilijoiden työt on valmistettu samalla tekniikalla ja ovat saman kokoisia, niin töiden hinnoissa on huikkeitä eroja. Taiteen arvon muodostumisen taustalta on löydetty tekijöitä, jotka liittyvät: (1) fyysiseen taideteokseen, (2) taiteilijaan, (3) markkinoihin ja (4) makrotaloudellisiin tekijöihin.<sup>87</sup> Taiteen arvon muodostumiseen voidaan nähdä liittyvän myös erittäin yleisiä periaatteita, jotka liittyvät lähinnä taideteokseen fyysisenä tuotteena. Arvon perustana on usein pidetty sitä, että taide on yksittäisen taiteilijan tekemää ja uniikkia. Taiteen arvoa ei ole aina määritelty tämän kaltaisten tekijöiden kautta. Esimerkiksi keskiajalla ja varhaisrenessanssin aikana harvinaiset valmistusmateriaalit vaikuttivat voimakkaasti taiteen arvon muodostumiseen.<sup>88</sup> Taiteen päämääränä saattoi olla omistajan statusta korostava, arvokkaista materiaaleista valmistettu esine, joka voitiin tarpeen mukaan jopa sulattaa pelkäksi materiaaliksi.<sup>89</sup> Tällöin ei korostettu esineen uniikkiutta, vaan materiaalien arvoa. Vasta viimeisten sadan vuoden aikana maalauksien

---

<sup>85</sup> Becker 1984, 28.

<sup>86</sup> Becker 1984, 94.

<sup>87</sup> Sagot - Duvaroux - Pflieger - Rouget 1992.

<sup>88</sup> Baxandall 1972.

<sup>89</sup> Alsop 1982.

arvo markkinoilla on kohonnut sellaisia esineitä korkeammaksi, joissa arvo on määräytynyt lähinnä valmistusmateriaalien arvon kautta.<sup>90</sup> Vanhemman taiteen pilviin kohonneet hinnat ovatkin melko uusi kehityssuunta. Taidemarkkinoilla on kehittynyt myös muita yleisiä tekijöitä, joiden kautta työn arvo on muodostunut. Tällaisia ovat muun muassa työn tekijän signeeraus, käytetty tekniikka (yleisesti öljytöitä pidetään akvarelleja arvokkaampina, joita taas grafiikkaa arvokkaampana) ja työn koon vaikutus arvoon. Myös työn aihe saattaa vaikuttaa työn arvoon. Työn arvoon vaikuttaa myös taiteilijan suora osuus työn valmistuksessa. Taide jonka valmistuksessa taiteilijan suhde valmiiseen työhön on suhteellisen epäsuora ja valmistus tapahtuu specialis-tien välityksellä (esimerkiksi valokuva tai osa grafiikan menetelmistä) saattaa olla markkina-arvoltaan suoraan taiteilijan omakätisesti valmistamia töitä alhaisempi.<sup>91</sup> Edellä esitetyt tekijät ovat kuitenkin erittäin yleistäviä, eikä niitä voida pitää ehdottomina kriteereinä. Uudet taidesuunnat ja tekniikat tuovat nimittäin mukanaan uusia arviointitapoja, jotka ovat kyseenalaistaneet yleisiä taiteen arvon muodostumiseen liitettyjä kriteerejä.

Taiteen arvon muodostumiseen vaikuttavat keskeisesti myös muut seikat kuin edellä esitellyt fyysiseen tuotteeseen liittyvät tekijät. Taideinstituutiassa on käynnissä prosesseja, joilla on vaikutusta siihen, mikä määrittellään hyväksi ja mikä huonoksi taiteeksi. Nämä prosessit vaikuttavat keskeisesti taiteen arvon muodostumiseen.<sup>92</sup> Bourdieu kutsuu taiteen kenttää (taideinstituutiota) uskon universumiksi, sillä taiteen tuotanto eroaa kaikista tavallisimpien objektien tuotannosta siinä, että sen täytyy tuottaa materiaalisen objektin lisäksi myös objektin arvo. Juuri tämä on taistelua taiteellisesta legitimoinnista.<sup>93</sup> Taidetta ei tarkastella ainoastaan taiteilijan tekemänä materiaalisen työn tuottamisena, vaan siihen liittyy myös työn symbolinen tuottaminen. Taiteen arvon tuottajat vaikuttavat myös kuluttajan kykyyn tietää ja tunnistaa taidetta.<sup>94</sup> Tällöin on otettava työn fyysisen tekijän lisäksi huomioon myös työn merkityksen ja arvon tuottajat, jollaisina esimerkiksi galleristit toimivat.

---

<sup>90</sup> Faith 1987, 29-30, 85-95.

<sup>91</sup> Zolberg 1990, 87.

<sup>92</sup> Solhjell 1995, 23.

<sup>93</sup> Bourdieu 1993, 164.

<sup>94</sup> Bourdieu 1993, 37.

### 2.4.3. Galleriat taiteen jakelijoina

Eräs taiteen jakelutoiminnan muodoista on galleriatoiminta. Gallerioiden kautta välitetään sekä fyysistä taideteoksia, että taidekokemuksia. Dag Solhjell määrittelee galleriaksi jokaisen itsenäisen instituution, joka vapaalta pohjalta ja omien kriteeriensä mukaisesti valitsee taidetta, jota säännöllisesti, vakituksessa paikassa pitää esillä yleisölle näyttelyiden kautta.<sup>95</sup> Tämän määritelmän mukaan galleriat ovat itsenäisiä ja voivat itse muotoilla näyttelypolitiikkansa. Ne voivat valita taidetta ja taiteilijoita vapaasti omien kriteeriensä mukaisesti, eivätkä ole sidoksissa ulkopuolisten tekemiin valintoihin. Ne myös pitävät taidetta esillä säännöllisesti käyttäen näyttelyitä taiteen esittelemiseen. Gallerioiden joukkoon mahtuu kuitenkin useita "rajatapauksia", jotka eivät suoraan täytä määritelmässä esitettyjä vaatimuksia gallerialle. Tällaisia voivat muun muassa olla julkisessa omistuksessa olevat galleriat, tai yhdistysten ylläpitämät galleriat, joiden näyttelypolitiikka ei aina ole täysin itsenäistä, sillä päätöksentekoon saattaa osallistua useita eri tahoja.

Galleriatoiminta on Suomessa pääsääntöisesti pientä liiketoimintaa, sillä yleensä galleriaa hoidetaan muutaman ihmisen työpanoksella. Toimialalla on sekä voittoa tavoittelevia (for profit) kaupallisia gallerioita, että voittoa tavoittelemattomia (not for profit) taiteilijaseurojen, liittojen ja julkisten tahojen omistamia gallerioita. Jyrämä luokittelee tutkimuksessaan galleriat kentän toimijoiden haastatteluiden pohjalta seuraaviin hierarkkisiin ryhmiin: (1) huippugalleriat, (2) laatugalleriat, (3) liittojen galleriat (the union galleries), sekä (4) perifeeriset galleriat.<sup>96</sup> Huippugalleriat ovat hyvän maun ja hyvän taiteen määrittelijöitä galleriamarkkinoilla ja luovat toimintasääntöjä. Laatugalleriat esittelevät laadukasta taidetta, mutta harvoin todellisia tähtiä. Liittojen galleriat eroavat muista toimintaperiaatteidensa kautta, sillä rahoittajana toimivat liitot ja valtio. Ne myös korostavat ideologisia tai taiteellisia pyrkimyksiä enemmän kuin kaupalliset galleriat. Periferisistä gallerioista erottuvat seuraavat alaryhmät: erikoistuneet, vallankumoukselliset, tyytyväiset (the contented ones), sekä kunnianhimoiset. Niistä erikoistuneet ovat keskittyneet tietyn tyyliseen taiteeseen ja tavoittelevat markkinoilta pientä asiakassegmenttiä. Vallankumoukselliset pyrkivät muuttamaan huippugallerioiden käsitystä laadusta.

---

<sup>95</sup> Solhjell 1995, 149.

<sup>96</sup> Jyrämä 1995, 72-75.

Tyytyväisten ryhmä toimii rakkaudesta taiteeseen, eikä pyri muuttamaan asemaansa. Kunnianhimoisilla on pyrkimyksenä kapasiteetin kasvattaminen ja rajojen ylittäminen.<sup>97</sup>

Solhjell jakaa vastaavasti galleriat kolmeen eri ryhmään (eksklusiiviseen, inklusiiviseen ja kaupalliseen). Jako on sama, jota hän käyttää jakaessaan taideinstituution kolmeen alakenttään. Tämän jaon kautta galleriat voidaan nähdä taideinstituution agenteina. Eksklusiivisesti toimivat galleriat ovat kriittisimpiä valitessaan näyttelynpitäjiä, sillä valintoihin vaikuttaa suuresti taiteilijan asema. Eksklusiivisesti toimivien gallerioiden valinnoissa on nähtävissä myös innovatiivisuutta ja uuden etsimistä, jota kautta pyritään nostamaan gallerian statusta.<sup>98</sup> Diana Crane, joka on tutkinut new yorkilaista taidemaailmaa vuosina 1940-1985, vertaa gallerioiden ja museoiden, sekä suurten ja pienten yritysten välillä nähtävää samankaltaisuutta. Hänen mukaansa pienempiä yrityksiä voidaan pitää innovatiivisempina verrattaessa niitä suuriin yrityksiin. Samalla tavalla gallerioilla on mahdollisuus toimia innovatiivisesti verrattuna museoihin, antamalla uusille taiteilijoille mahdollisuuden pitää ensimmäisen näyttelynsä. Samalla tämä asettaa gallerian vaikeaan tilanteeseen, sillä se pitää tällöin esillä ja markkinoi tuotetta, jolla ei uutuutensa vuoksi ole vahvistettua hintaa.<sup>99</sup> Tämän kaltaisen riskinottamisen kautta juuri eksklusiiviset galleriat pyrkivät vahvistamaan asemaansa. Solhjellin toisen galleriaryhmän muodostavat inklusiiviset galleriat, jotka valitsevat näyttelyitään satunnaisemmin, jolloin taiteilijan asemalla ei ole yhtä suurta merkitystä, kuin eksklusiivisten gallerioiden valinnoissa. Jaottelun kolmas ryhmä, eli kaupalliset galleriat taas tekevät valintojaan sen pohjalta, kuka taiteilijoista myy parhaiten.<sup>100</sup>

Galleriat ovat taiteen jakelijoita, jotka oman toimintansa kautta osallistuvat taiteen tuotantoon ja taiteen arvon muodostumiseen. Bourdieun mukaan gallerialle on tärkeää nimen saavuttaminen ja itsensä tunnetuksi tekeminen taiteen tuotannon kentällä (taideinstituutiossa). Näin galleria saa valtaa taistelussa määrittää taiteilijoita ja taidetta.<sup>101</sup> Gallerian asema määräytyy pitkälti näyttelyitä pitävien taiteilijoiden kautta, jotka ovat mukana rakentamassa gallerian asemaa. Samalla gallerian asema vaikuttaa näyttelyitä pitävien taiteilijoiden asemien muodostumiseen. Galleristi ei ole taiteen välittäjänä pelkästään taideinstituutiossa toimiva agentti, joka

---

<sup>97</sup> Jyrämä 1995, 72-75.

<sup>98</sup> Solhjell 1995, 150.

<sup>99</sup> Crane 1987, 110-111.

<sup>100</sup> Solhjell 1995, 150.

<sup>101</sup> Bourdieu 1993, 75.

antaa työlle taloudellisen arvon tuomalla työn markkinoille. Sen lisäksi hän toimintansa kautta myös investoi oman maineensa taiteilijaan, jonka töitä hän ottaa galleriaansa esille. Mistä galleristin maine sitten koostuu? Bourdieun mukaan se koostuu hänen suhteistaan taiteilijoihin, muihin galleristeihin, “dealereihin”, kriitikoihin, asiakkaisiin sekä suurempaan yleisöön.<sup>102</sup>

Näyttelytoimintansa kautta galleriat osallistuvat taiteen tuotantoon ja taiteen jakeluun, sekä taiteen arvon muodostumiseen. Solhjell puhuu gallerioiden toimituksellisesta funktiosta, tarkoittaen gallerioiden harjoittamaa kriittisyyttä, valikoivuutta ja valitsemista.<sup>103</sup> Toimitukselliset funktiot voidaan jakaa osafunktioihin, joista korkein taso on näyttelypolitiikka. Sen kautta määräytyy pitkälti gallerian asema. Näyttelypolitiikka määrittää näyttelyohjelman, jossa käy ilmi yksittäiset näyttelyt pitävät taiteilijat. Näyttelyohjelma määrittää täsmällisemmin gallerian taiteellisen aseman. Näyttelyihin valitaan teokset, jotka asetetaan esille näyttelyn kautta. Näyttelyihin voi liittyä myös muita osafunktioita, kuten esimerkiksi pedagogista toimintaa. Galleriat eroavat toisistaan juuri näyttelypolitiikan, näyttelyohjelman ja niihin liittyvien toimintojen kautta, sekä siinä, kenellä on vastuu näistä toiminnoista.

Mitä enemmän galleria itse hoitaa osafunktioita, sitä autonomisempi asema ja korkeampi status sillä on.<sup>104</sup> Eksklusiiviset galleriat toimivat itsenäisimmin. Inklusiivisilla gallerioilla autonomia on pienempi ja näyttelypolitiikka saattaa olla sattuman varaisempaa, sekä näyttelyohjelmasta saattavat päättää osittain gallerian ulkopuoliset tahot. Kaupallisilla gallerioilla on suuri toimituksellinen autonomia, mutta ne valitsevat usein näyttelyihinsä taiteilijoita ja teoksia, joiden kaupallinen riski on pienempi. Kaupalliset galleriat saattavat pyrkiä valintoja tehdessään huomioimaan yleisöjensä ostointressit, ja tätä kautta niiden autonomia rajoittuu.<sup>105</sup> Jyrämän tutkimuksen mukaan galleriat pitivät yleisesti päämääränään hyvän maineen ja hyväksynnän saavuttamista, jolloin taloudellinen menestyminen nähtiin välttämättömyytenä, mutta sen uskottiin seuraavan taiteellista menestymistä.<sup>106</sup>

Galleriat esittelevät taidetta yleisölle näyttelymedian kautta. Galleria on lähettäjä, taideteos sisältää lähetettävän viestin, jonka välittäjänä näyttely toimii ja yleisö on tämän viestin vastaanottaja. Samalla taiteilija kommunikoi näyttelyssä olevien teosten kautta yleisönsä kanssa.

---

<sup>102</sup> Bourdieu 1993, 78.

<sup>103</sup> Solhjell 1995, 150-151.

<sup>104</sup> Solhjell 1995, 152.

<sup>105</sup> Solhjell 1995, 151-152.

<sup>106</sup> Jyrämä 1997, 28.

Näyttelyt ovat myös taidesektorin kommunikointiväyliä, jossa galleristin ja taiteilijan yhteistyöverkostot kohtaavat ja keskustelevat taiteilijasta, taideteoksista ja galleriasta. Näyttelyt tarjoavat kontekstin taiteelle, joka esillä olonsa kautta vaikuttaa mielipiteisiimme taiteesta. Galleriaa voidaan pitää symbolisena kontekstina ja näyttelyä visuaalisena kontekstina. Molemmilla on vaikutusta mielipiteisiimme. Jyrämän tutkimuksen mukaan oikeat tavat toimia ovat galleristien piirissä yleisesti hyväksytyjä, eikä vaihtoehtoisia toimintamalleja juurikaan pyritä kehittämään.<sup>107</sup> Galleriat ovat kehittäneet toimintana perustaksi vakiintuneita toimintatapoja, eli konventioita.

Galleriatoiminta muodostuu vakituudessa toimipisteessä toimivan gallerian ja sen järjestämien näyttelyiden ympärille. Tärkeää galleriatoiminnassa on luonnollisesti myös taiteilija, joka suorittaa ydinaktiviteetin ja näin galleristille syntyy välitettäviä töitä. Galleristeilla saattaa olla oma taiteilijoiden “tallinsa”.<sup>108</sup> Tärkeää gallerian kannalta ovat myös vakituiset asiakkaat jotka säännöllisesti ostavat taidetta gallerian kautta. Gallerian yhteistyöverkkoon kuuluvat kiinteästi myös toimittajat ja kriitikot, jotka vaikuttavat kirjoitustensa ja arviointiensa kautta yleiseen kiinnostukseen taiteesta ja tätä kautta myös gallerioiden markkinoihin. Gallerioilla voidaan kuitenkin katsoa olevan valta-asema taidekriittikkiin, sillä juuri näyttelyn organisoivalla gallerialla on mahdollisuus priori-kriittikkiin valitessaan näyttelyitä pitäviä taiteilijoita ja heidän töitensä. Kriitikot taas kirjoittavat näistä töistä, joiden valintaan heillä ei itse ole suoraa vaikutusta. Tärkeitä ovat myös ne henkilöt, jotka osallistuvat avajaisiin, tai muuten vierailevat galleriassa ja ovat kiinnostuneita gallerian toiminnasta, sekä kertovat kokemuksistaan eteenpäin. Näin tieto gallerian toiminnasta leviää yhä laajemmalle yleisölle ja potentiaalisten kuluttajien ryhmä kasvaa. Suhteet gallerian yhteistyöverkostossa ovat erilaisia. Gallerialla voi olla esimerkiksi virallisia, epävirallisia, suoria, epäsuoria, suunniteltuja ja spontaaneita suhteita omassa yhteistyöverkostossaan.

#### **2.4.4. Taiteen kuluttajat**

Gallerian kannalta taiteen kuluttajia ovat galleriassa kävijät. Taiteen kuluttaminen gallerioiden kautta voi tapahtua taidekokemuksesta nauttimisen tai taideobjektin ostamisen kautta. Kuluttaessaan galleriassa esillä olevia teoksia ihmiset antavat niille merkityksiä. Valitessaan gallerioita ja

---

<sup>107</sup> Jyrämä 1997, 29.

<sup>108</sup> Jyrämä 1995, 54.



antaessaan merkityksiä gallerioissa oleville töille kuluttajat myös samalla osallistuvat teosten taiteellisten arvostusten muodostumiseen ja arvohierarkioiden rakentamiseen.<sup>109</sup>

Bourdieuin kenttäteorian mukaan taiteen kuluttaminen ja siihen liittyvä maku-käsite ovat osa taideinstituutiossa käytävää valtataistelua. Taiteen kuluttamisessa ei ole kyse ainoastaan taloudellisen pääoman kuluttamisesta, vaan myös kulttuurisen pääoman kuluttaminen on keskeinen tekijä. Laajan empirisen tutkimuksensa kautta Bourdieu erottaa kolme makukategori-aa: (1) yläluokkainen maku, eli legitiimimaku, (2) keskiluokkainen maku, eli hyvän kulttuuritahdon omaavat ja (3) työväenluokan maku, eli lähinnä populaari estetiikka.<sup>110</sup> Bourdieuin makukate- gorioita on kuitenkin kritisoitu. DiMaggion mukaan tiettyihin verkostoihin kuuluminen riippuu suurelta osin sen jäsenten kyvystä haluta siihen sopivia kulttuurisia symboleita, eikä sen tällöin voida katsoa olevan ainoastaan luokka- asemasta johtuva.<sup>111</sup> Bourdieu erottaa myös kaksi vastakkaista tapaa suhtautua taiteeseen. Yksityisen ihmisen suhde taiteeseen riippuu suurelta osin hänen kulttuurisesta kompetenssistaan. Tämän mukaan taideteos koetaan kiinnostavaksi silloin, kun katsojalla on hallussaan koodi, johon teos on koodattu. Vastaanottaessa taidetta tunnepoh- jaisesti käytössä on samankaltainen koodi, kuin jos puhuisimme arkiesineistä. Toinen tapa pitää sisällään esteettisen etäännyttämisen, jolloin vastaanotto on tietoon pohjautuvaa.<sup>112</sup>

Taiteen kuluttamiselle löytyy erilaisia motiiveja ja taiteen kuluttamisesta saatu hyöty vaihtelee kuluttajien välillä. Motiiveja taiteen kuluttamiselle voivat olla: (1) esteettinen arvo, eli taiteen tuottama henkilökohtainen mielihyvä; (2) hyväntekeväisyysmotiivi, eli halutaan tukea taidetta tai taiteilijaa; (3) sosiaalinen arvo, eli pyritään saavuttamaan sosiaalista arvostusta ja identifioitumaan makuluokkiin; (4) taloudellinen arvo, eli ostetaan taidetta investointina; sekä (5) taiteen ihmisiä integroiva vaikutus, eli se tuo tunnetta sosiaalisesta yhteenkuuluvuudesta.<sup>113</sup> Taidekaupan toimijoiden haastatteluiden pohjalta Jyrämä ryhmitteli suomalaisen taidekaupan asiakkaat seuraavasti: (1) museot ja kokoelmat, (2) korporatiiviset ostajat, (3) yksityishenkilöt, (4) yksityiskeräilijät, (5) jupit, sekä (6) ohikulkijat.<sup>114</sup> Eri asiakasryhmien motiivit taiteen ostamiseen tai taiteen kuluttamiseen vaihtelivat. Taiteen kuluttajat vaikuttavat gallerioiden

---

<sup>109</sup> Linko 1998, 18.

<sup>110</sup> Bourdieu 1984.

<sup>111</sup> DiMaggio 1987, 445.

<sup>112</sup> Bourdieu 1984.

<sup>113</sup> Uusitalo 1987.

<sup>114</sup> Jyrämä 1995, 45.

toimintaan taiteen ostamisen kautta, luomalla gallerioille valmiuksia toiminnan jatkumiselle. Asiakkaat vaikuttavat myös gallerioiden statuksen ja arvostuksen syntymiseen. Jyrämän haastatteluissa museot ja kokoelmat nimettiin tärkeimmäksi asiakasryhmäksi, sillä niiden ostot luovat ostopaikalle statusta ja arvostusta (myös työn valmistaneelle taiteilijalle ja ostetulle taiteelle), eivätkä hankinnat välttämättä ole riippuvaisia taloudellisista sykleistä. Museoiden ja kokoelmien motiivit taiteen ostamiseen olivat hyväntekeväisyys ja pyrkimys ihmisten integrointiin. Korporatiivinen ostaminen näytti Jyrämän tutkimuksen mukaan olevan riippuvainen taloudellisesta tilanteesta, mutta taustalta löytyivät myös sosiaaliset ja esteettiset motiivit. Yksityishenkilöiden motiiveina taiteen ostamiseen olivat lähinnä esteettiset ja sosiaaliset syyt. Yksityiskeräilijöiden motiivit olivat esteettisiä, sosiaalisia tai hyväntekeväisyyteen liittyviä, eikä taiteen hankinta ollut riippuvaista taloudellisista sykleistä. Jupprien kiinnostus taas oli riippuvaista taloudellisista sykleistä, kun taas ohikulkijat olivat kiinnostuneita taiteesta, mutta ostivat sitä harvoin.<sup>115</sup>

### **3. TAIDEMARKKINOIDEN KEHITYS SUOMESSA**

Käsitys taiteilijasta ja se kuinka taidetta tuotetaan, välitetään ja kulutetaan ovat muuttuneet yhteiskuntien kehittyessä ja eriytyessä. Muutokseen ovat vaikuttaneet sekä sosiaaliset että taloudelliset olosuhteet. Käsiteltäessä taiteen tuotantoa, välitystä ja kulutusta historiallisina ilmiöinä on siis tärkeää ymmärtää millaisissa konteksteissa on eri aikoina toimittu. Tutkimuksen kolmannessa osassa käsitellään aluksi kehitystä, joka on tapahtunut Suomessa suljetuista tilausmarkkinoista avoimiin anonyymiin taidemarkkinoihin. Tämän jälkeen keskitytään tämän tutkimuksen kannalta keskeiseen ajanjaksoon, eli vuosiin 1985-1994. Pyrkimyksenä on 1980-luvun lopun nousukautta ja 1990-luvun alun laskukautta käsiteltäessä tuoda esille aikaisemmissa tutkimuksissa esiin tulleita galleriatoimintaan läheisesti liittyviä tutkimustuloksia ja sitä, kuinka sanomalehdet ovat ajanjaksosta kirjoittaneet. Sanomalehtiartikkelit on julkaistu pääasiassa vuosina 1985-1994 Helsingin Sanomissa, Keski-suomalaisessa ja Uudessa Suomessa.

---

<sup>115</sup> Jyrämä 1995, 45-48.

### 3.1. Kehitys suljetuista tilausmarkkinoista avoimiin markkinoihin

Suomalainen taiteilijakunta alkoi hahmottua 1600-luvun käsityöläismaalareiden myötä. Taide oli 1700-luvun lopulle saakka lähinnä suorassa mesenaattisuhteessa tehtyä kirkkomaalausta tai muotokuvamaalausta ja taiteella oli käytännöllisluonteinen funktio. Ensimmäinen suomalainen maalariammattikunta syntyi vuonna 1785 ja uusia syntyi 1800-luvun alkupuolella. Saman aikaisesti alkoi myös käsityömaalauksesta riippumattomien taiteilijoiden voimakkaampi esiintulo.<sup>116</sup> Yhteiskunnallisesti tarkasteltuna suomalainen kuvataide muuttui 1800-luvun kuluessa. Tuona aikana tapahtui nopea kehitys, jonka seurauksena taitelijat järjestäytyivät aikaisempaa selvemmin. Suomeen muodostui taiteen välitystä harjoittavia ja taidekoulutusta antavia tahoja sekä taidenäyttelyjärjestelmä. Hiukan myöhemmin syntyi taidemuseolaitos ja myös taidekritiikki sai alkunsa. Suomalaisessa taide-elämässä tapahtui nopea erikoistuminen, eikä taiteilijan ja ostajan välinen suora suhde ollut tämän kehityksen jälkeen enää välttämätön. Tätä kautta myös taiteen käyttötarkoitus muuttui abstraktimmaksi ja esteettisemmäksi.<sup>117</sup> Tilaustöiden lisäksi ryhdyttiin maalaamaan uudelle tuntemattomammalle yleisölle esimerkiksi laatukuvia sekä maisema- ja historia-aiheita.

Modernin taideinstituution tunnuksina voidaan pitää muun muassa anonyymiä yleisöä, sekä taidetta autonomisena ja esteettisenä objektina. Taiteen välitystoiminnan kannalta kehitykseen liittyy keskeisesti siirtyminen suljetuista tilausmarkkinoista avoimiin anonyymisiin markkinoihin. Tähän taas liittyy suoran mesenaatti-suhteen päättymisen ja taiteilijan astuminen avoimille, niin kutsutuille kriitikko-kauppiaas järjestelmän kautta toimiville markkinoille.<sup>118</sup> Laajentuneet ja eriytyneet taiteen markkinat mahdollistivat myös uusien taiteellis-intellektuaalis-

---

<sup>116</sup> Ervamaa 1977, 12.

<sup>117</sup> Ervamaa 1977, 10.

<sup>118</sup>

Länsimaisessa taiteen traditiossa taiteen institutionaalisen luonteen muutokseen liitetään keskeisesti taiteilijoiden irtautuminen ammattikunnista. Tämän kehityksen vauhdittamiseksi syntyi uudella ajalla esimerkiksi Italiassa akatemioita, joiden kautta pyrittiin vapauttamaan taide siihen aikaisemmin liitetystä käsityöidentiteetistä. Akatemioilla oli alkujaan älyllisiä pyrkimyksiä, mutta Ranskan Akatemian myötä ne muuttuivat selvemmin taideopetusta järjestäviksi laitoksiksi. Päämääränä oli muun muassa luoda taiteelle teoreettinen ja filosofinen perusta. Taidemarkkinoiden laajentuessa syntyivät toimeentulomahdollisuudet entistä riippumattomammille taiteilijoille. Suora mesenaatti-suhde ei enää tämän kehityksen jälkeen ollut välttämätön. Tämän kehityksen myötä taiteen instituutiot jakoutuivat ja erikoituivat. Samalla myös yleisö laajentui ja erikoistui. Markkinoiden laajentuminen mahdollisti siirtymisen avoimiin anonyymisiin taidemarkkinoihin ja kriitikko-kauppiaas -järjestelmään. Kts. Baxandall 1972. Bourdieu 1969. Zolberg 1990. Wolff 1981.

ten ammattien kehittymisen. Lisäksi rakenteelliset muutokset toivat taidemarkkinoille entistä monimutkaisempia kaupallisia toimintoja. Näiden tekijöiden kautta taide-elämän toiminta muuttui aikaisempaa monimutkaisemmaksi, sekä ulkoisista tekijöistä itsenäisemmäksi. Bourdieun mukaan tällaisen kehityksen kautta muodostuu taideinstituution erityinen logiikka, johon keskeisesti liittyy kilpailu taiteen legitimoinnista.<sup>119</sup>

Varsinainen taidekauppa alkoi Suomessa 1900-luvun alussa. Se laajentui 1910-luvulla nopeasti ja saavutti määräävän instituution aseman. Eräänä tekijänä tässä olivat ensimmäisen maailmansodan luomat hyvät myyntisuhdanteet. Suurten myyntivoittojen toivossa suosittiin nuorta ja uusia arvoja etsivää taidetta. Laajentumisen kautta taiteilijat integroituiivat markkinatalouteen uudella tavalla, ja se myös heijastui taiteilijan asemaan.<sup>120</sup> 1920-luvulla yksityinen taidekauppa, joka oli edistänyt uusien taidevirtausten leviämistä laantui ja konservatiiviset näkemykset tulivat vallalle. Edes talouselämän elpyminen 1930-luvun lopulla ei tuonut uutta piristystä taidekauppaan. Sota-aikana näyttelytoiminta piristyi ja oli ajoittain hyvinkin vilkasta. Taiteen myynti lisääntyi ja uusia taidesalonkeja perustettiin. Useat yritykset ottivat taidetta myyntiin, kun ne ensin olivat myyneet alkuperäiset varastonsa tyhjiksi. Syinä taiteen myynnin kasvamiseen Reitala pitää niukkuutta tavarantarjonnassa ja ihmisten halua sijoittaa rahaa kohteeseen, jonka arvon uskottiin säilyvän, sekä sitä, että taiteesta etsittiin vastapainoa sodan ankeudelle.<sup>121</sup> Suurin kysyntä sota-aikana kohdistui vanhaan taiteeseen, sillä juuri sen uskottiin varmimmin säilyttävän arvonsa. Myös nuoret taitelijat hyötyivät kasvaneesta kysynnästä.<sup>122</sup> Taidekaupan vilkastuessa taiteilijoiden tulot kasvoivat ja mahdollisuudet tehdä taidetta tulevaisuudessa paranivat. Taiteilijoista tuli siis entistä riippumattomia. Saman aikaisesti kysyntä kuitenkin myös satoi taiteilijoita ja ohjasi työn tekemistä siihen suuntaan, että tarjonnan ja kysynnän olisi mahdollista kohdata.

Toisen maailmansodan jälkeen taiteilijat paitsi saivat apurahoja valtion kuvataidelautakunnalta ja Suomen Akatemialta, niin myös yksityiset säätiöt tukivat taidetta.<sup>123</sup> Tästä huolimatta taiteilijoiden taloudellinen tilanne oli heikko. Tämä näkyi taiteilijoiden ammattipoliittisena heräämisinä 1950- ja 1960-lukujen vaihteessa. Suomen taide-elämälle onkin ollut tunnusomaista

---

<sup>119</sup> Bourdieu 1969, 89-119.

<sup>120</sup> Reitala 1973, 2.

<sup>121</sup> Reitala 1982, 448.

<sup>122</sup> Reitala 1978, 3.

<sup>123</sup> Reitala 1982, 449. 1978, 4.

taiteilijoiden ammatillinen järjestäytyminen, joka on korostunut 1960-luvulta lähtien.<sup>124</sup> 1960-luvulla kulttuuripolitiikan perustelut muuttuivat Suomessa. Kansallisen kulttuurin ja identiteetin rakentaminen väistyi ja tilalle tuli tasa-arvoisuutta korostava Pohjoismainen hyvinvointimalli. Tällöin syntyi korporatiivinen valtion taidehallinto sekä perustettiin taiteen keskustoimikunnat ja valtion taidetoimikunta. Samalla luotiin myös taiteilijoiden julkisestuenjärjestelmä, josta esimerkkinä valtion taiteilija-apurahat.<sup>125</sup> Valtion apurahapolitiikka on muuttunut sekä määrällisesti että laadullisesti 1960-luvun jälkeen. Vielä 1970-luvun alussa valtion tuki oli samaa luokkaa yksityisten säätiöiden tuen kanssa. 1980-luvulla valtion ja läänien jakama tuki kasvoi moninkertaiseksi verrattuna säätiöiden jakamaan tukeen.<sup>126</sup> Apurahajärjestelmän kautta on pyritty turvaamaan taiteilijoiden perustoimeentulo. Tietyllä tavalla on pyritty myös suojaamaan taiteilijoita, ettei heidän toimintansa olisi yksinomaan kaupallisista taidemarkkinoista riippuvaista. Markkinaorientoituneeseen kulttuuripolitiikkaan on suhtauduttu jopa skeptisesti. Taiteilijat ovat 1960-luvulta saakka olleet taloudellisesti kiinteästi sidoksissa valtioon. Taidekaupan vähäisyyttä ja markkinoiden pienuutta voidaan pitää syynä siihen, että suomalainen järjestelmä on kehittynyt sille ominaiseen suuntaan.<sup>127</sup> Vasta 1980-luvulla suurempi yleisö tuli Suomessa taidekaupan ostavaksi yleisöksi. Taidemarkkinoilla oli 1980-luvulla nähtävissä voimakas kasvu, joka tosin tyrehtyi 1990-luvun alussa talouden laskukauden myötä.

### **3.2. 1980-luvun nousukauden ja 1990-luvun alun laskukauden vaikutus taidemarkkinoihin**

Suomalaisessa kansantaloudessa koettiin 1980- ja 1990-luvun vaihteessa tavanomaista jyrkempiä suhdannevaihteluja. 1980-luvun jälkipuoliskolla hyvä yleismaailmallinen talouskehitys heijastui Suomeen. Taloudellinen kasvu oli voimakasta ja bruttokansantuotteen keskimääräinen kasvu oli noin seitsemän prosenttia.<sup>128</sup> Myös rahamarkkinat vapautuivat asteittain pitkään jatkuneesta säätelystä. Noususuhdanne sai voimansa hyvästä kansainvälisestä talouskehityksestä ja tapahtuneesta rahamarkkinoiden rakenteellisesta muutoksesta, jolloin luotonannon nopea kasvu voimisti

---

<sup>124</sup> Karttunen 1988, 21.

<sup>125</sup> Heikkinen - Karhunen 1993, 2.

<sup>126</sup> Karttunen 1988, 9.

<sup>127</sup> Karttunen 1988, 20-21.

<sup>128</sup> Kansantalouden tilinpito 1975-1992, 1994. Kansantalouden tilinpito 1990-1995, 1996.

osaltaan korkeasuhdannetta.<sup>129</sup> Hyvän talouskehityksen ja keveän talouspolitiikan vuoksi yksityinen ja julkinen kulutus kasvoivat koko 1980-luvun tasaisesti ja voimakkaasti.<sup>130</sup> Kysynnän kasvu suuntautui aikaisempaa voimakkaammin kestokulutushyödykkeisiin ja varallisuusesineisiin. Lisääntynyt kiinnostus niitä kohtaan johti hintojen nousuun, joka taas nosti varallisuuden arvoa. Varallisuuden arvon nousu ja odotukset hintojen nousun jatkumisesta lisäsivät edelleen kulutusta.<sup>131</sup> Taloudellinen nousukausi ja kulutuksen lisääntyminen näkyivät muun muassa kasvuna pörssi- ja kiinteistömarkkinoilla. Esimerkiksi kiinteistömarkkinoilla syntyi usko, että kysyntä on lisääntyvää, ja jos kysyntä vähenee, vaikuttaa se vain kiinteistökauppojen määrään, muttei kiinteistöjen hintoihin.<sup>132</sup> 1990-luvun alussa kiinteistöjen hinnat kuitenkin romahtivat. Helsingissä hinnat putosivat puoleen 1980-luvun huippuhinnoista, mutta siitä huolimatta ei pahimpaan lama-aikaan löytynyt ostajia.<sup>133</sup>

Pörssi- ja kiinteistömarkkinoiden kasvua seurasi pienellä viiveellä myös taidekaupan ja taidemarkkinoiden kasvu. Vuosiin 1986-1989 ajoittuvassa taideboomissa on nähtävissä yhteneväisyyttä samanaikaisesti lisääntyneen osakemarkkinoille ja kiinteistömarkkinoille investoimisen kanssa. Uusitalon ja Jyrämän mukaan taloudellista nousukautta ei voida pitää ainoana syynä voittoa tavoittelevan (for profit) taidekaupan yht'äkkiselle laajentumiselle. Heidän mukaansa toinen tärkeä tekijä laajentumisessa oli nousukauden lisäksi rahamarkkinoiden samanaikainen vapautuminen. Vapautumisella oli vaikutusta muun muassa saatavilla olevan luoton määrään, jota kautta myös taidekauppoja rahoitettiin.<sup>134</sup> Osa taiteen ostajista piti taidetta osakkeiden ja kiinteistöjen kaltaisena sijoituksena, jolla voidaan spekuloida. Taidekaupassakin kiteytyi 1980-luvulla kasinotalouden mielettömyys ja piittaamattomuus. Yleinen kulutuksen supistuminen alkoi vuonna 1990 ja jatkui vuoden 1993 puolelle. Voimakkaimmin supistuminen näkyi kestokulutushyödykkeiden kulutuksessa.<sup>135</sup> Pörssi- ja kiinteistömarkkinoiden dramaattinen alamäki 1990-luvun alussa näytti vetävän myös taidekaupan mukanaan. Jos nousukauden

---

<sup>129</sup> Kiander - Vartia 1998, 313.

<sup>130</sup> Kiander - Vartia 1998, 67.

<sup>131</sup> Kiander - Vartia 1998, 67-69.

<sup>132</sup> Vuorinen 1992, 106.

<sup>133</sup> Ibid.

<sup>134</sup> Uusitalo - Jyrämä 1992, 9.

<sup>135</sup> Kiander - Vartia 1998, 109.

optimismi oli johtanut kasvua voimistaviin päätöksiin, niin lama-ajan yleinen synkkyys taas lisäsi varovaisuutta ja tyrehtytti taloudellista toimeliaisuutta ja syvensi lamaa entisestään.<sup>136</sup>

Sekä kansainväliset, että Suomen kansalliset taidemarkkinat kasvoivat voimakkaasti 1980-luvulla. Kasvu näkyi kysynnän ja tarjonnan laajentumisena kaupallisilla taidemarkkinoilla.<sup>137</sup> Lähes maailmanlaajuisena ilmiönä voidaan pitää vanhemman maalaustaiteen hintojen moninkertaistumista. Hintojen kohoaminen näkyi esimerkiksi Sothebyn ja Christien huutokaupoissa, joissa vanhempaa taidetta myytiin ennätyshinnoilla. Vincent van Goghin teoksesta "Iirikset" maksettiin vuonna 1988 ennätykselliset 222 miljoonaa markkaa.<sup>138</sup>

Taidepörssi- lehdessä julkaistaan tietoja suomalaisten huutokauppojen kautta myydyistä taiteesta. Nämä tilastot osoittavat myynnin kasvaneen kymmenkertaisesti 1980-luvun ensimmäisellä puoliskolla. Varsinaisen taideboomin aikana 1986-1989 huutokauppojen myynti oli kuusitoista kertaa suurempaa kuin vuosikymmenen alussa.<sup>139</sup> Myynti nousukaudella kasvoi myytyjen teosten määrissä ja myös taiteesta maksetut hinnat kohosivat. Huutokauppojen kahden korkeimman hintaluokan myyntiosuus kasvoi merkittävästi 1985-1986 ja kasvua jatkui vuoteen 1989 saakka.<sup>140</sup> 1980-luvun alussa 100 000 markkaa oli huippuhinta huutokaupattavasta työstä, mutta vuonna 1988 korkeimmat hinnat pyörivät lähellä miljoonaa markkaa.<sup>141</sup> Suomalaisten huutokauppojen vuosivaihto kasvoi koko 1980-luvun lopun. Vuonna 1990 kasvu tyrehtyi ja liikevaihto pienentyi vuoteen 1989 verrattuna noin 56%. Vuosien 1990-1994 yhteenlaskettu taiteen vaihto oli vuosien 1985-1990 yhteenlaskettua vaihtoa noin 47% pienempi.<sup>142</sup> Taiteen hinnat olivat nousseet kansainvälisilläkin taidemarkkinoilla epärealistisiksi. Heti 1990-luvun alussa oli nähtävissä viitteitä tulevasta markkinoiden romahtamisesta. New Yorkin Sothebyn joulukuun 1990 huutokaupassa oli nähtävissä kaikki pörssiromahduksen ainekset ja saman vuoden keväällä oli Lontoossa jäänyt 35% töistä kokonaan myymättä.<sup>143</sup>

---

<sup>136</sup> Kiander - Vartia 1998, 2.

<sup>137</sup> Uusitalo - Jyrämä 1992, 1.

<sup>138</sup> "Taidekauppaa rakkaudesta rahaan" Helsingin Sanomat 24.12.1988.

<sup>139</sup> Taidepörssi 1990.

<sup>140</sup> Taidepörssi 1990, 224.

<sup>141</sup> "Taidekauppaa rakkaudesta rahaan", Helsingin Sanomat 24.12.1988.

<sup>142</sup> Taidepörssi 1990. Taidepörssi 1995, 306.

<sup>143</sup> "Taidekaupassa kaksi pakkomiellettä, keräily ja keinottelu yhtyvät", Helsingin Sanomat 5.1.1991.

Aluksi taiteen kysynnän kasvu ja töiden hintojen nousu näkyivät huutokauppojen kautta välitettävässä vanhemmassa taiteessa, mutta myös nykytaiteen hinnat kohosivat ylöspäin kasvaneen kysynnän ja vanhemman taiteen hinnannousun myötä. 1980-luvun lopulla kiinnostus kohdistui yhä enemmän uudempaan taiteeseen, jonka hinnat olivat voimakkaassa nousussa. Yhä nuorempaa taidetta ilmestyi myös huutokauppoihin myytäväksi. Eräänä tekijänä pidettiin sitä, ettei hyvää vanhempaa taidetta tullut enää myytäväksi yhtä runsaasti kuin aikaisemmin 1980-luvulla.<sup>144</sup> Taiteen myynnin kasvu ja hintojen nousu ei koskenut ainoastaan huutokauppoja, vaan myös gallerioiden kautta myydyin nykytaiteen osuus lisääntyi ja samalla myös gallerioiden lukumäärä kasvoi.<sup>145</sup> Samalla tavalla huutokauppatilastoista nähtävä kasvun tyrehtyminen näkyi 1990-luvun alussa myös galleriamarkkinoilla.

### 3.2.1. Galleriat

Taide ja taidekauppa alkoivat kiinnostaa laajempaa ihmisjoukkoa 1980-luvulla. Taiteen kysynnän voimakas kasvu ja siihen reagoiva taiteen tarjonnan -ja välitystoiminnan laajentuminen näkyivät esimerkiksi Helsingissä 1980-luvulla gallerioiden lukumäärän kaksinkertaistumisena reilusta kahdestakymmenestä noin viiteenkymmeneen.<sup>146</sup> Uudet galleriat olivat linjauksiltaan erilaisia. Joukossa oli gallerioita, joiden päämääränä ei ainoastaan ollut voiton tavoittelu. Ne pitivät esillä uutta kotimaista ja kansainvälistä nykytaidetta.<sup>147</sup> Näin syntyi aatteellisia ja vaihtoehtoisia näyttelytiloja, joissa oli esillä muun muassa taidetta, joka ei pyrkinyt kaupallisille markkinoille lainkaan. Myytäväksi tarkoittamattoman taiteen lähtökohta ei ollut taloudellisen voiton saavuttaminen, vaan pikemminkin arvostuksen saaminen taide-elämässä. 1980-luvun edetessä galleriatoiminta kuitenkin kaupallistui voimakkaasti. Mielenkiintoa kaupallista galleriatoimintaa kohtaan lisäsi nousukaudella nopeasti kohoavat hinnat taidemarkkinoilla. Tämä sai aikaan uudenlaista kiinnostusta myös galleriatoimintaa kohtaan, joka saatettiin nähdä aikaisempaa taloudellisesti kannattavampana liiketoimintana. Jyrämän mukaan galleriatoiminnasta tuli eräs keinottelunmuoto 1980-luvulla. Keinottelijat joko osallistuivat siihen galleristeina ja

---

<sup>144</sup> “Kiinnostus kohdistuu nyt moderniin taiteeseen, josta maksetaan jatkuvasti kovempia hintoja”, Uusi Suomi 25.5.1989.

<sup>145</sup> Uusitalo - Jyrämä 1992, 9.

<sup>146</sup> Kiviranta - Rossi 1991, 329.

<sup>147</sup> Kiviranta - Rossi 1991, 328.



omistajina, tai sijoittivat pääomaa galleriatoimintaan ja toimivat osakkaina gallerioissa.<sup>148</sup> Galleriatoiminnan luonteen muutokseen suhtauduttiin ristiriitaisesti. Helsingin Juhlaviikkojen vuoden 1990 taiteilija Carolus Enckell ilmaisi huolensa voittoperiaatteella toimivien gallerioiden määrän voimakkaasta lisääntymisestä ja niiden taidetta yhdenmukaistavasta toiminnasta. Ratkaisuna ongelmaan Enckell piti aatteellisten gallerioiden määrän kasvua: ”Aatteellisuus merkitsisi toimimista taiteen omilla ehdoilla jolloin välttyttäisiin siitä, että kaupallisuuden vaatimukset sanelevat näyttelytoiminnan linjan.”<sup>149</sup>

Gallerioiden 1980-luvun vilkas taidemyynti kääntyi dramaattiseen laskuun 1990-luvun alussa. Kaj Forsblomin arvioiden mukaan parhaana tilikautena 1989-1990 Helsingin ja Turun gallerioiden liikevaihto oli noin 20 miljoonaa, ja se romahti kahdessa vuodessa 90 prosenttia.<sup>150</sup> 1990-luvun alun lehtikirjoituksissa havainnoitiin sitä, kuinka muuttunut taloudellinen tilanne vaikutti taiteen ostajiin ja heidän käyttäytymiseensä.<sup>151</sup> Tämän kaltainen voimakas muutos ostokäyttäytymisessä ja sen näkyminen liikevaihdossa ei voinut olla vaikuttamatta gallerioiden toimintaan ja lukumäärään. Osa gallerioista ja muista taidekaupan toimijoista lopettikin toimintansa laman seurauksena.<sup>152</sup> Jyrämän ja Uusitalon mukaan tiedon tai kulttuurikompetenssin puuttuminen ovat tärkeimpiä alalle tulon esteitä taidekaupassa ja myös tärkeimpinä esteinä taidekaupan sisällä liikkumiselle. Kasvukaudella markkinat olivat rauhattomat ja alalle tuleminen esteet madaltuivat niin että nekin, joilla oli suhteellisesti vähemmän kulttuurikompetenssia pääsivät alalle.<sup>153</sup> Laman myötä tapahtui alalta poistumista. Jyrämän mukaan lama-aikana poistuneilla toimijoilla ei ollut tarpeeksi kulttuurikompetenssia tai todellista kiinnostusta taiteeseen.<sup>154</sup>

---

<sup>148</sup> Jyrämä 1995, 52.

<sup>149</sup> ”Kaupallisuus yhdenmukaistaa taiteen”, Helsingin Sanomat 15.8.1990.

<sup>150</sup> ”Gallerialama kesti kuusi vuotta”, Helsingin Sanomat 10.10.1998.

<sup>151</sup> ”Hyvät galleriat tarvitsevat nyt vakavien keräilijöiden tukea”, Helsingin Sanomat 30.9.1990.

<sup>152</sup> ”Gallerialama kesti kuusi vuotta”, Helsingin Sanomat 10.10.1998.

<sup>153</sup> Uusitalo - Jyrämä 1992, 8.

<sup>154</sup> Uusitalo - Jyrämä 1992, 8.

### 3.2.2. Taidekaupan asiakkaat

Kiinnostuksen lisääntyminen taiteita kohtaan ja nopea taloudellinen kasvu näyttivät tuovan taidemarkkinoille 1980-luvulla aivan uuden tyyllisiä asiakasryhmiä. Uuden tyylisten kuluttajaryhmien myötä myös motiivit taidehankintojen taustalla muuttuivat ja laajentuivat. Käyttäytyminen kiinteistö- ja osakemarkkinoilla sekä taidemarkkinoilla olivat osittain samankaltaiset. Tämä viittaisi siihen, että osa taiteen ostajista piti myös taidetta osakkeiden ja kiinteistöjen kaltaisena sijoituksena. Jyrämän tutkimuksessa on analysoitu suomalaisen taidekaupan asiakasryhmiä, joista yhtenä ryhmänä hän mainitsee jupit. Taideboomin aikana tämä ryhmä osti taidetta usein lainarahalla ja pääasiallisina motiiveina olivat taloudelliset, spekulatiiviset ja sosiaaliset motiivit. Ryhmän kiinnostus taidetta kohtaan näytti olevan erittäin riippuvainen taloudellisista sykleistä.<sup>155</sup>

Uutena ilmiönä suomalaisilla taidemarkkinoille tuli 1980-luvun loppupuolella myös taidetta kerääviä sijoitusyhtiöitä, kuten esimerkiksi Modern Art Collection. Osakkaina yhtiössä oli yrityksiä ja yksityishenkilöitä. Yhtiön päämääränä oli kerätä sijoitusmielessä uutta suomalaista taidetta suoraan nuorilta taiteilijoilta.<sup>156</sup> Rahaa taiteen hankintaan yritys käytti 1989-1990 11 miljoonaa markkaa.<sup>157</sup> Kuvaavaa on se, että sijoitusyrityksen taiteenhankintamäärärahat ylittivät moninkertaisesti suurten museoiden hankintabudjetit. Tällaisten sijoitusyhtiöiden syntyminen viittaisi siihen, että asenteet taidetta kohtaan olivat muuttuneet 1980-luvun kuluessa. Taiteesta oli tullut entistä selvemmin myös sijoituskohde, jonka uskottiin tuottavan voittoja. Taidemarkkinoilla sijoitusmielessä toimivien asiakkaiden käyttäytyminen viittaisi siihen, että taidemarkkinoilla uskottiin samalla tavalla kuin esimerkiksi kiinteistömarkkinoilla hintojen jatkuvaan kohoamiseen. Tätä kautta syntyi usko taiteeseen kannattavana sijoituksena, eikä hintojen romahtamista kyetty ennustamaan. Laskukausi muutti taidekaupan asiakasrakennetta. Ylimääräinen raha katosi markkinoilta ja taiteen hintakehitys lähti alaspäin. Ylimääräisen rahan mukana katosivat ensimmäisenä myös sijoittajat ja taiteella spekuloivat ostajat taidekaupasta. Näiden nousukauden aktiivisten asiakasryhmien katoaminen hiljensi taidemarkkinoita ja pakotti niitä etsimään uutta tasapainoa. Esimerkiksi helsinkiläisen Gallerie Artekin gallerianhoitajat totesivat

---

<sup>155</sup> Jyrämä 1995, 47.

<sup>156</sup> "Taiteen sijoitusyhtiö hakee uutta ja vielä edullista taidetta", Helsingin Sanomat 11.9.1989.

<sup>157</sup> "Tamperelainen nykytaiteen miljoonayritys aloitti", Helsingin Sanomat 10.2.1990.

loppuvuodesta 1990 taidekaupan hiljentyneen, mutta puhuivat tilanteesta mieluummin taidekaupan normalisoitumisena.<sup>158</sup>

1980-luvun kuluessa kasvoi myös yritysten kiinnostus taiteita kohtaan. Uutena ilmiönä syntyi yritysten laajempi taiteen sponsorointi, joka näkyi muun muassa yritysten tukemina suurnäyttelyinä, joista muodostui suuria mediatapahtumia.<sup>159</sup> Myös kiinnostus taiteen keräilyä kohtaan lisääntyi. Taiteen keskustoimikunnan ja Tilastokeskuksen yhteisestä tutkimuksesta käy ilmi, että yritysten huomattavin kuvataiteen tukivuosi oli 1990, jolloin käytetyin tukimuoto oli taidehankinnat.<sup>160</sup> Esimerkiksi pankit tukivat nousukaudella kuvataiteita kartuttamalla omia taidekokoelmiaan. Muun muassa Suomen Yhdyspankki ja SKOP hankkivat kokoelmiinsa lähinnä kotimaista elävien taiteilijoiden tekemää nykytaidetta. Taidehankinnat oli esimerkiksi Suomen Yhdyspankissa keskitetty Helsinkiin, mutta paikallisilla pankeilla oli mahdollisuus tehdä ehdotuksia taiteen hankkimiseksi.<sup>161</sup> Talouden laskukausi ja Pankkikriisi vaikuttivat taidekaupan yritysasiakkaisiin. 1990-luvun alkupuolella alkanut laskukausi näkyi selvästi yritysten harjoittamassa taiteen tukemisessa, sillä esimerkiksi kuvataiteen kokonaistuki pieneni 62% vuonna 1993 vuoteen 1990 verrattuna.<sup>162</sup> Pankit olivat olleet eräs taiteen suurostajaryhmä nousukauden Suomessa. Laman aikana ainoastaan Postipankilla oli enää määrärahoja taidehankintoihin.<sup>163</sup> Myös muiden yritysten, kuin pankkien taidehankinnat supistuivat. Taloudellisen tilanteen huononnutta yritykset karsivat taidemäärärahojaan ja taidetta ostettiin laman aikana lähes yksinomaan lahjaksi.

Taideboomi näkyi myös museoiden toiminnassa. Hintojen nopea ja voimakas kohoaminen vaikutti museoiden taidehankintoihin ja muutti museoiden roolia taidekaupan asiakkaina. Suomalaisten museoiden taiteen hankintamäärärahat kävivät nousukaudella riittämättömiksi ja museot putosivat täysin kansainvälisten taidemarkkinoiden ulkopuolelle. Tämän lisäksi myös kotimaisten töiden hinnat nousivat niin, etteivät museoiden määrärahat riittäneet vanhemman arvotaiteen ostamiseen. Tämän vuoksi museot keskittyivät hankinnoissaan suomalaisen nykytai-

---

<sup>158</sup> “Galerie Artek juhlii työn merkeissä”, Uusi Suomi 14.12.1990.

<sup>159</sup> “Taiteen ja rahan pakkoavioliitto sponsorointi on tullut jäädäkseen”, Uusi Suomi 24.5.1989.

<sup>160</sup> Oesch 1995, 71.

<sup>161</sup> “Taiteilijoiden tueksi ja työntekijöiden piristykseksi”, Keski-suomalainen 27.9.1987.

<sup>162</sup> Oesch 1995, 84.

<sup>163</sup> “Taidekaupan lama hellittää vasta nyt”, Talous Sanomat 2.4.1998.

teeseen.<sup>164</sup> Vanhemman arvotaiteen hintojen kohoaminen nostatti myös nykytaiteen hintoja ylöspäin 1980-luvulla. Ateneumin taidemuseon intendentin Olli Valkosen mukaan tämä yleinen hintojen kohoaminen heikensi museoiden mahdollisuuksia myös nykytaiteen ostajina.<sup>165</sup> Helsingin kaupungin taidemuseossa keskityttiin nuorten kotimaisten taiteilijoiden töiden hankintaan. Hankintamääräraha oli vuonna 1989 miljoonamarkkaa, jota pidettiin nykytaiteen sen hetkiseen hintatasoon verrattuna pienenä ja sen katsottiin riittävän lähinnä grafiikan hankkimiseen.<sup>166</sup> Laman aikana osa museoista vähensi taidehankintojensa määrää. Laskukausi tiukensi julkisen sektorin rahavaroja ja pienensi museoiden hankintamäärärahoja entisestään. Aluetaidemuseon toiminta jopa vaarantui Jyväskylässä, sillä taiteen hankintaan ei vuosille 1991 ja 1992 näyttänyt olevan luvassa lainkaan rahaa.<sup>167</sup>

Yksityishenkilöt muodostavat tärkeän taidekaupan asiakasryhmän. Vaikka heillä on harvemmin käytettävissään suuria summia taiteen hankintaan, muodostavat he yhdessä suuren ostovoiman. Tämä tärkeä asiakasryhmä näytti nousukaudella jäävän uusien rahakkaampien asiakkaiden varjoon. Sen sijaan lama ei pakottanut yksityishenkilöitä muuttamaan kulutustottumuksiaan merkittävästi.<sup>168</sup> Yksityisasiakkaat muodostivatkin tuohon aikaan taidekaupan tärkeimmän asiakasryhmän. Todellisilla taiteen ystävillä ja keräilijöillä riitti kiinnostusta ja resursseja taiteen hankkimiseen yleisestä huonosta taloudellisesta tilanteesta huolimatta. Yksityiset keräilijät ovatkin usein asiantuntijoita omalla alallaan ja ostavat mielenkiintoisiksi katsomiaan töitä riippumatta yleisestä taloudellisesta kehityksestä.<sup>169</sup>

### 3.2.3. Välitettävät työt

Taloudellisilla sykleillä oli Jyrämän tutkimuksen mukaan vaikutusta myös tarjottuihin töihin. Nousukauden aikana taiteen tarjonta oli laaja-alaista, sillä gallerioissa oli esillä muun muassa kooltaan suurempia töitä kuin laman aikana. Tämä viittaa Jyrämän mukaan yritysten kasvane-

---

<sup>164</sup> Kiviranta - Rossi 1991, 327.

<sup>165</sup> "Taidekauppaa rakkaudesta rahaan", Helsingin Sanomat 24.12.1988.

<sup>166</sup> "Helsingin kaupungin taidemuseo osti teoksia miljoonalla", Helsingin Sanomat 16.2.1989.

<sup>167</sup> "Nollalinja vaarantaa aluetaidemuseon tehtävän", Keski-suomalainen 24.9.1991.

<sup>168</sup> Uusitalo - Lindholm 1994, 106.

<sup>169</sup> Jyrämä 1995, 47.

seen kiinnostukseen taidehankintoja kohtaan.<sup>170</sup> Muutos taiteen tarjonnassa kertoo kysynnän kasvusta ja tärkeäksi koettujen asiakasryhmien muutoksesta. Töiden koon muuttuminen oli seurausta gallerioiden pyrkimyksestä huomioida asiakkaidensa ostointressit. Huomattavaa on myös se, että taiteilijat alkoivat vastata kasvaneeseen kysyntään alkaessaan valmistamaan suurikokoisempia töitä.<sup>171</sup> Taiteilija Carolus Enckellin mukaan: “On ajauduttu absurdiin tilanteeseen. Nykyään tarjonta pyrkii mukautumaan kysyntään. Mekanismi suosii pintataidetta, joka seuraa vain kaupallisia trendejä.”<sup>172</sup>

Lama puolestaan muutti gallerioiden asiakasrakennetta ja asiakasryhmien tärkeyttä, yksityisasiakkaiden merkityksen kasvaessa. Laman aikana myynnissä olleet kooltaan pienemmät työt olivat selvemmin suunnattu juuri yksityisasiakkaille.<sup>173</sup> Laman aikana näkyi myös keskittymistä grafiikan ja akvarellien myyntiin. Niiden hinnat eivät pudonneet yhtä voimakkaasti kuin maalausten ja veistosten hinnat, mutteivät tosin olleetkaan nousukaudella yhtä huiveita. Grafiikan ja akvarellien myynti jopa kasvoi laman aikana ja niiden myynnillä galleriat sitkistelivät läpi taloudellisesti vaikeiden aikojen.<sup>174</sup> Laman aikana myös yksittäisten taiteilijoiden ja heidän näyttelyidensä rooli korostui osassa gallerioita. Esimerkiksi helsinkiläisessä galleria Brondassa Kaj Stenvallin ensimmäinen ankkanayttely myytiin loppuun keskellä pahinta lama-aikaa vuonna 1993.<sup>175</sup> Tätä kautta gallerian taloudellinen tilanne helpottui.

### 3.2.4. Taiteen hinnan muodostuminen

Nousukaudella rahamarkkinat vapautuivat. Rahan tarjonnan lisääntyminen vaikutti taidetta koskeviin tulevaisuuden hintaodotuksiin, tehden niistä epäselvempiä. Vahva usko markkinavoimien kykyyn nostaa hintoja johti taidemarkkinoiden ylikuumentumiseen.<sup>176</sup> Hintakehitystä ja taiteen kysyntää eivät vielä 1989 jarruttaneet edes Suomen Pankin toimet lainan oton hillitsemi-

---

<sup>170</sup> Jyrämä 1995, 53-54.

<sup>171</sup> Jyrämä 1995, 53.

<sup>172</sup> “Kaupallisuus yhdenmukaistaa taiteen”, Helsingin Sanomat 15.8.1990.

<sup>173</sup> Jyrämä 1995,53.

<sup>174</sup> “Kaupallinen taide myy taas hyvin”, Helsingin Sanomat 10.10.1998.

<sup>175</sup> “Taidekaupan lama hellittää vasta nyt”, Talous Sanomat 2.4.1998.

<sup>176</sup> Uusitalo - Jyrämä 1992, 18.

seksi.<sup>177</sup> Jyrkästi nousseet hinnat tekivät taiteesta näennäisesti varman sijoituskohteen. Taideboomin aikana kysyntä toimi tärkeänä tekijänä hintaa asetettaessa, tällöin kiinnitettiin vähemmän huomiota töiden taiteelliseen arvoon tai kriitikkojen mielipiteisiin töistä.<sup>178</sup> Tämä johti ylihinnoitteluun. Taiteilijat ja galleristit nostivat töiden hintoja ja ostajat näyttivät ostavan taidetta millä hinnalla tahansa.

Vuonna 1990 taidekaupan toimijat arvelivat kovien aikojen koittaneen, sillä taiteeseen sijoittajat ja taidetta lainarahalla ostaneet asiakkaat olivat kadonneet markkinoilta. Kokeneet helsinkiläiset galleristit uskoivat taidesijoittamisen vinoumien alkaneen oieta ja hintapolitiikan palanneen järkevämpään suuntaan hintojen laskiessa.<sup>179</sup> Liikakysynnän laantuessa laman aikana oli myös havaittavissa ylitarjontaa töistä.<sup>180</sup> Tällöin velkarahalla ostettuja töitä tuli runsaasti uudelleen myytäväksi esimerkiksi huutokauppojen kautta, tosin niiden hinnat vain olivat pudonneet huomattavasti. Aikaisemmin markkinoiden laskiessa ei tosin yhtä suurella määrällä taiteen omistajia ollut ollut pakon omaista tarvetta päästä eroon taiteesta, vaan he olivat pystyneet pitämään töistään kiinni kyeten siten omalta osaltaan estämään taiteen hinnan voimakasta laskua. Nousukauden jäljiltä taiteen hinnan määrittäminen oli hankala tehtävä, sillä ostajilta oli kadonnut luottamus taiteen hinnoittelijoihin. Vasta 1990-luvun lopulla on jälleen ollut nähtävissä taidekaupan voimakkaampaa elpymistä.<sup>181</sup> Elpyminen on ollut maltillista, mutta vaikka taiteen kysyntä onkin kasvanut ei nähtävissä ole ollut 1980-luvun lopun kaltaista taideboomia ja siihen liittynyttä hintojen nopeaa ja voimakasta kohoamista.

---

<sup>177</sup> “Kiinnostus kohdistuu nyt moderniin taiteeseen, josta maksetaan jatkuvasti kovempia hintoja”, Uusi Suomi 25.5.1989.

<sup>178</sup> Uusitalo - Jyrämä 1992, 19.

<sup>179</sup> “Taideboomin katkeaminen voi johtaa siihen, että velkarahalla ostettuja tauluja ilmestyy läjittäin huutokauppoihin”, Uusi Suomi 8.1.1990.

<sup>180</sup> Jyrämä 1995, 53-54.

<sup>181</sup> “Taidekaupan lama hellittää vasta nyt”, Talous Sanomat 2.4.1998.

## 4. TUTKIMUKSEN LÖYDÖT

Tarkasteltaessa Jyväskylässä vuosina 1985-1994 toimineita gallerioita löytyi joukosta sekä kaupungin omistamia, yhdistyksen ylläpitämiä, yksityisiä, yliopiston yhteydessä toiminut, että muun yritystoiminnan yhteyteen perustettuja gallerioita. Tutkimukseen valittiin mukaan galleria Harmonia, Jyväskylän taiteilijaseuran galleria (galleria Becker), JT-galleria, galleria Sirius ja galleria Wivi. Pyrkimyksenä oli valita tutkittavat galleriat niin, että niiden joukosta löytyisi erilaisten periaatteiden pohjalta toimineita gallerioita. Valintakriteerinä oli myös se, että galleriassa toimi vakituinen gallerianhoitaja, joka oli vastuussa toiminnasta. Tästä syystä joukkoon ei valittu niitä, joissa galleriatoiminta oli osana muuta liiketoimintaa, eikä myöskään yliopiston taidehistorian laitoksen yhteydessä toiminutta galleriaa.

Tutkimuksessa mukana olleista gallerioista Harmonia perustettiin samassa yhteydessä kun kaupungin ylläpitämä grafiikan paja muutti niin kutsuttuun Halosen taloon Hannikaisen kadulle. Tämä galleria on kaupungin ylläpitämä ja keskittyy lähinnä taidegrafiikan esittelemiseen. Se toimi koko tutkittavan ajanjakson ja jatkaa yhä toimintaansa. Vuoden 1985 alussa samaan Halosen taloon avattiin myös Jyväskylän taiteilijaseuran galleria. Heinäkuussa 1994 se muutti Seminaarin kadulle niin kutsuttuun Beckerin taloon, jolloin sen nimi muutettiin galleria Beckeriksi. Se jatkaa yhä toimintaansa. JT-galleria oli ensimmäinen yksityinen galleria Jyväskylässä. Se avattiin vuonna 1983 ja lopetti toimintansa vuonna 1992. Vuonna 1989 aloitti toimintansa galleria Sirius. Myös se on yksityinen galleria ja sen toiminta jatkuu yhä. Galleria Wivikin oli yksityinen galleria. Se avattiin vuonna 1990 ja toiminta jatkui vuoden 1993 loppupuolelle.

Tutkimuksessa mukana olleet galleriat voidaan jakaa kahteen ryhmään. Ensimmäisen ryhmän muodostavat yksityiset galleriat, jotka toimivat ilman julkista rahoitusta (JT-galleria, galleria Sirius ja galleria Wivi). Toisen ryhmän muodostavat galleriat, jotka saivat toimintaansa julkista tukea (galleria Harmonia ja galleria Becker). Nämä olivat kaupungin omistamia tai yhdistyksen ylläpitämiä. Toinen julkista tukea saaneista gallerioista rahoitti koko toimintansa saamallaan tuella. Tällöin galleria oli kaupungin omistama ja toimi tietyn kaupungin rahoista ohjautuvan budjetin rajoissa. Julkinen tuki saattoi olla myös osana galleriatoiminnan rahoittamista. Tällöin yhdistyksen ylläpitämä galleria sai kaupungilta tilat veloituksetta käyttöönsä. Yhdistys sai kaupungilta myös kohdeavustusta, jolla rahoitettiin muun muassa galleriassa järjestettyjä kutsunäyttelyitä. Muu rahoitus tuli galleriatoiminnan kautta saaduista tuloista. Julkisen rahoituksen mukana olemisen nähtiin vaikuttavan suoraan siihen, kuinka galleria toimi. Ero yksityisen

ja julkisen rahoituksen välillä oli tekijä, jonka haastateltavat toivat painokkaasti esille haastatteluiden alussa.

Galleriat voidaan jakaa myös voittoa tavoittelemattomiin (not-for-profit) ja voittoa tavoitteleviin gallerioihin (for-profit). Tämäkin jako liittyi julkisen rahoituksen mukana olemiseen. Julkista tukea saaneet galleriat olivat voittoa tavoittelemattomia ja Julkista tukea saamattomat voittoa tavoittelevia. Voittoa tavoittelevat galleriat olivat yhtiömuodoltaan joko osakeyhtiöitä tai kommandiittiyhtiöitä ja toimivat yksityisinä gallerioina. Puhuminen yksityisistä gallerioista voittoa tavoittelevina on kuitenkin hiukan harhaanjohtavaa, sillä toiminnan ensisijaisena päämääränä ei välttämättä ollut pyrkimys taloudellisen voiton maksimoimiseen.

Galleriatoimintaan mukaan ryhtymisen taustalta löytyi kaikilla galleristeilla kiinnostus taiteeseen. Yksityisissä gallerioissa toimineiden galleristien koulutus oli suuntautunut toisaalle ja päätös alalle siirtymisestä ajoittui sopivaan elämän tilanteeseen. Kaikilla heillä taide oli kuitenkin ollut jo aikaisemmin tärkeä osa elämää. Julkisissa gallerioissa toimineiden galleristien kiinnostus taiteita kohtaan oli jo aikaisemmin ohjannut heidän opiskeluvaihtojensa. Varsinainen galleristiksi ryhtyminen yhdistyi tarjolla oleviin työtilaisuuksiin.

Osa gallerioista lopetti toimintansa tutkittavan ajanjakson aikana. Galleriatoiminta loppui kokonaan kahdessa yksityisessä galleriassa (JT-galleriassa ja galleria Wivissä). Lopettamispäätöksen taustalla olivat henkilökohtaiset syyt, mutta myös taloudelliset tekijät vaikuttivat päätösten syntymiseen. Sillä toiminnan taloudellinen pohja kävi lamavuosien aikana kapeammaksi. Myös osa galleristeista lopetti työskentelyn gallerioissa, vaikka galleriat jatkoivatkin toimintaansa. Tällöin taustalla olivat uudet työtehtävät tai se, että toimiminen galleristina oli alkujaankin vain väliaikaiseksi sovittu.

#### **4.1. Yleiset toimintatavat**

Keskeisenä toimintamuotona kaikissa gallerioissa oli näyttelyiden järjestäminen ja sitä kautta taiteen esitleminen ja taiteen välittäminen. Näyttelyissä oli esillä pääasiassa elävien taiteilijoiden töitä. Taiteilijoiden työt olivat esillä yksityis- tai ryhmänäyttelyiden kautta. Näyttelyiden järjestäminen saattoi saada alkunsa taiteilijan yhteydenoton pohjalta, tällöin taiteilija otti itse yhteyttä ja tarjosi töitään galleriaan. Ajatus näyttelystä saattoi vaihtoehtoisesti lähteä liikkeelle myös gallerian puolelta. Mielenkiinnon herättyä taiteilijaa kohtaan saatettiin galleriasta ottaa yhteyttä taiteilijaan päin ja tiedustella tämän halukkuutta näyttelyiden pitämiseen. Tällöin saattoi



olla kysymyksessä kutsunäyttely. Osassa gallerioita oli syntynyt gallerian ja tiettyjen taiteilijoiden välille käytäntö, että näyttelyitä järjestettiin säännöllisin väliajoin. Sopiva aikaväli oli noin kaksi vuotta.

Näyttelyn järjestäminen seurasi pääpiirteiltään vakiintunutta kaavaa, jonka mukaisesti solmittiin sopimus gallerian ja taiteilijan välille. Sopimuksessa määriteltiin muun muassa näyttelyn pituus ja se, kuinka näyttelystä aiheutuvat kustannukset jaettiin gallerian ja taiteilijan kesken. Näyttelyn järjestämisestä aiheutuvien kustannusten jakaminen oli pääsääntöisesti riippuvainen siitä, kuinka näyttely oli galleriaan valittu. Jos näyttelyn järjestäminen tapahtui taiteilijan aloitteesta, niin tällöin taiteilija myös osallistui laajemmin näyttelyn kustannuksiin. Kyseessä oli tällöin yleensä taiteilijan maksama näyttelytilan vuokra, sekä tietty myyntipalkkio myydyistä töistä. Täysin julkisen rahoituksen varassa toimineessa galleriassa ei taiteilijalta peritty vuokraa eikä myyntipalkkiota, mutta taiteilija osallistui kutsukorteista ja julisteista syntyviin kustannuksiin.

Kutsunäyttelyissä taiteilijalle aiheutuneet kustannukset jäivät pienemmiksi. Galleria ei tällöin perinyt taiteilijalta tilavuokraa, mutta taiteilijan myydyistä töistä perittiin myyntipalkkio. Se saattoi kutsunäyttelyissä olla hiukan korkeampi prosentti työn myyntihinnasta verrattuna tilanteeseen, jolloin taiteilija suoritti tilasta erillisen vuokran. Kutsunäyttelyiden pitäjät olivat taiteilijoita, joiden näyttelyitä galleristit halusivat omassa galleriassaan järjestää. Alentamalla taiteilijan osuutta kustannuksista saatiin lisättyä gallerian houkuttelevuutta. Vaikka galleria vastasikin tällöin suurimmaksi osaksi (täysin julkisella rahoituksella toimineessa galleriassa kaikista) näyttelyn aiheuttamista kustannuksista, niin kutsunäyttelyiden järjestäminen nähtiin tärkeänä.

*“...vuosittain pyrittiin järjestämään 1-2 kutsunäyttelyä, johon kutsuttiin kovia nimiä.”*

*“Meillä oli hirveän paljon sellaisia näyttelyitä, joista taiteilija ei maksanut mitään. Ne ei ollut millään tavalla hyväntekeväisyyttä, vaan me haluttiin näyttää joitakin töitä ja silloin meille se vuokra tai se raha ei ollut mikään kynnyks.”*

Yksityisissä gallerioissa oli myös myyntikokoelmia. Taiteilijoilla oli mahdollisuus jättää töitään välitettäväksi niihin. Töiden omistusoikeus säilyi tällöin edelleen taiteilijalla ja galleria sai palkkion välittämistään töistä. Yhdistyksen ylläpitämän gallerian yhteydessä toimi taidelainaamo. Lainaamon kautta oli välitettävänä lähinnä Jyväskylän taiteilijaseuran jäsenten töitä, mutta myös muilla näyttelyiden pitäjillä oli mahdollisuus jättää töitään lainaamoon. Taidelainaamo toimi myyntikokoelmien kaltaisesti, eli omistusoikeus töihin säilyi taiteilijoilla. Erona taidelainaamon toiminnassa verrattaessa sitä myyntikokoelmiin oli pyrkimys madaltaa taiteen

hankkimisen kynnystä. Taiteen lainaamisen ja lunastamisen ehdot pyrittiin muotoilemaan asiakkaalle mahdollisimman edullisiksi.

Myyntikokoelman tai taidelainaamon avulla pystyttiin tarjoamaan taiteilijalle mahdollisuus saada myyntituloja näyttelynsä jälkeen tai niiden välillä. Samalla gallerialla oli mahdollisuus esitellä suurempi määrä töitä asiakkailleen. Omistusoikeuden pysyminen taiteilijoilla niin näyttelyissä, myyntikokoelmissa, kuin taidelainaamossakin olevissa töissä liittyi verotuksellisiin seikkoihin. Jos töiden omistusoikeus olisi siirtynyt gallerialle, olisi niistä pitänyt maksaa arvolisäveroa samalla tavalla kuin tavaran kaupassa yleensä tehdään. Kun galleria sen sijaan vain välitti edelleen taiteilijan omistamia töitä, ei välitystoiminnasta jouduttu myöskään maksamaan arvonlisäveroa. Galleristit pitivät tätä erittäin tärkeänä asiana toimintansa kannalta.

Gallerioissa oli myös muuta toimintaa. Täysin julkisin varoin toimineessa galleriassa painotettiin taidekasvatuksellisia päämääriä. Tällöin tärkeänä tekijänä korostui toiminnan esittelemisen erilaisille ryhmille. Osassa gallerioita järjestettiin myyntitilaisuuksia yrityksille ja julkisille tahoille. Eräs gallerioista harjoitti myös julkaisutoimintaa, sekä konsultoi yrityksiä taiteeseen liittyvissä asioissa. Yhdestä gallerioista oli harjoitettu myös kahvilatoimintaa.

Edellä esitellyt keskeisimmät toiminnan muodot (näyttelytoiminta, myyntikokoelma ja taidelainaamo) eivät muuttuneet nousukauden aikana. Hyvä yleinen taloudellinen tilanne vaikutti positiivisesti kaikkien gallerioiden toimintaan. Se paransi toimintaedellytyksiä ja mahdollisti suuremman liikkumavapauden esimerkiksi valittaessa näyttelyn pitäjiä. Toimintaedellytyksien parantuminen näkyi etenkin yksityisten gallerioiden toiminnassa. Laskukausi näkyi galleriatoiminnassa toimintaedellytyksien heikentymisenä ja tätä kautta liikkumavapauden supistumisena. Tästä huolimatta toiminnan perusta pyrittiin pitämään kaikissa gallerioissa entisellään. Kiristynyt taloudellinen tilanne tosin pakotti kiinnittämään huomiota siihen, kuinka kustannuksia onnistutaisiin karsimaan.

*“Tietenkin se oli väljempää (nousukaudella), koska ei tarvinnut mieltä milläs maksat ensi kuun vuokran. Se antoi mahdollisuuksia jopa sellaisten näyttelyiden järjestämiseen...että ei ollut myytävänä yhtään mitään.”*

*“No laskukausi pani sillä tavalla muuttamaan, että menot oli saatava mahdollisimman pieniksi, niin pieneks kun ikinä.”*

*“Rahasta se oli kiinni (laskukaudella), mutta muistelen ettei periaatteellisia toimintatapoja muutettu.”*

### 4.1.1. Taidot

Ensisijaisen tärkeänä tekijänä galleristina toimimisessa nähtiin yleinen taiteen tuntemus ja sen seuraaminen, mitä taiteessa tapahtuu. Toinen haastatteluissa korostunut tekijä oli ihmissuhdetaidot. Koska gallerian rooli sijoittui taiteilijoiden ja asiakkaiden väliin, piti galleriatoimintaa pyörittävällä henkilöllä olla taito toimia molempien tahojen kanssa. Gallerian piti nimittäin pyrkiä tekemään itsestään houkutteleva sekä taiteilijoiden, että asiakkaiden silmissä. Koko toiminnan perustana nähtiin hyvät suhteet taiteilijoihin. Ilman taiteilijoita gallerioilla ei olisi välitettäviä töitä. Galleria pyrki houkuttelemaan taiteilijoita puoleensa ja toimimaan taiteilijoiden kanssa niin, että haluttaessa sama taitelija onnistuttaisiin saamaan galleriaan uudelleenkin. Kyse ei ollut ainoastaan gallerioiden tekemistä valinnoista, vaan galleristit olivat tietoisia siitä, että taiteilijat keskustelivat keskenään gallerioiden laadusta ja sopivuudesta. Taiteilijoiden lisäksi galleristien oli siis tärkeää tuntea myös oma asiakaskuntansa ja osata toimia heidän kanssaan. Taiteen tuntemisen ja ihmissuhdetaitojen lisäksi galleristilta vaadittiin kykyä hoitaa hyvin monenlaisia käytännön asioita. Gallerioita hoidettiin yleensä vain muutaman ihmisen työpanoksella ja työhön liittyi paljon juoksevien asioiden hoitamista.

*“Sitten tämä suusta suuhun menetelmä taiteilijoiden kesken, se näytti kovasti kulkevan ympäri Suomea.”*

*“Usein taiteilijat keskustelevat siitä, että minkälainen joku galleria on, niin keskustellaan siitä minkälainen linja sillä on. Että jos se (gallerian linja) tasollisesti heittelee, toiseksi se voi heitellä tylillisesti, mitä häilyväisempi se on sitä haluttomampi taiteilija on pistämään rahojaan siihen.”*

*“Galleriatoiminta ei voi toimia, jos sulla ei ole asiakkaisiin tiettyä suhdetta ja näppituntumaa. Tämä suhde syntyy pitkän ajan kuluessa.”*

Keskeisenä tekijänä galleriatoiminnassa korostui rehellisyys. Ensisijaisen tärkeää oli toimia rehellisesti sekä taiteilijoita, asiakkaita, että toisia gallerioita kohtaan. Epärehellisesti toimimalla ei uskottu kenenkään selviävän pitkälle, sillä oli kyse pienimuotoisesta liiketoiminnasta, jossa tieto epärehellisestä toiminnasta leviäisi nopeasti. Rehellisyys taiteilijoita kohtaan liittyi lähinnä rahaliikenteen hoitamiseen. Gallerian tuli muistaa kenen rahoista oli kyse ja että myydyistä töistä saadut tulot tuli tilittää rehellisesti ja viivyttelämättä taiteilijalle. Gallerian katsottiin olevan asemassa, jossa se tahtoessaan pystyi käyttämään taiteilijan rahoja väärin. Tämä tekijä korostui haastatteluissa, sillä asian ympärillä oli pahimpina lamavuosina käyty keskustelua.

*“Taiteilijaa ei huijata ja taiteilija saa aina rahansa ja se suhde on hirmu reilu.”*

*“Ja sitten on myöskin tämä, että missä kyllä lamavuosina on joku vähän tehnyt väärin, eli että taiteilijan pitää saada rahansa heti kun asiakas maksaa.”*

*“Laskukaudella oli nähtävissä esimerkiksi Helsingissä, että tietyt galleriat panttasivat taitelijoiden rahoja ja näin saivat pidettyä oman galleriansa pystyssä kun eivät maksaneet taiteilijalle.”*

Rehellisyys asiakkaita kohtaan liittyi lähinnä töiden aitouteen. Töiden tuli olla sitä, mitä niiden sanottiinkin olevan. Galleristilla itsellään piti olla riittävästi tietoa eri tekniikoista. Varsinkin grafiikkaa pidettiin tekniikkana, joka saattoi aiheuttaa ongelmia. Asiakkailla ei usein ollut riittävästi tietoa grafiikasta. He eivät välttämättä erottaneet taidegrafiikan ja painokuvien eroa, eivätkä he tunteneet eri grafiikan tekniikoita tai vedoksiin liittyviä merkintöjä. Tästä johtuen galleristin tuli muistaa, että hän oli asiantuntija. Galleristilla nähtiin olevan velvollisuus pitää huolta siitä, että asiakas saa riittävästi tietoa työstä.

*“...(pitää) asianmukaisesti esitellä mikä on vedos...jos on koevedoksia, niin täytyy myös sitten kertoa asiakkaalle...ihmiset ei siis tunne noita vedosmerkintöjä.”*

*“Kyllä tietysti moraalisia sääntöjä on. Esimerkiksi jos puhutaan grafiikasta, niin aina välillä siihen törmää, että myydään taidegrafiikkana sellaisia töitä jotka ovat painotöitä.”*

Rehellisyyteen asiakkaita kohtaan liitettiin myös oikea tapa esitellä taidetta asiakkaille. Taiteen esittelemisen ja myymisen katsottiin poikkeavan suoraviivaisesta myyntityöstä, eikä niiden missään tapauksessa haluttu muistuttavan aggressiivista pakkomyyntiä. Töiden hinnoistakaan ei puhuttu suoraan, ellei asiakas niitä tiedustellut. Hinnat oli merkitty näyttelyluetteloon, josta asiakkaalla oli mahdollisuus ne tarkistaa.

*“Hyvä taiteen esittelytapa on tosiasioita kertova,...ei sellainen niin kuin kodinkonekaupassa, vaan asiantunteva esittely.”*

*“Tehtävänä ei ollut vihjatakaan siihen suuntaan, että näitä voisi ostaakin. Mutta hinnat olivat näyttelyluettelossa ja sillä sipuli.”*

Rehellisyyttä tuli osoittaa myös toisia gallerioita kohtaan. Tämä liittyi keskeisesti eri gallerioiden ympärille muodostuneihin taiteilijoiden talleihin. Käytäntöön liittyi pelisääntöjä, joiden mukaisesti toisen gallerian tallin taiteilijat tuli jättää rauhaan.

*“...että ei saa mennä toisen talliin...jokaisella gallerialla on vähän niin kun omat taiteilijansa.”*

#### 4.1.2. Tuloksen arvioiminen ja toiminnan jatkumisen edellytykset

Tulostaan galleriat arvioivat ennen kaikkea taiteellisten tekijöiden kautta. Ne nostettiin haastattelussa tärkeimmiksi tuloksen arviointiin liittyviksi tekijöiksi. Taiteellisten tekijöiden arvioinnissa seurattiin sekä yleisön, taiteilijoiden ja tiedotusvälineiden mielipiteitä näyttelyistä ja gallerian toiminnasta. Se, mitä nämä taiteelliset tekijät pitivät sisällään, oli vaikeasti määriteltävissä. Yksityisissä gallerioissa huomioitiin myös se, että toiminnan jatkuminen oli kiinni gallerian tekemästä taloudellisesta tuloksesta, eli töiden myynnistä. Julkisen rahoituksen varassa toimineissa gallerioissa taas kiinnitettiin enemmän huomiota kävijämääriin, joita seurattiin tarkasti, ja ne myös raportoitiin toimintakertomuksissa. Tuloksen arviointiin liittyi täysin julkisen rahoituksen varassa toimineessa galleriassa myös se, kuinka taidekasvatukselliset päämäärät olivat toteutuneet.

*“Tietysti se taso, eli pyrittiin ylläpitämään mahdollisimman korkeata tasoa niin ettei ihan mitä tahansa haluttu esitellä...se on vaikeasti määriteltävä asia, mutta kyllähän varmaan jokainen alan ammattilainen tajuaa missä se raja kulkee. Se on ikään kuin sisään rakennettu.”*

Sekä yksityisissä, että osittain tai kokonaan julkisen rahoituksen varassa toimineissa gallerioissa toiminnan jatkumisen nähtiin olevan riippuvainen siitä, että rahoitus oli kunnossa. Tämä tarkoitti joko riittäviä myyntituloja toiminnan jatkamiseen, riittävää tukea julkiselta sektorilta, tai yhdistetysti molempia edellä mainittuja. Taloudessa tapahtuneet muutokset vaikuttivat sekä yksityisten, että julkisten gallerioiden rahoituslähteiden toimintaan. Nousukausi oli parantanut toimintaedellytyksiä, sillä toimintaa rahoittavilla tahoilla oli halukkuutta käyttää rahaa myös taidehankintoihin ja taiteen tukemiseen. Laskukausi kiristi tilannetta, sillä galleriatoimintaa rahoittavien niin yksityisten kuin julkistenkin tahojen oma taloudellinen tilanne kiristyi. Tämä näkyi yksityisissä gallerioissa myyntitulojen pienentymisenä. Julkisrahoitteisissa gallerioissa taloudellisen tilanteen kiristyminen yhdistyi lisäksi rahoittajana toimineen Jyväskylän kaupungin taloudellisen tilanteen heikentymiseen. Toiminnan jatkumiseksi täytyi rahoituksen lisäksi löytyä innostusta jatkaa galleriatyötä. Henkilökohtaisena edellytyksenä oli se, että työ säilyi mielekkäänä. Toiminnan ylläpitämiseen liittyi myös mahdollisuus palkata riittävä määrä työntekijöitä. Tärkeänä nähtiin lisäksi se, että hyvät suhteet taiteilijoihin, asiakkaisiin ja tiedotusvälineisiin pysyivät kunnossa.

*“...kaupallisissa gallerioissa lama syntyi juuri siitä, ettei taidetta mennyt kaupaksi, niin täällä tietyllä tavalla gallerioista keskustelu...liittyi enemmän siihen, että kaupungin*

*budjetissa oli ongelmia.”*

*“Taloudellista varmuutta kunnallisella puolella tuskin enää onkaan...tämähän liittyy kaikkeen kunnan talouteen ja kiinteistöihin, siihen millaisen kannan kunta ottaa esimerkiksi omiin kiinteistöihinsä.”*

## 4.2. Näyttelypolitiikka ja näyttelyohjelma

Yhdistävinä tekijöinä eri gallerioiden näyttelypolitiikan muodostumisessa oli pyrkimys esitellä hyvää taidetta, sekä pyrkimys esitellä pääsääntöisesti elävien taiteilijoiden töitä. Näyttelypolitiikan muotoutumiseen vaikutti myös se, oliko galleria erikoistunut vain tietynlaisen taiteen esittelemiseen, vai pyrkikö se esittelemään taidetta keskittymättä erityisesti mihinkään tyyliin tai tekniikkaan. Täysin julkisen tuen varassa toiminut galleria oli keskittynyt grafiikkaan ja muut pyrkivät esittelemään taidetta keskittymättä. Vaikka hyvän taiteen esitleminen oli gallerioiden yhteinen päämäärä, oli nähtävissä erilaisia tekijöitä, jotka ohjasivat näyttelypolitiikan hahmottumista ja hyvän taiteen valitsemista.

Näyttelypolitiikan muodostumiseen näytti vaikuttaneen se, millä tavalla galleria toimintansa rahoitti. Jos toiminnan rahoittaminen oli suoraan riippuvainen myynnistä, niin myynnin aikaan saaminen oli tekijä, joka oli tärkeänä tekijänä näyttelypolitiikkaa koskevia valintoja tehtäessä ja hyvää taidetta määritettäessä. Tällöin pyrittiin ottamaan huomioon asiakkaiden suhtautuminen taiteeseen ja tekemään valintoja pitäen silmällä mahdollista myyntiä.

*“Sellainen seikka joka oli pakko ottaa huomioon, että tämä galleria oli yksityisgalleria, eikä siis saanut markan markkaa mistään apurahoja...että kaikki millä piti elää ja millä pystyttiin pystyssä piti tulla asiakkailta.”*

Jos rahoituslähteenä oli kokonaan julkinen tuki, niin myös se näkyi näyttelypolitiikkaa laadittaessa. Näyttelypolitiikkaan liittyviä valintoja tehtäessä ei tässä tapauksessa otettu huomioon taiteen myyntiin liittyviä seikkoja, vaan valintoja ohjasivat muun muassa nuorten taiteilijoiden ja ei-kaupallisen taiteen huomioiminen. Tällöin rahoituslähteen katsottiin antavan mahdollisuuden toimia ei-kaupallisista lähtökohdista. Kaupallista taiteen välitystoimintaa kohtaan saatettiin tuntea jopa ristiriitaa.

*“...meidän näyttelyt eivät aina olleet niin sanottuja myyntinäyttelyitä, että tässä oli mun mielestä ollut sellainen selkeä työnjako kaupallisiin verattuna ja me ei edes haluttu mennä sinne puolelle.”*

*“Kyllä meillä tämä ei-kaupallisuus oli tämä lähtökohta...antaa tilaisuus nuorille ja sellaisille jotka eivät ikinä...pääse tonne kaupallisiin gallerioihin. Ja useimmiten nykyään tehdään paljon sellaista taidetta, joka ei ole tarkoitettukaan myyntiin, esimerkiksi installaatioita, niin eihän niitä tietystikään kaupallisissa gallerioissa voi olla.”*

*“Siinä voisi melkein sanoa sen, että joka tuntee taiteen ja tuntee intohimoa taidetta kohtaan, niin se ei välttämättä koskaan pysty kaupalliseen toimintaan. Että ne eivät välttämättä muodosta parivaljakkoa...(vastaavasti) se joka haistelee enemmänkin ostajan esteettistä maailmaa ja tajua, niin se on kyvykkäämpi kaupalliseen toimintaa.”*

Näiden kahden näyttelypolitiikkaa muotoilevan periaatteen väliin sijoittui kolmas tapa toimia. Tällöin tiedostettiin se, että toiminnan rahoittaminen tapahtui osittain tai kokonaan taiteen välittämisestä saadun tulon kautta. Tästä huolimatta ei hyvää taidetta valittaessa pyritty valitsemaan juuri niitä taiteilijoita ja sellaisia töitä, joiden uskottiin lisäävän myyntiä. 1980-luvun hyvä taloudellinen tilanne ja ihmisten laajentunut kiinnostus taidetta kohtaan mahdollistivat tämän kaltaisen toiminnan. Tällöin gallerian näyttelyohjelmaan voitiin valita sellaisiakin taiteilijoita ja töitä, joista tiedettiin jo etukäteen, että niistä ei saada myyntituloja.

*“Me otettiin sellaisia riskejä, että kun oli sellainen näyttely joka möi, niin sen jälkeen sitten otettiin sellaisia riskejä, että otettiin sellaisia näyttelyitä joista tiedettiin, että tämä ei tule kauheasti myymään.”*

*“Se antoi mahdollisuuksia jopa sellaisten näyttelyiden järjestämiseen...että ei ollut myytävänä yhtään mitään.”*

Lisäksi suhtautuminen nuoriin taiteilijoihin vaihteli eri gallerioissa ja ohjasi näyttelypolitiikkaa. Asennoituminen nuoriin taiteilijoihin liittyi osittain siihen, mikä koettiin hyväksi taiteeksi. Nuoret, vielä nimettömämmät taiteilijat, voitiin nähdä mahdollisuutena, joihin kannatti panostaa ja joille tuli antaa mahdollisuus. Tai sitten heidät nähtiin epävarmuustekijöinä, joiden näyttelyitä kannatti harkita tarkasti.

*“Ja sitten tietenkin kun oli näitä uusia, niitähän valmistui joka vuosi hirveä määrä, niin se on hirveän vaikea sieltä löytää ja napata sellainen, joka todella on sellainen, josta tulee jotain.”*

*“...että nämä nuoret taiteilijat saisi töitään myydyksi, sillä se oli hirveän tärkeää. Totuushan on että jos sulla on joku finlandiapalkinto tai kauhean suuri apuraha, niin sä voit kiskasta sun taulujen hinnat ihan kattoon, koska ei sun tarvi myydä mitään ihan faktisesti. Sitten on paljon sellaisia ihmisiä, jotka joutuu tekemään valtavasti opetustyötä*

*ja silloin omalle työlle jää ihan hirveän vähän aikaa ja silloin oli tosi onnellinen jos pysty auttamaan...”*

Näyttelypolitiikan muotoutumiseen vaikutti myös se, millaisia taiteilijakontakteja galleria pyrki saamaan. Kaikissa gallerioissa nähtiin tärkeänä paikallisten taiteilijoiden töiden esittelemisen. Paikallisiksi taiteilijoiksi katsottiin keskisuomalaiset taitelijat. Yhtä tärkeinä paikallisten kontaktien kanssa pidettiin kansallisia, koko Suomen kattavia kontakteja. Kaikissa gallerioissa oli järjestetty myös ulkomaalaisten taiteilijoiden näyttelyitä. Osassa gallerioista ulkomaalaisten taiteilijoiden näyttelyiden järjestäminen koettiin yhtä tärkeänä kuin paikallisten ja kansallisten taiteilijoiden töiden esittelemisen. Yhdessä gallerioista ulkomaalaisten taiteilijoiden töiden esittelemisestä luovuttiin kuitenkin kokonaan, sillä siihen katsottiin liittyvän liikaa riskejä.

Siihen, kuka päätti näyttelypolitiikkaa ja näyttelyohjelmaa koskevista tekijöistä, vaikutti gallerian omistus pohja. Yksityisissä gallerioissa päätökset teki selvemmin galleristi itse. Sen sijaan julkista rahoitusta saavissa gallerioissa päätöksen tekemiseen osallistui useampia henkilöitä. Yhdistyksen ylläpitämässä galleriassa päätöksiä teki näyttelytoimikunta, joka koostui yhdistyksen puheenjohtajasta, kahdesta näyttelytoimikunnan jäsenestä ja galleristista. Täysin julkisin varoin toimineessa galleriassa päätöksentekoon osallistui galleritoiminnasta vastuussa oleva henkilö, sekä grafiikan läänintaiteilija.

Galleristit eivät suoranaisesti puhuneet omista talleistaan, mutta eri gallerioissa oli yksittäisiä taiteilijoita tai tiettyyn ryhmään kuuluvia taiteilijoita, joiden töitä oli esillä säännöllisin väliajoin. Se, kuinka nämä taiteilijat olivat valikoituneet, saattoi yksityisissä gallerioissa liittyä lähinnä galleristin omaan taidemakuun. Se saattoi myös liittyä siihen, että galleristi uskoi asiakaskuntansa pitävän tiettyjen taiteilijoiden töistä. Julkista rahoitusta saaneissa gallerioissa nämä taiteilijat olivat joko galleriatoimintaa ylläpitävän yhdistyksen jäseniä, tai kiinteästi gallerian yhteydessä työskenteleviä taiteilijoita.

*“Kyllä oli tiettyjä taiteilijoita joiden töitä halusin seurata muutaman vuoden välein...sellaisia joista itse tykkäsin.”*

*“...on tullut sellaisia lempitaiteilijoita, jotka tykkäsi meistä ja me tykkättiin hänestä ja sitten oli sovittu, että se kerta kaikkiaan menee kahden vuoden välein. ...ne oli sellaisia joista ihmiset tykkäävät ja joita ihmiset tuli katsomaan ja ostivat myös.”*

*“Nämä omat taiteilijat ovat tietyllä tavalla tallissa...ne ketkä tuolla pajassa työskentelevät säännöllisesti...ei se sinäänsä mikään talli ole, ettei mitään sopimusta ole.”*



Taiteilijoita koskevia valintoja ohjaili myös pyrkimys esitellä ammattitaiteilijoiden töitä. Harrastelijataiteilijat tulivat kysymykseen siinä tapauksessa, että he olivat saavuttaneet tunnustusta. Siihen kuinka näyttelyohjelma muotoutui vaikutti myös taiteilijoiden aikataulut. Lisäksi galleria asetti tilana rajoituksia taiteilijoiden ja heidän töidensä valinnoille. Koska galleriat olivat kooltaan melko pieniä ja huonekorkeudeltaan matalia, suurten töiden esitleminen oli hankalaa. Myös töiden hinnoilla saattoi olla vaikutusta valittaessa näyttelyyn esille tulevia töitä.

*“No se, että pitäisi olla ammattitaiteilijoita, että harrastajataiteilijoita ei oikeastaan otetukkaan, ellei sitten voi katsoa, että tämä harrastaja on jo tehnyt niin kauan ja on niin korkeatasoinen.”*

*“Galleria tila oli erittäin matala tila ja tämäkin vaikutti siihen, ketä taitelijoita voitiin ottaa.”*

*“Jos oli kyse esimerkiksi 12 000 markan työstä niin niitä ei laitettu koko galleriaa täyteen. Vaan laitettiin myös muun hintaista.”*

Nousukaudella ei koettu olleen vaikutusta taiteilijoita tai heidän töitensä koskeviin valintoihin. Hyvä taloudellinen tilanne antoi kuitenkin liikkumavapautta valintojen tekemisessä, ja tämä korostui ennen muuta yksityisissä gallerioissa. Julkista rahoitusta saaneissa gallerioissa laskukaudenkaan ei nähty vaikuttaneen taiteilijoita tai töitä koskeviin valintoihin. Taloudellisen tilanteen heikentyminen ja taidehankintojen supistuminen vaikuttivat kuitenkin selvemmin yksityisten gallerioiden taiteilijavalintoihin. Galleriat pyrkivät tällöin valitsemaan joko niitä taiteilijoita, joiden oletettiin lisäävän myyntiä, tai sitten galleriat pyrkivät pitämään kiinni linjastaan, eivätkä antaneet valintojensa olla kiinni myynnin lisäämisestä.

*“Kyllä se vaikutti...että valittiin mielellään sellaisten taiteilijoiden töitä, joista tiesi, että niitä ostetaan...koska ei ollut varaa siihen, että ei osteta mitään.”*

*“...niin kyllä se jollakin tavalla vaikutti. Mutta yrityksenä oli pitää se mahdollisimman pienenä. Sillä ei sen pitäisi olla yhtä ylämäkeä ja alamäkeä sen mukaan kun suhdanteet kulkee.”*

*“Meillä kauhean vähän vaikutti taloudellinen tilanne valintoihin. Me ihan tarkkaa tiedettiin ketkä möi. Me ei haluttu näyttää sisustustaidetta, vaikka se olisi ollut miten hyvää...tarkoitin sellaista, että tiedettiin että myydyksi tulee tietynlainen grafiikka ja tiettyjen ihmisten tekemät...”*

Laskukauden aikana taiteilijoiden katsottiin tulleen varovaisemmiksi. Näyttelyn järjestäminen galleriassa on yleensä taitelijalle suuri taloudellinen panostus. Taiteilija maksaa tilasta vuokran

riippumatta siitä, syntykö näyttelystä myyntituloja. Jos näyttelyn kautta ei syntynyt myyntiä, näyttely muodostui taiteilijalle taloudelliseksi tappioksi. Poikkeuksena oli näyttelyn järjestäminen galleriassa, joka ei perinyt tilavuokraa tai tilanne, jossa taiteilijalle avautui mahdollisuus kutsunäyttelyyn.

*“Laskukaudella oli huomattavissa, että taitelijat alkoivat vieroksua perittäviä vuokria ja provisioita.”*

*“Taiteilijat alkoivat katsoa gallerioita sillä tavalla, että missä kannattaa pitää näyttelyitä.”*

### 4.3. Asiakkaat

Suurin osa gallerioiden asiakkaista oli ihmisiä, jotka tulivat näyttelyyn katsomaan taidetta. Asiakkaissa oli erotettavissa intohimoisia näyttelyissä kävijöitä, sekä satunnaisemmin näyttelyihin ajautuvia henkilöitä. Koska julkisen tuen varassa toimineessa galleriassa toimintaan liittyi myös taidekasvatuksellisia päämääriä, tärkeän kävijäryhmän muodostivat erilaiset ryhmät, joille toimintaa esiteltiin. Osa niistä oli lapsiryhmiä. Gallerioiden asiakaskunnat muodostuivat paikallisesti, jolloin niiden katsottiin käsittävän laajimmillaan Keski-Suomen alueen. Asiakaskunnan uskottiin olevan eri gallerioissa suurinpiirtein samaa ja muodostuvan lähinnä melko pienestä joukosta yksityisiä ihmisiä. Näiden henkilöiden uskottiin olevan myös museoiden asiakkaita ja yleisestikin aktiivisia kulttuuripalveluiden kuluttajia. Yksityisten ihmisten rooli gallerioiden asiakkaina korostui puhuttaessa sekä gallerioissa kävijöistä, että gallerioiden kautta taidetta hankkineita tahoista.

*“Jyväskylä on niin pieni kaupunki, että täällä on oikeastaan vain muutama harva yritys tai laitos, joka tekee taidehankintoja. Kyllä se on pääsääntöisesti aivan yksittäisten ihmisten varassa tämä taiteen hankkiminen.”*

*“Mä väitän, että gallerioissa käyvät ihmiset on samoja ne käy kaikissa gallerioissa, että asiakaskunta on pitkälti sama kaikissa gallerioissa. Tai ainakin ne kävijät. Ja se on pieni poppoo.”*

*“Suurin osa taidetta gallerioista ostavista on keski-ikäisiä, keskiluokkaisia, pääsääntöisesti naisia, mutta paljon myös miehiä...heillä on vakituinen virka tai työ joka on suhteellisen vakituista.”*

Gallerioiden kautta taidetta ostaviksi asiakasryhmiksi nähtiin sekä yksityiset ihmiset, yritykset, että julkiset tahot. Yksityisten ihmisten muodostamasta ryhmästä erotettiin alaryhmiä. Jaottelu tapahtui sen perusteella, millaisena galleristit näkivät ihmisten suhtautumisen taiteeseen. Alaryhmät nimettiin taiteen keräilijöiksi, vannoutuneiksi taiteen ystäviksi, sisustajiksi ja sijoittajiksi. Taiteen keräilijöitä oli Jyväskylän alueella vain vähän ja heidän valintojaan ohjasi mieltymys tietynlaisen taiteen keräämiseen. Vannoutuneet taiteen ystävät hankkivat taidetta rakkaudesta taiteeseen. Hankittu taide oli sellaista, josta todella pidettiin, eikä valintoja johdattanut pohdinta siitä, kuinka työ saatiin sijoitettua kotiin. Sisustajien valintoja sen sijaan ohjasi kodin sisustus, johon sopivaa taidetta etsittiin. Valintakriteerinä saattoi olla esimerkiksi työn väritys. Vannoutuneet taiteen ystävät ja sisustajat olivat aktiivisimpia taiteen hankkijoita. Sijoittajien valinnat liittyivät taiteen arvon oletettuun kehittymiseen. Nousukauden aikana lisääntyivät tiedustelut koskien sitä, kuinka galleristit uskoivat tietyn teoksen tai tietyn taiteilijan töiden hintojen kehittyvän. Galleristit eivät kuitenkaan nähneet omana roolinaan taiteen arvon kehittymisen arvioimista. Se nähtiin myös vaikeana siksi, että gallerioissa esillä oleva taide oli pääsääntöisesti elävien taiteilijoiden tekemää.

*“Hirmu harva...osti ihan sellaisen odotusarvon takia. Että kyllä joku kysy miten odottaisin tämän arvon nousevan tai laskevan. Siinä vaiheessa suosittelin hankkimaan pörssiosakkeita, niiden säilyttäminenkin on helpompaa.”*

*“Ei siihen oikein voi vastata, koska oli kysymys grafiikasta ja suht nuorten tekijöiden ja siitä millä aikavälillä he sitä ajattelivat. Ei siihen pystynyt vastaamaan muuta kun sanomalla mitä se tällä hetkellä on.”*

Taidehankintoja tekeviä julkisia tahoja oli vähän. Ryhmä koostui lähinnä Jyväskylän kaupungista, ympäröivistä kunnista ja Keski-Suomen sairaanhoitopiiristä. Julkisen tahojen taiteen hankkimista katsottiin ohjaavan tietty hankintapolitiikka. Esimerkiksi Jyväskylän kaupungilla oli oma taidekokoelmansa, jonka kartuttamisessa noudatettiin määrättyä linjaa. Myös päätöksiä tekevien henkilöiden henkilökohtaisilla mieltymyksillä saattoi olla vaikutusta valintoihin. Keski-suomalaiset yritykset eivät olleet juurikaan kiinnostuneita taiteen hankkimisesta. Jos taidetta ostettiin, niin sitä ostettiin lähinnä lahjaksi yhteistyötahoille. Ainoastaan hyvin harvoin yritykset ostivat taidetta omiin toimitiloihinsa sijoitettaviksi.

Nousukausi ei näkynyt muutoksena asiakaskunnan rakenteessa, mutta asiakaskunnan määrä kasvoi. Määrän kasvu näkyi etenkin yksityisten ihmisten lisääntyneenä kiinnostuksena taiteeseen. Galleristien mukaan myös aikaisempaa nuoremmat ihmiset kiinnostuivat taiteesta. Vaikka julkista sektoria tai yritysasiakkaita ei pidetty gallerioiden tärkeimpinä asiakasryhminä,

niin myös ne toimivat nousukaudella aktiivisemmin. Tämän katsottiin johtuneen siitä, että tällöin oli käytettävissä enemmän määrärahoja myös taiteen hankkimiseen.

*“...sillä tavalla, että laajempi piiri kiinnostu hankkimaan taidetta...enemmän ihmiset kiinnostuivat ja tajusivat, että voi myös oikeata taidetta ostaa kotiinsa.”*

Laskukausikaan ei muuttanut asiakasrakennetta, joka jo aikaisemminkin oli muodostunut pääosin yksityisistä ihmisistä. Laskukaudella nähtiin olleen vaikutusta kaikkien asiakasryhmien käyttäytymiseen. Tämä korostui yksityisten ihmisten käyttäytymisen muutoksena. Gallerioissa kävi samoja ihmisiä kuin aikaisemminkin, mutta taiteen myynti laantui. Taloudellisen tilanteen kiristyminen näkyi erityisesti yksityisten ihmisten ostopäätösten teon vähentymisenä. Samalla myös julkisten tahojen, kuten Jyväskylän kaupungin ostomäärärahat pienenevät entisestään ja myös ne muutamat yritykset, jotka olivat nousukaudella hankkineet taidetta, lakkasivat sitä ostamasta

*“Samat ihmiset kävivät, mutta he eivät vaan ostaneet laskukaudella. He vaan kävivät.”*

*“Pääsääntöisesti mun mielestä taidemarkkinoissa se tuli hirveän tällaisena psykologisena, eli että kävi niin, että se on moraalitonta tuhlata rahaa kaikennäköiseen hörhöön. Eli ihmiset osti pyykkikoneita, koska se oli kunnollista. Ihmiset makso asuntolainoja pois ihan huikeita määriä...koska se oli silloin säästötalkoot ja kaikki säästää.”*

*“...ainoastaan se keski-ikäinen keskiluokkainen virkamieskunta tuli paljon varovaisemmaksi ja siinä näkyy se heidän ostovoimansa.”*

#### **4.4. Myyntimäärät ja hinnat**

Puhuttaessa taiteen myyntimääristä ja hinnoista kävi ilmi, että galleristeilla oli selkeät mielipiteet siitä, millaisen taiteen uskottiin myyvän. Koska suurin osa ostavasta asiakaskunnasta oli yksityishenkilöitä, katsottiin kooltaan melko pienten teosten menevän helpoiten kaupaksi. Yksityishenkilöt myös ostivat ennemmin maalauksia ja grafiikkaa kuin veistoksia. Näiden tekijöiden lisäksi mainittiin lisäksi esittävän taiteen myyvän paremmin kuin esimerkiksi abstraktien töiden. Myös töiden hintojen nähtiin suoraan vaikuttavan niiden myyntiin. Parhaiten kaupaksi nähtiin menevän noin 2 000 markan työt ja jos hinta nousi yli 5 000 markan, myyminen kävi huomattavasti hankalammaksi. Grafiikan nähtiin olevan kokonsa ja hintansa vuoksi helposti myytävää ja helposti yksityiskotiin sijoitettavaa. Lisäksi ihmisten nähtiin olevan Jyväskylässä erityisen kiinnostuneita grafiikasta ja grafiikan katsottiin saaneen vahvan aseman Jyväskylässä. Suhtautumisen grafiikkaa kohtaan nähtiin yleisemmin muuttuneen 1980-luvun kuluessa. 1980-luku nähtiin taidegrafiikan nousukautena. Aikaisemmin grafiikka oli pidetty lähinnä painokuvina

ja sitä oli arvostettu vähemmän kuin maalausta tai kuvanveistoa. Asenteiden muutos alkoi jo 1970-luvun puolella, mutta varsinainen “läpimurto” tapahtui 1980-luvulla. Eräänä tekijänä pidettiin myös sitä, että 1980-luvulla tehtiin runsaasti kiinnostavaa grafiikkaa, josta esimerkkinä mainittiin värigrafiikan lisääntyminen.

*“Grafiikka myy aika hyvin suhteessa, sen takia, että sen sijoittaminen yksityiskotiin on helpompaa, eli koko ja hinta.”*

*“Jyväskylä on sellainen grafiikan kylä...ihmiset ovat kauheasti kiinnostuneita grafiikasta.”*

*“1980-luvun loppupuoli oli sellaista taidegrafiikan nousukautta...koska se on ollut aina hiukan arvostuskysymys, se taidegrafiikka kontra joku maalaus tai kuvanveisto..kyllä se alkoi varmaan 1970-luvun lopulla ja sitten ennen kaikkea 1980-luvulla.”*

Gallerioiden kautta välitettävän taiteen hinnan määritteli taitelija. Galleristien mielestä töiden hinnoitteluun ei puututtu, ellei taiteilija itse kysynyt apua. Jos työt galleristin mielestä olivat alihinnoiteltuja, hän saattoi siitä vihjata taiteilijalle. Epävarmassa tilanteessa taiteilija saattoi kysyä apua hinnoittelussa galleristilta. Epävarman tilanteen eteen joutuivat useimmiten nuoret taiteilijat, joilla oli suhteellisen vähän kokemuksia gallerianäyttelyiden pitämisestä. Aikaisempien näyttelyiden kautta taiteilijoille katsottiin muodostuneen tietynlainen kosketus omien töidensä hinnoitteluun. Aikaisemmilla näyttelypaikoillakin nähtiin olevan vaikutusta hintojen muodostumisessa. Hinnoitteluun näytti vaikuttaneen myös se, missä päin Suomea näyttely kulloinkin pidettiin. Hintataso oli Helsingissä korkeampi kuin Jyväskylässä.

*“...jos (taiteilija) on menestyvän tunnetun gallerian tallissa, se hinta alkaa muodostua ja taiteilija kun itse loppujen lopuksi määrittelee hintansa, hän tavallaan määrittelee oman paikkansa siinä...”*

*“Sitä (hintaa) ei missään tapauksessa galleria määritellyt. Ei millään tavalla.”*

*“...neuvottelimme mikä on sopiva hintataso Jyväskylän korkeudella. Se on vähän eri kuin Helsingissä. Yleensä taiteilijat pikkuisen laskevat...että Jyväskylässä on pikkuisen edullisemmat hinnat kuin Helsingissä.”*

Nousukauden nähtiin vaikuttaneen sekä taiteen myyntimääriin, että hinnoitteluun. Kasvaneen kysynnän myötä myyntimäärät kasvoivat ja samalla töiden hinnat nousivat ylöspäin. Kummak-  
suntaa herätti etenkin nuorten melko tuntemattomien taiteilijoiden itse töilleen asettamat hinnat. Kohonneista hinnoista huolimatta taidetta myytiin. Asennoitumisessa taiteen kuluttamista

kohtaan nähtiin tapahtuneen muutos ja taiteen hankkimisen nähtiin kiinnostaneen aikaisempaa laajempaa ryhmää.

*“Kyllä mun mielestä silloin alkoi näkyä tämä aika voimakas hintojen nousu. Jopa tällaiset aivan nuoret vasta valmistuneet taitelijat piti aika korkeita hintoja.”*

*“Sellaista villiä vapautta tuli taiteisiin ihan luonnollisella tavalla, kun yksityisillä ihmisillä ja yhteisöilläkin oli enemmän rahaa.”*

Laskukausi aiheutti muutoksen ihmisten suhtautumisessa kuluttamiseen. Taidekaupassa se näkyi sekä taiteen myyntimäärissä, että taiteen hinnoissa. Laskukausi näkyi etenkin taiteen kysynnän laantumisenä, joka johti myyntimäärien romahtamiseen. Tätä kautta myös hintatason katsottiin madaltuneen tai pikemminkin palautuneen tasolle, jolla se oli ennen nousukauden huippua. Taiteilijoiden hinnoittelun muutos riippui myös taiteilijasta. Nuoriin taiteilijoihin sen katsottiin vaikuttaneen voimakkaimmin. Lisäksi se, millä tekniikalla työt oli tehty, vaikutti siihen, kuinka kysyntä laantui tai hinnat madaltuivat. Laman nähtiin selvimmin vaikuttaneen marginaaliseen taiteeseen. Huonosta taloudellisesta tilanteesta huolimatta oli tiettyjä tyyliisuuntia (esimerkiksi naivistiset työt) ja tiettyjä taiteilijoita (esimerkiksi Kirsi Neuvonen), jotka myivät.

*“Se oli mahdoton aika myydä yhtään mitään.”*

*“... mutta myyntimäärään se vaikutti. Että taiteilija joka oli myynyt nousukaudella hyvin ei välttämättä laskukaudella myynyt mitään. Ehkä se johtui tilanteen epävarmuudesta.”*

*“ (Laskukausi vaikutti) hintoihin riippuen taiteilijoista. Vanhemmilla taiteilijoilla, joilla on apuraha tai status vähän, nuorilla vaikutti paljon.”*

*“Se oli varsinkin silloin lama-aikana kun näyttelyistä ei myyty, kun paitsi muutama taiteilija pelasti näyttelytoiminnan.”*

*“...pahimpaan lama-aikaan jotkut varmat, sellaiset klassiset genret, jotkut ihmiset olivat keränneet aina, niin ne möi.”*

#### **4.5. Yhteistyöverkostot**

Kaikissa gallerioissa nähtiin tärkeänä yhteydenpito tiedotusvälineiden, taiteilijoiden, sekä asiakkaiden kanssa. Kontaktit olivat paikallisia, kansallisia ja kansainvälisiä. Yhteistyöverkoston paikallisuus korostui yhteistyönä tiedotusvälineiden ja asiakkaiden kanssa. Taiteilijakontakteissa taasen korostuivat kaikki kolme tasoa (paikallinen, kansallinen ja kansainvälinen). Yhteistyöverkostot pysyivät rakenteeltaan samanlaisina sekä nousu- että laskukaudella. Nousu-

kauden aikana yhteistyöverkostot laajentuivat muun muassa siitä syystä, että suurempi joukko tiedotusvälineitä ja yksityisiä ihmisiä kiinnostui taiteesta ja gallerioiden toiminnasta.

1980-luvun nousukausi nähtiin aikana, jolloin taidetta koskevat asiat saivat tiedotusvälineissä osakseen uudenlaista huomiota. Tiedotusvälineiden kasvaneen kiinnostuksen myötä lisääntyi taiteita koskeva julkisuus. Julkisuuden myötä ihmiset saivat yhä laajemmin tietoa taiteeseen liittyvistä asioista ja yhä useampien uskottiin kiinnostuneen taiteesta tätä kautta. Tiedotusvälineiden kiinnostus lisääntyi valtakunnallisesti, mutta myös paikallisella tasolla tapahtui muutos. Tiedotusvälineet eivät keskittyneet ainoastaan kaikista tunnustetuimpien taiteilijoiden ja taidemuotojen käsittelemiseen, vaan julkisuutta sai 1980-luvulla osakseen aikaisempaa suurempi määrä taiteilijoita. Esimerkiksi nuoret taiteilijat ja aikaisemmin vähemmälle huomiolle jääneet tekniikat saivat tiedotusvälineissä osakseen uudenlaista huomiota.

*“Tiedotusvälineilläkin oli jotakin tekemistä, mutta tarkoitan nyt ihan valtakunnallisesti, että taiteesta kirjoitettiin ja puhuttiin ja oli ohjelmia enemmän...niin ehkä se sitten kiinnosti ja herätti ihmisten kiinnostuksen.”*

*“Se oli niin massiivista se mediavyörytys, että sinne mahtui muutakin kuin sitä perinteistä ja yleisesti hyväksyttyä. Elikä se oli nuorille taiteilijoille ainakin mun mielestä merkittävää.”*

Tiedotusvälineet nähtiin tärkeänä väylänä, jonka kautta voitiin tiedottaa omasta toiminnasta. Gallerioilla ei ollut varaa mainontaan. Tämän vuoksi oli tärkeää herättää huomiota tiedotusvälineiden suuntaan. Tiedotusvälineitä informoitiin näyttelyistä. Toimituksiin lähetettiin avajaiskutsu, sekä kutsu mahdolliseen taiteilijaa ja näyttelyä koskevaan tiedotustilaisuuteen. Keskisuomalainen nähtiin paikallisuutensa vuoksi tärkeimpänä tiedotuskanavana. Ihmisten uskottiin Jyväskylässä ja Keski-Suomessa seuraavan melko tarkasti juuri Keskisuomalaisen kautta sitä, mitä ympäristössä tapahtuu. Jos näyttelystä oli kirjoitettu lehdessä, niin se näkyi suoraan näyttelyn kävijämäärässä. Galleristit kokivat Keskisuomalaisen toimineen välillä melko eriskummallisen periaatteen mukaisesti. Gallerioiden toiminnasta ja näyttelyistä kyllä kirjoitettiin lehdessä, mutta usein kävi niin, että näyttelyä koskeva juttu ilmestyi vasta näyttelyn viimeisinä päivinä. Nousukauden aikana taide ja gallerioiden toiminta kiinnosti enemmän myös paikallislehtiä ja -radioita. Laskukauden myötä näiden viestimien kiinnostus laantui.

*“...jos on lehdessä, niin kyllä sen näkee heti. Kaikista parashan se olisi sillä tavalla, että olisi tämä etukäteispuffi ja sitten olisi varsinainen kritiikki jossain sopivassa vaiheessa. Mutta siinä oli vähän vaikeuksia...”*

*“Keskisuomalaisella oli jossain vaiheessa sellainen omituinen julkaisupolitiikka,*

*kritiikki julkaistiin aina samalla viikolla kun se näyttely loppui. Se oli aina niin ...hirmu monet ihmiset jäi niin että ne ei ehtinyt sitä näyttelyä nähdäkään.”*

*“Silloin nousukauden aikaan kävi myöskin ilmaisjakelulehtiä lehdistötilaisuudessa muun muassa Suurjyväskylän lehti...sitten alueradio ja paikallisradio...ja jostakin syystä nämä jätti sen pois...liittykö se sitten siihen että taiteesta haluttiin informoida ja kun siitä puhuttiin tietyllä tasolla, populäärillä tasolla hyvinkin voimakkaasti.”*

Gallerioilla oli tiiviitä kontakteja taiteilijoihin. Yhteyden pito taiteilijoihin nähtiin kaikissa gallerioissa näyttelytoiminnan kannalta elin tärkeänä. Julkista rahoitusta saaneet galleriat toimivat taiteilijoiden kohtauspaikkoina. Tämä johtui muun muassa siitä, että taiteilijat työskentelivät gallerian läheisyydessä sijaitsevassa työpajassa, tai galleria oli taiteilijaseuran ylläpitämä ja hoiti seuran jäsenten töiden välitystä. Julkista rahoitusta saaneilla gallerioilla oli myös kontakteja taiteilijoiden ammattijärjestöihin. Myös yksityisillä gallerioilla oli tiiviitä taiteilijakontakteja esimerkiksi niiden taiteilijoiden kanssa, joiden töitä oli galleriassa säännöllisesti esillä.

Asiakkaisiin pidettiin yhteyttä kutsumalla heitä näyttelyiden avajaisiin. Gallerioissa oli postituslistat, joiden mukaisesti avajaiskutsut lähetettiin. Osassa gallerioita järjestettiin myös myyntitilaisuuksia valikoiduille yrityksille ja julkisille tahoille. Täysin julkisen rahoituksen kautta toimineessa galleriassa pyrittiin näyttelyille valikoimaan sopivia kohderyhmiä, joihin otettiin yhteyttä ja joille järjestettiin esittely.

Etenkin yksityisillä gallerioilla oli yhteistyötä myös toisten gallerioiden kanssa. Yhteistyögalleriat olivat lähinnä Jyväskylän ulkopuolelta. Ne sijaitsivat toisissa maakuntakeskuk-sissa tai Helsingissä. Käyttämällä hyväkseen yhteistyögalleriansa erinomaisia suhteita eräs yksityisistä gallerioista oli onnistunut tuomaan myös ulkomaisten taiteilijoiden näyttelyitä Jyväskylään. Kustannukset onnistuttiin pitämään alhaisina, sillä niiden kattamiseen osallistui useampi galleria. Pääasiassa galleristien välinen yhteistyö tapahtui kuitenkin henkisellä puolella. Galleristien mielestä oli tärkeää, että oli suhteita toisiin galleristeihin. Näin oli olemassa henkilöitä, joiden kanssa pystyi puhumaan omaan liiketoimintaan liittyvistä kysymyksistä. Julkista rahoitusta saaneilla gallerioilla oli yhteistyötä myös julkistentahojen, kuten Keski-Suomen läänin taidetoimikunnan ja Jyväskylän kaupungin kulttuuritoimen kanssa. Täysin julkisin varoin toimiva galleria toimi Alvar Aalto museon alaisena, josta johtuen sillä oli kiinteät kontaktit myös museon kanssa. Osa gallerioista toimi myös yhteistyössä paikallisten kulttuurita-pahtumien, kuten Jyväskylän Talven ja Yläkaupungin yön kanssa.



## 5. JOHTOPÄÄTÖKSET

Talouden nousu- ja laskukaudella vuosina 1985-1994 oli tämän tutkimuksen perusteella vaikutusta jyväskyläläisten gallerioiden harjoittamaan taiteen välitystoimintaan ja siihen liittyvään taidekauppaan. Muutokset taloudellisessa tilanteessa vaikuttivat galleriatoiminnan rahoituslähteinä toimineisiin yksityisiin ja julkisiin tahoihin ja tätä kautta gallerioiden toimintaan. Toiminnan rahoittajat toimivat nousukaudella aktiivisemmin ja käyttivät enemmän rahaa taiteen tukemiseen ja taidehankintoihin. Tätä kautta taiteen kysyntä kasvoi ja galleriatoiminnan jatkumisen edellytykset paranivat. Laskukauden myötä tilanne muuttui, sillä taiteen tukeminen ja etenkin taidehankintojen määrä supistuivat merkittävästi. Samalla gallerioiden toiminta vaikeutui. Muutokset taloudellisessa tilanteessa vaikuttivat sekä yksityisiin että julkisrahoitteisiin gallerioihin.

Taloudellisen tilanteen kiristyminen 1990-luvun alussa näkyi selvimmin yksityisissä gallerioissa. Nämä galleriat rahoittivat toimintansa kokonaan taiteen välitystoiminnasta saamallaan myyntituloilla. Taloudellisen tilanteen kiristyminen ja myyntitulojen vähentyminen olivat osittain syynä siihen, että kaksi tutkimuksessa mukana olleista yksityisistä gallerioista lopetti toimintansa. Myös julkisen rahoituksen varassa täysin tai osittain toimineet galleriat ajautuivat laskukauden myötä epävakaaammalle pohjalle. Tämän sai aikaan rahoittajana toimineen Jyväskylän kaupungin taloudellisen tilanteen heikentyminen. Osittain julkisesti rahoitteisessa galleriassa toimintaa hankaloitti lisäksi myyntitulojen vähentyminen.

Nousu- ja laskukausi vaikuttivat Jyrämän tutkimuksen mukaan galleriatoimialan rakenteeseen. 1980-luvun nousukausi houkutteli alalle spekulointimielessä toimivia yrittäjiä ja toiminnan rahoittajia. Tämä sai aikaan gallerioiden lukumäärän voimakkaan kasvun. Vastaavasti laskukaudella tapahtunut kysynnän supistuminen poisti spekulointimielessä toimineita yrittäjiä alalta.<sup>182</sup> Jyväskylässä nousukausi ei kuitenkaan houkutellut alalle spekulointimielessä toimineita yrittäjiä tai rahoittajia. Tämän Jyrämän havaintojen vastaisen tuloksen voi ajatella joutuneen siitä, että paikalliset taidemarkkinat olivat kooltaan melko pienet. Laskukaudella toimialan rakenteessa tapahtui Jyväskylässäkin toki muutoksia, kun osa yksityisistä gallerioista lopetti toimintansa.

Jyväskyläläinen galleriatoiminta nojautui vakiintuneisiin toimintatapoihin, jotka olivat galleristien keskuudessa yleisesti hyväksytyjä. Toiminta rakentui keskeisesti näyttelytoiminnan ympärille. Käytännöt näyttelytoiminnan harjoittamisesta olivat rakenteeltaan kaikissa gallerioissa melko samankaltaiset, eikä niitä pyritty muuttamaan taloudellisesti huononakaan aikana.

---

<sup>182</sup> Jyrämä 1995, 52.

Toiminnan päämääränä oli pyrkimys hyvän taiteen esittelemiseen. Tämä havainto on yhteneväinen esimerkiksi Jyrämän tutkimuksen kanssa.<sup>183</sup>

Solhjellin mukaan galleristeja voidaan tarkastella taideinstituutiossa toimivina agentteina, jotka kuuluvat inklusiiviseen, kaupalliseen ja/tai eksklusiiviseen alakenttään. Eri alakentissä määritellään eri tavoin sitä, mikä on hyvää taidetta<sup>184</sup> Tällaiset erot jyväsyläläisten gallerioiden välillä syntyivät lähinnä näyttelypolitiikan ja näyttelyohjelman muodostumisperiaatteissa.

Yhden gallerioista voidaan katsoa kuuluneen inklusiiviseen alakenttään. Julkinen tuki mahdollisti ei-kaupallisen taiteen esittelemisen, sillä toiminnan jatkuminen ei ollut riippuvaista näyttelyiden kautta hankituista myyntituloista. Valinnoissa näkyi myös pyrkimys nuorten taiteilijoiden töiden esittelemiseen, joka puhtaasti kaupallisessa galleriatoiminnassa saatettiin nähdä liian suurena riskinä. Taloudessa tapahtuneista muutoksista huolimatta toiminta pyrittiin tässä galleriassa pitämään samanlaisena.

Yhden gallerioista voidaan ajatella kuuluneen Solhjellin nimeämään kaupalliseen alakenttään. Toiminnan jatkuminen oli siis riippuvaista taiteen välitystoiminnasta saaduista myyntituloista. Näyttelypolitiikan muodostumista ja hyvän taiteen määrittelemistä ohjasi pyrkimys mahdollisimman suuren taloudellisen hyödyn aikaan saamiseen. Kaupallinen periaate korostui laskukaudella taloudellisen tilanteen kiristyessä.

Loppujen kolmen gallerian päämääränä oli turvata toiminnan jatkuminen taiteen välitystoiminnasta saatujen tulojen kautta osittain tai kokonaan. Hyvän taiteen valintaa ei kuitenkaan ohjannut kaupallisen alakentän tapaan pyrkimys vain sellaisen taiteen valitsemiseen, jonka uskotaan lisäävän myyntiä. Taiteilijoiden valintaan vaikutti enemmänkin taiteilijoiden asema taideinstituutiossa ja uuden etsiminen esimerkiksi nuorten taiteilijoiden töiden esittelemisen kautta. Tähän ryhmään kuuluvien yksityisten gallerioiden toiminta vaikeutui muita ryhmiä selvemmin laskukauden myötä. Edellä mainitut hyvän taiteen valintaa ohjaavat kriteerit on liitettävissä Solhjellin eksklusiiviseen alakenttään. Ollakseen eksklusiivisesti toimiva, gallerialla on kuitenkin oltava hallussaan myös symbolista pääomaa ja laaja auktoriteettiasema hyvän taiteen määrittelemisessä.<sup>185</sup> Tällaista asemaa tähän ryhmään kuuluvilla gallerioilla ei kuitenkaan voida katsoa olleen.

---

<sup>183</sup> Jyrämä 1995, 28.

<sup>184</sup> Solhjell 1998, 99.

<sup>185</sup> Solhjell 1995, 1998.

Aikaisempien tutkimusten mukaan 1980-luvun nousukaudella oli vaikutusta gallerioiden asiakasryhmien rakenteeseen ja tärkeysjärjestykseen. Jyrämän mukaan nousukausi toi mukanaan uutena asiakasryhmänä taiteella spekuloidut, lähinnä lainarahalla taidetta ostaneet asiakkaat. Myös yritysten kiinnostus taidehankintoja kohtaan lisääntyi nousukauden aikana. Näiden kahden asiakasryhmän aktiivinen toiminta laajensi taidekauppaa voimakkaasti.<sup>186</sup> Jyrämän tulosten suuntaisesti myös jyvaskyläläisessä galleriatoiminnassa asiakaskunta laajentui nousukauden myötä. Laajentumisen ei kuitenkaan voida katsoa liittyneen taiteella spekuloidut asiakkaiden tai yritysten taidehankintojen lisääntymiseen, vaan pikemminkin yksityishenkilöiden laajempaan kiinnostumiseen taiteesta. Tätä selittää se, että paikalliset taidemarkkinat olivat kooltaan pienet, eikä Jyväskylässä toiminut taidetta laajamittaisesti kerääviä yrityksiä tai lainarahalla taidetta ostaneita asiakkaita. Yksityishenkilöiden kiinnostusta saattoi myös lisätä tiedotusvälineiden aikaisempaa aktiivisempi rooli taidetta koskevien asioiden käsittelemisessä. Myös kuluttamiseen suhtauduttiin nousukaudella suopeasti. Yksityishenkilöiden aktiivisuus taiteen hankkijoina paransi etenkin yksityisten gallerioiden toiminnan jatkumisen edellytyksiä nousukaudella.

Taidekaupan voimakasta supistumista 1990-luvun alussa on selitetty yritysasiakkaiden ja taidetta spekulointimielessä ostaneiden asiakkaiden katoamisella markkinoilta. Jyrämän tutkimuksen mukaan yksityisistä ihmisistä tuli laskukaudella taidekaupan tärkein asiakasryhmä, jonka avulla galleriat sitkittelivät yli laman.<sup>187</sup> Jyrämän tulosten vastaisesti Jyväskylässä yksityishenkilöt olivat kuitenkin jo nousukaudella tärkein asiakasryhmä. Taiteen kysynnän laantumisen näkyi Jyväskylässäkin. Syynä laantumiseen ei siis kuitenkaan ollut yritysasiakkaiden tai taiteella spekuloidut asiakkaiden katoaminen, vaan lähinnä yksityisten ihmisten ostopäätösten vähentyminen. Sen voidaan katsoa liittyneen yleisen taloudellisen tilanteen kiristymiseen ja kielteiseksi muuttuneeseen suhtautumiseen kuluttamista kohtaan, jota laskukauden syvyys entisestään lisäsi. Kysynnän vähentyminen vaikeutti Jyväskylässä etenkin yksityisten gallerioiden toimintaa.

Taiteen myyntimäärät ja myyntihinnat kohosivat yleisesti nousukaudella. Laskukaudella myyntimäärät vastaavasti supistuivat ja hinnat tulivat alaspäin. Jyrämän tutkimuksen mukaan nousukaudella oli tarjolla kooltaan suurempia ja hinnoiltaan kalliimpia töitä, jotka oli selvästi suunnattu yritysasiakkaille. Laskukaudella esillä olleet pienemmät ja hinnoiltaan halvemmat työt

---

<sup>186</sup> Jyrämä 1995.

<sup>187</sup> Jyrämä 1995, 47.

olivat taas selvemmin suunnattu yksityisille asiakkaille.<sup>188</sup> Jyrämän kuvailemaa kehitystä ei voida kuitenkaan havaita jyvaskyläläisessä galleriatoiminnassa. Esillä olleiden töiden koko ei nimittäin muuttunut suurestikaan taloudessa tapahtuneiden muutosten myötä. Tämän voidaan katsoa olleen seurausta jo esille tulleesta seikasta, että asiakaskunta muodostui sekä nousu- että laskukaudella pääasiassa yksityisistä henkilöistä. Yksityisasiakkaiden käyttäytymisen muuttuminen vähensi laskukaudella keskeisimmin myyntimääriä. Laskukauden aikaansaamat muutokset myyntimäärisä ja yleinen hintatason lasku vaikuttivat Jyväskylässä selvimmin yksityisten gallerioiden toimintaan, koska niiden toiminta oli riippuvaista taiteen välityksestä saaduista myyntituloista.

Solhjellin mukaan galleriatoiminta voidaan nähdä osana taidesektoria, jonka toimijat muodostavat keskenään yhteistyöverkostoja.<sup>189</sup> Jyvaskyläläisten gallerioiden yhteistyöverkostot rakentuivat pääasiallisesti kontakteista taiteilijoihin, asiakkaisiin ja tiedotusvälineisiin. Kontaktit asiakkaiden ja tiedotusvälineiden kanssa olivat lähinnä paikallisia. Taiteilijakontaktit olivat sen sijaan sekä paikallisia, kansallisia että kansainvälisiä. Nousukausi laajensi gallerioiden yhteistyöverkostoja, sillä sekä tiedotusvälineet että yksityishenkilöt kiinnostuivat aikaisempaa enemmän taiteeseen liittyvistä asioista. Laskukausi sen sijaan vähensi lähinnä tiedotusvälineiden kiinnostusta taidetta kohtaan.

Valittu lähestymistapa, jossa galleriatoiminta nähdään osana taide-elämää, sekä siihen liittyvää taidesektoria ja -instituutiota, näyttää tämän tutkimuksen pohjalta soveltuvan hyvin galleriatoiminnan tarkastelemiseen. Lähestymistavan inklusiivinen-eksklusiivinen-kaupallinen -jaottelu oli toimiva gallerioita tarkasteltaessa. Lähestymistapa toimisi kuitenkin kenties paremmin, jos keskityttäisiin tutkimaan ainoastaan taidesektoria ja taideinstituutiota, ilman että käsiteltäisiin samalla talouden muutosten vaikutuksia. Lähestymistapaa käytettäessä olisi myös eduksi, jos tutkittavia gallerioita olisi mukana määrällisesti enemmän. Tällöin esimerkiksi taideinstituution ja taidesektorin rakenteista ja toiminnasta saattaisi saada kokonaisvaltaisemman ja laajemmin yleistettävissä olevan kuvan.

---

<sup>188</sup> Jyrämä 1995, 54.

<sup>189</sup> Solhjell 1995.

## LÄHTEET JA KIRJALLISUUS

### Suullisia tietoja antaneet

Galleria Sirius, Raatikainen, Sirkka, galleristi, 9.9.1998.

Galleria Harmonia, Partanen, Jukka, tutkija, 10.9.1998.

Jyväskylän taiteilijaseuran galleria, Palviainen, Ritva, gallerianhoitaja, 10.9.1998.

Galleria Harmonia, Castrén, Hannu, kuvataidesihtööri, 11.9.1998.

Jyväskylän taiteilijaseuran galleria, Hänninen, Marja-Liisa, gallerianhoitaja 14.9.1998.

JT-Galleria, Juhola, Eila, galleristi, 16.9.1998.

Galleria Wivi, Taalas, Lemmikki, galleristi, 17.9.1998.

Jyväskylän taiteilijaseuran galleria, Kallioinen, Tuija, gallerianhoitaja, 17.9.1998.

## PAINETUT LÄHTEET

- “Gallerialama kesti kuusi vuotta”, Helsingin Sanomat 10.10.1998.
- “Galerie Artek juhlii työn merkeissä”, Uusi Suomi 14.12.1990, Paula Holmila.
- “Helsingin kaupungin taidemuseo osti teoksia miljoonalla”, Helsingin Sanomat 16.2.1989, Marja-Terttu Kiviranta.
- “Hyvät galleriat tarvitsevat nyt vakavien keräilijöiden tukea”, Helsingin Sanomat 30.9.1990, Marja-Terttu Kiviranta.
- “Kaupallinen taide myy taas hyvin”, Helsingin Sanomat 10.10.1998, Seija Sartti.
- “Kaupallisuus yhdenmukaistaa taiteen”, Helsingin Sanomat 15.8.1990, Jukka Petäjä.
- “Kiinnostus kohdistuu nyt moderniin, taiteeseen, josta maksetaan jatkuvasti kovempia hintoja”, Uusi Suomi 25.5.1989, Seija Vuorela.
- “Nollalinja vaarantaa aluetaidemuseon tehtävän”, Keskisuomalainen 24.9.1991.
- “Taideboomin katkeaminen voi johtaa siihen, että velkarahalla ostettuja tauluja ilmestyy läjittäin huutokauppoihin”, Uusi Suomi 8.1.1990, Seija Vuorela.
- “Taidekaupan lama hellittää vasta nyt”, Talous Sanomat 2.4.1998, Pekka Paavola.
- “Taidekauppaa rakkaudesta rahaan”, Helsingin Sanomat 24.12.1988, Virve Aarniva.
- “Taidekaupassa kaksi pakkomiellettä, keräily ja keinottelu yhtyvät”, Helsingin Sanomat 5.1.1991, Michael Casey.
- “Taiteen ja rahan pakkoavioliitto sponsorointi on tullut jäädäkseen”, Uusi Suomi 24.5.1989, Seppo Saves.
- “Taiteen sijoitusyhtiö hakee uutta ja vielä edullista taidetta”, Helsingin Sanomat 11.9.1989, Tiina Nyrhinen.
- “Taiteilijoiden tueksi ja työntekijöiden piristykseksi”, Keskisuomalainen 27.9.1987, Merja Myllylahti.
- “Tamperelainen nykytaiteen miljoonayritys aloitti”, Helsingin Sanomat 10.2.1990.

## KIRJALLISUUS

- Alapuro, Risto, 1988. "Suomalainen Bourdieu ja Musta leski". *Sosiologia* 25:1, 3-7.
- Alasuutari, Pertti, 1994. *Laadullinen tutkimus*. Tampere.
- Alsop, Joseph, 1982. *The Rare Art Traditions: The History of Art Collecting and Its Linked Phenomena Wherever They Have Appeared*. New York.
- Baxandall, Michael, 1972. *Painting and Experience in Fifteenth Century Italy*. Oxford.
- Becker, Howard S., 1984. *Art Worlds*. Berkeley, Los Angeles, London.
- Bourdieu, Pierre, 1969. "Intellectual field and creative project". *Social Science Information* april 1969, s.89-119.
- Bourdieu, Pierre, 1984. *Distinction. A social critique of the judgement of taste*. London.
- Bourdieu, Pierre, 1985. *Sosiologiaa kysymyksiä*. Jyväskylä.
- Bourdieu, Pierre, 1993. *The Field of Cultural Production*. Cornwall.
- Crane, Diana, 1987. *The Transformation of the Avant-Garde, the New York Art World 1940-1985*. Chicago and London.
- Danto, Arthur C., 1964. "The Artworld". *The Journal of Philosophy* 61, s. 571-584.
- Dickie, George, 1974. *Art and the Aesthetic. An Institutional Analysis*. Ithaca, London.
- DiMaggio, Paul, 1987. "Classification in art". *American Sociological Review*, August 1987, Vol 52, No 4.
- Ervamaa, Jukka, 1977. *Käsityöläismaalareista von Wright-veljeksiin. Taiteilijan urasta ja asemasta Suomessa 1700-luvulta 1800-luvun alkupuolelle. Taidehistoriallisiä tutkimuksia 3*. Helsinki.
- Faith, Nicholas, 1987. *Sold: The Revolution in the Art Market*. London.
- Haapala, Arto, 1990. *Taiteen maailmat*. Synteesi 2-3.
- Hauser, Arnold, 1961. *The Social History of Art*. London.
- Heikkinen, Merja, 1998. *A Borderline Case: Finnish Artist Policy and the Field of Applied Graphics*. Teoksessa: *Economics of Artists and Arts Policy Selection Of Papers*. Research Reports of the Arts Council of Finland No. 22. Helsinki.
- Heikkinen, Merja - Karhunen, Paula, 1993. *Focus and Functions of Public Support for Artists in Finland. Taiteen keskustoimikunnan tutkimus- ja tiedotusyksikkö, työpäperi Nr. 19*.

- Hirsch, Paul, 1972. "Processing Fads and Fashion: An Organization-Set Analysis of Cultural Industry Systems". *American Journal of Sociology*. Volume 77, Nr 4.
- Hirsjärvi, Helena - Hurme, Riitta, 1985. *Teemahaastattelu*. Helsinki.
- Jyrämä, Annukka, 1995. *Visual Art Markets: Structure and Strategies*. Helsinki School of Economics. Helsinki.
- Jyrämä, Annukka, 1997. *Structure and Practises in Contemporary Art Sector a Comparative Study of Art Galleries in Finland and Sweden*. Helsinki School of Economics, working paper. Helsinki.
- Kansantalouden tilinpito 1975-1992, aikasarjat. 1994. Tilastokeskus. Helsinki.
- Kansantalouden tilinpito 1990-1995, taulukot. 1996. Tilastokeskus. Helsinki.
- Karttunen, Sari, 1988. *Taide pitkä - leipä kapea tutkimus kuvataiteilijoiden asemasta Suomessa 1980-luvulla*. Taiteen keskustoimikunnan julkaisuja nro 2. Helsinki.
- Karttunen, Sari, 1998. *Income Strategies and Ideals of Finnish Photographic Artists: Struggling to meet material needs amidst ideological restraints*. Teoksessa: *Economics of Artists and Arts Policy Selection of Papers*. Toim: Heikkinen, Merja - Koskinen, Tuulikki. *Research Reports of the Arts Council of Finland No. 22*. Helsinki.
- Kiander, Jaakko - Vartia, Pentti, 1998. *Suuri lama Suomen 1990-luvun kriisi ja talouspoliittinen keskustelu*. Elinkeinoelämän tutkimuslaitos sarja B 143. Tampere.
- Kiviranta, Marja-Terttu - Rossi, Leena-Maija - Pohjola, Ilpo, 1991. *Koko hajanainen kuva*. Suomalaisen taiteen 80-luku. Porvoo.
- Linko, Maaria, 1998. *Aitojen elämysten kaipuu*. Nykykulttuurin tutkimusyksikkö. Jyväskylän yliopisto. Saarijärvi.
- Lukkarinen, Ville, 1998. *Taiteen tarina*. Teoksessa: *Katseen rajat taidehistorian metodologiaa*. Toim: Elovirta, Arja - Lukkarinen, Ville. Jyväskylä.
- Oesch, Pekka, 1995. *Yritystysten tuki taiteille & taiteen tuen vaihtelut vuosina 1984-1993*. Tilastotietoa taiteesta No 11. Taiteen Keskustoimikunta. Helsinki.
- Pollock, Griselda, 1980. "Artists, Mythologies and Media: Genius, Madness and Art History". *Screen*. Vol. 21, no: 3. 57-96.



- Reitala, Aimo, 1973. Kansallisen ideologian vuodet. Suomalaisen kuvataidepolitiikan suuntaviivoja 1918-1945. Taidehalli. Helsinki.
- Reitala, Aimo, 1978. Kuvataiteemme vaiheita 1928-1945. Taidehalli. Helsinki.
- Reitala, Aimo, 1982. Taide ja yhteiskunta. Teoksessa: Suomen kulttuurihistoria 3. Toim. Tommila, Päiviö - Reitala, Aimo - Kallio, Veikko. Porvoo.
- Rengers, Merijn, 1998. Visual Artists in the Netherlands: Civil servants, self-employed or both? Teoksessa: Economics of Artists and Arts Policy Selection of Papers. Toim: Heikkinen, Merja - Koskinen, Tuulikki. Research Reports of the Arts Council of Finland No. 22. Helsinki.
- Roos, J.P., 1985. Esipuhe teokseen Pierre Bourdieu: Sosiologian kysymyksiä. Tampere.
- Sagot-Duvaroux, D - Pflieger, S - Rouget, B., 1992. Factors Affecting Price on the Contemporary Art Market. Teoksessa: Cultural Economics. Toim: Towse, R. - Khakee, A.
- Solhjell, Dag, 1995. Kunst-Norge en sosiologisk studie av den norske kunstinstitusjonen. Drammen.
- Solhjell, Dag, 1998. On Defing the Artist for Labour Market Studies. Teoksessa: Economics of Artists and Arts Policy Selection of Papers. Toim: Heikkinen, Merja - Koskinen, Tuulikki. Research Reports of the Arts council of Finland No. 22. Helsinki.
- Taidepörssi, suomalaisen maalaustaiteen rekisteri, 1990. Helsinki.
- Taidepörssi, suomalaisen arvotaiteen hakuteos, 1995. Kajaani.
- Tamminen, Rauno, 1993. Tiedettä tekemään!. Jyväskylä.
- Uusitalo, Hannu, 1995. Tiede, tutkimus ja tutkielma. Johdatus tutkielman maailmaan. Juva.
- Uusitalo, Liisa, 1987. On the Consumption of Pictorial Art. Teoksessa: Artists and Cultural Consumer. Akron: Associatoin for Cultural Economics.
- Uusitalo, Liisa - Jyrämä, Annukka, 1992. Economic Trends and Changes in the Art Market. Helsinki School of Business, working paper. Helsinki.
- Uusitalo, Liisa - Lindholm, Marianne, 1994. Kulutus ja lama kuluttajien kokemukset, odotukset ja sopeutuminen lamaan. Helsingin kauppakorkeakoulun julkaisuja D-209. Helsinki.

Varto, Juha, 1993. Laadullisen tutkimuksen metodologia. Tampere.

Vuorinen, Juha, 1992. Kiinteistöliiketoiminta Suomessa. Helsingin kauppakorkeakoulun julkaisu B-124. Helsinki.

Wolff, Janet, 1983. Aesthetics and the Sociology of Art. London.

Wolff, Janet, 1981. The Social Production of Art. Hong Kong.

Yin, Robert, K. 1994. Case Study Research, Design and Methods. London.

Zolberg, Vera L, 1990. Constructing a Sociology of the Arts. Cambridge.

## LIITE 1

### TEEMAT:

#### 1. GALLERISTIT

- Mitkä tekijät vaikuttivat siihen, että päätitte aloittaa galleriatoiminnan?
- Kuinka kuvailisitte ajankohtaa, jolloin aloititte galleriatoiminnan?
- Kuinka kauan olette toimineet / toimitte galleristina?
- Millainen on / oli gallerianne yhtiömuoto?
- Millainen koulutus teillä on?
- (Millaisia tekijöitä pidätte ratkaisevina siihen, että lopetitte galleriatoiminnan?)

#### 2. YLEISET TALOUDELLISET TEKIJÄT

- Millaisena näette nousukauden (1985-1989) vaikutuksen yleisesti taidemarkkinoihin ja taide-elämään Suomessa, entä Jyväskylässä?
- entä laskukauden (1990-1994) vaikutukset ?

#### 3. TOIMINTATAVAT

- Millaisia "taitoja" mielestänne tarvitaan galleriatoiminnan pyörittämisessä?
- Onko taidemarkkinoilla mielestänne tiettyjä toimintatapoja joita noudatetaan?
- Millaisia olivat omat toimintatapanne?
- Kuinka näyttelyn järjestäminen tapahtui?
- Oliko teillä joitakin tavoitteita ja päämääriä, jotka ohjasivat toimintaanne?
- Toiko nousukausi (1985-1989) muutoksia toimintatapoihinne?
- Mitkä tekijät saivat muutoksen aikaan?
- Toiko laskukausi (1990-1994) muutoksia toimintatapoihinne?
- Mitkä tekijät saivat muutoksen aikaan?
- Millaisten tekijöiden kautta arvioitte tulostanne?
- Millaiset tekijät mahdollistivat toiminnan jatkumisen?

#### 4. NÄYTTELYPOLITIikka JA NÄYTTELYOHJELMA

- Kuinka gallerianne näyttelypolitiikka ja näyttelyohjelma määräytyivät?
- Millaiset tekijät ohjasivat valintojanne taiteilijoiden ja heidän töidensä suhteen?
- Ketkä olivat mukana näyttelyitä koskevassa päätöksenteossa?
- Vaikuttiko nousukausi siihen minkä tyyllisiä taiteilijoita ja töitä galleriassanne oli esillä?
- Vaikuttiko laskukausi siihen minkä tyyllisiä taiteilijoita ja töitä galleriassanne oli esillä?
- Oliko teillä oma taiteilijoiden "talli", kuinka se oli muodostunut ja ketä siihen kuului (korostuiko sen merkitys nousu- tai laskukaudella)?

#### 5. ASIAKKAAT:

- Oletteko havainneet, että kuvataidemarkkinoilla olisi erilaisia asiakasryhmiä, jos olette, niin millaisia?
- Kuinka kuvailisitte omaa asiakaskuntaanne?
- Muuttuiko asiakaskuntanne rakenne nousukauden myötä?
- Oliko laskukaudella vaikutusta asiakaskuntanne rakenteeseen?
- Millaisia arvoja asiakaskuntanne painotti taideteosten suhteen?
- Oliko asiakkaidenne arvoissa muutoksia nousukaudella / laskukaudella?

#### 6. MYYNTIMÄÄRÄT JA MYYNTIHINNAT:

- Kuinka galleriassanne esillä olevien töiden hinnat määräytyivät?
- Toiko nousukausi muutoksia myyntihintoihinne tai myyntimääriinne?
- Toiko laskukausi muutoksia myyntihintoihinne tai myyntimääriinne?

#### 7. YHTEISTYÖVERKOSTOT

- Kenen kanssa teitte yhteistyötä?
- Millaiset suhteet (paikalliset, kansalliset ja kansainväliset) ja kenen kanssa olivat teille

tärkeimpiä? -Oliko suhteissa ja niiden tärkeydessä muutoksia nousukaudella?

-Entä laskukaudella?

-Toiko nousukausi tai laskukausi mukanaan uusia yhteistyöverkostoja?

-Kuinka otitte yhteyttä / piditte yhteyttä

taiteilijoihin?

asiakkaisiin?

kriitikoihin?

muihin tahoihin? - ja mitä nämä muut tahot ovat?