

**KULTTUURIN PAIKKA OULULAIS-INNOVATIIVISESSA  
KAUPUNKIBRÄNDÄYKSESSÄ —  
DISKURSSITEOREETTINEN ANALYYSI OULUN  
KAUPUNKISUUNNITTELUUN VAIKUTTAVISTA  
STRATEGIOISTA**

Pirjo Sohlo  
Pro gradu-tutkielma  
Yhteiskuntapolitiikka,  
Kulttuuripolitiikan  
maisteriohjelma  
Kevät 2010  
Jyväskylän yliopisto

## TIIVISTELMÄ

### **Kulttuurin paikka oululais-innovatiivisessa kaupunkibrändäyksessä – diskurssiteoreettinen analyysi Oulun kaupunkisuunnitteluun vaikuttavista strategioista**

Pirjo Sohlo

Yhteiskuntapolitiikka/Kulttuuripolitiikan maisteriohjelma

Pro gradu-tutkielma

Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos

Jyväskylän yliopisto

Ohjaaja: Emilia Palonen

Kevät 2010

sivumäärä: 94

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää kulttuurille artikuloitua paikkaa Oulun kaupunkisuunnitteluun vaikuttavissa innovatiivisuutta painottavissa strategioissa, joita ovat tässä Oulun kaupunkistrategia, Oulu Inspiroi – Innovaatiosstrategia, Oulu Triple Helix –strategia sekä Kasvu 2006 –sopimus. Tutkimuksen tavoitteen ollessa selvittää kulttuurille annettuja merkityksiä strategia-asiakirjoissa mitään annettua kulttuurikäsitystä en tässä ota, vaan annan tekstin artikuloida kulttuurin merkityksiä. Artikulaatioteorian viitekehys on Ernesto Laclaulta ja Chantal Mouffelta omaksuttu diskurssiteoria, jonka kautta on mahdollista selvittää diskursiivisen todellisuuden kyseenalaistamattomia taustalogiikoita ja tätä kautta tuoda esiin strategisen suunnittelun vaihtoehtoja. Tämä vaihtoehto on tässä tutkimuksessa kulttuurin keskiöksi ottava näkökulma; puhutaan myös kulttuurisesta suunnittelusta.

Kunnat ja varsinkin kaupungit ovat kasvavan vetovoimakilpailun myötä päätyneet brändäämään itseään ulospäin investoinneille ja koulutetulle väelle houkuttelevaksi. Juuri tässä piilee kaupunkibrändäyksen ja kaupungin strategisen suunnittelun välinen suhde. Brändäyksen kautta erotutaan muista, ja siten kaupungit profiloituvat milloin esimerkiksi teknologia- tai kulttuurikaupungeiksi. Tapaukseni Oulun historia on erityisen teknologiapainotteinen, joka on vaikuttanut niin kaupungin strategiseen suunnitteluun kuin kaupunkimarkkinoinnissa käytettävään brändiinkin. Tämä on perustelu case-valinnalleni.

Tutkimuksen tulokset osoittavat, että Oulun diskursiivinen todellisuus on laaja-alaistunut teknologiasta muihin kasvualoihin, mutta tämän kasvumentaliteetin myötä kulttuurille asetetaan kovia tuottavuusodotuksia ja se tällaisen ajattelun perusteella kapea-alaistuu. Tuloksissa tuon esille talouslähtöisyydelle vaihtoehtoisen kulttuurilähtöisen artikulaation kiinnostuksen kaupunkisuunnittelussa.

**Avainsanat:** kaupunkibrändäys, innovaatiopolitiikka, luova talous, kulttuuripolitiikka, kulttuurin suunnittelu

# SISÄLLYS

|  |    |
|--|----|
| 1 Johdanto.....  | 1  |
| Oulun kaupungin teknologiahistoria .....   | 5  |
| 2 Laclau ja Mouffin diskurssiteoria viitekehyksenä .....   | 9  |
| 2.1 Artikulaatioteorian toimintalogiikasta .....   | 10 |
| Politiikka, hegemonia ja artikulaatio .....  | 12 |
| Kuka artikuloi? .....  | 14 |
| Kiinnekohta ja tyhjä merkitsijä .....  | 16 |
| Kelluva merkitsijä .....   | 18 |
| 2.2 Diskurssiteorian paikka tässä tutkimuksessa .....  | 20 |
| 3 Suunnittelun strategiat ja innovatiivinen Oulu .....   | 22 |
| 3.1 Tutkimuskysymykset .....   | 22 |
| 3.2 Oulun kaupunkistrategia .....  | 23 |
| 3.3 Oulu Inspiroi – innovaatiostrategia 2007–2013 .....  | 24 |
| 3.4 Oulu Triple Helix -strategia .....   | 26 |
| 3.5 Kasvu 2006 .....   | 27 |
| 4 Strategisen suunnittelun roolista .....  | 29 |
| 5 Innovatiivisuuden ja kulttuurin mahdollinen suhde .....  | 36 |
| 5.1 Innovaation laaja käsite: avoimet ja käytännölliset innovaatiot itseuudistumisen reseptinä ..... | 37 |
| 5.2 Innovaatiosta luovuuteen .....   | 42 |
| 5.3 Kulttuuri osana luovuutta, luovuus osana kulttuuria .....  | 44 |
| 5.4 Innovatiivisuus ja kulttuuri kaupunkibrändäyksessä .....   | 50 |
| 6 Analyysi .....   | 55 |
| 6.1 Oulu Triple Helix .....  | 55 |
| 6.2 Oulu Inspiroi – innovaatiostrategia 2007–2013 .....  | 60 |
| 6.3 Oulun kaupunkistrategia .....  | 64 |
| 6.4 Kasvu 2006 .....   | 68 |
| 6.5 Kulttuurin paikka Oulun strategioissa ja brändissä .....   | 70 |
| 6.6 Menetelmän arviointi .....   | 75 |
| 7 Loppupäätelmät .....   | 77 |
| Lähteet .....  | 83 |
| Painetut lähteet .....   | 83 |
| Internet-lähteet .....   | 89 |
| Julkaisemattomat lähteet .....   | 92 |
| Lait ja päätökset .....  | 93 |
| Sanomalehtiartikkelit .....  | 93 |
| Aineisto analyysissä .....   | 94 |

## 1 JOHDANTO

Viime aikoina hyvin paljon keskusteltu luovuus ja innovaatio ovat tulleet kaupunkisuunnittelun trendikkäiksi käsitteiksi. Niiden kautta onkin hyvä luoda minkälaista imagoa minäkin aikana tarvitaan: teknologia- ja kulttuurikaupunkius, kansainvälisyys, menestys ja maine saavat kaikki helposti määrittelynsä luovuuden ja innovatiivisuuden kautta. Luovuus ja innovatiivisuus ovat kaupunkien vetovoimaisuuteen liittyviä kilpailutekijöitä, joilla luovat henkilöt houkutellessaan alueelle luomaan taloudellisen kehityksen piristysruiskeita, innovaatioita. (kts. esim. Kostainen 2008, 154.)

Luoviksi innovaattoreiksi luovan luokan käsitteen lanseerannut Richard Florida näkee erilaista luovaa, ongelmanratkaisua vaativaa työtä tekevien joukon: näihin kuuluvat mm. luovien alojen ammattilaiset, tutkijat, insinöörit, teknologiateollisuuden työntekijät sekä tietoa luovat sosiaali-, raha- ja lainopillista työtä tekevät. Yhteistä näille on tietotalouteen perustuvan yhteiskunnan luomiseen osallistuminen, joka on uusi yhteiskunnan teollisuusrakenne ns. valmistavan teollisuuden aikakauden jälkeen (Florida 2005, 3). Tällaisessa yhteiskunnassa eri alojen luovaan ongelmanratkaisutaitoon valmentava koulutus on tärkeä resurssi. Tällä resurssilla ajatellaan luotavan taloudellista menestystä; siksi innovaatioihin panostetaan nykyisin myös alueellisten strategioiden tasolla. Tutkimani kulttuurikin siten operoi tässä innovatiivisuudella ja luovuudella kilpailun ympäristössä.

Tärkeä painotus on päättää, mennäänkö tässä luovuusdiskurssissa kulttuurin vai talouden ehdoilla. Edellä mainittu luovuuden tuottamien innovaatioiden valjastaminen osaksi yhteiskunnan taloudellista kehitystä on ymmärrettävästi suosittua, mutta viime vuosina on esitetty myös kulttuurikeskeisempiä vaihtoehtoja luovuuden yhteiskunnallisen hyödynnettävyyden puolesta. Kaupunkisuunnittelun kulttuurikeskeisyydestä ovat esittäneet visionsa mm. Peter Hall (2000), Greg Young (2008) sekä YK *State of the World's Cities* vuoden 2004 raportissaan. Kulttuurivaihtoehto painottaa kulttuurin yhteiskunnan läpileikkaavaa roolia kaikessa kaupunkisuunnittelussa, luoden yhteyksiä mm. kaupungin fyysiseen suunnitteluun, talouselämään, vapaa-ajan aktiviteettien suunnitteluun sekä sosiaalioikeuksien maaperälle (Mercer 2006, 6). Talousvaihtoehdossa kulttuuri sitä vastoin artikuloituu pelkästään talouden ja tuottavuuden ehdoilla.

Pekka Himanen ”onnellisuusraportissaan” *Kukoistuksen käsikirjoitus* tuo esiin huolensa suomalaisten kehitysvisioiden keskittyessä markkinoiden romahduksenkin hetkellä talouteen ja teknologiaan. Hänen mukaansa kriittisessä tilassa olevan Suomen tulevaisuus ratkaistaan pitkälti vuoden kuluessa. Tällä hetkellä hän suosittaa keskittymistä ihmisarvon kasvattamiseen henkisen kulttuurin vaalimisen perustalta: ”Jos ”Suomi-potilas” ei toteuta strategisen käsikirjoituksen lisäksi tässä raportissa kuvattua henkisemmän kulttuurin ”hoito-ohjelmaa”, taloudellisen kasvun näkymät jäävät heikoiksi” (Himänen 2010, 233). Niinpä myös innovaatiot jäävät innovoimatta, jos hengenkulttuuriin ja ihmisten hyvinvointiin ei nyt painokkaasti keskitytä. Tässä hyvinvointidiskurssissa piilee luovuuden ja kaupunkibrändäyksen punainen lanka.

Luovan väen houkuttelu alueelle ja alueen yritysten kilpailukyky tehostuu nykyisessä symbolein ja mielikuvin kommunikoivassa maailmassa toimivan imagon ja brändin kautta (Karvonen 2001, 45). Kaupunkien profiloituessa sekä kehittäessä luovuutta ja innovatiivisuutta houkuttelevaa vetovoimaansa ne ovat valinneet itselleen erilaisia brändäystapoja: joku brändää itseään lähtökohtaisesti kulttuurikaupunkina, toiset taas ovat lähteneet kovemmalle linjalle tiettyjen teollisuudenalojen menestyksen edistämisen myötä. 23 kaupungin kaupunkistrategioita tutkineet Pasi Saukkonen ja Minna Ruusuvirta löysivät post-industrialiselle ajalle tyypillisesti paljon luovuuteen, kulttuuriin, elämyksiin sekä osaamiseen ja innovaatioihin nojautuvia strategioihin kirjoitettuja tulevaisuuden visioita (Saukkonen ja Ruusuvirta 2009, 86-87). Kaupunkisuunnittelusta on siten tullut pitkälti kaupunkimarkkinointia: mietitään, millaisena haluamme näyttäytyä tärkeille sidosryhmille tai potentiaalisille ”ostajille”. Tutkimuskohteeni Oulu on valinnut kehityksensä kärkeen lauseparin ”*Oulu on pohjoista valoa ja elinvoimaa. Menestyvä Oulu on ihmisiä ja yrityksiä innostava kansainvälinen keskus*”. Varsin abstrakteilta tuntuvat valo, elinvoima ja innostus saavat sisällölliset tulkintansa tämän tutkielman analyysiosiossa.

Tutkimuskohteeni Oulu on ratsastanut 1980-luvulta lähtien teknologiakaupungin maineellaan: sen imagoa alettiin rakentaa tuolloin dynaamisen hitech-keskuksen suuntaan, ja todellisuus alkoi vähitellen myös vastata tätä luotua mielikuvaa (Kulju 2002, 195). Teknologiaihme nosti Oulun talouden syvimmistä syövereistä jaloilleen 1990-luvun loppupuolella, ja tältä perustalta strategisessa kehittämisessä on koko tuon lamanjälkeisen ajan pitänyt pintansa taloudelliseen kasvuun tähtäävä osaamisen ja innovaatioiden retoriikka, joka on tältä taustalta määritelty lähinnä hitechiksi (Holstila 2007, 143). 2000-

luvulla pinnalle tullut luovuuskeskustelu on Oulun osalta tämän historian myötä saanut merkityksiä lähinnä vain teknologiavetoisen elinkeinoelämän katalyyttinä. Oulun imagonrakennustarina on koettu kaupunkimarkkinoissa valtakunnan tasolla menestykseksi (Äikäs 2004; Kulju 2002).

Teknologiabrändistä on ollut suurta hyötyä eri teknologiateollisuuden aloille, mutta dynaamisen hitech-keskuksen imago ei välttämättä ole kaupunkipoliittisesti kantavaa: mikä on tällaisen kaupunkipolitiikan johtotähden rinnalla arkielämän laatuun vaikuttavan kulttuurin rooli kaupunkisuunnittelussa? Samoin voisi kysyä, miten viihtyisä elinympäristö Oulu on ja kuinka hyvin se tuottaa kulttuuripalveluja asukkailleen. Ja kilpailukyvyn ollessa taikasana voi myös kysyä, onko Oululla välineet houkutella luovia henkilöitä alueelleen. Tämä vetovoimadiskurssi sijaitsee kulttuurin ja talouden diskurssien leikkauspisteessä, ja sille annetut merkitykset riippuvat hegemonisista poliittisista päättäjistä, joita ovat edustuksellisen demokratian lisäksi talouden vaikuttajat.

Lähden työssäni tarkastelemaan Oulun kaupungin parin viime vuosikymmenen kaupunkibrändäyksen innovatiivispainotteisen trendin antamaa paikkaa kulttuurille ja kulttuurille tältä pohjalta annettuja merkityksiä. Lähtökohtani on jälkistrukturalistinen: merkitykset eivät ole olemassa itsessään, vaan aina suhteessa viittaamiinsa asioihin ja diskursiiviseen todellisuuteen. Ne luodaan aina jonkun näkökulmasta — joskus tämä näkökulma tosin piilotetaan tehokkaasti. Kulttuuripolitiikan tutkijana lähestyn aihetta kriittisestä katsantokannasta, tuoden esille aineistosta hegemonista Oulun strategisen suunnittelun kulttuuripuhetta, ja yritän luoda kulttuurille vastahegemonista tilaa nykytilanteen ymmärtämisen kautta. Diskurssianalyysin epistemologian ja ontologian olen ottanut Ernesto Laclaulta ja Chantal Mouffelta, jotka näkevät jatkuvasti yhteiskunnan sosiaalisessa uudelleentuotettavan diskurssin poliittisia rajoja vetävänä: mukaan ottavana ja ulos sulkevana.

Tutkimusongelmani on tutkia, missä yhteyksissä kulttuurista tai kulttuurijohdannaisista puhutaan Oulun kaupunkisuunnittelua ohjaavissa strategioissa ja minkälaisia merkitysyhteyksiä niille tarjotaan. Liitän strategioiden tutkimisen siitä johdetun kaupunkibrändin keskustelemiseen. Hypoteettisesti kulttuurin liittäminen luovuus- ja innovaatioidiskursseihin vie pohjaa muulta kuin kulttuurin ajattelemiselta jonain välineellisenä, taloudellisia hyötyjä tuottavana lisäarvontekijänä. Tällaista problematiikkaa

sekä kaupunkisuunnittelun strategian roolia ja kulttuurin mahdollista tilaa käyn läpi aineiston analyysiä taustoittavissa luvuissa 4 ja 5.

Analyysiosiossa aineistonani ovat Oulun kaupunkistrategia 2005–2015, Oulun innovaatiostrategia 2007–2013 (”Oulu Inspiroi”), Kasvu 2006 -sopimus (”Kvanttihyppy”) sekä Oulu Triple Helix -strategia. Nämä ovat virallisia kaupunkisuunnitteludokumentteja, joissa kaikissa linjataan osaltaan myös kulttuuria. Osassa tosin hädin tuskin mainitaan koko kulttuuri-sanaa. Luku 3:ssa tuon esille strategioiden syntyhistoriaa ja roolia sekä tältä pohjalta annan johdannon kulttuurin paikan etsimiselle näistä innovatiivisen Oulun suunnitteluasiakirjoista.

Tämä asetelma taustallani ”palaan juurilleni”: 18 vuotta Oulun kulmilla kasvaneena ja nyt kulttuuripolitiikan näkökulman omaksuneena selvitän, mikä on kulttuurille annettu paikka teknologiakaupunki Oulun kaupunkisuunnittelua ohjaavissa strategioissa. Onko Oulun kulttuurikaupunkius pelkkää retoriikkaa vai löytyykö Oulun kaupunkisuunnittelusta kulttuuritahtoa? Onko sana ”kulttuuri” korvattu joillain muilla käsitteillä strategioissa, vai puhutaanko siitä ollenkaan? Taustaa tämän aihepiirin analyysiin lähdän hahmottamaan Oulun kaupungin lähihistorian imagonrakennustoiminnasta. Hypoteesina tutkimusasetelmalleni on, että strategian kirjoittajilla on joitakin sellaisia asenteita ja arvoja, jotka vaikuttavat heidän suhtautumiseensa kulttuuriin ja siten kulttuuri on monissa tapauksissa suljettu ulos kaupunkibrändäyksestä.

Tutkimukseni toteutin marraskuu 2009 – huhtikuu 2010 välillä, tutustuen ensin Oulun kaupunginarkiston materiaaleihin kaupunginvaltuuston ja -hallituksen 1995–1998 pöytäkirjoista. Teoreettisen viitekehyksen työlleni löysin joulukuussa, mikä on muokannut tutkimuskysymysteni muodon sellaisiksi kuin ne tässä työssä ovat. Olen ollut työni alusta saakka yhteydessä Oulun kaupungin strategiapäällikkö Maria Ala-Siuruun, jolta olen saanut täydentäviä kommentteja strategioiden taustan ymmärtämiseksi. Laudatur-seminaarissa olen päässyt refleктоimaan työni ideaa yhdessä saman alan ihmisten kanssa, jonka kautta työni on saanut palautteen kautta uusia huomioitavia asioita. Tämän huomioon ottaen katson työni olevan viitekehykseltään ja diskurssin taustan ymmärtämisen kannalta tieteeneettisesti validi.

Työni draaman kaari etenee jo alusta asti teoreettisen katsantokannan huomioiden, esitellen innovatiivista Oulua ja kulttuurin suhdetta innovatiivisuuteen teoriaviritteellä otteella. Ensimmäiseksi esittelen Laclau ja Mouffin artikulaatioteoriaa ja siitä johdettuja analyysikäsitteitä, jonka jälkeen tuon esille analysoimieni strategiapapereiden sekä innovatiivisuuden ja kulttuurin välisen suhteen taustoja. Tämä innovaationäkökulma kulttuuriin on tärkeä, sillä analysoimani strategiat on tehty rinnakkain, ja niiden yksi tärkeimmistä funktioista on oululaisen innovaatiojärjestelmän kehittäminen. Tämän ensivirityksen jälkeen luvussa 5 valotan innovaatioiden ja kulttuurin monisyistä suhdetta, ja luvussa 6 analysoin kulttuurille annettua paikkaa tutkimissani strategiapapereissa.

Työni sävy on rakentavan kriittinen, ja uskon sen lukemisesta olevan apua sellaisille kaupunkisuunnittelijoille, joita kiinnostaa kulttuurin suhde kaupunkisuunnitteluun ja -kehitykseen. Pureudun analyysiosiossa strategia-argumentoinnin perusteluihin, ja loppupäätelmissä todellisuuden muutosmahdollisuuksiin strategian kannalta. Tarina alkaa siitä, miten tutkimuskohteestani tuli sellainen kuin tuli, eli Oulun kaupungin teknologiahistoriasta.

### ***Oulun kaupungin teknologiahistoria***

Merenkulkuun, laivanrakennukseen sekä puunjalostus- ja kemianteollisuuteen erikoistuneen tervakaupunki Oulun teknologiakaupunkihistoria alkaa vuodesta 1982. Silloin perustettiin yksityisen sektorin ja kaupungin yhteisen elektroniikkatyöryhmän toimesta Oulun Teknologia kylä Oy. Myös itse teknologiakylä muodostui public-private -kumppanuudella toimivaksi, rahoitusvastuun alan yrittäjien ja kaupungin välillä tasan jakavaksi osakeyhtiöksi (Äikäs 2004, 125). Sen synnyn mahdollistivat pitkälti luonnontieteellis-teknisiä tieteitä painottavan Oulun yliopiston perustaminen, VTT:n elektroniikkalaboratorion Ouluun tulo, alueen yleinen kasvu sekä ”elektroniikkateollisuudelle suojele yleinen ilmapiiri” (Kulju 2002, 63-67).

Myös Oulun kaupunki edesauttoi aktiivisesti Oulun Teknologia kylän synnyssä (Tunkelo 1988, 1). Ratkaisevaa tähän teknologiavahvuuteen perustuvan ”Oulu-ilmion” synnylle eivät olleet pelkästään nämä suotuisat ympäristötekijät, vaan myös yksittäisten henkilöiden rooli teknologiainfomation syntykertomuksessa on ilmeinen (Tunkelo 1988, Kulju 2002). Lisäksi merkittävimmän paikallismedian, sanomalehti Kalevan, myönteinen suhtautuminen



teknologiakaupunki-imagon luontiin heti syntyvaiheissaan edesauttoi oululaisen teknohuuman nousua: 1980 ja 1981 Kalevan pääkirjoituksissa suhtauduttiin paikallisen elektroniikkateollisuuden kehitykseen myönteisesti todeten esimerkiksi elektroniikkateollisuuden vieläkin voimakkaamman tukemisen tarve (Äikäs 2004, 130-131).

Topi-Antti Äikäs viittaa mm. Mika Kuljun *Oulun ihmeen tekijät* -teokseen väittäessään, että usein kuultu ajatus on, että paikallinen ja alueellinen identiteetti, ”me-henki”, on vahvistunut nimenomaan teknologiakylähankkeen myötä. Paikallisidentiteettiä nostattava me-henki viittaa ”*Oulu-ilmion*” käsitteen kautta lähinnä Teknologiakylään, ei siis Ouluun kaupunkina. (Äikäs 2004, 131.) Oman tutkimukseni kannalta paikallista ja alueellista identiteettiä ei pysyvänä tilana ole, vaan se jatkuvasti muokkautuu ja sitä tuotetaan toiminnan kautta. Tämän ”me-hengen” alkuperäisiä sisältöjä ei varmastikaan enemmistö allekirjoita, vaan ne muokkautuvat Oulun hegemonisen merkityksenantajan, jonkun hegemonisen kiinnostuksen kohdan (kts. lisää luku 2.1) kautta, joka voi puhua ”Oulun seudusta” jonain yhtenäisenä alueellisena kokonaisuutena, jolle on tyypillistä tiettytyyppisten yritysten menestys (Kautonen 2008, 50). Tämä hegemonian tuottama artikulaatio-operaatio saa Teknologiakylästä versovan ”me-hengen” tuntumaan joltain erityisen oululaiselta.

”Me-hengen” ollessa sisällöllisesti vähemmän kattava ja tiettyihin merkityksiin latautunut on tässä yhteydessä järkevämpää puhua konkreettisista alueellisista vetovoimatekijöistä Oulun menestyksen aineksina. Tällä hetkellä Oulun pitää nimittäin keksiä jotain uutta ”me-hengen” tilalle ns. luovan luokan kaupunkiin houkuttelemiseksi. Heidän alueelle houkuttelemiseksi täytyy kilpailla työpaikkojen lisäksi palveluilla sekä viihtyisällä ja virikkeellisellä elinympäristöllä (Äikäs 2004, 105). Tie näiden vetovoimatekijöiden kehittämiseen on vielä kuitenkin pitkä. Suomessa ei nimittäin yleisesti ole vielä ajateltu kaupunkipolitiikkaa vasta kuin 1990-luvun alun laman aiheuttaman kriisin myötä, jolloin kaupunkipolitiikan rooli oli tietointensiiviseen osaamiseen panostamisen kautta ratkaista tämä talousongelma (Holstila 2007, 128).

Oulu muiden Suomen johtavien kaupunkien tavoin lähti kehittämään kaupungin taloutta korostetusti informaatioteknologiakateollisuuden kautta, ja saikin kasvatettua työllisyyttä 20 %:lla vuosien 1994 ja 2000 välillä. Teknologia-alan innovatiivisuudella oli vetovoimaa, ja moni muuttikin tuona aikana IT-alan suurimpiin kasvukeskuksiin: pääkaupunkiseudulle

sekä Tampereen ja Oulun seuduille. (ibid, 143.) Vuonna 1994 perustettiin valtakunnallisen osaamiskeskusohjelman puitteissa Ouluun huipputeknologia-alan yritysten ja kansainvälisen kilpailukyvyyn kehittämiseen tähtäävä osaamiskeskus, jota onnistuneena kopioitiin seitsemään eri Suomen kaupunkiin. (Kulju 2002, 157-158; Oulun kansainvälistä toimintaohjelmaa laativa toimikunta, 13.)

Oululaisesta osaamisesta tuli sittemmin muutokäsitemäinen oululaisen strategian ja brändin luontiin, johon palaan tuonnempana. Olennaista kuitenkin on, että osaamiskeskusmenestys toi Oululle positiivista mainetta nimenomaan tekniikan alalla: osaamiskeskuksen toimintaan kuului aluksi tietotekniikka, josta se myöhemmin laajeni elektroniikan, ohjelmistotekniikan, lääketieteen tekniikan ja biotekniikan käsittäväksi (Kulju 2002, 158). Menestys näillä kvantitatiivisilla, globaalitalouden kasvualoilla kuitenkin helposti tähtää lyhytnäköiseen toimintaan: todellisuus on jotain muuta kuin strategiat väittävät, kuten sanomalehti Kaleva pääkirjoituksessaan ”*Oulun veto on hiipunut*” kritisoi 9.9.2008:

Nyttemmin on Oulu inspiroinut bussien kylkimainoksia myöten, mutta missä ovat inspiroituneet ihmiset? Eivät ainakaan Kemirassa, jonka hyvin toiminut tutkimusyksikkö lakkautetaan ja siirretään Espooseen, vaikka toimintoja olisi voitu yhtä hyvin siirtää Espoosta Ouluun.

Tällainen kvartaalitalouden innovaatiopolitiikka tekee ihmisistä tuotannontekijöinä yhtä liikkuvia kuin pääomasta, mikä paitsi tyhjentää poliittista, strategista suunnittelua vaikuttavuudestaan myös tekee systeemin tärkeän resurssin, luovan luokan, elämäntyylistä nomadimaisen. Tämä osaltaan kiristää kilpailua luovan luokan virran alueelle saamiseksi, mikä keinollisesti tapahtuu nykyään kaupunkimarkkinoinnin ja -brändäyksen kautta.

1990-luvun huippubrändi Oulu on kokenut viime vuosina imagollisen laskukauden, kun Nokian menestyksestä riippuvainen teknologiateollisuudenala on taantunut vuodesta 2001 lähtien, jolloin työllisyyden kasvu ja muuttoliike Oulun tyyppisiin 1990-luvun kasvukeskuksiin ovat hiipuneet (Holstila 2007, 130 & 133). Tulevaisuuden suunta ja sen kirjallisten ilmentymien, strategioiden, suunta on siis muutospaineiden edessä. On varmasti vaikea luopua joskus erityisen menestyksekkäästä, teknologiapainotteisesta Oulu-brändistä informaatioteknologiaperustaisen talouskasvuasenteen vaikuttaessa yhä kaupunkikehittäjien mielissä, jota on luotu jo 1980-luvulta lähtien:



**Kuva 1.** Oulun Teknologiakaupunki-kampanjan juliste vuodelta 1984.

Tällaisessa imagollisen kriisin tilanteessa olisi hedelmällistä katsoa laajemmalta pohjalta tulevaisuuteen ja luopua siitä, mikä ei enää tänään toimi. Oulu onkin jo osaltaan reagoinut tähän laatimalla monipuolisemman elinkeinorakenteen puolesta puhuvan Kasvu 2006 -sopimuksen ja sen jatkeen Oulu Inspiroi – innovaatiostrategian. Kuitenkin kulttuurin paikkaa tässä työssä tutkiessani en voi lähteä näkemään kulttuuria ilmiönä, joka redusoituu vain sen taloudellisen hyödyntämisen arvoihin. Jos strategian nimi on Kasvu 2006 tai innovaatiostrategia, kulttuuri todennäköisesti jo saa ensimmäisen määrittelyn rajansa siinä: kulttuurin pitää tuottaa kasvua tai innovaatioita. Yhteiskunta ei voi olla pelkkä talousyhteiskunta, vaikka globaalissa maailmantaloudessa se usein korostuukin. Tässä on kritiikkini lähtökohta: miten brändätä ja tehdä kaupungista strategisen suunnittelun pohjalta yhtäältä innovatiivinen ja luova, mutta samalla kulttuurin huomioiva ja sen moninaiset mahdollisuudet hyödyntävä? Millaista olisi kulttuuriystävällinen innovaatiotoiminta? Vain vallan dynamiikan ja kulttuurin paikan tässä järjestelmässä ymmärtämisen kautta voi lähteä halutessaan kehittämään epäkohtia, kuten kulttuurisen vetovoiman roolin hyödyntämistä kaupunkibrändäyksessä sekä arjen merkityksellisemmäksi tekemistä.

## 2 LACLAUN JA MOUFFEN DISKURSSITEORIA VIITEKEHYKSENÄ

Tässä osiossa pureudun viitekehukseeni, jossa teoria ja menetelmä toimivat käsi kädessä myöhemmin analyysissäni. Tutkimusongelmani eli kulttuurin paikka Oulun innovatiivista suunnittelua ohjaavissa strategioissa soveltuu erinomaisesti Ernesto Laclau ja Chantal Mouffin esittelemän postmarxilaisen ja -gramscilaisen, postmodernin artikulaatioteorian kautta tarkasteluun, sillä sen kautta on mahdollista tuoda esiin muutosmahdollisuuksia strategisen suunnittelun todellisuuteen sekä innovatiivisuuden ja kulttuurin potentiaalinen yhteensopivuus samojen strategioiden johtotähdiksi.

Diskursseja artikulaatioiden kautta luova artikulaatioteoria sijoittuu diskurssianalyysin menetelmä- ja teoriakenttään. Sosiaalitieteissä 1970-luvulla tapahtuneen 'kielellisen käänteen' myötä 2000-luvun sosiaalitieteilijät kokevat tärkeäksi tutkia kielen ym. symboleiden kautta tapahtuvan vallankäytön problematiikkaan pureutuvia diskursseja. Nykyään pelkkä yleisesti hyväksytyjen normien, sääntöjen ja arvojen tutkiminen ei individualisoituneen ja globalisoituneen maailman problematisoimassa kontekstissa ole enää järkevää, minkä vuoksi sosiologia on siirtynyt kontingentit tilannetekijät paremmin huomioivaan diskurssitutkimuksen aikakauteen. (Torfing 2005, 21-22.) Metodeina uudessa diskurssitutkimuksessa ovat mm. Derridan dekonstruktio, Foucault'n arkeologiset ja genealogiset lähestymistavat, Saussuren paradigmaattisen ja syntagmaattisen välinen erottelu kielentutkimuksessa, Jakobsonin ja Lacanin psykoanalyttiset teoriat metaforasta ja metonymiasta sekä viimein oman tutkimukseni kiinnekohtana toimiva Laclau ja Mouffin yhtäläisyyden ja erityisyyden logiikoiden kautta operoiva artikulaatioteoria (Howarth & Stavrakakis 2000, 4-5)<sup>1</sup>. Näin on mahdollista käyttää samaa teoriaa että menetelmää: tässä luvussa esittelen teorian taustaa ja peruskäsitteitä, joilla viritän työtäni pitkin matkaa.

Laclau ja Mouffin diskursiivinen lähestymistapa on suunnattu poliittisten ongelmien tutkimiseen, ja on uusien diskursiivisten näkökulmien joukossa siinä mielessä erityislaatuinen. Sen kautta voi lähestyä esimerkiksi sosiaalisten identiteettien poliittista rakentumista, hegemonisen kamppailun muotoja, kollektiivisen toiminnan eri

---

<sup>1</sup> viittaavat tässä Howarth (2000) Discourse theory and political analysis; Stavrakakis (1999) Lacan and the Political. Lontoo: Routledge, ss. 57–9, 76–8.

taustalogiikoita, poliittisten instituutioiden syntyä ja tuhoa sekä yhteiskuntapolitiikan muodostumisen ja soveltamisen tapoja. Sen suuri etu on pluralistisen, postmodernin rakenteen teoretisointi ja logiikan ymmärtäminen uudessa kontingentin poliittisen toiminnan kontekstissa. (Howarth & Stavrakakis 2000, 1-2.) Argentiinalainen Ernesto Laclau on Essexin yliopiston Ideology and Discourse Analysis -ohjelman perustaja ja politiikan teorian professori, belgialainen Chantal Mouffe taas pitää politiikan teorian professuuria Westminsterin yliopistossa. Heidän tärkeimpiin julkaisuihinsa kuuluvat yhdessä kirjoitettu *Hegemonic and Socialist Strategy* vuodelta 1985, Laclaun *Emancipation(s)* (1996) ja *On Populist Reason* (2005) sekä Mouffen *On the Political* (2005).

Laclaun ja Mouffen diskurssiteoria on vielä suhteellisen uusi ja tuntematon Suomessa, mutta muutama oivallinen pro gradu -työ sen avulla on jo saatu aikaan. Näistä kaksi on Tampereen yliopistolta: kansainvälisten suhteiden maisteriohjelmasta 2009 valmistunut EU:n puheenjohtajamaiden erilaisia Venäjä-suhteiden artikuloitumisia tutkiva Lukas Wagnerin työ sekä Riikka Halosen vuonna 2007 kansainvälisen politiikan oppiaineesta valmistunut laittoman maahanmuuton ongelman analyysi Euroopan unionin hegemonisessa ja kansalaisaktivistien vastarinnan diskursseissa. Oma tutkielmani on ensimmäinen kulttuuripoliittinen Laclaun ja Mouffen teoriaan nojaava pro gradu -työ.

## ***2.1 Artikulaatioteorian toimintalogiikasta***

Diskurssiteorian ollessa kyseessä heti alkuun on selvennettävä, mitä diskurssi tarkoittaa Laclaun ja Mouffen artikulaatioteorian yhteydessä: se määritellään miksi tahansa elementtien kompleksiksi, merkitysjärjestelmäksi, jonka väliset suhteet rakentavat sen. Tässä yhteydessä Laclau viittaa strukturalistisen kielitieteen kehittäjä Ferdinand de Saussuren väittämään, että kielessä ei ole olemassa positiivisia termejä — vain erilaisuuksia, jotka ovat olemassa ainoastaan suhteessa toisiinsa. Merkitsevien elementtien välillä on olemassa kahdenlaisia suhteita: yhdistelmiä ja korvaavuuksia. Ei ole siis olemassa mitään ennalta määriteltyä, vaan diskurssi muodostuu sosiaalisen konstruoimien erilaisuuksien välisestä pelistä. (Laclau 2005a, 68.) Vaikka merkit määrittyvätkin näin erilaisuuteen perustuen, oma oleminen rakennetaan kohteen ja prosessin, ei pelkän negatiivisuuden kautta, jotta tiedetään, ketä vastaan ollaan (Palonen 2008, 230). Tärkeää on myös diskurssin suhde muihin diskursseihin, sillä anti-essentialistisen diskurssin

jatkuvan itsetuottavuuden myötä se määrittää jatkuvasti rajaansa ja suhdettaan muihin diskursseihin. Tällaisia itsetuottavuuden muotoja ovat merkitysten luonti ja ylläpito sekä toiminnan kautta syntyvät uudistumisen tarpeet.

Laclau ja Mouffen yhteiskunta on diskursiivinen tila (kts. esim. Laclau ja Mouffe 2001, x). Diskurssin syntyessä artikulaation kautta sosiaalinen on artikulaatio, joten yhteiskuntaa ('society') pysyvänä subjektina ei ole: se on poliittisten päätösten kautta alati muuttuva, itseään tuottava ja uusintava järjestelmä (ibid, 114). Artikulaatioteorian mukaan diskursiivisessa tilassa tapahtuu rajankäyntiä diskurssin sisältämien yhtäläisyys- ja erityisyyslogiikkojen välillä. Kaikki subjektipositiot tapahtuvat alun perin suhteessa erityisyyslogiikkoihin, mutta yhteiskunnan sisäiset sosiaaliset antagonismit usein saavat nämä erityisyyslogiikat yhdistymään yhtäläisyysketjuiksi määritellään itseään suhteessa siihen, mitä se ei ole tai ei halua olla. Tällöin yhteiskunta määrittyy kahdeksi blokiksi, joista toinen saadessaan vallan määritellä yhteiskunnan ei-eksplisiittisesti määriteltyjä ideoita, *kelluvia merkitsijöitä*, pääsee hegemoniseen asemaan. Tämän kautta luotu yhteiskunnallinen universaalius on poliittista universalismia, joka on vain senhetkinen, artikuloitu yhteiskunnan tilanne, ja siten jatkuvasti uusien ja kontingenttien yhteiskuntavoimien haastama. (ibid, xiii.) Siten myös uudelleen artikulaation kautta tapahtuva hegemonian murtuminen on mahdollista, sillä diskurssit ovat luonteeltaan riippuvaisia ulossulkemistaan poliittisista voimista ja hallintansa ulkopuolella olevista poliittisista rajoja muuttavista dislokaatio-liikkeistä (Laclau 1996a, 31-35; Howarth & Stavrakakis 2000, 9).

Tässä tutkimuksessa kulttuuri on diskursiivisuuden keskiössä: tarkastelen kulttuurin suhdetta kaupunkisuunnittelun sille antamaan paikkaan kaupungin strategisen suunnittelun diskurssissa. Yleinen tendenssi nyky maailmassa on, että talouselämä ei suinkaan ole ahdistamassa kulttuuria nurkkaan, vaan se tekee yhteiskunnasta näennäisesti epäpoliittisen politiikan muuttuessa hallinnoimiseksi: se siirtää politiikan tekemisen paikkaa niin, että vaihtoehtoisilla diskursseilla ei ole siihen pääsyä. Tässä neoliberaalissa projektissa yhteiskunnan poliittinen ei siten edusta sen sosiaalista koostumusta, vaan politiikka tapahtuu yhdestä taloudellista ja hallintovaltaa käyttävästä valtdiskurssista käsin, minkä kautta kulttuurikin saa hegemonisen artikulaationsa. (Janović ja Močnik 2006, 230.) Näin on mitä ilmeisimmin myös tutkimuskohteeni Oulun kohdalla.

Artikulaatioteoria on lainannut paljon strukturalistisesta kielitieteestä: merkitysten artikuloitumisen taustalla nimittäin vaikuttaa Saussuren mukaan assosiativinen merkkien ketjuuntuminen eli paradigmaattiset suhteet, jotka koostuvat merkitsijöistä ja merkityistä. Näiden välinen suhde määrittyy tiedostamattomassa. Kielenkäytössä (ja tässä erityisesti poliittisessa kielenkäytössä) arvojen merkityksen artikulointiin tarvitaan tästä syystä aina affektiivista, ei-loogiseen vetoavaa perustaa. Diskursiiviset hegemoniset muodostelmat, jotka artikuloivat erityisyyden tai yhtäläisyyden logiikoita, olisivat siten Laclau mukaan mahdotonta ymmärtää ilman affektiivista osaansa. (Laclau 2005a, 111.) Laclau ja Mouffin teoriassa tällainen merkityspäristä liittyy poliittisen hegemonian artikulaation, jolle on ominaista erilaisten todellisuutta kuvaavien kielikuvien, synonymioiden, metonymioiden ja metaforien käyttö (Laclau ja Mouffe 2001, 110). Usein kirjaimellisen konkreettisia vastineita kielikuville ei haetakaan, sillä tällainen mytologisointi on vallankäytöllisesti oiva retorinen keino väljentää mahdollista merkityskenttää ja luoda yhteisyyttä myyttien kautta. Aineistoni strategiat ovat retorista tekstiä: ne ovat poliittisten päättäjien laatimia ohjelmia kaupungin ja sen yhteistyökumppaniorganisaatioiden ”arvomaailman” toteuttamiseksi. Tutkielmassani retoriikkaa on tyhjien ja kelluvien merkitsijöiden aiheuttama tilanne, jossa merkitsijä saa uusia merkityksiä jonkun määrittäessä sen merkityksistä kiisteltäessä uudelleen ja näin vähitellen juurruttaa uuden merkityksen kyseenalaistamattomien faktojen joukkoon.

## **Politiikka, hegemonia ja artikulaatio**

Politiikka määrittyy Laclaulle ja Mouffelle konfliktinäkökulmasta (kts. esim. Mouffe 2005, 9). Konfliktia tapahtuu erilaisissa rajanvedon tilanteissa: päätetään, ketä vastaan luodaan poliittista yhtenäisyyttä populaarein symbolein ja ketä tähän yhtäläisloogiseen joukkoon otetaan mukaan, jolloin poliittinen prosessi on luonteeltaan erityisistä identiteeteistä koostuva ja samalla populaaria, symbolista yhtenäisyyttä luova (Laclau 2005a, 77-83; Laclau & Zac 1994, 37). Vain vastakkainasettelujen (antagonismi) kautta määriteltävät sosiaaliset voimat antavat muotonsa sosiaalisille ryhmien välisille suhteille, joissa yhteisyys ja erityisyys syntyvät (Laclau 1996b). Eri erityisyyslogiikkojen välillä käytävä kamppailu pääsystä yhtäläisloogiseen, yhtenäisyyttä luovaan artikulaatioprosessiin ja johtavan symbolisen määrittelyvallan saavuttaminen siinä on poliittisen vaikuttavien prosessi, hegemonia (Laclau 2005a, 227-228).

Kun toiminta on poliittista, jokainen poliittinen toimija haluaa päästä hegemoniseen asemaan, josta valtakäytännön olemisen kautta saa itselleen huomattavasti määrittely- ja manipulointivaltaa. Hegemonian käsite on jatkumo sen kuuluisimmalta klassiselta teorisoijalta Antonio Gramscilta, jonka mukaan hegemonia on yhteiskunnan tila, jossa jokin intellektuellien ryhmä saa ihmiset legitimoimaan itseensä kohdistuvan vallankäytön mm. ideologian, kansanomaisten uskomuksien ja ”arkijärjen” perusteella (Koivisto-Uusitupa 1989, 68).

Tämä yhteiskunnallisen tietoisuuden luominen on pitkälti samoin logiikoin operoivaa Laclaun ja Mouffengin artikulaatioteoriassakin, mutta olennainen eroavaisuus on yhteiskuntaluokan pysyvänlaatuisten olemassaolon kieltäminen ja siirtyminen täysin anti-essentialistiseen, diskurssianalyttiseen maailmankuvaan. Emilia Palonen tiivistää Laclaun ja Mouffengin hegemoniakäsityksen ”*käsitteiden tai ryhmien yhteenliittymänä, jonka merkitys on uudelleenartikuloitu ja jota on yritetty juurruttaa merkitysten kenttiin tiettyjen osasten kautta*” (Palonen 2008, 215). Hegemoniat ja sen merkityksenannot ovat siten konkreettisissa yhteyksissä luonteeltaan ideologiaan kohdistuvan imagonrakennustoiminnan työkaluja, jatkuvasti uudelleenartikuloitumispaineiden alla olevia hetkiä.

Sosiaalinen vaatimus tai ongelma on Laclaun analyysissä pienin artikulaation yksikkö, potentiaalinen merkittäjä. Sosiaalinen vaatimus yhteiskunnassa konstruoituu poliittiseksi alun perin erityisyyden logiikalla, jolloin sosiaalisten vaatimusten välille ei nähdä yhteyttä. Tästä koostetaan laajemman kannatuksen kokonaisuus yhtäläisyyden logiikalla, jolloin erityisyydestä osin joudutaan luopumaan rakentaessa antagonistista rajaa suhteessa siihen, mitä tähän yhtäläisyyteen ei kuulu. (Laclau 2005a, 78.) Sosiaaliselle vaatimukselle rakentunut erityisyyslogiikka saa siten uuden roolin toimiessaan hegemonista määrittely- ja tarpeentyydytysvaltaa tavoittelevan yhtäläisyyslogiikan ketjussa. Usein sosiaalisten vaatimusten pysyessä pitkän aikaa toteutumattomina ne kumuloituvat, ja yhteiskunnan institutionaalinen järjestelmä kykenee vastaamaan niihin yhä heikommin yksittäisinä vaatimuksina, jolloin niiden poliittiseksi läpiviemiseksi ne yleensä yhdistetään vaatimusten kimpuksi, lähtökohtaisesta erilaisuudestaan huolimatta, ja niille valitaan yhteinen nimittäjä. Näin poliittinen prosessi on luonteeltaan yleisesti varsin populaari ja konsensushenkinen, ja samalla yhteiskunnan institutionaalista järjestelmää kansasta etäännyttävä. (ibid, 73-74.)



Jonkin sosiaalisen vaatimuksen saadessa kiinnekohtaisen merkityksenantajan, hegemonisen artikuloijan, roolin, yhtenäisyyden linkkiä muihin sosiaalisiin vaatimuksiin pitää ylläpitää. Siksi tämä näennäinen yhtenäisyys toteutuu usein myös symbolisella tasolla: sille luodaan yhteisyyttä ylläpitäviä symboleita, joille ihmiset päivittäisessä elämässään altistuvat, kuten kaupunkibrändi tässä tutkimuksessa. Vaatimusten yhtenäisyys voi löytyä lähtökohtaisesti vastakkaistenkin arvoasetelmien välisestä yhteydestä. (Laclau 2005a, 88.) Hegemonisen prosessin rakentuessa uudelleen erityis- ja yhtäläisyyslogiikoista sekä toisaalta kontingenttien tekijöiden rakentaessa sosiaalisten vaatimusten taustalla olevia identiteettejä historiallista jatkumoa ei näin rakennu eri hegemonioiden välille, vaan liike voi olla ja usein onkin saamaisen epäjatkovaa (ibid, 79 & 226). Tämä siten mahdollistaa hyvinkin erilaisten hegemonioiden peräkkäisyyden.

Uusi hegemonia tuottaa uuden ontittisen järjestyksen, mutta sen järjestäytymisen eli järjestyksen jatkuva tuottamisen tapa ei toimi samalla logiikalla kuin itse järjestys, joten konkretisoitumisen tapa onkin tilannesidonnaista ja ennalta arvaamatonta. Niinpä Laclau kutsuu hegemonian tilaa yhteiskunnassa sen edustuksellisuuden kannalta ”poissaolevaksi täyteydeksi”. (Laclau 2005a, 229.) Missä määrin hegemonia pystyy luomaan ja manipuloimaan populaareja identiteettejä ja symboleita, on olennainen osa hegemonian ylläpitävää voimaa. Poliitiikka taas on mahdollista juuri siitä syystä, että sosiaalisen vaatimusten täydellinen edustus yhteiskunnan poliittisessa on mahdotonta, ja yhteiskuntaan on sen kautta luotava tyhjään merkitsijään perustuvia symboleita ja mytologista yhteyttä (Howarth & Stavrakakis 2000, 9). Tämän paradoksaaliseen yhteiskunnan näennäisen täyteen tunteen tilanteen Emilia Palonen tiivistää: *”V[v]aikka identiteetit tai yhteiskunta eivät koskaan olekaan täysin rakentuneita, pyrkimys (mielikuvaan) täyteydestä on poliittisen retoriikan ja toiminnan poliittinen (ja mahdoton) ideaali”* (Palonen 2009, 17-18). Hämäryys ja läpinäkymättömyys ovat siis yleisesti poliittisen retoriikan ja toiminnan lähtökohtia politiikan popularisoinnissa.

## **Kuka artikuloi?**

Laclau puhuu On Populist Reasonissa hegemoniaa luomaan pyrkivistä yhtäläislogisista prosesseista, jotka toimivat tyhjien ja kelluvien merkitsijöiden logiikkojen mukaan, sisällyttäen itseensä erityisyyslogiikoita. Kuitenkin on olemassa vielä sellainen suodatin, joka kontrolloi sosiaalisessa muodostuvia vaatimuksia. Tilanne, jossa suljetaan

vaatimuksia tämän erityisten vaatimusten kentän ulkopuolelle, on tyypillistä sosiaalisesti heterogeenisessä yhteiskunnassa, joita kaikki yhteiskunnat ovat tämän lähtökohdan mukaisesti.

Laclaulle sosiaalinen heterogeenisuus merkitsee sellaisen yhteisen tilan puuttumista, jossa määritellään erityisyyslogiikan pohjalta syntyvien erityisvaatimusten keskinäiset suhteet. Hän kuvittelee esimerkkinä tästä yhteiskunnan, jossa on kaksi antagonistista osapuolta, ja kaikki sosiaaliset kokonaisuudet määrittyvät näiden vastapoolien välisessä suhteessa. Representaation alue on kuitenkin identiteettien alati rakentuvan luonteen takia muuttuva, ja määrittelyjensä kautta se aina sulkee jotain itsestään pois: kaikki eivät suinkaan mahdu yhtäläisyyslogiikan ketjuun. Esimerkkinä representaation alueen muuttumisesta Laclau nostaa esille kapitalistiselle järjestelmälle suotuisan työttömyysasteen, mutta joka noustessaan ulos rajoistaan tuottaa yhteiskuntaan tuotantoon perustuvaan järjestelmään kuulumattomia ihmisjoukkoja. (Laclau 2005a, 139-147.) Tällainen raja liikkuu helposti ja tekee identiteeteistä radikaalin rajan altistamia ottaessaan ne mukaan joko systeemiin tai sulkiessaan tarpeettomina pois. Tällainen rajankäynti vaikuttaa luonnollisesti myös kulttuurin paikkaan kaupungin strategisessa suunnittelussa ja kaupunkibrändissä: minkälainen kulttuuri nähdään hyödylliseksi näissä minäkin aikana ja missä diskurssissa.

Sosiaalista heterogeenisyyttä on paitsi systeemin ulkopuolella, myös sen sisällä. Aina yhteiskunnassa kamppailevat leirit A ja B eivät ole antagonistisessa suhteessa, jolloin näiden välisen suhteen määrittely voi paljastaa toisen lähtökohtaisen ulkopuolisuuden systeemistä. Jos A esimerkiksi on jo määritelmällisesti B:n hegemoniseen systeemiin kuuluva alisteinen osa, ei se siten ole tälle vastakkainen. Laclau mukaan vain käytyään määrittelykamppailun systeemin ulkopuolelta sen sisälle on mahdollista vastustaa hegemonista B:tä. (ibid, 152.) Tällainen systeemin ulkopuolinen haastaja voi löytyä innovaatio johtotähtenä olevalle elinkeinopolitiikalle kulttuuripolitiikan lähtökohdista. Kulttuurin ja talouden tasa-arvoisempaan suhteen tilaa on hahmotellut mm. Markku Wilenius teoksessaan *Luovaan talouteen* (2004). Kapean innovaatioajattelun pohjalta operoivassa luovassa taloudessa (kulttuuriteollisuus, luova talous, sisältötuotanto ym.) kulttuuria nimittäin turhan usein artikuloidaan niin, että kulttuuri on vain osa taloudellista järjestelmää tuottavuusvaatimuksineen. Kulttuurin A tulisi erityislogiikan artikuloinnin kautta saada irti talous B:stä.

Vallitsevassa systeemissä näiden järjestelmästä ulossuljettujen toimijoiden on turha operoida, sillä artikulaation paikkaa ei ole — osallisuus yhteiskuntajärjestelmään täytyy rakentaa uusista määrittelyn lähtökohdista, erilaisuuslogiikkojen uudelleensynnyttämisestä (Laclau 2005a, 151). Jokainen hegemonia määrittelee itselleen ideologiset määrittelyn rajat tämäntyyppisessä jo Gramscin hahmottelemassa ”positioiden sota” -pelissä, eli poliittisten rajojen siirrossa eri osissa yhteiskuntaa tapahtuvissa strategisissa kamppailuissa, jotka ovat luonteeltaan sosiaalis-kulttuurisia: *”Yksi jokaisen valta-asemaan pyrkivän ryhmän ominaispiirre on taistelu perinteisen sivistyneistön sulauttamiseksi ja ”ideologiseksi” valloittamiseksi, mikä on sitä nopeampaa ja tehokkaampaa, mitä enemmän kyseinen ryhmä samanaikaisesti kehittää omaa elimellistä sivistyneistöään.”* (Gramsci 1979, 127). Tämä elimellinen sivistyneistö on nimenomaan kansalaisyhteiskunnasta nouseva sosiaalisten vaatimusten logiikka perinteisen sivistyneistön viitatessa johonkin yhteiskunnasta irti olevaan hallinnon piiriin. Kyse ei ole pelkästään siis taloudellisten resurssien jakautumisesta aiheutuva Marx-henkinen yhteiskunnan luokkajako, vaan sosiaalisista ja kulttuurisista, kokonaisvaltaisesti systeemiä artikuloivista poliittisista voimista syntyvä hegemoninen prosessi, joka toteuttaa arvojen ja intressiensä mukaisen yhteiskunnan.

Tämä yhtäläisyys- ja erityisyyslogiikkoihin perustuviin rajanvetoihin ja mytologista yhteyttä luovaan artikulaatioon perustuva poliittisen logiikka on taustalla, kun analysoin työssäni Oulun kaupunkisuunnitteluun vaikuttavia strategioita kiinnekohtien ja tyhjien/kelluvien merkitsijöiden logiikoiden kautta luvussa 6. Haluan saada selville Oulun hegemonista diskursiivista todellisuutta kulttuurin kannalta ja tämän kautta tapahtuvia merkityksenantoja.

Tässä esittelyt varsinaisista analyysikäsitteistäni:

### **Kiinnekohta ja tyhjä merkitsijä**

Populaari symboli tai identiteetti ei Laclau mukaan passiivisesti ilmaise sisältöään, vaan jatkuvasti tuottaa ilmaisuun. Tärkeä vaihe on nimenannon hetki, jolloin merkki saa nimen kautta identiteettinsä ja suhteensa muihin merkkeihin; ei siis ole olemassa asioita ennen nimenantoa (Laclau 2005a, 104). Nimenanto toimii kiinnekohtana (nodal point) sekä yhtäläisyysketjun määrittellessä uusia symboleita itseensä sisällytettäväksi mieluisalla tavalla että tätä kautta syntyvässä uudessa diskurssissa. Yhteiskunta ei siis ole yhtä kuin

elementtinsä, vaan tärkeää on erityisyyslogiikoiden määrittelyvalta yhtäläisyysketjuun sisällöllisesti soveltuviksi symboleiksi. Tämän yhtäläisyysloogisen artikulaation kautta syntyvän kiinnekohdan kautta on mahdollista luoda uutta hegemonista diskurssia.

Kiinnekohtaiseksi merkityksenantajaksi pääsy ja vakiintuminen on jokaisen hegemonisen prosessin tavoite, yhteiskunnallinen asema, josta pääsee artikuloimaan saatavilla olevia elementtejä, kelluvia merkitsijöitä (Howarth & Stravarakakis 2000, 14-15). Tämä luo ihmisille näennäisen jatkuvuuden tunteen, vaikka saman termin sisältö konkreettisesti muuttuisikin ja kyse olisi todellisuudessa epäjatkuvuudesta: artikulaation merkitysisältö riippuu artikuloijasta. Nimenannon mahdollisuus on nimenomaan väljästi määritellyissä käsitteissä, jotka voivat muuttaa radikaalisti sisältöään kiinnekohtaisen artikuloijan, hegemonian, vaihtuessa. Tällaisia käsitteitä on paljon tutkimissani strategioissa.

Populaari, yhteiskunnan yhtäläisyysketjuista konstruoitu kiinnekohtainen yhteinen identiteetti, on potentiaalisesti tyhjä merkitsijä. Sosiaalisten vaatimusten yhtäläisyysketjun monimutkaistuuksessa ja laajentuessa kattamaan yhä useampia vaatimuksia näitä yhdistävä populaari identiteetti merkitsijöineen (sanat, kuvat) käy sisällöllisesti latteammaksi yrittäessään edustaa tätä laajaa sosiaalisten vaatimusten joukkoa. Tällöin kokonaisuus ei varsinaisesti ole kenenkään omaksi koettu identiteetti, vaan se on löyhään solidaarisuuteen perustuva attributiivis-performatiivinen diskurssi: heitä yhdistää ihmisjoukkona jokin saavuttamaton tavoite, ei juuri muu. (Laclau 2005a, 85-88.) Laclau vertaa tätä unessa muodostuvaan kuvaan yhdistelmänä alitajunnan tuottamia erilaisia ajatuksia, joka ei siis ilmaise erityisyyttä vaan jotakin hämärää, vaikeasti tulkittavaa ja monikerroksista ideoiden kollaasia (ibid, 97). Tässä ei siten missään nimessä voida puhua läpinäkyvästä yhteiskunnasta, jossa olisi selvästi näkyvillä, kenen artikulaatiota joku sosiaalinen vaatimus on ja kuka on vastustaja. Toisaalta on huomattavaa, että tyhjä merkitsijä ei ole jotain, mitä merkitsijä alkujaan on, vaan alkuperäisistä merkityksistä tyhjentämisen prosessi tapahtuu, kun se joutuu edustamaan useampia erityisloogisia ketjuja (Laclau 1996a, 36-37).

Poliittisen, yhtäläisyysketjujen kautta syntyneen diskurssin artikulaatiossa kiinnekohtana toimii ns. tyhjä merkitsijä (ibid, 8-9). Nimenannon yhteydessä laajoja merkityskokonaisuuksia nimellisesti yhdistämään kykenemättömänä se [tyhjä merkitsijä] ei voi ottaa huomioon koko erityisten sosiaalisten vaatimusten ja merkitysten ketjua, vaan

sen on edustettava osana kokonaisuutta, itselleen perinteisesti vieraitakin yhteiskunnan aloja. Tyhjän merkitsijän suosio kaipaa artikulaatioonsa suosiota ylläpitävää myyttistä ja tunnepitoista arvoisältöä ollakseen olemassa itseään suurempana kokonaisuutena ihmisten käsityksissä (Laclau 2005a, 115.) Tämä kiinnekohta voi joskus olla myös marxilaisessa tutkimusperinteessä suosittu eron tekijä yhteiskuntaluokka, mutta Laclau'n postmoderni näkemys on, että kiinnekohtaisuus on paljon kontingentimpi prosessi, kuten seuraavasta esimerkistä käy ilmi:

Kiinnekohdaksi pääsy voi mahdollistaa epätyypillisiä toimijoita joillekin yhteiskunnan erityissektoreille. Esimerkkinä tästä Laclau antaa (ibid, 109-110) työmarkkinajärjestöjen onnistuneen rasisminvastaisen työn, mikä saa aikaan sen, että tällä alueella ihmiset alkavat tuntea vahvistuvaa yhteyttä näiden kahden varsin erilaisen asiakokonaisuuden (rasisminvastainen työ vs. työmarkkinajärjestön perustehtävät) välillä alueellisesti. Näin konkreettisesti työmarkkinajärjestöstä muodostuu yhteiskunnallisten kamppailujen kiinnekohta, metaforinen ratkaisija, joka pääsee tähän asemaan yhteiskunnassa konkreettisen sosiaalisen toimijan nimikkeellä, jolla on ihmisten mielissä kyky ratkaista monenlaisia yhteiskunnan ongelmia. Menestys rasisminvastaisessa työssä voi jatkossa artikuloida monenlaisia erityisyyslogiikoita työmarkkinajärjestön alle, jolloin se voi saada huomattavasti valtaa yhteiskunnassa.

Tällaisessa sosiaalisen dislokaation tilanteessa tehokkuus ja nopeus tämän rikkonaisen alueen ”kiinniompelemisessa” ovat valttikortteja (Howarth & Stavrakakis 2000, 13-15). Kuka vain ei kuitenkaan voi päästä erityisyyslogiikoiden joukosta kiinnekohtaiseksi artikuloijaksi, sillä poliittisen alueella voivat kilpailla vain hegemoniseen kamppailuun osallistuvat erityisyyslogiikat, eivät sen ulkopuoliset (Thomassen 2005, 295; Laclau 1996a 42-44). Tämä ulkopuolisuus tarkoittaa käytännössä alisteista asemaa jollekin erityisyyslogiikalle, kuten sosiaalisen heterogeenisuuden tilanteessa. Myös kyvyttömyys hyödyntää tyhjän merkitsijyyden kautta luotavaa universaalia yhteyttä yhtäläislogisessa artikulaatioketjussa vie pohjan hegemonialta.

### **Kelluva merkitsijä**

Tyhjän merkitsijän kautta syntyvän hegemonisen prosessin variaatio on merkityksistä kiistelyn tilanne, jossa sosiaalisen alueelta syntyvät vaatimukset saavat kilpailijoikseen

vallitsevan hegemonisen järjestelmän projektit. Tässä tilanteessa sosiaalisia vaatimuksia tuotetaan yhtäläisyysketjuiksi sekä siis ylhäältä hegemoniasta sekä potentiaalisen hegemonian alueella, ja erityisen näkyvillä tämä merkityksistä kiistelyn tilanne on järjestelmän orgaanisen kriisin aikana (Laclau 2005a, 129-156). Merkitys kiinnitetään siten jomman kumman toimesta tässä artikuloinnin kilpailutilanteessa: esimerkiksi kulttuuri saa kelluvan merkitsijyyden, jos sitä artikuloidaan hegemonisesta innovaatiotodiskurssista käsin, ja samalla yhtäläislooginen kulttuurin itseisarvoa korostava ketju tuottaa omaa merkitystään kulttuurin paikasta. Hegemonisen järjestelmän intressi tuottaa oma kulttuuriartikulaationsa johtuu siitä, että se haluaa ylläpitää asemansa luoden järjestelmää ylläpitävän, poliittista rajaa hämärtävän kulttuuriartikulaationsa, kun yhteiskunnasta kuuluu, että kulttuuriin pitäisi panostaa enemmän. Toistaiseksi vallitsevalla hegemonialla on kulttuurin paikan määrittelyssä tutkimukseni strategioissa turvattu kiinne kohta; se saa liikkumistilaa vaihtoehtoisille määrittelyille vasta kun laajennetaan strategiaan osallistuvien erityisyyslogiikoiden joukkoa, ja merkittävästi silloin kun vaihtoehtoinenkin kiinne kohta on luonut itselleen laajan yhtäläisloogisen tuen.

Hegemonisessa kilpailutilanteessa syntyvälle merkitykselle, merkitykselle jonka todellinen merkitys yhtäläisyyslogiikan mukaisessa prosessissa syntyy vasta suhteessa muihin merkitsijöihin, Laclau on antanut nimikkeen kelluva merkitsijä (Laclau 2005a, 131). Merkityksen kelluttaminen tuottaa samalla tavoin väljästi määriteltyjä käsitteitä kuin tyhjä merkitsijä, mutta kelluttaminen viittaa jonkin konkreettisen merkityssisällön kiinnittämiseen toisin kuin tyhjä merkitsijä, joka on yhtäläisloogisen ketjun abstrakti artikulaatio; se on siis saman diskursiivisen operaation toinen puoli (Laclau 1996b). Erona on yhteiskunnan tilanne: kelluvista merkitsijöistä käydään kilpailua, ts. sille on erilaisia konkreettisia merkitysvaihtoehtoja, kun taas tyhjä merkitsijä on suurta toteutumattomien sosiaalisten vaatimusten joukkoa edustava, poliittista yhtenäisyyttä luova hegemoniaprojekti.

Kelluva merkitsijyys aiheuttaa tilanteita, joissa merkitsijä irrotetaan alkuperäisestä sosiaalisesta kontekstistaan ja istutetaan valtaa pitävään diskurssiin. Tällaisia representaation kriisitilanteita on tapahtunut historiassa muun muassa oikeiston käyttäessä perinteisesti vasemmiston populaareja termejä, kuten Yhdysvaltain presidenttiehdokkaan esittäytyminen yleisölle ”työläisenä”, mikä saattoi lähennyttää toisiinsa populaareja identiteettejä ja oikeistoradikalismia. Tämän artikulaatioyhteyden vakiintuminen paitsi

tekee äärioikeiston suosituimmaksi kansan keskuudessa, myös hyödyttää vähemmän radikaalia, saman retoriikan kautta operoivaa oikeistoa (Laclau 2005a, 134-138). Oulussa esimerkiksi tähän tapaan uuden kaupunki-imagon alkuvuosina yhdisteltiin retorisesti perinteistä tervateollisuutta ja hitech-alan menestystä oululaisen yrittäjähenkisen identiteetin perustana (Äikäs 2004, 126).

Ero tyhjään merkitsijään on usein määrittelykysymys: tyhjän merkitsijän viitatessa epäselvästi moniin merkityspotentiaaleihin kelluva merkitsijä on tilanne, jossa merkitsijä saa tietystä lähtökohdasta olevan merkityksen. Samassa tilanteessa siten todennäköisesti hegemoninen artikuloija pyrkii tavoittelemaan kansansuosiota viittaamalla tyhjän merkitsijyyden logiikalla abstraktisti kaikkeen ja toisaalta omien merkitysintressiensä mukaan toimien kelluvana merkitsijänä. Kelluvien merkitsijöiden artikulointi itselle suotuisalla tavalla uusintaa hegemoniaa, mutta toisaalta tässä tilanteessa sen vastustajilla on myös tilaa olla antagonistinen vastustaja, kun tiedostetaan artikulaation muutosmahdollisuus. Hegemonian viitatessa tyhjään merkitsijään esimerkiksi aineistoni strategioissa ei viedä asioita eteenpäin, vaan puhutaan jostain abstraktista, jota on vaikea vastustaa tai kannattaa.

## ***2.2 Diskurssiteorian paikka tässä tutkimuksessa***

Laclau ja Mouffen diskurssiteorian kautta tarkasteltuna Oulun kaupungin teknologiapainotteisuus artikuloituu strategioissa osana poliittis-ideologista, teknologishegemonista muodostumaa. Näiden artikulaatioiden ollessa ei-välttämättömiä ja toisilleen vaihtoehtoisia niitä on mahdollista muuttaa. Kamppailtaessa tästä kulttuurin paikan määrittelyn hegemoniasta on tunnettava se ideologinen maasto, jonka kautta uudelleenartikulointi on mahdollista ylittämällä tämän jo artikuloituneet urautumat. Ideologisen maastojen alkeisosien, osien joilla ei itsellään ole mitään välttämättömiä poliittisia konnotaatioita, järjestämisellä uudelleen voidaan saada aikaan uusia kulttuurikäytäntöjä, kuten vaikka erilaisia kaupunkisuunnittelun trendejä. (Hall 1992, 369; 371.) Näin itsensä positioidessaan voi päästä keskustelemaan konkreettisilla käsitteillä vastapuolen kanssa molempien ideologiset taustat tuntien: mitä vastaan haluamme luoda vastakkainasettelun kautta uutta artikulaatiota. Tällainen analyysi toimii tyhjien ja kelluvien merkitsijöiden funktioiden selvittäjänä kulttuurin artikuloitumisessa teknologiakaupungin kontekstissa, mikä on perustelu case-tyyppisen tutkimusstrategian

valinnalle; artikulaatioteoria pyrkii vastaamaan tilanteen kuvailun sijaan ”*Mistä on kyse?*”-kysymykseen (Palonen 2009, 3). Tämän kysymyksen esittämisen kautta on mahdollista ymmärtää poliittisen toiminnan mahdollisuuksia tietyssä artikulaation kontekstissa, joka tässä on innovatiivisen Oulun ja kulttuurin suhde.

Muutoksen mahdollisuus on epäkohtien tiedostamisen ja niihin suuntautuvan toiminnan tulos. Poliitiikan suunnanmuutos, kuten vaikka aineistoni strategioiden yhteydessä, on mahdollista työntekijöiden teoriataustan kautta silloin, kun asetetaan antagonistisesti vanhaa järjestelmää vastaan ja luodaan vaihtoehtoinen tapa antaa merkityksiä ja merkitysyhteyksiä esimerkiksi kulttuurille, politiikalle ja kaupunkibrändäykselle. Jo artikuloituneiden urautumien, sedimentoituneen sosiaalisen, uudelleenartikulointi tulee mahdolliseksi, kun suunnataan poliittisen toiminnan horisontti mahdottoman tavoittelemiseen, uudelleen löytämällä hallinnointiin hukkunut poliittisten vastakkainasettelujen tila (Žižek 1999, 199-200).



## **3 SUUNNITTELUN STRATEGIAT JA INNOVATIIVINEN OULU**

Olen valinnut aineistokseni mahdollisimman hyvin Oulun kaupungin strategisen suunnittelun yleistä ideologista ilmapiiriä kuvaavia strategiapapereita. Niissä kaikissa puhutaan innovaatioista ja luovuudesta, kulttuurista vähemmän. Siksi olisikin nyt hyödytöntä lähteä tutkimaan kulttuuristrategiaa; olennaista on kulttuurin suhde yleisiin kehitysstrategioihin, vain niitä tutkimalla voi selvittää kulttuurille annetun paikan strategisen suunnittelun ympäristössä.

Teorian ja aineiston pohjalta olen suunnitellut seuraavat tutkimuskysymykset. Niihin vastaan laajemmassa kontekstissa teoreettisissa luvuissa 4 ja 5, luvussa 6 puolestaan keskityn analysoimieni Oulun strategioiden artikuloiman kulttuurin paikan selvittämiseen.

### ***3.1 Tutkimuskysymykset***

**Missä yhteyksissä kulttuuri ja sen johdannaiset artikuloituvat Oulun hegemonisessa kaupunkibrändäysdiskurssissa?**

**Kuka sitä artikuloi, mistä diskurssista käsin ja millaisia viittauskohteita sille luodaan kaupungin strategisessa suunnittelussa?**

**Millainen olisi kulttuurilähtöisempi vaihtoehto strategisen ajattelun ja kaupunkibrändäyksen työkaluna?**

Olennaista kysymyksenasetteluni yhteydessä on selvittää strategioiden taustaa sekä kulttuurikäsitysten vaihtoehtoja, minkä pohjalta voin tuoda esiin vaihtoehtoja kulttuurille annetulle paikalle suunnittelutyössä. Tätä problematiikkaa tarkastellakseni lähestyn kulttuuria sen innovaatio-suhteen kautta, sillä aineistoni strategiat keskittyvät voimallisesti innovaatiojärjestelmän suunnitteluun. Analyysiaineiston ollessa innovaatioita ja kulttuuria linjaavia strategioita taustoitus lähtee strategioiden ja toimintaympäristön luonteen selvittämisestä luvussa 4.

Työni ollessa aineistolähtöinen ja ongelmakeskeinen esittelen ja taustoitan tässä nyt tutkimani strategiat tämän kysymyksenasettelun kannalta. Strategioiden sivunumerot olen merkinnyt sulkeisiin.

### 3.2 Oulun kaupunkistrategia

Kuntalain 13§ mukaan ylintä päätösvaltaa kunnassa käyttävä valtuusto päättää kunnan taloudesta ja toiminnasta eli luo kunnalle poliittisen tahtotilan ja kehittämisen suunnan (Kuntaliitto 2006, 6-7). Oulussa on tehty kaupunkistrategioita vuodesta 1991 alkaen (Ala-Siuru 2010). Se on siten suhteellisen uusi ilmiö oululaisessa kaupunkisuunnittelussa, kuten myös muualla Suomessa. Lamasta toivuttaessa Oulussa hyväksyttiin 1993 ns. selviytymisstrategia vuosille 1994–1996, josta ovat peräisin ne painopisteet, joiden kautta suunniteltiin päästävän ja päästiinkin talouden tasapainoon sekä kaupungin pitkän aikavälin kehittämiseen (Oulun kaupungin strategia 1995–1996, 1). Nämä ovat pitkälti teknologiaan ja innovaatioihin keskittyviä, kuten kappaleesta Oulun teknologiahistoria käy ilmi.

Kulttuuritoiminnasta tuona talouskriisin toipumisaikana puhuttiin kyllä strategiankin tasolla, mutta toisaalta kirjattiin, että ”*Kulttuuri-, nuoriso- ja vapaa-aikalohkon palvelut säilytetään nykyisellään*” (Oulun kaupungin strategia 1995–1996, 3). Kiinnostava historiallinen tapahtuma kulttuuriin liittyen on myös, että kaupunki panosti kulttuurielämän nousuun hakiessaan Euroopan kulttuuripääkaupungiksi vuonna 1994 kaupungin 400-vuotissyntymäpäivän kunniaksi vuodelle 2005. Kulttuuritoimen strategisessa suunnitelmassa 1996–2005 (33) huomautetaan, että selviytymisstrategian tavoitteen ollessa kaupungin talouden tasapaino kaupunkistrategia ei ota vastuulleen suoria velvoitteita kulttuuritoimelle. Tällä niukkuusreseptillä tehtiin vielä myös kaupunkistrategia 1999–2000, jonka strategisissa painopisteissä määritellyissä peruspalveluissa kulttuuripalvelut on työstetty kirjaston lainaustoimintaan.

Oulun vuodelta 1994 peräisin olevassa visiossa vuodelle 2010 jo todetaan orastava kulttuurin merkitys kaupungin menestyksen kannalta. Vision mukaan Ouluun pyritään luomaan korkeatasoisia, kansainvälisiäkin kulttuuri- ja liikuntatapahtumia nimenomaan osana osaamiskeskuksen imagoviestintää (22). Tässä näkökulmassa lähtökohtana on kulttuurin välineellinen talousvaikutus imagoviestinnän kautta, vaikka toki tällaisten tapahtumien yhteydessä sisällönkin pitää olla kaukaisemmillekin vieraille houkutteleva. Juuri tämäntyypiset talouden artikuloitumat kulttuurista lyövät leimansa Oulun kaupunkibrändäyselle. Kuvaava esimerkki tästä on kaupungin ja osaamiskeskuksen synekdokee-suhde: osaamiskeskus tässä virkkeessä edustaa koko kaupunkia! Imagon ja

brändin luonti osaamiskeskukseen perustuvan kaupunki-imagon lähtökohdasta korostaa kaupungin teknologiavetoisuutta, tietynlaista paikallisylypeyttä ja -henkeä (vrt. osaamiskeskuksen menestys), johon liittyy tällä hetkellä teollisuudenaloina joka paikan tietotekniikka, hyvinvointi, ympäristöteknologia, HealthBio sekä nanoteknologia (Oulu Innovation<sup>2</sup>).

Oulun kaupunki on tehnyt nykyisen, alun perin vuodelta 2003 peräisin olevan kaupunkistrategiansa Balanced Scorecard -mallilla (BSC), jonka eduksi kaupunki katsoo mahdollisuuden johtaa talousarvion toiminnalliset tavoitteet kuten myös välineet valtuustotason arvioinnin suorittamiseen (OKH, 3.12.2001 §1188). Tämä tulosfunktio selkeyttää strategiassa mainittujen kriittisten menestystekijöiden työstämistä, mutta toisaalta on myös kritisoitu näiden selkeästi rajattujen ja suhteellisen harvojen painopisteiden suuntaavan toimintaa pois strategian ulkopuolelle jäävistä organisaation perustoiminnoista tai muista potentiaalisista painopisteistä (Speckbacher 2003, 273).

Muun aineiston valinta tässä tutkielmassa perustuu kaupunkistrategian yhteisiin tavoitteisiin yhdessä innovaatioita linjaavien strategioiden kanssa:

Oulun tarkistettavassa strategiassa on edelleen vahva innovaatiostrategia-yhteys, mm. sen keskeiset päämäärät ja tavoitteet on sisällytetty kaupunkistrategiaan, myös johtajiston avaintehtävien kautta tämä asia tulee esille. Nyt vain haasteena on uusien kasvumahdollisuuksien etsiminen, miten se sektori voi uusiutua, miten vahvistamme yrittäjyyttä jne. Oulu Inspiroi-strategialla on kiinteä yhteys kaupunkistrategiaan, kaupungin strategiseen kehittämiseen (kts. mm. Triple Helix-hanke). (Ala-Siuru 2010.)

### **3.3 Oulu Inspiroi – innovaatiostrategia 2007–2013**

Inspiraatiostrategian takana on Oulu Innovation Oy, joka on Oulun alueen kasvuhakuisia teknologiayrityksiä palveleva kehitysyritys. Sen tärkein tehtävä on tukea yrityksiä menestyksen tavoittelussa kansainvälisillä markkinoilla. Inspiraatiot tämän strategian mukaan ovat tekno-talous -diskurssista käsin artikuloituja, sillä Oulu Innovation Oy painottaa etusivullaan seuraavasti: *”Teknologiayrityksillä on Oulun alueella suuri taloudellinen merkitys. Näitä yrityksiä on Oulun seudulla noin 800, ne työllistävät runsaat 18.000 ihmistä ja keräävät yhteensä noin 5 miljardin euron liikevaihdon.”* (Oulu

<sup>2</sup> <http://www.ouluinnovation.com/index.php?3>

Innovation<sup>3</sup>.) Inspiraatiolla on siis kelluvan merkitsijän luonne, se on artikuloitu taloudelliseksi inspiraatioksi ja on siten läheistä sukua innovaatiolle.

Innovaatiostrategian tekoa on koordinoitunut Oulu Innovation Oy, mutta se on tuotettu yhtäläisloogiseksi merkitysketjeksi luomalla yhteistyön strategiahedelmästä yhteinen ”oululainen näkemys”: *”Vuodet 2007–2013 kattava strategia on oululainen näkemys toimintaympäristön pitkäjännitteisestä kehittämisestä ja suuntaa alueen yhteiset panostukset valittuihin painopisteisiin. Mukana ovat keskeiset yritykset, tutkimus- ja koulutuslaitokset sekä julkinen sektori.”*

Innovaatiostrategiassa Oulu Innovationin julkaiseman Innovator-lehden mukaan *”Oulu haluaa olla paitsi teknologiakaupunki, myös monipuolisen liiketoiminnan osaaaja sekä kotimaisilla että kansainvälisillä markkinoilla. Oulun seutu haluaa tulla lisäksi entistä tunnetummaksi menestyvistä, globaalisti toimivista kasvuyrityksistään.”* (Innovator 1/2007.) Samalla todetaan strategian rooli Kasvu 2006:lle perustuvana. Teknologiadiskurssin sedimentoituminen oululaisten päättäjien mieliin sekä toisaalta teknoalan yritysten vaikutusvallan vuoksi teknologia ei kuitenkaan suinkaan ole katoamassa Oulun brändäyksen johtavasta trendistä. Teknologiaa käytetään nyt vain eri tavoin, erilaisia rajapintaratkaisuja hakien, kuten strategian tarkempi analyysi osoittaa.

Innovaatiostrategian artikuloima kulttuurin paikka saa esittelyjaksonsa Innovator-lehden otsikoissa: *”POEM kehittää luovuudesta liiketoimintaa”*, *”Pelituotanto on luovaa työtä ja teollista toteutusta”* (2/2007), *”Peleissä on tulevaisuus”* (4/2007), *”Joka paikasta löytyy bisnes”* (1/2008) ja *”The spirit of Oulu”* (3/2009). Näissä jollain tavalla kulttuuriin tai luovuuteen liittyvissä otsikoissa ilmenee vahva usko luovuuden tuotteistamiseen peli- ja elokuvateollisuuden kautta, tietyn oululais-kaupallisen ilmapiirin (Äikäs 2004, 143) olosuhteissa.

Oulu Inspiroi, kuten myös seuraavana esitelty Oulun Triple Helix sekä Kasvu 2006 ovat luonteeltaan innovaatiostrategioita. Tällaisiin on panostettu viime vuosina laajalti eri hallinnon tasojen innovaatiostrategioita laatimalla. Puhutaankin esimerkiksi kansallisesta innovaatiojärjestelmästä sekä alueellisesta innovaatiojärjestelmästä, jota tutkimani

---

<sup>3</sup>[http:// www.ouluinnovation.com](http://www.ouluinnovation.com)

innovaatiostrategiat toteuttavat. Tällaisessa ns. institutionalisoituneen innovaatiojärjestelmän luomisessa keskitytään erityisesti tieteen ja teknologian innovatiiviseen jalostamiseen T&K-toiminnan kautta (Research.fi<sup>4</sup>). Myös Oulun kaupunkistrategiassa on vahva innovaatiostrategia-kytkös (Ala-Siuru 2010).

### **3.4 Oulu Triple Helix -strategia**

Oulu Triple Helix on Oulun kaupunginhallituksen asettaman kansallisen työryhmän tuotos oululaisen innovaatiojärjestelmä uudistamiseksi siten, että se ”nykyistä paremmin kykenee kohtaamaan kansainvälistymisen haasteet erityisesti liiketoiminnassa ja uuden sovelluskelpoisen tiedon tuottamisessa” (I). Tähän ryhmään kuuluivat Risto Ihamuotila, Riikka Heikinheimo, Erkki Leppävuori, Pertti Huuskonen, Pirkko Nuolijärvi, Lea Kauppi, Erkki Ormala, Jukka Kilpeläinen, Leena Palotie, Lauri Lajunen, Matti Pennanen, Lauri Lantto, Raimo Sailas sekä Heikki Pudas, joten kaikki Triple Helix- idean osa-alueet olivat hyvin edustettuina ja strategian tekijät ovat alallaan erittäin arvostettuja henkilöitä.

Käsitteenä Triple Helix tarkoittaa korkeakoulujen, yritysten ja julkishallintoa yhdistävää ”kolmoiskierrettä”. Sen on katsottu synnyttävän syvenevän yhteistyön kautta tietokeskittymiä, jotka ovat institutionaalisen innovatiivisuuden (kts. kpl. 5.1) ja innovaatioita synnyttävän tietotalouden resursseja. Tällaisten maantieteellisten keskittymien on koettu hyödyttävän tiedon ja osaamisen syntyä ja siirtymistä. (Mustikkamäki ja Sotarauta 2008, 21.) Tämän logiikan mukaan Triple Helix synnyttäisi institutionaalisen tietotaloutteen perustuvan infrastruktuurin yhteiskuntaan, joka perustuu jatkuville innovaatioille (Leydesdorff & Meyer 2006). Yliopisto saa siten yrittäjämäisempiä piirteitä ottaessaan innovaatiovastausta alueella perinteisen tutkimustehtävänsä lisäksi (Leydesdorff 2006, 1442).

Toisaalta näistä Triple Helixin hyötykokemuksista on myös eriäviä näkemyksiä, jolloin koko Triple Helix -malli tuomittaisiin tehottomaksi yritykseksi hallita innovaatiojärjestelmää: esimerkiksi Oxford Handbook of Innovationissa todetaan, että yliopistojen rooli korkean ns. innovaatioteknologian kasautumisessa alueelle on vailla tarkkaa näyttöä, ja vielä vähemmän tällaista vaikutusta olisi paikallisilla

---

<sup>4</sup> <http://www.research.fi/innovaatiojarjestelma>

innovaatiopolitiikoilla (Mowery & Sampat 2005, 226). Ei siten ole selvää, millä tavoin innovatiivisuutta pystytään yhteiskuntarakenteiden kautta hallitsemaan.

Oulussa Triple Helix -ajattelulle on suotuisat perinteet paitsi kaupungin teknologiahistorian, myös yliopiston oppiainejakauman vuoksi. Oulun yliopistoa voisi nimittäin oppiainejakauman perusteella kuvailla tyyppinä ns. innovaatioyliopistoksi: *”Tutkinto-opiskelijoiden kokonaismäärä on runsaat 16 000, joista puolet opiskelee tekniikan ja luonnontieteen aloja. Muut koulutusalat suuruusjärjestyksessä ovat humanistinen, lääketieteellinen, kasvatustieteellinen ja taloustieteellinen tiedekunta.”* (13.) Tekniikka ja luonnontiedepainotteisuus ovat olleet osaltaan määrittelemässä ”oululaista osaamista” mm. Teknologiakylän synnyn myötä; ilman yliopiston ja erityisesti sähkötekniikan laitoksen läsnä oloa tuskin koko Teknologiakylää olisi (Kulju 2002, 48). Tässä tekniikka-luonnontiedepainotuksessa, jonka myötä strategian hahmottamassa innovaatiokeskuksessa ei ole ns. humanistisia aloja, on kuitenkin katkeama suhteessa alueen kehittämiseen ja kansainvälistämiseen, jonka edellyttämä tietoperusta on muutakin kuin teknis-luonnontieteellistä (Äikäs 2008, 14).

### **3.5 Kasvu 2006**

Kasvu 2006 oli Oulun kaupungin, Oulu Innovation Oy:n ja seudun yritysten yhteisprojektin valmistelu tapahtui Oulun kaupungin johdolla. Kaupunki vastasi myös sopimuskokonaisuuden koordinoinnista. Kasvu 2006:n käytännön toteuttamisesta huolehti puolestaan Oulu Innovation Oy yhteistyössä seudun yritysten kanssa. Sen tekijöinä olivat kaikki alueen keskeiset toimijat: Oulun kaupunki, Oulun yliopisto, Oulun seudun ammattikorkeakoulu, Oulun seudun ammatillisen koulutuksen kuntayhtymä, VTT Oulu, Oulu Innovation, Oulun kauppakamari, Pohjois-Pohjanmaan yrittäjät, Merikosken ammatillinen koulutuskeskus, POHTO, Oulun Aikuiskoulutuskeskus, Ouluseutu yrityspalvelut, Pohjois-Pohjanmaan liitto, Pohjois-Pohjanmaan TE-keskus, Pohjois-Pohjanmaan ympäristökeskus, Oulu lääninhallitus, sivistisosasto sekä Oulun tiepiiri. (Oulun kaupunki<sup>5</sup>.)

Kasvu 2006 -sopimuksen historia ulottuu vuoteen 2001, kun Oulu pääsi EU:n tavoite 2-ohjelmärahoituksen piiriin. Tuolloinen kehityspäällikkö Olli Löytynoja (2002) taustoittaa

---

<sup>5</sup> [http://www.ouka.fi/kasvusopimus\\_arkisto/toteutus/toteutus.htm](http://www.ouka.fi/kasvusopimus_arkisto/toteutus/toteutus.htm)

Kasvusopimuksen laatimisen motiiviksi EU:n ja valtion osarahoituksen fokuoimistarpeet niin, ettei rahoitus sirpaloituisi liikaa ja kehitystä tapahtuisi. Tältä pohjalta sopimukseen valittiin viisi erillistä, kasvavaa toimialaa ja vielä niiden sisäiset kärkihankkeet (Äikäs 2004, 132-133.) Budjettia tällä strategia- ja toimenpidepaketilla on noin 300 miljoonaa euroa, mikä on kaikkien aikojen panostus asukkaiden ja yritysten tulevaisuuteen (Oulun kaupunki<sup>6</sup>). Kvanttihilppyyden IT-teollisuuden laskusuhdanteen aikana itseään vertaava Kasvu 2006 laajentaa kasvun suuntaa useammalle eri kasvuteollisuuden alalle. Teknologian sijaan avainkäsitteeksi ovat tulleet kasvu ja menestys. Nämä kuitenkin voivat käytännössä olla IT-alan synonyymejä, sillä Oulun yritys rakenne on IT-painotteinen (Holstila 2007; Tunkelo 1988; Kulju 2002). Tällaisella analyyttisen tietoperustan (kts. luku 5.1) alalla innovaatioiden ja kasvun rooli ovat nopeammin euromääräisesti nähtävissä. Myös fysiikasta lainattu strategian lisänimi Kvanttihilppyyden antaa odottaa lähinnä luonnontieteisiin ja tekniikkaan nojautuvaa kasvustrategiaa.

Vuonna 2006 loppunut Kasvu 2006 -projekti EU:n 2007–2013 rahoituskaudella tähtää tehdyn työn jatkamiseen kasvusopimuksen toteuttamisesta vastanneen Oulu Innovationin hallinnoiman Osaamiskeskusohjelman toimesta, ja pyrkii olemaan jatkossakin keskeinen ”korkean teknologian toimialojen koordinaattori”. Kasvu 2006:ssa esitetty klusterijakoon perustuva yhteistyömalli tullaan arvioimaan uudelleen, ja nyt pyritään erityisesti löytämään uusia ICT- ja bioteknologian soveltamismahdollisuuksia palvelusektorilta ja perinteisten teollisuuden aloilta. Mobiilisovellukset tuottavat ohjelmistoyrityksille jo Kasvu 2006:ssa suunniteltuun tapaan uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Kulttuurialan vastineen strategiassa, sisältö- ja media-alan, erityisesti elokuvantuotannon, liiketoimintamahdollisuuksia strategiassa puolestaan tuetaan perustettavan POEM-säätiön varoilla. (Oulun kaupungin talousarvio 2006, 43.) Kulttuurille siten nähdään merkitys osana kasvun yhtäläisloogista artikulaatiota, mutta kyseessä on nimenomaan sen luova, taloudellisesti hyödynnettävissä oleva aspekti, ei kulttuuri itsenäisenä toimintalogiikkana.

---

<sup>6</sup> [http://www.ouka.fi/kasvusopimus\\_arkisto/yleista/yleista.htm](http://www.ouka.fi/kasvusopimus_arkisto/yleista/yleista.htm)

## 4 STRATEGISEN SUUNNITTELUN ROOLISTA

Miksi juuri strategia? Kuten edellä kuvattua, strategioilla on tärkeä rooli kaupunkisuunnittelussa ja kulttuurin paikan määrittelyssä osana tätä suunnittelun kokonaisuutta. Tutkimuksessani tarkastelen tästä lähtökohdasta sekä pitkiä linjoja vetäviä visioita sekä astetta konkreettisempaa strategisen suunnittelun maailmaa. Myös kaupunkibrändi on johdettu strategiasta.

Yrity maailmasta omaksuttu strategia on nykyään erittäin suosittu julkisen ja järjestösektorin organisaatiosuunnittelun väline sekä yritys hallita kompleksia toimintaympäristöä, sillä uusissa strategianäkökulmissa, kuten lähtökohtanani olevassa prosessinäkökulmassa, se ottaa huomioon poliittisen päätöksenteon ja jopa rakentuu sille. Se valikoi tärkeimmät kehittämiskohteet ja suuntaa niihin toimintaa. Strategian laatimisessa valtaa käyttävä voittajakoalitio pääsee määrittelemään, mitä organisaatio on, mitä se tekee ja miksi. (Bryson 2004, 28.)

Markku Sotarauta esittää, että strategian tekijät ovat samaa mieltä abstraktilla tasolla liikkuvista strategisista tavoitteista: esimerkiksi verkostoituminen ja kumppanien hankinta yläkäsitteinä ovat tavoiteltavia asioita, mutta käytännön toteuttamisessa ristiriidat tulevat esiin, kun toimijoiden intressit ja tavoitteet artikuloituvat erityisyyslogiikkojensa mukaan. ”Taivaissa leijuvat” visiot ja tuhansien pikkuprojektien yksityiskohdat luovat haasteellisen ja jännitteellisen tilanteen toimijoiden välille. (Sotarauta 2001, 118.) Siksi strategiat yleisesti ottaen onkin luotu toimimaan yhteistyötä koordinoivana, konsensushakuisena työkaluna. Kysymys toimijoiden intressien yhteen saattamisesta taas tuo yleisen toimintakulttuurin ja sen vuorovaikutuksellisuuden huomion keskiöön: abstraktiltakin vaikuttava strategia on usein merkityksiltään kellutettu artikulaatio, vaikka se vaikuttaisikin ulkoisesti neutraalilta konsensukselta. Tärkeä kysymys on, kuka sitä artikuloi, eli tuottaa strategiset linjaukset strategiatekstiin, ja minkä tahojen erityislogisia artikulaatioita huomioidaan strategisessa suunnittelussa.

Strategian roolin tämän työn teoriataustan kannalta voisi luonnehtia olevan eräänlaisen yhteiskunnallisen fantasian, täyteen tunteen luomista. Strategisen suunnittelun näyttäytyessä yhteiskunnallisena fantasiana se luo saavuttamattoman määränpään, jonne haluaminen on sen olemassaolon ehto. Se vie strategian luomaa järjestystä eteenpäin, kun



kukaan ei pääse siihen todella käsiksi niin, että voisi muokata yhteiskunnallista todellisuutta egoistisella, oma selviytyminen keskiössä olevalla tavalla (esim. natsit). (Glynos 2001, 196-202.) Päämäärätietoisuutta luova fantasia luo ihmisille toiminnan päämääriä, objekteja, joiden mystisen mahdottomuuden ymmärtäminen ylläpitää halua tavoitella sitä (Žižek 1997, 7). Tällaiseen fantasiaan tähtäävällä strategiatyöllä ei pyrkimyksistä huolimatta saada aikaan todellisuuden tekemistä juonelliseksi tarinaksi ja hallittavaksi kokonaisuudeksi, vaan se jää vain yritykseksi peittää yhteiskunnallisia antagonismeja (ibid, 10-11). Strategia toimii työkaluna, osana kaupungin tulevaisuuden suunnittelun diskurssia, jolla on valta koostaa ideologinen kertomus siitä, mitä olemme ja millaiseksi haluamme tulla. Tähän prosessiin liittyy valta idealisoida, demonisoida sekä muistella historiaa valikoiden (Armony 2001, 68).

Strategian rooli määrittyy konkreettisesti suhteessaan yhteiskunnalliseen muutokseen; se ei ole vain kerran vuodessa työstettävä paperi, vaan jatkuvasti itseään uudistava ja itseään suhteessa muihin toimijoihin määrittelevä ajattelu- ja toiminnanohjausmalli. Se määrää muutoksen (ideologisen) suunnan ja sille annetun tilan. Teoreettinen lähtökohtani, hegemoniaan tähtäävien kaupungin strategisen suunnittelun logiikoiden jatkuva uudelleenartikuloitumisen paine, strategiaan liittyvässä teoretisoinnissa saa lisäymmärrystä strategiateorioissa suosituksen prosessinäkökulman kautta. Tässä Markku Sotaraudan prosessuaalinen määritelmä strategiasta (Sotarauda 1996, 208):

Strategian tehtävänä on kiinnittää toimija (organisaatio tai yksilö) johdonmukaisesti ja pitkäjänteisesti mutta joustavasti oman toiminnan ytimeen ja toimintaympäristön muutokseen. Strategia muodostuu sarjasta johdonmukaisia, yhdensuuntaisia päätöksiä ja toimenpiteitä. Se ohjaa organisaation impulssit ”oikeaan suuntaan” ja samalla etsii oikeaa suuntaa. Strategia voi olla joko tietoinen, ennalta suunniteltu tai ennalta tiedostamaton. Tietoista strategiaa voidaan kutsua päätösten jatkuvaa virtaa ohjaavaksi toimintamalliksi, joka nivoo yhteen yksittäiset taktiikat, toimenpiteet, päätökset jne., jotta ne toteuttaisivat parhaalla mahdollisella tavalla organisaation vision ja strategiset tavoitteet.

Ensi kädeltä monimutkaiselta kuulostavan strategiaproessin hahmottelu monimutkaistuu entisestään, kun siihen lisätään vielä sen erilaiset merkityksenannot eri toimijoiden taholta. Ihanteellisesti strategia huomioi kaikki vaikuttavat tekijät, kuten uusien johtajien visiot, intuition, ryhmässä oppimisen, innovaatiot, jo hyväksi todetut käytännöt ja mahdollisuudet (Bryson 2004, xiii). Kuitenkin jo kahden ”eri pussiin pelaavan” strategian intressieroista voi syntyä ristiriita. Sotarauda tuo esiin tyypillisen strategisen ristiriidan, jossa kunnanjohtaja ja sektorijohtaja ovat eri mieltä siitä, onko jokin asia strategista huomiota ansaitseva vaiko vain operationaalinen, ilman lisäresursseja käytännön kautta ratkaistava asia. Resurssien

niukentuessa ja kamppailun kiihtyessä eri sektorit kilpailevat omien strategioidensa asemasta yleisessä kuntastrategiassa ym. yleisissä strategioissa. (Sotarauta 1996, 217.)

Kamppailu on yleistä nimenomaan kuntatasolla, sillä kunnat ovat 1990-luvulta lähtien saaneet huomattavasti lisää liikkumatilaa mm. 1993 valtionosuuksien ”korvamerkinnästä” luopumisen sekä strategisen suunnittelun jalkautumisen myötä. Tämä jalkautuminen on osa sitä kehitystä, joka lähtee 1980-luvun yritysmaailman rationaalisen suunnittelun levitessä kuntasuunnitteluun (Salli 1988), mikä yhä toimii monella strategiaa laativalla ajattelun lähtökohtana. Tästä juontuvat byrokraattisen ja innovatiivisen vastakkainasettelut uudessa kilpailutilanteessa menestyvän kunnan toimiessa tämän näkemyksen mukaan samoin periaattein kuin menestyvä yritys (ibid, 72-74). Kunnat siten profiloituvat, kuten vaikkapa Oulu teknologiakaupungiksi, kuitenkin tietyt lakisääteiset peruspalvelut säilyttäen.

Kuntien profiloituminen edellyttää arvovalintoja ja on siten politiikkaa sanan perimmäisessä merkityksessä. Yritysmaailman rationalismi ja voitontavoittelu eivät kuitenkaan saisi olla profiloinnin ja brändäyksen päämäärä, sillä kunnan sidosryhmät ovat heterogeeninen joukko asukkaita, kansalaisjärjestöjä, yrityksiä jne. Samoin puhtaan kvantitatiiviset suorituskykymittarit, kuten monen tyyppisten organisaatioiden strategioissa hyödynnetty Balanced Scorecard -malli, eivät kunnan strategian luomisessa ota riittävästi julkisen sektorin luonnetta huomioon (Speckbacher 2003, 268). Tämä siirtää valtaa edustukselliselta demokratialta laskentatoimen ammattilaisille (Askary & Olynyk 2006, 54), jotka laskevat syy-seuraussuhteita neljälle indikaattorille (finanssi-, asiakas-, sisäinen sekä oppiminen ja kasvu) ja niihin perustuvia strategian tuottavuuslukuja (Kaplan & Norton 1996). Strategian vaikutukset esimerkiksi kulttuurin alalla ovat vaikeammin kvantifioitavissa. Tämä on selkeä haaste kulttuurin roolin ymmärtämiselle yleisstrategioissa.

Tällainen asiantuntijavalta luo rajoitteita poliittiselle toiminnalle, kun strategian taustalogiikan ymmärtävät vain asiantuntijat ja uudistumisen sijaan tavoitteeksi otetaan uusliberaalin, postpoliittisen järjestelmän stabilointiin ja poliittis-taloudellisen hegemonian ylläpitoon keskittyvä best practises -tyyppinen, benchmarkingiin yms. perustuva hyvä hallinta (Swyngedouw 2009, 6-10). Yksi tehokas menetelmä suunnitella näennäisen epäpoliittisesti on strategian laatiminen rationaalisen toiminnan oletuksen pohjalta, jolloin oletetaan, että informaation kulku olisi täydellistä ja kansalaiskeskustelulle jätetään

antamatta mahdollisuus. Informaation kulun täydellisyyttä voi epäillä strategisen suunnittelun muuttuessa EU-jäsenyyden, managerialismin ja tulosoikeuden myötä yhä teknokraattisemmaksi demokratian kustannuksella. EU-jäsenyyshän läheisyysperiaatteineen tuo kunnille huomattavan vastuun asetusten ja direktiivien toteuttajana, mikä kuormittaa ja työllistää kunnan virkamiehiä. Bent Flyvbergin (1998, 27) mukaan asiantuntijoilla on valtaa rationalisuuden tuottamisessa sosiaalis-rakenteellisten ja organisatonaalisten prosessien sekä minkä tahansa merkittävän kontingentin tapahtuman yhteydessä, ja tämän lisäksi tiedon ja vallan hegemoniset asiantuntijat määrittelevät mieleisensä relevantit toimijat vallankäyttöön. Kun vielä tieto ja siihen liittyvä rationaliteetti tuotetaan valtaa pitävän, hegemonisen diskurssin kautta, tämä asiantuntijatieto ei useinkaan ole niin objektiivista kuin miltä sen näyttää. Monimutkaisen asiantuntijatiedon ilmaiseminen jargonilla esimerkiksi aiheuttaa epäsymmetrisen informaation tilan, ja antaa näin virkamiehille valtaa suhteessa ei-asiantuntijoihin. Rationalistinen ajattelu on ongelmallista myös demokratian kannalta, kun asioista päättävät asiantuntijat puhuvat kieltä, jota enemmistö ei ymmärrä, ja näin siihen liittyvien kysymysten esittäminen käy liki mahdottomaksi (Mouffe 2005, 9). Näin asiantuntijoiden valta sedimentoituu poliittisena toimintakulttuurina.

Organisaation kulttuuri määrittää pitkälti sitä, kuinka strategiset asiakokonaisuudet taustoitetaan ja sijoitetaan poliittisella agendalla, mikä tarkoittaa strategiavaihtoehtojen priorisointia (kts. esim. Schein 2004). Siihen liittyy tietynlainen rationalisoinnin hegemoninen tapa, ja edellisessä kappaleessa esitelty rationaliteetin teknokraattinen tuottaminen on nykyään tyypillistä. Päättäjien joukko nykysysteemin hallinnallistuneessa verkostorakenteessa on yhä laajempi: poliittisten, demokraattisesti valittujen päättäjien lisäksi erityisen vaikutusvaltaisiksi ovat nousseet uusliberalismin hengessä demokraattisen instituution ulkopuoliset, esimerkiksi talouden toimijat (Paddison 2009). Strategisen suunnittelun muuttumista tällaiseksi post-poliittiseksi hallinnoinniksi, näennäisen epäpoliittiseksi ilmiöksi, on myös kuvattu ”insinööriajattelun” logiikalla, jossa pelätään epävarmaa, rationaalisen ajattelun ulkopuolista maailmaa. Näillä ammattilaisilla on W.S.J. Kootin tutkimuksen mukaan tiivis ammattiin perustuva vallan verkosto. (Koot 2006.) Harva tällaista verkostovaltaa osaa kyseenalaistaa, jos ja kun sitä perustellaan erilaisilla rationaalisuuteen ja ”yhteiseen hyvään” vetoavilla tavoilla. Hallintavallan vaikuttaessa kuntatasolla paitsi itse organisaation toimintaan sillä on myös ihmisten yksityiselämää säätelevä funktio. Kaikkialla yhteiskunnassa tapahtuvan hallinnoinnin myötä tavallinen

ihminen on osa verkostomaista hallintajärjestelmää ja sen intressejä. (Rose 1999, 51.) Tämä luonnollisesti lujittaa hegemonian otetta sosiaalistaessaan ihmiset subjektipositiossaan kohti hegemonista rationaliteettia. Strateginen suunnittelu tällaisessa toimintaympäristössä on merkityksistään usein tyhjennettyä ja asiantuntijoiden ideologisesta lähtökohdasta artikuloitua niin, että sille ei syntyisi poliittista vastustusta.

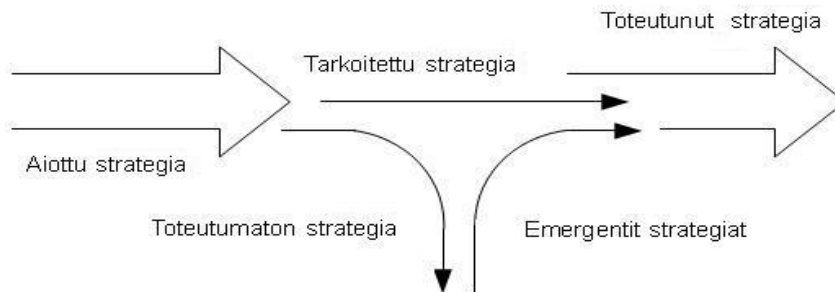
Teknokraattien toimiessa globaalissa, reaaliaikaisen tiedonkulun ympäristössä alueellisesta päätöksenteosta ja strategisesta työstä tulee glokaalia, eli sillä on sekä paikallinen että kansainvälinen ulottuvuus. Tällöin päätöksenteon tasot ja vanhat kunnan sektorijaot eivät ole enää selkeitä niihin monesta suunnasta vaikuttavien prosessien takia. Toimijaverkostojen sumetessa yhteistyön rooli korostuu: yhteiskunnan verkostot ja vaikeat ongelmat ovat hallittavissa vain yksikköjen välisen yhteistyön kautta (Sotarauta 1996, 64).

Prosessuaalisessa strategiassa kehittäminen lähtee organisaation sisältä. Kehittäminen tapahtuu pääasiassa alhaalta ylös kokonaisvaltaisesti. Strategisen kuntamallin hajautuneen luonteen vuoksi strategiaprosessissa painopiste on eri yksikköjen sisäisessä kehittämisessä sekä yksikköjen välisessä vuorovaikutuksessa ja yhteistyössä. Kunnan johdon tehtävänä on antaa poliittiseen tahdonilmaukseen perustuva suunta, organisoida ja koordinoita yhteistyötä, sekä antaa impulsseja alhaalta lähtevään kehittämistyöhön, muttei välttämättä kontrolloida sitä suorilla toimenpiteillä. (ibid, 238.)

Tämän mukaan esimerkiksi kunnanvaltuuston rooli olisi kannustaa kuntayhteisön toimijoita strategiseen debattiin avaten ja uusien sekä henkisiä että materiaalisia mahdollisuuksia, edellytyksiä, kyseenalaistaa sekä provosoida. Tärkeimpiä eivät ole yksittäiset päätökset, vaan prosessin vähittäinen muokkaus (ibid, 326). Prosessinäkökulmasta strategia-aineistoni on osa jatkuvassa käymistilassa olevaa muutosprosessia, ja siitä voi analysoida sen laatimishetkenä ilmenevää strategista vallan diskursiivista tilannetta.

Strategian näyttäytyessä prosessina sille on ominaista alkuperäisen strategian muuttuminen: emergenttien strategioiden mukaantulo sekä jostain syystä toimimattomien osasten hylkääminen. Tämä prosessi toimii Laclau ja Mouffin diskurssin tavoin: toteutunut strategia on kooste poliittisessa merkityskamppailussa artikuloituneista strategiavaihtoehdoista. Emergentin strategian mukaantulo strategiseen prosessiin riippuu sen mahdollisuudesta artikuloitua osaksi yhtäläistä strategiaketjua. Vaikka se potentiaalisestikin tuokin uutta vanhaan, tarkoitetun strategian prosessiin, sen täytyy ”puhua samaa kieltä” alkuperäisen strategian kanssa. Emergenttiys tuo strategiaan laajempaa pohjaa sekä sen rajoja rikkovia ja merkityspotentiaaleja kiinniompelevia uusia

merkitsijöitä, jolloin sen voidaan nähdä olevan luonteeltaan jatkuvien jännitteiden kautta muuttuva.



**Kuva 2.** Strategian tyypit (muk. Mintzberg 1994, 24).

Kulttuurin pääsy mukaan toteutuneeseen strategiaan sille edulliselta kannalta edellyttää onnistumista emergenttien virtojen hallinnassa. Muutosmahdollisuudet strategian prosessimallissa ovat voimakkaimmillaan emergenttien, spontaaneista tarpeista itseorganisoituvien strategioiden yhteydessä (Sotarauta 1996, 98). Nämä tiedostamattomasta nousevat suunnittelemattomat strategiat nousevat ilman aiottua strategista huomion kohdistamista (Mintzberg 1989, 31). Emergentti prosessi voi johtaa jopa rakenteiden avoimeen evoluutioon, jossa alkuperäisen strategian asema käy hataraksi (Jantsch 1987). Tämä tarkoittaisi kuviossa esimerkiksi emergentin strategian päätymistä kiinnekohtaiseksi artikuloijaksi strategiaprosessissa.

Kriittiset kehityskysymykset, kuten kulttuurin paikka, voivat nousta yhteiskunnallista kannatusta saadessaan strategisen suunnittelun agendalle. Ilman melua ne eivät sinne kuitenkaan nouse; emergenttiyksiin vaatii artikuloijansa. Muutoksen mahdollisuuden ja välttämättömyyden korostaminen toiminnan kautta muokkautuvassa todellisuudessa on yhtäältä prosessuaalisen strategianäkökulman kuin tutkielmassani käyttämäni diskurssiteorianakin lähtökohta. Strategia toimii siten muutosjohtamisen tärkeänä työkaluna selventämään eri toimijoille organisaatio(ide)n tavoitteita ja niiden saavuttamisen tapoja. Näin ollen on selvää, että mikä tahansa kulttuurin artikulaatio suhteessa strategiaan ei tule sinne nousemaan, vaan sen on perusteltava sitä sen yhteiskunnallisen vaikuttavuutensa kautta, keräten taakseen laajalti erityisloogisia ketjuja.

Hyvän strategian on katsottu olevan dynaaminen sidosryhmien hallinnan väline, joka tuo esille uusia, erilaisia ja tehokkaampia tapoja hallita toimintaympäristöä (Saukkonen ja Ruusuvirta 2009, 84). Usein hyvyyden mittareina toimivat ns. SMART-kriteerit (Specific, Measurable, Accepted, Realistic and Time-dependent), jotka ovat strategioiden ja ohjelmien tavoitteiden kriteerejä. Niiden mukaan tavoitteiden tulisi olla niin täsmällisiä ja konkreettisia, ettei eri tulkintatapoja ole. Tavoitteilla pitäisi myös olla sellainen indikaattori, jonka avulla tavoitteen saavuttaminen voidaan tarkistaa. Kaikkien niiden, jotka ovat vastuussa tavoitteiden toteuttamisesta, pitäisi hyväksyä ja ymmärtää sekä tulkita tavoitteet yhdenmukaisesti, mikä edellyttää tavoitteiden realistisuutta. Lisäksi tavoitteiden toteutumiseksi pitäisi olla aikaraja. (European Commission 2005.) Hyvä strategia tämän perusteella siis toimisi prosessinäkökulman mukaan suhteessa toimintaympäristön ja yhteiskunnan erityisyyslogiikkojen vaatimiin muutoksiin, joita tavoiteltaisiin pieni askel kerrallaan niin, että strategia ei olisi liikaa metaforisten tyhjien ja kelluvien merkitsijöiden täyttämä.

Poliittisesti tasoittava tekijä kaupunkistrategioissa on se, että niitä tehdään vaalikauden yli niin, että seuraava valtuusto ”joutuu” rakentamaan vanhan strategian pohjalta. Tämä näkyy Oulun tapauksessa muun muassa siinä, että nykyinen vuoden 2009 strategia on vain kolmas päivitys vuoden 2003 strategiasta, ja tällä välillä valtuusto on ehtinyt vaihtua jo kahdesti (2004 ja 2008). Innovaatio-, Triple Helix -strategia sekä Kasvu 2006 taas on tehty kaupunkistrategian kanssa tavoitteiltaan samansuuntaisiksi, joten ne vaikuttavat kaupunkistrategiaprosessiin. Jatkuvuuden vastapainoksi prosessinäkökulma kuitenkin janoaa uutta luovaa epäjatkuvuutta: vaikka strategia onkin monessa suhteessa samansisältöinen suhteessa vanhaan painotukset muuttuvat, jotain lisätään ja jotain otetaan pois. Tämä on täsmälleen Laclau ja Mouffin hahmottelema diskursiivinen yhteiskunnan tila, jossa tehdään politiikkaa mukaan ottamisen ja ulos sulkemisen, yhtäläisyyden ja erityisyyden logiikoilla. Tämä yhteiskunta on luonteeltaan strategian tavoin prosessi, jossa strategiavaihtoehdot käyvät määrittelykamppailua keskenään.

## **5 INNOVATIIVISUUDEN JA KULTTUURIN MAHDOLLINEN SUHDE**

Tässä luvussa tuon esille innovatiivisuuden, luovuuden, kulttuurin ja kaupunkibrändäyksen diskursiivisen erityislaatuisuuden ja diskurssien väliset leikkauspinnat. Ne arkijärjen perusteella kuvitellaan helposti toisistaan varsin erillisiksi, mutta tässä linkitän niiden välille yhteistä tilaa. Tämä mahdollistaa taas kulttuurin paikan näkemisen nykyistä laajemmassa kontekstissa ja eri elämäalueisiin liittyvissä merkityksenannoissa.

Tutkimusympäristöni Oulun, kuten myös yleisesti Suomen kuntien, toimintaympäristö on viime vuosina muuttunut olennaisesti. Avoin taloudellinen globalisaatio aiheuttaa yhä enemmän muutospaineita mahdollisesti jo lyhyelläkin aikavälillä. Suomalaiset kaupunkiseudut nimittäin kilpailevat nyt yritysten toimintojen sijoittumisesta eurooppalaisella ja jopa globaalilla tasolla: pääomat, informaatio, kulttuuri, organisaatiot ja ihmiset liikkuvat nopeasti attraktiivisiin ja kilpailukykyisiin paikkoihin (Kostiainen 2001, 13). Tämä yhdistettynä EU:n laajentumiseen vuonna 2004 ja sen mukana uusien maiden liittyminen aluekehitystuen piiriin saa vanhat tukialueet miettimään vaihtoehtoisia kasvun lähteitä.

Valtioneuvoston päätöksessä alueiden kehittämisen tavoitteista (VNp 15.1.2004, 6-12) esitetään toimenpideohjelma, jonka hahmottelevin tavoin alueiden vetovoimaisuutta pyritään lisäämään lähitulevaisuudessa. Merkittäväksi näkökulmaksi tässä tekstissä nousee toimenpidekohta hyvästä elinympäristöstä kilpailutekijänä, joka ymmärtää alueen elinvoimaisuuden osatekijöiksi laadukkaat koulutus- tutkimus- ja kulttuuripalvelut. Ilman näitä osaajat eivät tule alueelle ja tietoyhteiskunnan suunnittelu jää sanojen tasolle. Ilman tätä tietoyhteiskuntaperustaista strategiapohjaa on nyky-Suomessa vaikea kilpailla. Menestyksen maineesta kilpaillaan lähtökohtaisesti osaamisen, oppimisen ja innovaation kautta, ja niiden saavuttamiseksi ajatellut välineet, kuten kulttuuripalvelut, saavat merkityksensä tämän yhtäläisloogisen artikulaatioketjun kautta (kts. esim. Nupponen 2001, 80). Suomalaiset kaupunkistrategiat ovatkin omaksuneet tähän luovuuteen pakottavaan tilanteeseen eri tavoin tietoyhteiskuntastrategiaa ja hyvän elinympäristön kautta kilpailevia kehitysvisioita (Saukkonen ja Ruusuvirta 2009, 86):

- Luovuuden, osaamisen ja vaivattoman arjen kaupunki (Kajaani).
- Espoo on edelläkävijä. Espoo on hyvä paikka asua, elää, tehdä työtä ja yrittää.
- Joen ja meren Pori on elämyksellinen kaupunkiympäristö.
- Tampere on hyvien palvelujen, osaamisen ja luovuuden kansainvälinen kasvukeskus.
- Suomen Turku on kansallisesti ja kansainvälisesti vetovoimainen kulttuurin ja osaamisen keskus, jossa on erinomainen elämisen laatu sekä innovatiivinen toimintaympäristö.

Valtion normiohjausta vähentävät uusliberaalit uudistukset ovat antaneet kunnille vapauden päättää omista asioistaan, tavoitteistaan ja niiden saavuttamisen välineistä, mutta yhtäältä niitä painaa vastuu kansallisen ja kansainvälisen kilpailukykyä säilyttämiseksi ja parantamiseksi (ibid, 38-39). Tilanne on haastava. Uusliberaalin, kustannustehokkaan todellisuuden kilpailukontekstissa kuntienkin hallintaan on tässä tilanteessa sovellettu yksityiseltä sektorilta omaksuttua hallintatapaa New Public Managementia (NPM), minkä myötä yrittäjähenkisyys, kustannustehokkuus, innovatiivisuus ja asiakastyytyväisyys ovat uuden, markkinamekanismilla toimivan kunnan palvelujen hyvyyden mittareita (Paulsen 2006, 16; Veenswijk 2006, 3).

Kaupunkimarkkinointi on omaksuttu osaksi kaupunkien elinkeinopolitiikkaa viimeistään 1990-luvun aikana kaupunkien joutuessa kilpailemaan menestyvistä teollisuudenaloista, veronmaksajista, kaupallisista palveluista, matkailijoista sekä imagoarvallisesta ”menestyksen maineesta”. Kovan kilpailun myötä kilpailijoita, eli menestyviä kaupunkiseutuja, on yhä vähemmän. (Äikäs 2004, 137.) Globalisaation kontekstissa kilpailu on jo nyt rajojen ylittävää, ja uhkana on, kasautuvatko strategisesti yhä merkittävämmät, erikoistuneet liike-elämän palvelut vain muutamalle eurooppalaiselle metropolialueelle (Kautonen 2008, 75).

### ***5.1 Innovaation laaja käsite: avoimet ja käytännölliset innovaatiot itseuudistumisen reseptinä***

Uudenlainen alueellinen innovaatiopolitiikka on vastannut tähän periferisoidumisdystopiaan suitsimalla innovatiivisuutta alueellisen vetovoiman kehittämiseen. Termi innovaatio on määritelty Opetusministeriön Luovuusstrategiassa uudeksi kaupallista tai



taloudellista tuotosta luovaksi keksinnöksi, tuotteeksi, palveluksi tai toimintamalliksi, mutta innovaatiot voivat myös olla uusia, luovaan ajatteluun perustuvia sosiaalisia toimintatapoja (sosiaalinen innovaatio) (OPM 2005, 66). Innovaatiot on tosin nähty tähän asti yleensä suppeammin, Oulun vahvistaessa sääntöä, teknologisina innovaatioina (Harmaakorpi 2008, 109; Oulu Inspiroi -strategia, Kasvu 2006). Innovatiivisuus voi kuitenkin perustua myös monelle muullekin osaamis pohjalle, tästä jaotteluna Mika Kautosen tietoperustat (Kautonen 2008, 57-59):

*Analyyttinen tietoperusta* jo nimensäkin perusteella viittaa paljolti tieteellistä tietoa hyödyntäviin aloihin, joissa tiedon tuottaminen perustuu luonnontiedemäisen rationaaliseen prosessiin tai muodollisiin malleihin (Asheim ja Coenen 2005, 1176). Tärkeitä toimintoja analyttisen tiedon alalla ovat perus- ja soveltava tutkimus sekä systemaattinen tuote- ja prosessien kehitys.

*Synteettistä tietoperustaa* on aloilla, joilla innovaatiot syntyvät pääasiallisesti jo tunnetun tiedon soveltamisesta tai uudesta tavasta yhdistellä tietoa. T&K-toiminnan kautta syntynyt tieto ei ole niin tärkeässä asemassa kuin analyttisessä tiedossa, vaan intressinä on yleensä ratkaista jokin käytännön ongelma, joka ilmenee esimerkiksi vuorovaikutuksessa asiakkaiden tai osatoimittajien kanssa.

*Kulttuurinen tietoperusta* on luonteeltaan symbolista tietoa: ideoiden ja mielikuvien luomista. Se on tyypillinen luovilla aloilla, kuten esimerkiksi mainos- tai muotoilualoilla. Symbolisena tietona kulttuurisen tiedon kautta ymmärretään ihmisen elämänvalintoja sekä niihin liittyviä erilaisia tapoja ja normeja. Näin ollen symbolinen tieto syntyy usein hyvinkin kulttuurisidonnaisista tulkinnoista, joita tehdään ihmisten tavoista ja tottumuksista. Tässä tietotyypissä hiljaisella tiedolla on suuri painoarvo, mikä merkitsee alan asiantuntijoiden kykyä havainnoida, tulkita ja visioida kokemaansa sekä taitoa käyttää mielikuvitustaan – tätä arvostetaan kulttuuriperusteisessa tiedossa enemmän kuin virallisia tulkintoja. Kuvaavaa on arvonluonti ideoiden ja uusien mielikuvien luomisen kautta, eikä fyysinen tuotantoprosessi siten ole olennainen kuten analyttisessä ja synteettisessä tiedossa. Kulttuurinen tietoperusta on myös tärkeä niille traditionaalisille valmistavan teollisuuden aloille, joissa hyödynnetään pääasiallisesti synteettistä tietoperustaa, esimerkiksi elintarvike- ja vaatetusteollisuudelle, joissa kulttuurisen tiedon kautta voidaan ymmärtää kuluttajia ja heidän mieltymyksiään.

Innovatiivisuuteen perustuvat tietäminen ja osaaminen ovat siten laajoja käsitteitä, ja niiltä myös lähtökohtaisesti voi syntyä monenlaisia innovaatioita. Se, mitä Oulun kaupunkisuunnittelussa viljelty ”oululainen osaaminen” pitää sisällään, jää aineiston analyysiosion purettavaksi. Innovatiivisuus, joka on yleensä institutionaalisen näkökulman mukaan vahvasti teknologiavetoisesti määriteltyä, ei niinkään keskity asiakkaan tai alueen asukkaan tarpeisiin, vaan tuottaa yliopistojen kanssa yhteistyössä tutkimus- ja kehitystoimintaansa tarvittavaa, analyttistä ja synteettistä tietoa ylhäältä alas paikallisesti rajoittuneille institutionalisoituneille toimijoille sekä panostaa vahvasti julkisen ja yksityisen välisiin kumppanuussopimuksiin (Asheim & Gertler 2005, 293-294; Verspagen 2005, 504). Tämä vie tilaa osallistuvalla demokratialta ja toisaalta tekee systeemin kansainvälisestä aspektista tehottoman innovatiivisuuden alueellisen sulkeutuneisuuden vuoksi.

Uudenlaisesta laajemmasta ja dynaamisemmasta innovatiivisuudesta on jo käyty keskustelua tutkijayhteisöissä. Kulttuurisen tietoperustan kautta pystytään nimittäin yhä vuorovaikutteisempiin, asiakaslähtöisiin innovaatioihin, jotka ovat avoimempia prosesseissaan eivätkä analyttiselta tietoperustalta tuotetun tiedon tavoin sulkeutuneita instituutioihin. Kulttuurisen tietoperustan tuoma lisäarvo siten voi perustua teollisuustuotteiden houkuttelevuuden parantamiseen (Mariussen & Asheim 2003, 22) lisäksi myös esimerkiksi arjen mielekkyyden kehittämiseen. Synteettisen tietoperustan kautta taas löydetään käytännössä toimivia tiedon sovellutuksia.

Tältä pohjalta syntyvät avoimet innovaatiot ovat lähitulevaisuudessa haastamassa institutionaalisen innovatiivisuuden, ja yhdessä hajautuneiden innovaatioverkostojen ja kehitysalustojen kanssa ne tarjoavat aivan uudenlaisia mahdollisuuksia aluekehittämiselle ja innovaatiopolitiikalle globaalissa kontekstissaan. Avoimia innovaatioita syntyy diversifioituneissa toimintaympäristössä, ja erityisesti niissä, joissa itsessään moninaiset toimialat kietoutuvat yhteen ja vaikuttavat toistensa kehitykseen. (Mustikkamäki & Sotarauta 2008, 26; Asheim & Coenen 2005.) Välttämättä siis perinteinen suomalainen tiede- ja teknologiapolitiikka teknologiakeskuksiin ja klustereihin keskittyneenä ei tarjoa tällaista toimintaympäristöä, vaan rakenteellisia aukkoja sisältävä useampien yritysten vuorovaikutteinen toimintaympäristö kannustaa innovatiivisempiin ratkaisuihin ”verkostoidu ja kehitä” -hengessä (Harmaakorpi 2008, 112). Tällaiseen avoimeen innovatiivisuuteen perustuvassa järjestelmässä myös kulttuurilla olisi enemmän tilaa

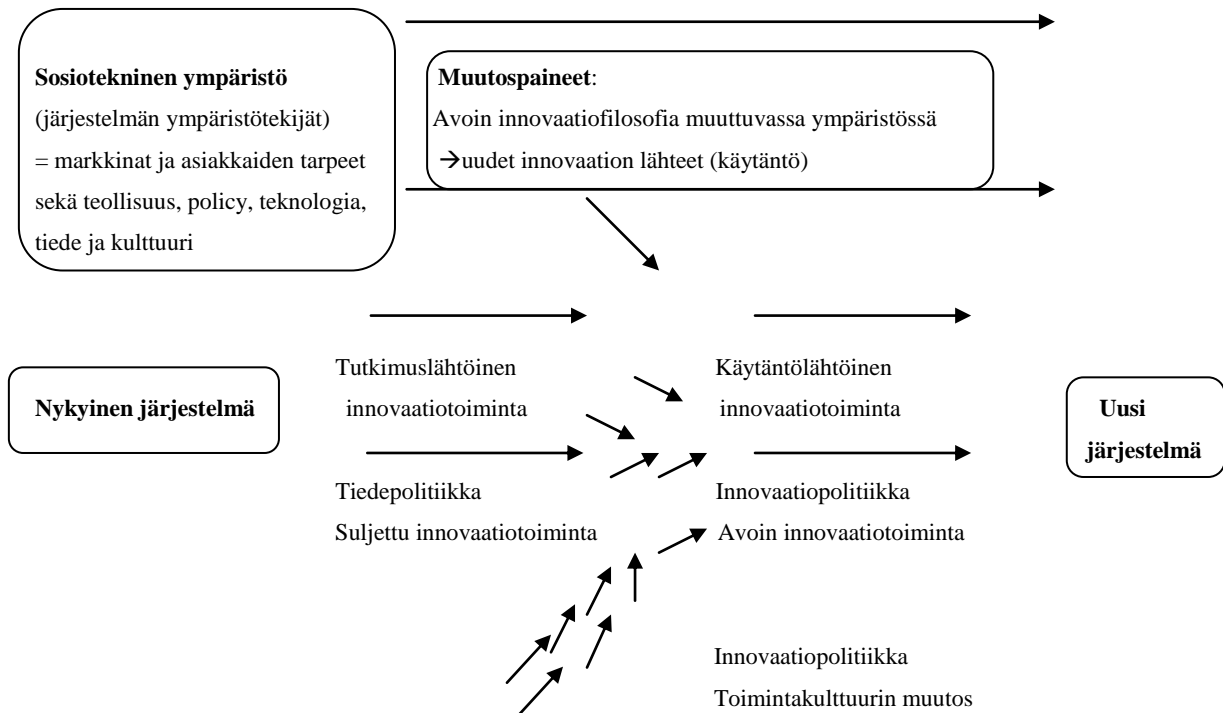
artikuloida kaupunkisuunnitteluun vaikuttavia strategioita kuin suljetummassa, perinteisen tiede- ja teknologiapolitiikkaan perustuvan innovatiivisuuden kontekstissa.

Avoin ja käytäntölähtöinen innovaatiotoiminta hahmottaa tehokkaasti olevat ja tulevat asiakastarpeet sekä kykenee ratkaisemaan käytäntölähtöiset ongelmansa heikkoja linkkejään (suhteet, joiden ylläpitoon ei käytetä paljon resursseja) ja rakenteellisia aukkojaan hyödyntämällä (Harmaakorpi 2008, 112). Mika Kautonen tuo esille samansuuntaisen kehitysnäkemyksensä kevyemmän organisoinnin puolesta: jos globaali toimintaympäristö monimutkaistuu, on elinkeino- ja innovaatiopolitiikan ohjauksen oltava yksinkertaisempaa. Samalla logiikalla politiikkatoimien ja -ohjelmien hänen mukaansa tulisi olla pitkäjänteisiä yritysten suunnittelun aikajänteen kaiken aikaa lyhentyessä, jotta innovaatiotoiminnalle löydetään sen kaipaamaa aikaa. (Kautonen 2008, 75.)

Laajemman ja avoimemman innovaatiokäsityksen mukaisessa itseuudistumisessa parhaimmillaan voidaan päästä ns. *neloskierteeseen*, jossa yhdessä avoimessa innovaatioprosessissa on samanaikaisesti kehittäjiä, käyttäjiä, hyödyntäjiä ja mahdollistajien yhteistoimintaa (Kostiainen 2008, 155). Strategista suunnittelua ja visiointia tarvitaan siis edelleen toimijajoukon koordinoimiseksi, mutta samalla on kyettävä sopeutumaan nopeisiin toimintaympäristön muutoksiin. Innovaatioympäristöissä paikallisia tekemisen ja vuorovaikutuksen tapoja on mahdollista kehittää tietoisesti niin, että ne inspiroivat yhteistyöhön, luovaan työhön verkostojen avulla sekä kehittämisyhteisöjen uudistumiseen (Kosonen 2008, 165). Tällainen mahdollisimman laajasti toimijakentän huomioon ottava näkökulma tekisi innovaatioprosesseista jatkuvasti potentiaalisia uudennaisille artikulaatioille ja toimintatapojen vuorovaikutuksellisuus pääsisi luovan tekijäjoukon osallistumisen ja kommunikation kautta uudelle tasolle, jossa yhtäläisyysketjut koostuisivat mahdollisimman laajalta ja vaatimuksia vastaavalta pohjalta. Avoimin innovatiivisuus syntyy muutostarpeiden ja tosielämän tarpeiden kautta, ja se voi saada aikaan paljon toivottua kehitystä.

Olennaista tällaisessa avoimessa innovaatioprosessissa on innovaatiodemokratia: systeemin toimiminen edellyttää, että kaikkia osapuolia kuunnellaan ja että heidän aloitteitaan arvostetaan (Hautamäki 2009, 23). Innovatiivisuuden perustuessa luovuudelle ja avoimuudelle tämä eksplisiittisesti vaatii monikulttuurista ja suvaitsevaista, kulttuurisesti ja osaamisrakenteen puolesta monimuotoista innovaatioympäristöä.

Seuraavasta kuvasta käy ilmi innovaatiokäsityksen muuttumisen paine kohti avoimempaa innovaatiofilosofiaa:



**Kuva 3.** Sosio-evolutionaarinen innovaatiojärjestelmän muutos (muk. Geels & Schot 2007, 401 & Harmaakorpi 2008, 127).

Organisaatioiden menestys nykymaailmassa perustuu niiden innovatiivisuuteen eli kykyyn luoda uusia tuotteita, palveluita ja toimintatapoja (Frantsi et al. 2008, 77). Innovatiivisuuden ymmärtämiseksi koko laajuudessaan innovaation puhtaan talouskasvu- ja teknologiapainotuksen lisäksi innovaation epäsuorien hyötypotentiaalien ymmärtäminen on mm. kaupunkibrändäyksen kannalta edullista. Tällaisia kaupunkibrändin elementtejä ovat esimerkiksi innovaattoreiden, luovien ihmisten, henkinen hyvinvointi ja toimivat julkiset palvelut. Tässä tietysti on myös syytä muistaa, että yksityisen ja julkisen sektorin innovaatiotoiminnan tavoitteiden tulee olla erilaisia; yksityisen sektorin keskittyessä omistaja-arvon kasvattamiseen julkisen sektorin kuntalain 1995/365 mukaan tulee edistää kuntalaisten hyvinvointia. Siten esimerkiksi tuoteinnovaatioihin liitetyt näkemykset eivät ole noin vain siirrettävissä kuntasektorille. (Hennala et al. 2008, 94.)

Vaurauden luominen toki on innovaatiopolitiikan tärkeimpiä tavoitteita, mutta tavoitteiksi voi ottaa myös vaikkapa yleisen hyvinvoinnin lisääntymisen esimerkiksi sosiaalisiin innovaatioihin keskittyvän tutkimuksen kautta (OPM 2005, 14; Äikäs 2008, 8). Sosiaalisissa innovaatioissa tarvitaan aikaisemmin määriteltyä kulttuurista tietoperustaa sekä kulttuuri- ja sosiaalialan osaajia sekä asiantuntijoita. Sosiaalinen innovatiivisuus voisi toimia yhteiskunnan eri sektorit huomioivana yhteiskunnan kulttuurisen kehittämisen elementtinä: jos kulttuuri saataisiin politisoitua sen yhteiskunnallisen vaikuttavuuden kannalta, se pääsisi ulos sektoriluonteestaan, jossa sen yhteiskunnallista vaikuttavuutta ei ymmärretä yhtä laajasti kuin se potentiaalisesti voisi olla (Pirnes 2008, 267-268). Kulttuurilla siten on mahdollinen paikkansa innovaatiostrategioissa; sen rooli on siinä potentiaalisesti jopa keskeinen. Tämä kuitenkin vaatii muutosta niin kulttuurin sektoriluonteelle kuin innovaatioprosessin institutionalisoituneisuudellekin ja analyttiselle painotukselle.

## **5.2 Innovaatiosta luovuuteen**

Vaurauden luominen innovaatioiden ja osaavan väestöpohjan kautta on aina luovaa toimintaa. Se on läheisessä käsitteellisessä suhteessa innovaatiolle nimenomaan tämän instrumentaalisen talouslähtökohtaisuutensa takia (Frantsi et al. 77). Luovuus siinä merkityksessä kuin siitä kaupunkisuunnittelussa puhutaan ei siis ole yhtä kuin romantiikan ajan taiteilijan luovuus, vaan pitkälti välinearvon kautta operoiva käsite: luovuuden horisontin hahmottaminen jonain materiaalisena lopputuotteena on koko käsitteen perusta hegemonisessa luovan talouden diskurssissa.

Luovuudesta alettiin puhua erityisen toiveikkaasti Matti Vanhasen ensimmäisen hallituksen aikana vuonna 2003, kun se päätti laatia kansallisen luovuusstrategian. Uusi asia se ei ole, strategia kylläkin: luovuudesta keskusteltiin jo 1970-luvulla, jolloin mietittiin luovuuden yhteiskunnallista hyötyä ja yksilönilmaisua. 2000-luvun luovuuskeskustelu sitä vastoin keskittyi ajan hengen mukaan yksilön idealuovuuden muokkaamiseen bisnesluovuudeksi (Sava 2007, 38-41). Luovuuskeskustelu kuitenkin hiljeni sen seurauksena, ettei sitä otettukaan toisen hallituksen politiikkaohjelmaksi. Ehkä luovuusstrategia oli liian moderni tema hallitukselle. (OPM<sup>7</sup>; Bardy 2008, 202.)

---

7

Kansallisen luovuusstrategian mukaan luovuus on ”*kykyä tehdä tai tuottaa uutta ja yllättävää, ja se ilmenee esimerkiksi uusina ideoina, merkityksinä, tulkintoina, käytäntöinä ja tuotteina*” (OPM 2005, 65). Kasvavien kilpailu- ja tehokkuusvaatimusten aikakaudella luovuuteen perustuva valtioiden ja paikkakuntien välillä käytävä vetovoimakilpailu tekee kulttuurista ja taiteesta kilpailutekijöitä luovan toimintaympäristön kehittämiseksi, ja tällainen ympäristö toteutuu kaikenlaisille identiteeteille avoimessa teknologiaa ja lahjakkuutta hyödyntävässä systeemissä (Florida 2005, 7). Luovuus on elämänlaatua kohentava ”inspiroitunut muutos” (Mulder 1999, 61). Loogisesti elämänlaadun lisääminen vaatii, avoimen innovaation tapaan, asiakkaat tai tässä tapauksessa kuntalaiset, integroivaa ja osallistavaa otetta kaupunkisuunnitteluun. Usein innovaatiotoiminta kuitenkin on käsitetty paljon suppeammin, yritysten T&K –toiminnan kontekstissa (Harmaakorpi 2008, 109; Kostiainen 2008, 132), ja sosiaalis-kulttuurinen puoli luovasta toimintaympäristöstä on jäänyt vähemmälle huomiolle.

Samanlainen luovuustrendi näyttää olevan myös Euroopan unionissa: EU:n rakennerahastoista on tuettu erityisesti taloudellisin perustein hyödyttäviä kulttuurihankkeita (Kangas & Hirvonen 2000). Kulttuurille on annettu Eurooppaa integroiva rooli ja toisaalta jäsenvaltioiden lainsäädännön harmonisointi yhteismarkkinoita varten teki sitä 1980-luvulla sekä poliittisen, sosiaalisen että taloudellisen sääntelyn kohteen (Littoz-Monnet 2007, 54), mikä perustuu EU:n taustalle ensisijaisesti talousyhteisönä. Vuosi 2009 teemavuotena yhdisti kulttuurin ja innovoinnin. Teemavuoteen liittyvässä manifestissa luovuudelle määritellään paikka ”*kulttuurin, suunnittelun ja innovoinnin ytimenä*”, ja tämä luovuus nähdään jokaisen yksilön oikeudeksi. Eurooppa manifestin mukaan myös tarvitsee ihmisen mielikuvitusta ja luovuutta yhdistää asioita uudella tavalla enemmän kuin koskaan ennen näinä taloudellisten, sosiaalisten ja ympäristökriisien aikoina.

Luovuus yksilötasolla jaetaan kansallisessa luovuusraportissa (OPM 2005) arjen ja taiteen ammattilaisten luovuudeksi. Arkiluovuus (ibid, 13-18; 23-27) korostuu uusien toimintatapojen löytämisessä arjen eri tilanteisiin ja vastoinkäymisiin (esimerkiksi työttömyys ja seniorikansalaisten yhteistoiminnallinen aktivointi), työnteossa (yhteys koulutukseen ja kuormittavuuden vähentämiseen) sekä harrastustoiminnassa, kun taas ”ammattiluovuus” (ibid, 19-22), tieteilijyys ja taiteilijyys, tuottaa yhteiskuntaan luovia

tuotteita, joiden toimivuus testataan käytännössä ts. ne saavat olemassaolonsa vastaanoton kautta. Luovuus on siis vuorovaikutuksellinen prosessi, jossa ei ole yhtä ilman toista.

Luova toimintaympäristö taas on enemmän kuin luovien yksilöidensä summa. He toki ovat tärkeässä asemassa, mutta olennaista luovassa toimintaympäristössä on toimijoiden välinen vuorovaikutus: ilman luovaa toimintaympäristöä yksilöluovuus ei pääse irti. *Luova miljöö* on Charles Landryn (2008, 133) mukaan fyysinen (rakennusten, tilojen ja ihmisten) keskittymä, jossa kriittinen massa yrittäjiä, intellektuelleja, yhteiskunnallisia aktivisteja, taiteilijoita, viranhaltijoita, vaikuttajia, toisinajattelijoita ja opiskelijoita voi toimia avarakatseisissa kansainvälisissä puitteissa. Näiden uudistajaryhmien välinen kasvottainen vuorovaikutus luo uusia ideoita, artefakteja, tuotteita, palveluja ja instituutioita, mikä lopulta myötävaikuttaa taloudelliseen menestykseen. Luovuuden innovatiivisen tuotteistumisen tapa tosin ei ole kenellekään täysin selvä, vaan innovaatiot syntyvät innovaatioympäristössä sattumien kautta. Näitä sattumia tosin voi tietoisesti lisätä luovan ympäristön silloittamisella sosiaalisella pääomalla, jolloin tieto kulkee innovoivien toimijoiden välillä (Harmaakorpi 2008, 121). Tämä sosiaalinen pääoma on synonyymi kulttuurin laajalle tulkinnalle, jota selvitän seuraavassa kappaleessa 5.3.

Luova toimintaympäristö siten toimii hyvänä pohjana innovaatioille ja alueen elinvoimaisuudelle. Luovaa toimintaympäristöä visioidessa täytyy huomioida myös julkisen toimijan, eli valtion tai kunnan, panos aloilla, joihin ei markkinoiden kautta synny palveluja. Pasi Saukkonen ja Minna Ruusuvirta peräänkuuluttavat kuntien ja erityisesti suurimpien kaupunkien roolia taiteen ja kulttuurin tuottajana ja rahoittajana, minkä kautta voidaan ohjata luovan toiminnan kehitystä sekä saatavuutta ja saavutettavuutta (Saukkonen ja Ruusuvirta 2009, 10). Esimerkiksi orkesterit, kirjastot ja teatterit eivät tulisi toimeen ilman julkista tukea. Monipuolisen tarjonnan säilyttämiseksi esimerkiksi kulttuuripalveluja on syytä tukea julkisesti, sillä muuten laadukkaan kulttuurin kuluttamisen hinta rajoittaisi kulttuurista nauttijat pieneksi eliitiksi.

### **5.3 Kulttuuri osana luovuutta, luovuus osana kulttuuria**

Kulttuuri ja luovuus eivät siis ole synonyymejä luovuuden ollessa vain näkökulma kulttuurin innovatiiviseksi hyödyntämiseksi. Kulttuuripolitiikan kannalta on tärkeää lähestyä kulttuuria sen laajemmista merkityksistä käsin. Niinpä tarkastelen kulttuuria

työssäni niin laajasta kuin suppeastakin näkökulmasta: aineistoni artikuloi minulle erilaisia kulttuurille annettuja paikkoja ja merkitysyhteyksiä. Laajan ja suppean käsityksen lisäksi analyysissä artikuloituu varsin vaikutusvaltaisena luova talous -ajattelulle ja tuotteistamiselle perustuva kulttuurin käsite. Mitään ennalta annettua näkökulmaa en kulttuuriin siis ota, vaan annan sen nousta aineistosta: kulttuurin merkityksenanto riippuu siitä, millaisiin yhtäläisloogisiin ketjuihin sitä milloinkin artikuloidaan.

Kulttuurista keskusteltaessa peruslähtökohtana usein ovat laajan tai suppean kulttuurikäsitteen mukaiset kulttuuritoiminnan määrittelyt. Laajassa antropologisessa, UNESCO:n puolivirallisessa kulttuurikäsitteessä, on kyse ihmiskunnan elämän muodoista, yksilön perusoikeuksista, arvoista, perinteistä ja vakiintuneista toimintamuodoista eli tavoista, joilla ihmiset käsitteellistävät, kokevat ja tulkitsevat arkielämäänsä. Suppeampi määritelmä taas liittyy institutionaalisen luovan työn, taiteen, harjoittamiseen, ja tämän kulttuuriperinteen vaalimiseen erilaisten kulttuuripalvelujärjestelmien kautta (kts. esim. Heiskanen et al. 2002, 21). Kulttuurisuutta nähdään kuitenkin yhä useammassa globaalissa markkinayhteiskuntamme eri suhteissa, ja selvitän aineistoni analyysillä, missä suhteissa, kun kyse on kaupungin strategisesta suunnittelusta ja brändäyksestä. Aina ei puhuta kulttuurista, vaan sille on luotu eri tavoin välinearvovirittyneitä johdannaisia, kuten ”luovat alat”, ”kulttuuriteollisuus” tai ”sisältötuotanto”. Näiden yhteydessä kulttuuriosaaminen halutaan materialisoida kulttuurituotteeksi. (Wilenius 2004, 92.) Tämän *joukkotuotanto- ja markkinapainotteisen määritelmän* kautta kulttuurille on tarjottu varsin välineellisiä arvoja esimerkiksi tekijänoikeusteollisuuden, kulttuuriteollisuuden ja viestintäjärjestelmien sekä tähän perustuvan kulttuurin kuluttamisen yhteydessä (Heiskanen et al. 2002, 21). Joukkotuotanto- ja markkinapainotteinen määritelmä on nimenomaan aiemmin esitellyn luovuus-käsitteen mukainen. Luovuudesta puhutaan kulttuurin tuotteistamisena: taideteoksista kulttuurituotteina, yleisöstä asiakkaina, kulttuurista sisältötuotantona jne.

Kulttuurin hämärä käsite jää usein täsmentämättömäksi esimerkiksi kunnallishallinnon teksteissä: puhutaan vain kulttuurista tai luovuudesta tyhjän merkitsijän logiikalla antamatta sille mitään konkreettista sisältöä tekstin sisällä, vaikka todellisuudessa sillä olisikin selkeä viittauskohde. Kulttuurin määrittelyn monisyisyys on sille kuitenkin myös etu: myöhäismoderneille kaupunkisuunnittelijoille kulttuuri toimii strategianluonnin rikastuttavana tietopääomana (Young 2008, 97; Saukkonen & Ruusuvirta 2009). Sitä voi



käyttää monissa eri yhteyksissä: esimerkiksi Youngin näkemyksen mukaan kulttuuri olisi kaiken strategisen suunnittelun keskiössä paikallissuunnittelun jatkuvuuden takaajana erityisesti sellaisilla kulttuurijohdannaisten aloilla, kuten aluemarkkinoinnissa (kaupunkibrändäys), turismin suunnittelussa sekä kulttuuriperintöasioista päätettäessä. Konkreettisenä esimerkkinä kulttuurikeskeisyyttä tarvitaan kaupunkisuunnittelun kontekstissa kontrolloijan roolissa, kun erinäisiä modernistisia muualta kopioituja rakennushankkeita ajetaan alueen sosiaalis-kulttuurista, ympäristöllistä ja historiallista taustaa huomioimatta. (Young 2008, 29-42.) Kulttuuri ja kulttuurikeskeisyys voivat saada myöhäismodernin yhteiskunnan kaupunkisuunnittelussa Greg Youngin mukaan seuraavanlaisia rooleja (ibid, 70-77):

**Paljous:** Kulttuuri on moninaista ja laajenee eri elämänalueille jatkuvasti kehittyvissä uusissa muodoissaan.

**Jatkuvuus:** Holistinen kulttuurikäsitys. Kulttuuri tuo kaupunkisuunnitteluun rationaalisen, pelkästään instrumentaalisesti perustellun järkeilyn syventäjäksi inhimillisyyden kannalta perusteltua luovaa ajattelua. Tämä jatkuvuus toimii verkostomaisesti, samalla logiikalla kuin informaation ja teknologian verkostot, luoden kulttuurillisen suunnittelun inhimillisen pääoman verkkoa ja tehden suunnittelusta näin kulttuurikeskeisempää.

**Diversiteetti:** Kulttuuridiversiteetin arvot tukevat demokraattista järjestelmää sosiaalisesti, kulttuurisesti ja taloudellisesti. UNESCO:n kulttuuridiversiteettipuheen (kts. Esim. UNESCO 2001) hengessä kunnioitetaan erilaisuutta ja ihmisoikeuksia, ja moni ymmärtää tämän monikulttuurisen ja kulttuurisesti pluralistisen tilan tuottavan kulttuurisesti merkittävämpiä taideteoksia (kts. esim. Thorsby 2001, 57).

**Refleksiivisyys:** Kulttuuri kasvattaa intellektuaalia ja emotionaalista ymmärrystä itsen ja muiden välillä yhteistoiminnan kautta. Refleksiivinen suunnittelu ottaa huomioon tämän sosiaalisen todellisuuden ja arvojen muutoksen ollen siten avoin uusille ideoille ja arvoille. Kulttuurinen refleksiivisyys kannustaa osallistuvaan suunnitteluun, ja lähtökohtana tälle on kulttuuridiversiteetin pluraali, monikulttuurisuutta edistävä konteksti.

**Luovuus:** Tiedon kenttärajoja ylittävä ajattelukyky voi saada aikaan innovatiivisia näkökulmia ja ratkaisuja. Luovuus voi päästessään irti tuottaa tehokkaasti innovaatioita.

**Kriittinen ajattelu:** Kognitiiviset kriittiset taidot ovat olennainen osa kulttuurisesti virittynyttä suunnittelua dogmatismia vastustavassa hengessään ja ideologisten sisältöjen tunnistamisessa.

**Kestävyys:** Kulttuurisesti kestävä kehitys vaalii kulttuurisia resursseja seuraaville sukupolville. Tällaisia ovat esimerkiksi kulttuuriympäristöt ja erilaiset kulttuuri-instituutiot.

Kulttuurisessa kaupunkisuunnittelussa kulttuuri saa siis pitkälti laajan kulttuurikäsitteen roolin:

Kulttuurin politiikka ilmaisisi sen, mitä inhimillissosiaalisessa toiminnassa pidetään merkityksellisenä, miten tätä merkityksellisyttä pidetään yllä, miten luodaan sellaiset olosuhteet, joissa merkityksellinen elämä voi toteutua ja miten tarvittaessa tuetaan tai suositaan merkityksellisyttä tuottavia toimia ja toimintoja. Toisin sanoen kyse on siitä, miten tuotetaan ja pidetään yllä elämän ja yhteiskunnan kaikenpuolista elävyyttä. (Pirnes 2008, 268.)

Kulttuuri on siten merkityksillä politikointia sanan täydessä merkityksessään: mitä tähän merkityksenantoprosessiin otetaan mukaan, riippuu määrittelijän kiinnepohdasta, eli ketä on antamassa kulttuurille merkityksiä ja mikä on tämän toimijajoukon taustaintressi. Tämä näkyy myös kontekstissani kuntatasolla, jossa se on yksi peruspalveluista, sillä lain mukaan kunnan tulee *”edistää, tukea ja järjestää kulttuuritoimintaa kunnassa”* (Laki kuntien kulttuuritoiminnasta, 3.8.1992/728§1), mutta kunnilla on vapaus päättää toiminnan muodoista kiinnostuksen kohteidensa, alueellisten tarpeiden ja olemassa olevien vahvuuksien kautta. Kunnilla on siten kulttuurin alalla määrittelyvaltaa siihen, mikä sen mielestä on niin merkityksellistä kulttuuria, että se ansaitsee kunnan tuen.

Kuntaliiton näkemys kulttuurin paikasta on osana kuntalaisten henkistä ja sosiaalista hyvinvointia, kulttuurisektorin toimiessa läheisessä vuorovaikutussuhteessa sosiaali- ja terveystoimen, opetustoimen sekä liikunta- ja nuorisotoimen kanssa. Kulttuuri olisi näin sen laajan määritelmän mukaan osa ihmisten arkea, ei niinkään mikään muutama kerta vuodessa haettava erikoispalvelu (Kuntaliitto). Kunnilla ollessa laajat valtuudet päättää itselleen sopivista kulttuuritoiminnan järjestämisen muodoista taloudellisesti houkutteleva ajatus on lähestyä kulttuuria luovuuskäsitteen kautta, jonka kautta kulttuurielämää suunniteltaessa on paineita suosia ns. tuottavia kulttuurialoja, jotka luovat tuottoa muillekin kuin kulttuurin alalle. (Saukkonen ja Ruusuvirta 2009, 185; 198.) Kulttuurielämä luovan kaupungin suunnittelussa elää parhaillaan haasteellista muutosaikaa, sillä sen täytyy etsiä rajapintoja muilta elämänaloilta elämänlaadun parantamiseksi (Mulder 1999, 61) ja toisaalta sen tulee löytää muiden peruspalvelujen tavoin uusi järjestämisen tapa vaikeasti ennakoitavassa kunnan rahoituspohjan kontekstissa (Nenonen 2001, 171). Oulu tarjoaa tällaisiksi kulttuurin rajapinnoiksi suurella volyyymilla teknologiaa (Kasvu 2006,

Innovaatiostrategia), joista syntyvät kulttuurin tuotteet ovat varsin yksipuolisia, kun intressi tuottaa niitä on puhtaasti taloudellinen.

Nykyään paljon keskustellussa luovuusdiskurssissa kulttuuri ei näyttele pääroolia, vaan se on osa luovuuden yhtäläisloogista ketjua yhdessä innovatiivisten talouslähtökohtien kanssa, jolloin se artikuloituu välinearvonsa kautta. Tästä huolimatta monissa tapauksissa kulttuuri on merkittävässä asemassa luovuuden merkitysketjussa, kuten esimerkiksi kansallisessa Luovuusstrategiassa, jossa se on rooliltaan sekä ”luovuuden maaperä” että sen tuotos (OPM 2005, 16). Kulttuurin asema on järkkymätön myös Markku Wileniuksen Luovaan talouteen -teoksessa, jossa kulttuurin asema on olla uuden talouden moottorina, ja kulttuuriosaaminen sisältää ”*kaikki inhimilliset kyvyt ja organisatoriset tekijät, jotka auttavat kulttuurisen pääoman hyödyntämistä ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa ja tuotannollisessa toiminnassa*” (Wilenius 2004, 11). Luovuudessa kulttuurin alalla on kyse paitsi alan luovasta aspektista itsessään, myös luovasta yhteistyöstä eri alojen kanssa. Siksi sen näkyminen osana yleistä kaupunkisuunnittelua on olennaista.

Myös Euroopan unioni viljelee luovuuden retoriikkaa kulttuurin alalla. EU:n luovuuden ja innovaation teemavuoden julistus esittää toimintasuosituksissaan kulttuurin ylläpidon (kohta 4) seuraavin sanoin:

Kulttuurisektorin osaamisen kehittämistä olisi tuettava kansallisilla ja eurooppalaisilla ohjelmilla ja välineillä, jotta voidaan pitää yllä kulttuurin monimuotoisuutta, riippumattomuutta ja kulttuurien välistä vuoropuhelua. Luovia aloja olisi edistettävä rakentamalla siltoja taiteen, filosofian, tieteen ja yritystoiminnan välille. Uusien viestintien kehittämistä ja käyttöä olisi vauhditettava parantamalla sisällön laatua. On kehitettävä uusia taloudellisia malleja vapaiden, monipuolisten, riippumattomien ja korkealaatuisten digitaalisten uutisvälineiden rahoitusta varten.

EU näkee kulttuurin paikan tässä potentiaalisesti varsin ennakkoluulottomasti monissa eri yhteyksissä: niin itsessään arvokkaaksi kuin myös osana luovan talouden ja innovaatioympäristön verkostoja. Alueiden kilpailun tullessa yhä ajankohtaisemmaksi onkin hyödyllistä analysoida kulttuurin yhteiskunnallisia vaikutuksia hyvinvoinnin, vetovoimaisuuden ja luovan talouden yritystoiminnan kautta. Kulttuurilla kaikilla näillä elämänalueilla on elämää rikastuttava arvonlisävaikutus, mikä konkreettisimmin korostuu kulttuuristen ja sosiaalisten innovaatioiden alalla. Paitsi EU:n kulttuuriohjelmat, myös EU:n rakennerahastot tukevat merkittävästi kulttuuria, mikä on luonut kulttuurille roolia yleisessä aluekehityksessä; itse asiassa vuonna 2001 virallisen arvion mukaan rakennerahastot rahoittivat kulttuuria 12 kertaa suuremmalla summalla kuin Kulttuuri 2000

-ohjelma: 400 miljoonalla eurolla (Helie 2004, 67.) Nämä rahoituslähteet vaikuttavat eittämättä myös kunnallistalouteen ja kulttuurielämään.

Useinkaan luova talous- ja innovaatiotilanteissa kulttuurin asema todellisuudessa ei ole niin hyvä kuin EU toivoo. On kritisoitu, että talouspolitiikan lähetessä kulttuuripolitiikkaa kulttuurielämän ydin siirtyy taiteilijoilta tekniikoille, taiteellisesta luovuudesta markkinointiin ja somistukseen, kokemuksellisesta taiteesta taidetuotteiden kulutukseen jne. (Thorsby 1999, 83). Luovuus pyritään tässä diskurssissa poimimaan taideoilta liiketoiminnan arvontuottajaksi valjastaen (Rautkorpi 2007, 137), mikä kontrollinsa kautta rajoittaa luovaa toimintaa, kun kaikki menee taloudellisen suodattimen läpi. Luovuuden on oltava taloudellisesti tuottavaa, mikä loogisesti rajoittaa kulttuuritarjontaa ei-kaupallisen kulttuurin kustannuksella. Luovien alojen nousun yhteydessä esimerkiksi teollinen muotoilu on tullut tärkeäksi luovan teollisuuden tuotteistuksen alaksi (OPM 2005, 67-68), jossa esineestä tulee tärkeä minän jatke tai ilmentymä. Sillä ei välttämättä ole käyttöarvoa, vaan symbolista, elämäntyylisiä ja identiteettiä artikuloivaa merkitysijyyttä, kun olemista tulee omistamisen synonyymi. Tällainen luovuuden käyttö on ekologisesti lyhytnäköistä kulutukseen kannustamista. (Sava 2007, 147-159.) Ekologista kestävämyyttä ja kulutuksen kautta tapahtuvaa eriarvoistumista vastaan tarvitaan vähemmän innovatiiviselle luovuuskäsitykselle nojautuvia kulttuuripalveluita, jotka tavoittelisivat taloudellisen voiton sijaan yhteisöllisyyttä, elämyksiä ja yhteiskunnassa olemisen merkityksiä (ibid, 154-155).

Paitsi kulttuuritarjontaa rajoittaen, innovatiivisuuteen perustuva luovuuskäsitys on rankkaa myös kaikille systeemissä toimiville ihmisille. Liialliset odotukset tuottavaan luovuuteen, kuten innovaatioihin, tehokkuuteen ja kilpailukykyyn kaventaa ihmiskäsitystä suorittajaksi, mikä tekee yhteiskunnasta kasvavan eriarvoisuuden ja mielenterveysongelmien pesäkkeen. Luovuuden innovaationäkökulmaa olisi laajennettava luovan elämänsentien suuntaan, antaa luovuudelle tilaa ja vähentää suorittamista yksilöiden pahoinvoinnin estämiseksi (Sennett 2004, 75-84; Himanen 2010; OPM 2006, 7). Nyky-yhteiskunnan innovatiivisen luovuuden logiikka on nimittäin raaka (Sava 2007, 47):

Rahan tai muun ulkoisen palkkion innoittamana välineellistetty ihminen saattaa kyllä ainakin jonkin aikaa tuottaa innovatiivisia ideoita. Ellei luomistyö muulla perusteella kosketa häntä ja hänen mieltään, on mitä todennäköisintä, että luomisen työ ehtyy. Välineellisesti (loppuun)käytetty ihminen vaihdetaan uuteen.

Ihmisten luovuuteen ja tuottavuuteen pakottaminen ei edistä kumpaakaan näistä pitkällä aikavälillä. Kulttuurilähtöisemmän, inhimillisemmän luovuuskäsityksen levitessä ympäri yhteiskunnan toimintalogiikkoja voi vasta todella puhua luovasta toimintaympäristöstä, ei niinkään sen toimiessa talouskeskeisen kaupunkibrändäysdiskurssin jatkeena.

Kulttuurin vaikutusvaltaisemmaksi tekeminen rajoja rikkovan politisoinnin kautta on vielä usein mentaalisen rajoitteen takana, sillä taloudellisten oligarkkien hallinnointityyli poliittisessa päätöksenteossa ei jätä artikulaation mahdollisuutta politiikkadiskurssille, jonka kautta todellisuutta voitaisiin ohjata uusille urille uudistushenkisemmästä diskurssista käsin (Swyngedouw 2009, 6-11). Kaupunkisuunnittelun kannalta tämä merkitsisi esimerkiksi sen miettimistä, miten ihmiset kohtaisivat toisiaan julkisilla paikoilla, kuten toreja ja puistoja, mutta myös julkisesti tuettuja luovien alojen ammattilaisten ympäristöjä, kuten Kaapelitehdas ja Verkatehdas (Hautamäki 2009, 13). Tällainen avoimiin kulttuurin innovaatioympäristöihin panostaminen lisää paitsi innovaatioiden määrää, myös tekee yhteiskunnasta vuorovaikutuksellisemman, keskusteleavamman ja moniäänisemmän, mikä on Laclau ja Mouffin teoriassakin ihanteellista.

#### ***5.4 Innovatiivisuus ja kulttuuri kaupunkibrändäyksessä***

Kaupunkibrändäys ja -markkinointi ovat globalisoituvan kaupunkikilpailun uudehkoja välineitä. Kaupunkien strategisen suunnittelun diskurssi on kulttuurista puhuttaessa pitkälti kaupunkibrändäysdiskurssia: millaisena halutaan näyttäytyä ulkopuolisille ja kaupungissa jo toimiville henkilöille? Vetovoimaisuutta kehittävä kaupunkibrändäys on lähtökohtaisesti kuin mikä tahansa brändi, tunnistettava tuotemerkki, jonka kautta erottaudutaan muista. Yleensä pyritään laadukkuuden viestimiseen. (Karvonen 2001, 48-49.) Sen lähtökohta on kaupunkimarkkinoinnissa, josta se nostaa esiin tuotelinjoja, jotka voivat olla joko

- a) yksittäinen urbaani tuote tai palvelu, esimerkiksi nähtävyys
- b) toisiinsa liittyvien palveluiden klusterit, esimerkiksi teknologia-alan klusteri tai
- c) kaupunkiseutu kokonaisuutena

(Kostiainen 2001, 20).

Näistä erityisesti kaupunkiseutu kokonaisuutena on tämänhetkisessä kilpailutilanteessa otollinen brändäystapa. Kaupunkien yrittäessä luoda imagoa ja erottautua muista

rakentamalla viihdealueita, urheiluareenoita tai trendikkäiden arkkitehtien suunnittelemaa kulttuurikeskuksia siinä toivossa, että houkuteltaisiin alueelle taitavaa ja koulutettua väkeä tämä voi kääntyä itseään vastaan niin, että kaikilla kaupungeilla yhtäkkiä onkin nämä samat erottautumisen keinot. Hyödyllisempi erottautumisen strategia olisi olla ensisijaisesti luotettava asuinympäristö, esimerkiksi peruspalveluihin panostamalla ulkoisen imagonrakennustoiminnan ollessa prioriteettilistalla alempana. (Manville & Storper 2010, 37-39.)

Kaupunkibrändäys luo tutkimuskohteestani Oulusta monoliittista, kuluttajaorientoitunutta kokonaisuutta. Se on selektiivistä tarinankerrontaa tai kaupungin ”uudelleen kuvittelemista”. Kaupunki voidaan kuvitella monin eri tavoin, jolloin syntyy helposti hegemoniataistelu kaupungin näkemisen tavoista. (Jensen 2010, 86.) Tällaisessa merkityskamppailujen siivittämässä brändäyksessä ”sanojen kaupunki” peittää perinteisen rakennetun kaupungin imagoarvon: miten kaupunki halutaan kuvitella ja minkälainen (menestys)tarina sillä on (Greenberg 2000, 230). Sanat ja mielikuvat luovat Oulusta brändäyksen kautta jotain muuta kuin kaupunki perinteisesti on: paikkaa teknologian ja osaamisen kaupunkina teknologiaklusterinsa pohjalta, johon Oulun kaupunki synekdokeena redusoituu brändäysdiskurssissaan. Kiinnostavia Oulun brändissä mainittuja käsitteitä tämän tutkielman kannalta ovat määrittelemättä jätetyt ”inspiroiva ilmapiiri” ja ”hyvä elinympäristö”. Tällaiset retoriset ratkaisut ovat artikulaatioteorian kelluvia merkittäjiä, joista voi vain kontekstinsa kautta tulkiten saada selville konkreettisen sisällön.

Hyvä esimerkki tästä on Oulun kaupungin www-sivuilla tapahtuva Oulu-brändin määrittely tällaisia käsitteitä käyttäen:

Oulu on brändi, jonka keskeinen tekijä on osaaminen. Oulun yhtenäinen graafinen ilme vahvistaa omalta osaltaan Oulu-brändiä ja sen vetovoimaisuutta. Oulun ilme perustuu kaupungin visioon ja strategiaan. Oulu ja Oulun seutu ovat pohjoisen Euroopan osaamisen ja elinkeinojen kehittämisen keskus. Oulu on menestyvä, vetovoimainen ja taloudellisesti vakaa kaupunki. Oulussa on inspiroiva ilmapiiri, hyvä elinympäristö ja asukkaiden tarpeista lähtevät maan kehittyneimmät palvelut. Oulu on yhteistyökykyinen, kansallisesti ja kansainvälisesti vahva vaikuttaja.

Oulu-logon symboliikan kuvaus puolestaan paljastaa näiden väljästi määriteltyjen käsitteiden ”inspiroiva ilmapiiri”, ”hyvä elinympäristö” ja ”osaaminen” -tyyppisen hyvinvoinnin pohjaksi lähes täysin teknologia-alan.

Oulu-logo on moderni ja raikas. O-kirjaimessa on osaamista, dynaamisuutta ja liikettä. Avoimessa O-kirjaimessa kuvastuu kaupungin avoin vuorovaikutus ympäröivän yhteiskunnan kanssa. Logon värimaailma on johdettu kaupungin vaakunasta. Väreiksi valitut hopeanharmaa ja kullankeltainen

ovat rohkeita värejä, joista huokuu nuorekas osaajien Oulu. Hopeanharmaa symboloi teknologiaa ja oululaista osaamista, kullankeltainen puolestaan lämminhenkistä ja energistä Oulua ja kaupungin iloa ja eloa. Vaakunasta johdetut värit korostavat myös perinteen arvostusta ja kaupungin pitkää historiaa.



**Kuva 4.** Oulun logo.

Kuvaavaa logossa ovat suhteet: kullankeltaista, iloisen eloisaa Oulua nelikirjaimisesta sanasta on vain ¼ kirjaimista, loput onkin sitten hopeanharmaata teknologiaa ja ”oululaista osaamista”. Mihinkin tuo osaaminen konkreettisesti viittaakaan, on Oulun hyvin teknologiapainotteisen elinkeinoelämän ja yliopiston oppiainejakauman kautta helposti aavistettavissa. O-kirjaimen avoimuus kuitenkin antaa mahdollisuuden uusien vaikutteiden ottamisesta mukaan kaupungin kehittämiseen. Kullankeltaisen värin iloisuus, eloisuus sekä lämminhenkisyys mietityttävät. Niiden aikaansaamiseksi tarvitaan vireää kulttuurielämää, joka brändää kaupunkia tällaiseksi. Pelkällä teknologialla tällaista iloisuutta, eloisuutta ja lämminhenkisyyttä tuskin saa todellisuudessa aikaan. Myös näin teknoalaan iskeneeseen laman aikaan viestinnän ja strategisen suuntautumisen teknologiakeskeisyys on hyvä kyseenalaistaa.

Lähtiessään mukaan luovien kaupunkien kilpailuun Oulu on valinnut logon kautta kommunikoitavan teknologis-innovatiivisia Silicon Valley -henkisen kaupungin arvoja. Samalla tavoin Oulun on kategorisoinut Willem Van Winden tutkimuksessaan: Oulu on yhden tai muutaman tietoperustaisen teollisuudenalan kaupunki ja tuotantorakenteeltaan Nokia-keskeinen (van Winden 2010, 74).

Muita vaihtoehtoja Gert-Jan Hospersin (2003, 262-263) mukaan luovien kaupunkien brändäyksessä olisivat

- a) ”pehmeän”, kulttuuris-intellektuaalin tieteellisen ja taiteellisen elämän edistyksen linja,
- b) urbaanien innovaatioiden teknologis-organisaation kaupunkien luonti, jossa luovuus on pitkälti julkisen sektorin kontrolloimaa (esim. metro, pilvenpiirtäjät jne.) sekä
- c) kulttuuris-teknologinen, kulttuurin taloudellisesta potentiaalista syntyvän menestyksen (multimedia, huippumuoti, elektro-musiikki jne.) kaupunkibrändi.

Näistä ongelmallisimpia demokratian kannalta ovat teknologis-innovatiivinen, teknologis-organisationalinen ja kulttuuris-teknologinen. Taloudesta ammentavat brändäysstrategiat nimittäin potentiaalisesti etäännyttävät kaupunkibrändiä kaupunkilaisista, jos se on selkeästi ylhäältä alas tuotettu ja siitä ei ole keskusteltu. Ideoiden ja brändien vuoropuhelu brändättävän alueen asukkaiden kanssa on kestävämpi kasvun perusta kuin yritysmailmasta lainattu brändin ajattelun tapa. (Jensen 2010, 88.)

Diskursiivisuuden kannalta kaupunkibrändäys osuu e.m. linjavalintojen mukaan kulttuurin, luovuuden, teknologian, innovaation ja kaupunkiorganisaation leikkauspisteisiin kaupunkimarkkinoinnin kannalta. Ne ovat strategisia valintoja, joilla kaikilla on omanlaisensa arvoperusta ja toimintalogiikka. On kyse myös rohkeudesta ja ihmisiin luottamisesta: missä määrin kaupungin asukkaat saavat osallistua kaupunkibrändäykseen? Entä kuinka radikaalisti erilaisen brändin Oulu uskaltaa ottaa johtotähdexseen tulevaisuuden kaupunkimarkkinoinnissa? Aihe on ns. hot topic tämänhetkisessä oululaisessa kaupunkibrändäyksen diskurssissa, sillä Oulu juuri nyt (huhtikuu 2010) suunnittelee uutta brändiä kaupunkimarkkinointikonsultin johtaman työryhmän voimin (Kaleva 31.3.2010). Jos tällaisia keskustelutilaisuuksia järjestettäisiin jatkossakin vielä suuremmalle yleisölle, niin annettaisiin myös oikeutta ”sanojen kaupungin” ja todellisen kaupungin oikeamittaisemmalle suhteelle brändin viestinnässä ja uudelleen politisoitaisiin viestinnän hallinnonalaan juurtunutta teknobrändiä. Tähän politisointiin liittyy oikeus olla eri mieltä, jolloin myös ns. toisinajattelijat voisivat tuoda esiin luovia ja käyttökelpoisia, vaihtoehtoisia ideoita.

Ole Jensenin tapaan myös Markku Wilenius teoksessaan Luovaan talouteen paikantaa brändäyksen suurimmaksi pullonkaulaksi kulttuurin ja talouden yhteistyön ja kommunikaation heikon tason (Wilenius 2004, 17–19). Tällaisessa tilanteessa joudutaan periaatteelliseen valintatilanteeseen, artikuloidaanko kulttuuria talouden vai taloutta kulttuurin diskurssin ehdoilla. Kommunikaation kehittäminen näiden välillä on herkkä prosessi, jossa kulttuurin itseisarvon säilyttämiseksi tarvitaan talouden toimijoiden ymmärrystä kulttuurin luonteesta ja tärkeydestä merkityksellisen elämän perustana. Wilenius ehdottaa konkreettisiksi talousmaailmaan lähestyttämisen toimiksi kulttuuritoimijan kasvojen tai teoksen lainaamista yrityksen mainoksiin (kulttuurin brändiarvo) ja yritysten yhteiskuntavastuun sekä sidosryhmäsuhteiden toteuttamista. Lisäksi luovan työn luonteen itseisarvollisen sekä kulttuurin yhteiskunnallisten vaikutusten



ymmärtäminen talousdiskurssin taholla voisi tehdä esimerkiksi kulttuuridiversiteetistä brändin perusainesta.

Tosin kaupungin viestintää ja markkinointia ajateltaessa on tärkeää miettiä, mitä kulttuurista puolta kaupungista kannattaa korostaa myynnin edistämisen kannalta: houkuttelevassa asuinpaikassa ainakin peruspalvelut ja viihtyisä ympäristö ovat olennaisimpia vetovoimatekijöitä. Näille yhteinen nimittäjä löytyy kulttuurista ja hyvinvoinnista — talouskasvu on näiden sivutuote maineenparannuksen, vetovoiman ja ihmisten hyvinvoinnin kehittymisen myötä.

Oulun kaupunkibrändäysdiskurssin perustuessa kaupungin strategiselle suunnittelulle tutkin seuraavassa kappaleessa strategisen suunnittelun kulttuurilinjauksia ja hahmottelen kulttuurille vaikuttavampaa roolia sekä kaupungin strategisessa suunnittelussa että kaupunkibrändissä.

## 6 ANALYYSI

Diskurssiteoreettisen taustoituksen, eli tässä Oulun teknologiakaupunkihistorian, analysoitavien strategioiden luonteen ja toisaalta innovaation, kaupunkibrändäyksen ja kulttuurin rajankäynnin jälkeen nyt on hetki tuoda esille, mitä tutkimusongelmaani relevanttia sisältöä aineistosta löytyy ja minkälaisen diskurssin se luo Oulun kaupungin strategisesta suunnittelusta. Tämän tuominen diskurssin taustalogiikoiden (tyhjät ja kelluvat merkitsijät, kiinnekohdat) tasolle on lähtökohtana sille, että tämänhetkinen hegemonia voidaan jatkossa kyseenalaistaa ja kehittää kulttuurin vaikuttavuutta kaupunkisuunnittelussa ja -brändäyksessä.

Seuraavassa analyysissä olen analysoinut aineistoani strategia strategialta etsien kulttuurin ja sen johdannaisten merkitysyhteyksiä. Osion lopussa on yhteenveto strategioiden artikuloimasta kulttuurin paikasta ja diskurssin perustuessa jatkuvaan poliittiseen muutokseen esitän vaihtoehdoisen kulttuurin artikuloitumisen logiikan. Luettavuuden kannalta olen merkinnyt kyseenomaisiin strategiaihin viitattaessa pelkän sivunumeron sulkeisiin.

### 6.1 Oulu Triple Helix

Strategiassa esitetty pitkä visio (I) alkaa virkkeellä ”*Oulu on Pohjoisen Euroopan elinvoimainen, inspiroiva, viihtyisä ja maailmanlaajuisesti verkottunut koulutus-, tutkimus-, liiketoiminta- ja asuinyhteisö.* Millaiseen koulutukseen, tutkimukseen, liiketoimintaan ja asuinyhteisöön tässä viitataan? Nämä varsin väljästi määritellyt käsitteet antavat sijaa vaihtoehdoisille artikulaatioille, ja ovat siten potentiaalisesti Laclauin kellovia merkitsijöitä, merkityksen artikuloituessa kiinnekohtaisen artikuloijan arvomaailman mukaan, kuten seuraavasta käy ilmi. Ne sopivat hyvin jatkuvan strategisen suunnittelun välineeksi, mutta samalla piilee vaara keskustelun abstraktiudesta strategisen toiminnan ollessa kuitenkin tietyiltä ennakko-oletuksilta lähtevää. Näin laajan vision toteuttaminen vaatii näiden merkityksen kelluttamista hegemonisen artikuloijan taustadiskurssin kannalta, muuten visio ei visioisi mitään. Tällä abstraktin kattavuuden tasolla niiden tosin voi tulkita toimivan merkityksistään tyhjentyneenä, mutta strategian muuta asiasisältöä läpi käydessä käy ilmi merkitysten talousdiskurssin pohjalta kellutettu määrittely.

Oulun Triple Helix strategia on Oulun kaupunginhallitukselle jatkotoimenpiteitä varten tuotettu asiakirja. Jo johdannossa (I) tuodaan esille, että kyseessä on kansallisen tason työryhmän tuotos *”oululaisen innovaatiojärjestelmän uudistamiseksi niin, että se pystyy vastaamaan paremmin tulevaisuuden haasteisiin erityisesti liiketoiminnassa ja uuden sovelluskelpoisen tiedon tuottamisessa”*. Edelleen keinoiksi tähän määritellään *”huippuosaamisen vahvistaminen”* tietyillä painopistealueilla, ja Triple Helix eli kolmoiskierreajatuksen mukaiset strategiset kumppanuushankkeet ja tiivis yhteistyö tutkimus- ja koulutusorganisaatioiden, elinkeinoelämän ja hallinnon välillä. Asiakaslähtöistä neloskierrettä strategia ei ala visioimaan, vaan kyseessä on kaupunkilaisten ulottumattomissa oleva poliittisen alue: keskitytään innovatiivisen institutionaalisen rakenteen luomiseen. Oulu Kampus määriteltäessä visiossa *”innovaation osaamisytimeksi”* (I) se saa tulevaisuuden talousmenestykseen tähtääviä merkityksiä ollessaan *”korkeakoulujen, tutkimuslaitosten, yritysten ja kansainvälisten toimijoiden muodostama vetovoimainen, monialainen, toisiaan tukevien, tulevaisuuteen suuntautuneiden osaamisyhteisöjen keskittymä”*. Oulu Kampus siten tuottaisi jatkossa enemmän elinkeinoelämärelevanttia, innovaatioita edistävää tutkimusta entistä paremmin verkostoituneena. Tällainen innovaation ytimen merkityksistä tyhjennetty rooli ottaa annettuna innovaatioiden tyyppin, sillä innovatiivisuus on laajalti jo sedimentoitunut innovaatiojärjestelmää luovien strategianlaattijoiden mielissä analyttisiksi innovaatioiksi eikä niinkään avoimemman innovaatiokentän pohjalta toimiviksi.

Oulu Kampus saa siten merkittävän roolin Oulun alueen talouskasvussa: *”Keskeisen osan Oulu Kampusta muodostaa korkea kansainvälistä tasoa oleva korkeakoulukokonaisuus, jossa yliopisto ja ammattikorkeakoulu keskittyvät omiin ydintehtäviinsä tiiviissä yhteistyössä elinkeinoelämän kanssa ja ovat valituilla painoaloilla maailman huippua”* (I). Valittujen painopistealojen kautta erikoistutaan, ja kolmoiskierteestä sekä vetovoimaisuudesta puhuttaessa puhutaan nimenomaan Oulun kaupungin ja alueen yritysten intressien mukaisesta erikoistumisesta. Tässä vastataan jo osittain vision yhteydessä esittämäni kysymykseen ”millainen tutkimus”, mutta vielä sitä ei täysin paljasteta, vaan lähestytään positiivisesti latautuneen ”huippuosaamisen” käsitteen kautta. Yliopisto saadessaan ”innovaation osaamisytimen” merkityksen sekä innovaatiojärjestelmän toimiessa erityisesti sovelluskelpoisen ja liiketoimintaa hyödyttävän tiedon tuottamisessa tiedontuotanto painottuu sen välineellisiin merkityksiin, vaikka toisaalta strategia myös myöntää tutkimustoiminnan sosiaalisten ja kulttuuristen

vaikutusten roolin (4). Olennaista on kuitenkin painotus: kulttuurialaa ei näy huippuyksikköjen joukossa, kuten seuraavasta huippuosaamisen merkityssisällön kellutetusta määrittelystä käy ilmi:

Huippuosaamisen vahvistamisen painopisteiksi määritellään ICT:n vahvat alat, biotekniikka, monialainen terästudkimus, ympäristöala, kansainvälinen liiketoiminta sekä monitieteinen innovaatiotutkimus. Nämä ovat eittämättä yhteistyötahoja, eli korkeakouluja, VTT:tä, sektoritutkimuslaitoksia sekä Oulun kaupunkia ja teollisuutta hyödyttäviä. Näiden ”kovien tieteiden” joukossa tämän tutkimuksen kannalta kiinnostava kohta on monitieteinen innovaatiotutkimus. Se sisältää mm. innovaatioiden dynamiikan ja innovaatiosta liiketoiminnaksi -tutkimusta. (I). Tässä esitetään myös, että humanistisetkin tieteet voivat kytkeytyä tähän talousdiskurssista artikuloituun yhtäläislogiseen innovaatioprosessiin, mikä jää tosin tyhjäksi merkitsijäksi: minkälaiset humanistiset alat? (33). Samalla sivulla jatketaan kuitenkin: *”Uusista avauksista on mainittava erityisesti luovat alat. Yliopisto vahvistaa teollisen muotoilun osaamistaan [...]”*. Yhteistyössä Lapin yliopiston sekä teknillisen tiedekunnan osastojen kanssa toteutettiin vuonna 2008 strategian mukaan yhteistyöhanke Industrial Design Centre – Teollisen muotoilun keskus -konseptin kehittämiseen liittyvä projekti. Tämä onkin ainoa yhteys, jossa kulttuurista puhutaan Oulun Triple Helix -strategiassa konkreettisesti. Mainintoja luovuudesta löytyy tosin useammastakin kohdasta innovaatiopuheen yhteydessä (6, 10 ja 36), mutta tässä kellutetaan ainoa konkreettinen viittauskohde luovuuden merkityssisältöön: luoviin aloihin ja niistä teolliseen muotoiluun. Kulttuuri siis ei ole itsessään arvokkaaksi koettua, vaan sen tulee luoda innovaatiokontekstissaan taloudellista lisäarvoa. Tämä ei sinänsä ole mikään uusi ajatus, vaan kulttuurin instrumentaalinen paikka on varsin tavallinen kulttuuriartikulaatio uusliberaaleissa kulttuuridiskursseissa ja innovaatiojärjestelmän rakentamisessa.

Kulttuurin paikasta jää Oulun Triple Helix -strategiassa sellainen kuva, että se pitää mainita jonkun tyhjän tai kelluvan merkitsijän kautta, mutta että siihen ei kohdisteta kovin konkreettisia toimenpiteitä (vrt. tyhjä merkitsijä humanistiset alat), ja jos kohdistetaan, niin kelluvana merkitsijänä artikuloituna talous-kiinnekohdan näkökulmasta. Kulttuurialaa ei ole eksplisiittisesti määritelty huippuosaamisen painopisteeksi, vain mahdollisena osana monitieteisen innovaatiotutkimuksen humanistisia aloja. Yleensä strategiassa puhutaan luovista aloista, ei kulttuurialasta: haetaan nimenomaan innovaatiojärjestelmän

luomisdiskurssista käsin merkityksiltään kellutettuja rajapintaratkaisuja (33), joilta ”löytyy sovelluskelpoisia innovaatioita”. Vaikka tämä luovista aloista puhuminen onkin nykyään suosittua, täytyy muistaa, että tällöin ei suinkaan puhuta suoraan kulttuurialoista, vaan sellaisista kulttuurin aloista, jotka ajatellaan erityisen tuottaviksi esimerkiksi teollisuussovelluksineen.

Strategian mukaan yliopisto aikoo keskittyä nimenomaan ”*huippututkimukseen, korkeatasoiseen strategiseen perustutkimukseen, tiedelähtöiseen ja samalla elinkeinoelämärelevanttiin koulutukseen, yhteistyöhön kansainvälisissä tutkimusverkostoissa sekä potentiaalsiin uusiin avauksiin*” (34). Kulttuurin paikka voi olla edellä mainittu ”uusi avaus”, kuten Industrial Design Centre. Kulttuurin paikan ollessa ”uusi avaus” sillä on toivoa, mutta ei vielä konkreettista paikkaa oululais-innovatiivisen kaupunkibrändäysdiskurssin kiinnekohtaisena artikuloijana. Tässä se on vielä osa teknis-taloudellisen kaupunkibrändäysdiskurssin yhtäläisloogista artikulaatioketjua ja diskursiivisesti alisteinen sen toimintalogiikalle.

Samaan ongelman tunnistamiseen viitataan sivulla 9 esitellyssä EU:n Urban Audit -tutkimuksessa (EU Urban Audit 2007), joka vertailee tutkimusvaltaisia kaupunkikeskuksia: Oulu sai heikot arviot alakriteereissä yrittäjyys, väestön etninen monipuolisuus, kansainvälinen saavutettavuus, kulttuuripalvelut ja matkailukohteet (9). Samalla 9-sivulla kuitenkin määritellään Oulun painopistealueet Oulu Inspiroi innovaatiostrategia 2007–2013:n kannalta, joita ovat liiketoimintaosaaminen, voimakas kansainvälistyminen, innovaatiojärjestelmät ja -prosessit sekä innovatiivinen ja kilpailukykyinen toimintaympäristö. Tavoitteena on se, että tulevaisuudessa Oulu tunnetaan globaaleilla markkinoilla menestyvistä kasvuyrityksistään. Tämäntyyppisten papereiden vaikuttaessa kaupunkibrändäykseen esimerkiksi kulttuuripalvelujen ja matkailukohteiden kautta saavutettava vetovoima eivät ole strategian agendalla, vaikka Triple Helixiin nostettu EU Urban Audit -tutkimus nostetaankin esille. Triple Helix keskittyy aivan eri aloihin kuin jotka sitä kehittäisivät näkemyksellisemmin (kulttuuriala, historia ym.) ja kattavamman kaupunkibrändin kannalta. Triple Helix tavoittelee toimenpidesuunnitelmansa perusteella vanhantyyppisen innovatiivista Oulua, jonka kiinnekohtina uuden innovatiivisen tiedon tuottamisessa ovat hegemoniset business ja teknologia, jonka pohjalta kulttuurillekin artikuloidaan paikkansa näitä tukien.

Rakenteellinen taso työryhmän ehdotuksessa on Triple Helix Oulun Kampuksessa jakautuminen kampuksiin, innovaatiokeskukseen ja kansainvälisiin verkostoihin. Kulttuurin ja luovien alojen kampukset ovat yksi kuudesta hahmotellusta, kun taas innovaatioiden synnyttämiseksi suunniteltu Oulun innovaatiokeskus keskittyy kansainvälisesti suuntautuneisiin innovaatioaloihinsa ilman kulttuuri- ja luovien alojen ”uusien avausten” läsnäoloa: siihen kuuluvat osina Centre of Wireless Communication, InfoTech Oulu, Oulu Business School, Welltech Oulu, Centre of Excellence in Water Industry Cluster, Centre of Advanced Steel Research, Biocenter Oulu ja Global Change Research Center. (28.) Triple Helix pyrkii innovoimaan uutta innovaatiojärjestelmää erityisesti rakenteisiin vaikuttamalla, samalla vanhaan teknologiaan ja kasvuun perustuvalla painotuksella, mitä muissakin tarkastelemissani strategioissa on havaittavissa: kulttuuri ja luovuus eivät ole osa strategiassa hahmoteltavaa innovaatiokeskusta, jolloin ne on suljettu pois tämän valtavirtaisen strategisen tavoitteen toteutuksen yhtäläislogiikan ketjusta. Tällaiset suunnitellun innovaatiokeskuksen huomiotalous-retoriikasta ammennetut englanninkieliset brändäyskäsitteet brändäävät Oulua kylläkin kansainvälisempänä ja näkyvämpänä, mutta niistä puuttuu täysin kulttuuri: vaikka kulttuurin paikasta tulevaisuuden suunnittelun keskeisenä tekijänä kulttuurisen suunnittelun yhteydessä puhutaankin, tässä se ei ole päässyt siihen. Kulttuuri ei siten tämän mukaan pääsisi mukaan konkreettiseen innovaatio toimintaan, vaan innovaatiot olisivat luonteeltaan analyttisiä ja institutionaalisia.

Oulu Triple Helix -strategia esittää visionsa Oulun innovaatioympäristölle vuodelle 2015 vielä toistamiseen strategian toimintaehdotuskappaleessa (30), jonka pohjalta lähivuosien kehittämistoimenpiteiksi esitetään mm. innovaatio toiminnan huippuyksiköiden vahvistamista ja kansainvälistymistä sekä Oulun kaupungin roolin vahvistamista innovaatiojärjestelmän kehittämisessä (31). Tämän pohjalta koko kaupunki olisi sitoutunut innovatiivisen Oulun kehittämiseen strategian painopistealojen kannalta, jossa ei ole eksplisiittisesti määriteltyä kulttuurin paikkaa mukana.

## 6.2 Oulu Inspiroi – innovaatiostrategia 2007–2013

Oulu Inspiroi — innovaatiostrategia on tehty vuonna 2007, joten se on toimintakautensa puolivälissä. Kiinnostava tekijä on, että Oulu Inspiroi [www-sivuilla](http://www.ouluinspiroi.fi)<sup>8</sup> todetaan kulttuurin merkitys kehityksen kärjessä: ”Tänään Oulu on maailman kehittyneimpiä tieteen, koulutuksen ja kulttuurin keskuksia, jossa kukoistaa huippuosaamiseen perustuva yritys- ja kehitystoiminta.”. Kaupungin rooli kulttuurin keskuksena otetaan annettuna, vaikka kulttuurikaupunkius strategian perusteella artikuloikin kelluvaa, talousdiskurssista ammentavaa kulttuurikaupunkiutta, jolloin kulttuurin laajuuden huomioon ottaen se on kulttuurikaupunkimerkityksestään tyhjä.

Oulu Inspiroi — innovaatiostrategian 2007–2013 tavoite on pitkälti samankaltainen kuin Oulu Triple Helixin: myös innovaatiostrategia haluaa suunnitella strategisesti toimintaympäristön kehittämistarpeita yhdessä alueen yritysten, tutkimus- ja koulutuslaitosten sekä julkisen sektorin kanssa sekä suunnata resursseja ”valittuihin painopisteisiin” (5). Nämä painopisteet käyvät määritellyiksi Triple Helix -strategiassa, jossa julkistetaan kyseiset teknis-kaupallisesti painottuneet ”innovaatioalat” (Triple Helix, 33). Tältä pohjalta strategia visioi, että kaikki toimijat (yritykset, tutkimus- ja koulutuslaitokset sekä julkinen sektori) sitoutuvat yhteiseen tavoitteeseen suhteessa strategisen toimintaympäristön kehittämiseen. Innovatiivinen ja kansainvälisesti kilpailukykyinen toimintaympäristö innovaatiostrategian mukaan luodaan uusien toimintaympäristöjen kehitysohjelmalla, logistiikkaohjelmalla, yritysten vetovoimaohjelmalla sekä asukkaiden vetovoimaohjelmalla (16). Kaikki nämä varsin eri elämänalueille kohdistuvat ohjelmat saavat kiinnekohtaiseksi merkityksenantajakseen innovatiivisuuden ja markkinaehtoisuuden.

Asukkaiden vetovoiman yhteydessä (16) artikuloidaan tyhjän merkitsijän logiikalla tämän vetovoiman sisältöä: se ilmenee strategiassa laadukkaiden ja kohtuuhintaisten asuin ympäristöjen, palvelujen ja vapaa-ajan mahdollisuuksien kehittämisenä mainiten elinehtona samalla tämän palvelujärjestelmän tuottavuuden kasvun ja markkinaehtoisen toteuttamisen. Tässä kohtaa ei puhuta kulttuurista osana vetovoimaa: se voi sisältyä tähän vetovoimadiskurssin yhtäläisketjuun tai sitten ei, osana palvelujen ja vapaa-ajan mahdollisuuksien kehittämistä. Ainoina tavoitteina asukkaiden vetovoimaohjelmassa

---

<sup>8</sup> [www.ouluinspiroi.fi](http://www.ouluinspiroi.fi)

innovatiivisuudella ovat palvelujärjestelmän tuottavuuden kasvu ja markkinaehtoisuus sekä kansainvälisen vetovoiman saavuttaminen. Kyseessä ollessa strategian toimenpideohjelmassa puhetapa keskittyy painokkaasti vetovoiman tuloksiin ja palvelujen kehittämisen kvantitatiiviseen seurantaan konkreettisten toimintatapojen ehdottamisen sijaan, vaikka kyse onkin toimenpideohjelmasta. Aikaisemmin tässä työssäni kysyin, ”*Kuka artikuloi?*” (2.1), ja tässä vetovoiman kehittämisessä artikuloija on varsin institutionaalisesti määritelty: vastuuta kantavat eri innovaatiostrategian laatimiseen osallistuvat tahot, eli nämä toimijat antavat vetovoimalle merkityksen ja päämäärät. Osallistujat toimenpideohjelmassa on kohta kohdalta määritelty, mutta kulttuurin artikuloituminen osana vetovoimaa riippuu siitä, onko näissä toteuttajissa kulttuurin vetovoimaisuuden ymmärtäviä tahoja kelluttamaan vetovoimaa kulttuurin roolin ymmärtäväksi.

Innovaatiostrategian tavoite on Oulun tunnettuus globaaleilla markkinoilla toimivista kasvuyrityksistään sekä inspiroivan kaupunkiseudun kilpailukyky, joka on kilpailukykyinen ja kehittyvä, eri toimialojen innovaatioympäristö (6). Tällainen retoriikka on ymmärrettävää tekijän ja tavoitteen huomioon ottaen: innovaatiostrategia on Oulu Innovation Oy:n, Oulun seudun kasvuyritysten kehitystä ja kilpailukykyä edistävä, alueen keskeisten toimijoiden omistaman kehitysyrityksen tuotos (9). Se hakee globaalia menestystä innovaatioillaan, tiettyjen teollisuudenalojen tukemisen kautta. Strategia toimii painopisteiden mukaisten kärkihankkeiden mukaan, ja esimerkiksi EU:n kilpailukyky- ja työllisyystavoiteohjelmaan haku keskittyy innovaatiostrategian mukaisiin kokonaisuuksiin (9).

Näihin painopistealoihin ei kuulu määritelmällisesti kulttuuria, mutta hieman yllättäen innovaatiostrategia esittelee yhtenä kärkihankkeena kulttuurialaan keskittyvän Oulu 15-hankkeen (17). Oulu 15 yhteydessä kulttuurista puhutaan alueellisena vetovoimatekijänä, siis kaupunkibrändin aineksena, mutta innovaatiostrategian toimenpideohjelmassa se on kuitenkin tyypistynyt ”vapaa-ajan mahdollisuuksiin”. (16-17.) Vapaa-ajan mahdollisuudet voivat tosin olla kulttuurin sijaan joitain paljon välineellisempiä innovatiivisuuden ja työn tuottavuuden edistäjiä kuin luovan ympäristön ja vapaan kulttuuritoiminnan tilan luomista. Kulttuurin hyötyvaikutukset ovat vaikeammin mitattavissa, ja näin ollen vaikeasti innovaatiostrategian kirjoittajille perusteltavissa. Eikö esimerkiksi hyvä olo tai arjen eskapismi voisi olla sopiva kulttuurin hyötyvaikutus? Kaupunkibrändin kannalta kulttuurin



kautta saavutettavan vetovoimaisuuden poissaolo toimenpideohjelmasta kertoo taas siitä, että vaikka kulttuuria artikuloitaisiinkin talouden intresseistä, sen käyttöarvoa taloudellekaan ei ymmärretä vielä laajalti.

Oulu 15-hanke ”inspiroi luovuuteen”. Otsikolla ”*Ainutlaatuinen oululainen asenne inspiroi luovuuteen*” strategiassa otsikoitu Oulu 15 on kulttuurin kehittämisohjelma, joka tähtää kansainvälistymiseen ja monialaisen toimintaympäristön luomiseen. Kiinnostavasti Oulu 15:n esittelyssä luodaan syy-seuraussuhde kulttuurin itseisarvollisesta funktiosta (ruokakulttuuri, katukulttuuri, monikulttuurisuus ja kulttuuriperinnön rikkaus) luovien alojen kukoistukseen. Sinänsä nämä on määritelty monipuolisesti ja jopa laajan kulttuurikäsitteen mukaisesti. Päämääränä on kuitenkin innovaatiostrategian diskurssina ollessa luovuus välinearvona tuottavuuteen, ei kulttuuri itsessään. Sitä artikuloidaan luovuus- ja innovaatiotieteen näkökulmasta. Jää siten käsitteellinen merkitystyhjiö siitä, mitä on tämä strategiassa esitetty ”ainutlaatuinen oululainen asenne” ja millaiseen luovuuteen se inspiroi? Millä tapaa tämä asenne on ainutlaatuista? Ainutlaatuinen oululainen asenne viittaa strategian tasolla innovatiiviseen tuotteliaisuuteen ja taloudelliseen toimeliaisuuteen kelluvan merkityslogiikan mukaisesti (*”Oulu on asenne”, ”yhteinen, ennakkoluuloton ja innostunut tavoite”, ”laitetaan asiat sujumaan” ja ”työn tekemisen ilmapiiri”*; 3), mutta Oulu 15 yhteydessä sen alla puhutaan monipuolisesti kulttuurista ja toisaalta sen välinearvosta. Tässä yhteydessä kulttuurin rooli on olla merkityksestään tyhjentyneen yrityksen sisällyttävä itsensä joitain oululaiseen asenteeseen ja kulttuurielämän kukoistukseen vaikuttavia logiikoita.

Ongelma tämän oululaisen asenteen yhteiseksi kokemisen kannalta on siinä, että sen yhteiseksi kokenevat lähinnä talouden toimijat ja heihin läheisessä suhteessa olevat kunnallispoliitikot, eri mieltä tästä kehityssuunnasta olevan valtuutetun tai jonkun tavallisen oululaisen toivoessa Oululta jotain erilaistakin asennetta kuin ”tekemisen meininki” -kulttuuria (3). Eri asia on, vaikka luovat ammattilaiset omaksuisivatkin tämän ”tekemisen meininki” kuinka paljon heitä lopulta ollaan valmiita tukemaan, jos tulokset ovat nähtävissä vasta pitkällä aikavälillä. On myös hämäävää, kuinka annettuina strategia ottaa kehittyneen kulttuuritarjonnan, ruokakulttuurin, katukulttuurin ja monikulttuurisuuden. Muut strategiat eivät nimittäin näihin teksteissään allekirjoita pyrkivänsä. Kuka niitä kehittää? Tällaiset strategiset valinnat vaativat jatkuvaa strategista työstämistä. Lievänä poikkeuksena tässä on kaupunkistrategia, joka mainitsee kyllä

tavoitteeseen kulttuuritilaisuuksien määrän lisäämisen (3) sekä keskustan vetovoimaisuuden kehittämisen (4), jonka sisältöä ei ole vielä tässä määritelty (Ydinkeskustan toiminnallinen kehittämissuunnitelma, valmistuu 2010).

Toinen kulttuuriin liittyvä kärkiohjelma on EFA 2015 — Oulu Expat City, joka on kehitetty luovien ja osaavien ulkomaalaisten houkuttimeksi Ouluun. Oulun vetovoima ulkomaisille yrityksille kasvaa ja hankkeessa vastavuoroisesti edistää Oulun globaalia markkinamenestystä sekä kehittää Oulun seudun asemaa ”*suvaitsevana ja moniarvoisena asuinpaikkana*”. (13.) Kuinka pitkälle tässä markkinamenestykseen tähtäävässä vetovoimadiskurssissa suvaitsevaisuus ja moniarvoisuus ”pehmeinä” ja yhteisöön suuntautuneina arvoina painavat, jos tällaisessa realiteetissa perimmäinen etu on omaan menestykseen liittyvä etu ja tuottamattomuuden tuomitseminen? (Horkheimer 2008, 164; Laclau 2005a, 144-153). Suvaitaanko niitä, jotka eivät ole niitä ”tuottavia maahanmuuttajia”, esimerkiksi heitä, jotka ovat koulutettuja työnhakijoita, mutta joilla ei ole vielä töitä eli jotka eivät tuota heti? Entä perheenyhdistämisen perusteella alueella asuvia työssä käyvien perheiden isoäitejä? Tämän ohjelmaesittelyn mukaan oululaiseen innovaatiodiskurssiin rajattaisiin mukaan vain luoviksi ja osaaviksi määritellyt ulkomaalaiset. Suvaitsevaisuudesta ja moniarvoisuudesta ei puhuta muissa yhteyksissä innovaatiostrategiaa, vaikkakin tämä ohjelma perusidealtaan onkin tärkeä panostus luovan toimintaympäristön ja kulttuurielämän rikkauden ajamiseksi.

Kaupunkibrändäyksestä innovaatiostrategia puhuu tunnettavuuden markkinointiohjelman yhteydessä (12). Tässä yhteydessä ei kuitenkaan kerrota, millaista brändiä nimenomaan halutaan luoda, vaan markkinoinnin kärkenä on tunnettuus, jonka kautta seutua markkinoidaan etabloituville yrityksille, opiskelijoille ja työntekijöille. Oletettavaa on, että brändi perustuu nimenomaan innovaatiostrategian sisältöihin. Innovatiivisen Oulun rakenne olisi Xpolis, kärkihanke, jonka määrä on uudistaa innovaatioympäristöä hakemalla uutta liiketoimintaa toimialarajoja rikkomalla ja teknologian monialaisella soveltamisella (14-15). Kulttuuri on tässä yhteydessä johdettu ”*sisällöksi ja mediaksi*”, joiden tehtävä on innovatiivisesti tuottaa jotain uutta ja kannattavaa teknologiasovelluksensa kautta. Sitä varmasti tapahtuukin, mutta tällainen lähestymistapa kulttuuriin ilman täydentäviä osia tekee siitä varsin kapea-alaisen vähemmän tuottavien kulttuurin muotojen näivettyessä resurssien puutteen vuoksi.

Innovaatiostrategia on vaikutusvaltainen suhteessa korkeakoulupolitiikkaan yhdessä Triple Helixin kanssa sekä sille annettuun rooliin EU:n kilpailukyky- ja työllisyystavoiteohjelman hankkeiden valinnassa. Se on joiltain osin hyvin konkreettinenkin, nimittäin painopisteitten määrittämisen sekä strategian tavoitteidentoteutuksen mittareiden osalta. Mittarit ovat kuvaajassa esitetyt syy-seuraussuhteen kautta esitellyt resurssimittarit, jotka johtavat innovaatiomittareihin ja joista päästään tulostittareihin (18). Kulttuuria tässä yhteydessä ei ehkä uskalleta mainita, vaan se voidaan vain potentiaalisesti linkittää sisältyväksi elintason tulostittariin. Innovaatiostrategiassa kulttuurille ei ole vielä suunniteltu tärkeää paikkaa, vaan se on oma erillinen projektidiskurssinsa eikä osa strategian suurta yhtäläisyyslogiikkaa.

### **6.3 Oulun kaupunkistrategia**

Oulun kaupungin strategiapäällikkö Maria Ala-Siurun kirjoittamassa strategiajohdannossa ”*Oulun asema, väestön nuori ikärakenne, elinvoima, korkeatasoinen koulutus ja osaaminen sekä erilaisuus ovat niitä merkityksiä, joilla Oulu myös erottuu muista kaupungeista*” (1). Mitä tämä erilaisuus on, selviää myöhemmin analyysissäni ja yhtäältä lukemalla strategiaa yhdessä muiden analyysini strategioiden kanssa.

Kaupungin arvoissa kulttuuri ilmenee eri merkityksissään. Strategian määrittelemien kaupungin arvojen kärjessä ovat luovuus ja rohkeus, seuraavaksi yhteisöllisyys ja lopulta suvaitsevaisuus (2). Luovuus liittyy kulttuurista puhuttaessa tavallisesti kulttuurituotteiden synnyttämiseen ja kaupunkibrändäykseen, yhteisöllisyys ja suvaitsevaisuus puolestaan ovat laajan kulttuurikäsitteen artikulaatioita. Mielikuvat kaupungin visiosta kuitenkin viittaavat lähinnä luovuus ja rohkeus -arvoihin: vision 2020 mukaan ”*Oulu on pohjoista valoa ja elinvoimaa. Menestyvä Oulu on ihmisiä ja yrityksiä innostava kansainvälinen keskus*”. Pohjoinen valo ja elinvoima saavat viittauskohteensa jälkimmäisessä virkkeessä: innostavuudella viitattaneen innovaatiostrategian tapaan innostaa ihmisiä ja yrityksiä, ja menestys on tämän innostuneisuuden tulos. Ensimmäinen virke on helposti uudelleenartikuloitava tyhjä merkitsijä; tässä yhteydessä sillä tosin on viittauskohde menestyvään kaupunkiin. Menestyvän kaupungin sisältö kuitenkin jää tyhjäksi: luvataan sekä ihmisille että yrityksille jotain, mutta konkretia jää avautumatta.

Tässä välissä on hyvä esittää Laclau näkemys suvaitsevaisuuden määräytymättömästä merkityksestä (Laclau 2005b, 52-54): suvaitsevaisuus absoluuttisena arvona ”suvaitseen kaikkea” aiheuttaisi esimerkiksi erilaisten anti-demokraattisten ääriyhmien väkivallan yms. oikeuttamisen. Siksi pitäisi olla jotain kohtaan myös suvaitsematon. Suvaitsemisen tyhjän merkittävyyden laadun sijaan täytyy luoda uusi, suvaitsevaisuuden ja suvaitsemattomuuden välisen normatiivisen rajan tekevä kategoria: hyväksyminen ja tuomitseminen. Suvaitsevaisuus alkaa siitä, kun ei moraalisesti hyväksy jotain toimintaa, ja suvaitsevaisuus merkityskategoriana siten on vailla merkitystä. Niinpä suvaitsevaisuusarvon kirjoittaminen strategiaan voi tarkoittaa mitä tahansa. Jos sillä viitataan monikulttuurisuuteen, se olisi hyvä kirjoittaa auki. Suvaitsevaisuus on Laclau mukaan hallinnan välineenä käytetty arvo, sillä yhteiskunta tarvitsee (sille sopivissa määrin) erilaisia käsityksiä hyvästä elämästä pysyäkseen koossa.

Mahdollisesti tästä johtuen olennaisin huomio kulttuurin kannalta visiossa on se, mitä siitä on jätetty pois: erona visiossa strategiapäivitykseen 2007 on, että Oulu ei enää pyri virallisesti monikulttuurisuuteen. Perussuomalaisten esitys meni läpi kaupunginhallituksessa (30.11.2009 KH § 613):

Oulun kaupungin Perussuomalaisten valtuustoryhmä esitti 20.4.2009, että Oulun kaupunkistrategian visiosta 2015 poistettaisiin käsite ”monikulttuurinen”, koska käsite on merkitykseltään ja sävyiltään hyvin negatiivinen, ja monikulttuurisuuteen liittyvä yhteiskunnassa käytännön tasolla paljon erilaisia ongelmia. (Perussuomalaisten esitys 20.4.2009.)

Oulu haluaa nyt olla pohjoinen kaupunki ja erottua sillä, maahanmuutto ei kuulu sen imagoon. Tämä on vakava ongelma kaupungin kansainvälisyyden ja kulttuurisen monimuotoisuuden kannalta: kulttuuri elää luovimmin moniarvoisessa ja -kulttuurisessa ympäristössä. Tällainen ristiriita strategiassa paitsi tulehduttaa kaupungin ja maahanmuuttajien suhteita, myös estää Oulun luovaa kehitystä ja kansainvälistymisprosessia, jotka ovat taloudellisen menestyksen edellytyksiä globaalissa, luovassa toimintaympäristössä. Pelkkä suvaitsevaisuus ei tarkoita aktiivista kansainvälistymistä. Tätä aktiivisen kansainvälisyyden puuttumista vahvistavat myös strategiapäivityksen 2007 poistot *"ulkomailta muuttaneiden asukkaiden ja työntekijöiden määrä lisääntyy"* ja *"huippuosajia houkutteleva"* (Oulun kaupunkistrategia 2007, 4). Sisäänpäin kääntyminen ja ”pohjoiseen valoon” kansainvälistymisen kustannuksella tukeutuminen ei voi olla menestyksen avain, vaan tarvitaan moniarvoista luovaa ympäristöä ja suurempia kokonaisuuksia hahmottavaa asenneilmapiiriä, vaikka

taloudellinen tilanne olisikin haastava. Laclau ja Mouffén demokratiakäsityksen mukaan tämä monikulttuurisuuden alasajo on ongelmallista, sillä se edellyttää liberaalia moniarvoisuutta niin, että mahdollisimman monet yhteiskunnan ryhmät, jotka eivät yritä rajoittaa muiden ryhmien toimintaa jonkun kapeakatseisen, anti-demokraattisen rationaliteetin lähtökohdista, elävät rinnakkain systeemissä ja ovat luovassa vuorovaikutuksessa keskenään (kts. esim. Smith 1998, 52; 131). Tämä ei myöskään inspiroi luovuuteen, joka on kaiken innovaatiotoiminnan perusta.

Balanced Scorecard -mallilla luotu Oulun kaupunkistrategia on tyyliltään tiivis yritysmaailmasta adoptoidun tavoiteohjauksen suorituskykymittaristo, jossa määritellään kriittiset menestystekijät, niiden mukaiset strategiset tavoitteet ja näiden mittaamenetelmät (Speckbacher 2003, Kaplan & Norton 1996; Oulun kaupunkistrategia 2009 päivitys). Tavoitteiden saavuttamiseksi kulttuurillekin on luotu mittari, sillä Oulusta halutaan paitsi ”*pohjoisen pääkeskusta*”, myös monipuolista sivistys-, liikunta-, kulttuuri- ja tapahtumakaupunkia (2-3). Tämä tarkoittaa strategisina tavoitteina kansallisesti ja kansainvälisesti vetovoimaisten kulttuuritilaisuuksien, konferenssien ja muiden tapahtumien määrän kasvua sekä asiakastyytyväisyyskyselyn toteuttamista (3-4).

Kulttuurin mittaaminen tuo sille konkretiaa strategiassa. Se on yritys hallita hankalasti kvantifioitavaa kulttuurin vaikutuspiiriä. Liian mitattu ja suunniteltu toimintaympäristö ei kuitenkaan ole aina edullinen kulttuurille, joka kaipaa elääkseen luovaa tilaa, jossa suorituspainee on minimoitu. BSC:n ongelma tässä kohtaan on, että kulttuurin strategiset tavoitteet ovat kaikessa tiiviudessaan varsin suppeasti määriteltäviä, kun ne näin redusoidut valtakurssin kelluttaman merkityksen logiikalla kulttuurin paikan vetovoimaisiin tapahtumiin ja asiakastyytyväisyyskyselyyn (3-4). Kuitenkaan kansainväliset tapahtumat itsessään eivät tuo lisäarvoa muuhun kuin kaupunkibrändiin, ei siis kaupunkiin itsessään. Tuotteistamisen ja brändäyksen ydin on itse tuote, jonka täytyy olla kunnossa (tässä kansainvälisyysaspektin kannalta). Hedelmällisintä kaupunkibrändin kannalta olisi, jos kansainvälisyys olisi strategiankin mukaan osa oululaista kulttuuriympäristöä. Asiakastyytyväisyyskysely puolestaan on reflektiivinen ja siten hyvä tapa suunnitella Oululle soveltuvia kulttuuritoimintoja, ja parhaimmillaan se politisoisi kulttuurin kenttää kohti sen vaikutusvaltaisempaa asemaa kaupunkisuunnittelun hegemonisessa yhtäläislogisessa ketjussa. Kuitenkin tässä kyselyssä olisi hyvä pelkän asiakastyytyväisyysprosentin lisäksi kysyä konkreettisia ideoita kaupungin kulttuurielämän

kehittämisestä sekä järjestää keskustelutilaisuuksia yhtäläisyyslogiikan erityisloogisen pohjan laajentamiseksi.

Tämän kulttuuripuheen yhteydessä ei selvitetä enempää kulttuurin sisältöjä, vaan viitataan vuonna 2010 syntyviin kaupunkikeskustan toiminnalliseen kehittämissuunnitelmaan ja kulttuuritoimen kehittämissuunnitelmaan, jotka näyttävät suunnan (3-4). Ne toteutetaan yhteistyössä elinkeinoelämän, yrittäjien, kulttuuri- ja tapahtumatoimijoiden, asukkaiden, yhteisöjen sekä kaupunkisuunnittelun kanssa, mikä merkitsee sitä, että kulttuuri joutuu perustelemaan olemassaoloaan hyötynäkökulmien kautta. Tosin, jos Oulun arvoiksi kirjatut yhteisöllisyys ja suvaitsevaisuus todella otetaan tässä huomioon, päästäisiin jopa UNESCO:n laajan kulttuurikäsityksen tilaan, jossa kulttuuri ilmenisi elämäntapana, inhimillisen yhteisyyden korostajana. Yhteisöllisyys ja suvaitsevaisuus, jonka Oulukiin mainitsee arvoissaan, ovat monille uusliberaalin järjestelmän toimijoille kuitenkin toisarvoisia arvoja, kun subjektiivinen oma etu ja menestys -ajattelu ovat hegemonisessa asemassa elinkeinoelämän intressien mukaisessa innovaatiotodiskurssissa. Tätä skenaariota kulttuurin paikasta tukee myös Triple Helixin allianssisopimuksen mukaisiin painopistealoihin erikoistumisen linjaus myös kaupunkistrategiassa (4), mikä ajaisi Oulua nimenomaan tähän innovaatio-, luova talous- ja menestyslähdekohtaan, joka tuottaa tietynlaista välineellistä kulttuurikäsitystä.

Johtuuko asia Balanced Scorecard -mallista vai jostain muusta syystä, strategia on lyhyt ja viittaa moniin muihin asiakirjoihin, joissa nämä asiat on avattu. Mittaavana strategisena työkaluna se on selkeä, mutta vahvan kehityskohteiden rajaamisen takia BSC-strategia se jättää tutkimani kulttuurin tilan pitkälti määrittelemättä. Se ei perustele kaupungin tukeman kulttuurin teemoja; puhutaan vain vetovoimaisuutta luovien tapahtumien kasvavasta määrästä.

Kuinka tuottelias strategian määrittelemän ”vetovoimaisen kulttuuritapahtuman” (3) tulee olla, vai painottuuko tapahtumantuotanto tällä logiikalla lähinnä kaupungin promootio- ja keskustan liikkeiden myynninkasvatustapahtumiin? On myös paradoksaalista, vaikkakin myös muissa suomalaisissa kaupungeissa on näin, että kaupungin tukemia kulttuurilaitoksia, kuten teatteria, orkestereita tai museoita, ei koko strategiassa mainita näiden toiminnan laajuuden ja rahoituksen määrän huomion ottaen (Saukkonen ja Ruusuvirta 2009, 103).

Eriäinen kaupunkistrategia suhteessa muihin on se, että se ei halua leimallisesti brändätä Oulua teknologiakaupunkina, vaan puolen Suomen pääkaupunkina, johon kuuluvat sivistys-, liikunta-, kulttuuri- ja tapahtumakaupunkiaspektit. Kuitenkaan sillä ei ole mitään konkreettia vaihtoehtoista brändäyksen tapaa esitellä, vaan retoriset valinnat perustuvat lähinnä menestyksen maineen tavoitteluun, ja kulttuurikaupunkiuskin näin tyhjentyy merkityksestään.

#### **6.4 Kasvu 2006**

Kasvu 2006 -sopimus brändää Oulua perinteisesti teknologiakaupunkina. Viimeisen 20 vuoden aikana se on strategian mukaan ”*sinnikkäällä ja määrätietoisella työllä kiivennyt vuosien mittaan maailman teknologiakeskittymien terävimpään kärkeen*” (6). Kuvaavaa on käyttää sanavalintaa ”vuonna 1984 Oulu *julistautui* teknologiakaupungiksi”, vaikka itse Kasvusopimus tähtääkin aiempaa monipuolisempaan elinkeinorakenteeseen määrittelemällä kehityksensä fokuksiksi tietotekniikka-, sisältö- ja media-, hyvinvointi-, bio- ja ympäristöklusterit.

Strategia kuitenkin tekee eron menneen ja tulevan välillä: vuonna 2002 se otti ”askeleen tulevaisuuteen” esittelemällä alueen toimijoiden yhteistyölle perustuvan Kasvusopimuksen, jonka visiona on ”*entistä monipuolisempi, parempi, kilpailukykyisempi ja mukavampi teknologiakaupunki*” (5). ”Mukavuus” ja ”paremmuus” tyhjän merkitysijän logiikalla liittyvät tai voivat olla liittymättä kulttuuriin, tärkeintä on tämän merkityksen yleinen hyväksyntä. Se on ehkä tahallaan jätetty määrittelemättä, sillä kukapa nyt mukavuutta vastustaisi. Jos mukavuudella viitataan kulttuuriin, saa se varsin pinnallisen viihdearvon. Kulttuurille teknologiakaupungin diskursiivisessa ympäristössä löytyy varmasti enemmän vastustusta kuin mukavuudelle, jonka tarkoitus on pitää ihmiset tyytyväisinä vallitsevaan asiintilaan. Millä tavalla ja kenelle teknologiakaupunki on mukavampi? Strategia kuitenkin mainitsee nimeltä myös kulttuurin: Kasvu 2006 tavoittelee kulttuurisia virtoja menestyäkseen, informaatio-, teknologia-, pääoma-, ihmis- ja organisaatiovirtojen lisäksi (6), eli puhutaan kulttuurista sen luovan ja innovatiivisen funktion hallitsemiseksi.

Kasvusopimuksen tavoitteet ovat varsin samoilla linjoilla muiden strategioiden kanssa: Oulun aseman vahvistaminen kansainvälisesti tunnettuna osaamiskeskittymänä, alueen kilpailukykyyn parantaminen, kasvavien toimialojen kehittäminen, edellytysten luominen

uusien työpaikkojen ja yritysten perustamiselle, Oulun alueen huipputekniikan monipuolistaminen ja EU:n tavoite 2-ohjelman resurssien käyttöönoton vahvistaminen (3). Edelleenkin kulttuuriala ei ole kasvavien toimialojen joukossa, vaan sen innovatiivisideologisesti merkitykseltään kellutettu vastine: sisältötuotanto- ja mediaklusteri. Sen vision mukaan *”Oulun seudulle on muodostunut maailmanluokan sisältö- ja mediaklusteri, joka yhdistää alueen sisältö- ja teknologiaosaamisen molempia osapuolia hyödyttäväksi ja niiden kilpailukykyä parantavaksi kokonaisuudeksi.”* (10)

Sisällöntuotanto ei ole sama asia kuin kulttuuri, vaan sillä tarkoitetaan Hannele Koivusen mukaan erityisesti sen sähköisille alustoille suuntautuneita tuotannon muotoja (Pääkkönen & Kauppi 2006). Kulttuurin ollessa tässä artikuloitumisensa tavassa symbioottisessa suhteessa samalla sekä sähköisten teknologioiden että markkinatalouden vaatiman tuloksen tekemisen kanssa kulttuurilta viedään monenlaisia muotoja pois. Tämä on selkeä vaara kulttuurin alkaessa merkitsemään korostetusti jotain teknologiseen sovellukseen liittyvää sisältöä ja välinearvoisuutta. Kasvusopimuksen keskittyessä nimenomaan kasvunäkökulmaan se haluaa panostaa lähivuosina sisältötuotannossa nopeimmin kasvaviin alueisiin: *”kolmannen ja neljännen sukupolven matkaviestintään, jossa pyritään matkapuhelinten, digitaalisen television ja elokuvan, internetin sekä laajakaistatiedonsiirron alustojen ja sisältöjen yhdistämiseen”* (10). Tämä luovan sisältötuotannon näkökulma ei palvele taloudelliseen menestyksen pyrkimätöntä vaihtoehtokulttuuria, vaan kulttuurille asetetaan tässä olemassaolonsa ehdoksi taloudellinen menestys. Luovuudesta on tehty kasvun väline. Tällä välinearvollisuudella on tavoitteenaan kansainvälisille markkinoille pääsy: kasvualojen kasvattamislogiikalla sisältö- ja media-alallekin kaavaillaan teknologian ja sisältöjen tekemisen yhdistämää toimintamallia, joka tavoittaa kansainväliset markkinat (11).

Oulun seudun erityisvahvuuksiksi sisältö- ja media-alalla on nostettu sen olevan (11) avoin yhteistoimintaympäristö julkisyhteisöjen, tutkimuksen ja yritysten kesken; kansainvälinen tanssin, elokuvan ja lastenkulttuurin keskus sekä ainutlaatuinen mobiiliteknologian ja sisältötuotannon edelläkävijä.

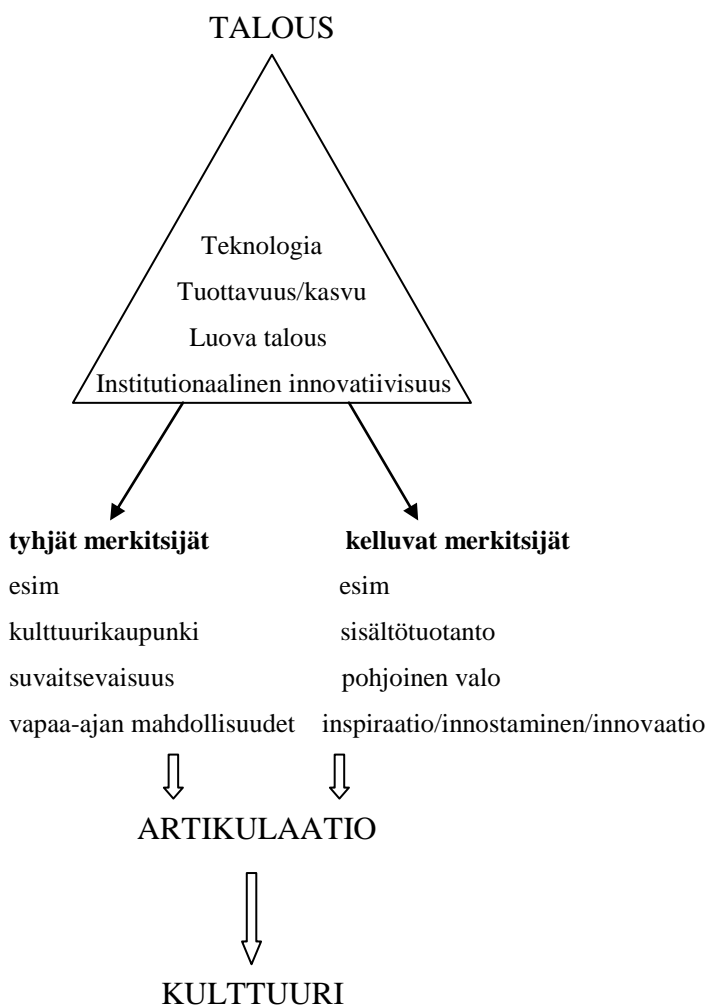
Kasvusopimuksessa siis pyritään laaja-alaiseen kasvuun kulttuurialalla, ja konkretiaakin on mainittu kiitettävästi. Kuitenkin näiden kannalta olisi merkittävää nostaa ne mukaan strategian kärkeen. Ehkä tässä kävi kuten kansalliselle Luovuusstrategialle: ei uskalleta.



Huomattavaa on myös kulttuuripuheen tyypistyminen sisältö- ja mediaklusteriin; hyvinvointiklusterin yhteydessä kulttuurista ei puhuta, vaan näkökulma kulttuuriin on puhtaasti talouskeskeinen. Kulttuurilla ei siten ole samanlaista universaalia vaikuttavuutta kuin esimerkiksi Young visioi (Young 2008) kulttuurisesta suunnittelusta. Strategia ei myöskään kiinnitä huomiota asukkaiden osallistumiseen osana kvanttihyppyä tekevää kaupunkia. Tämä strategian läpäisevä rooli on teknologialla, joka on klusterin kaikissa kärkihankkeissa keskeisellä sijalla.

## 6.5 Kulttuurin paikka Oulun strategioissa ja brändissä

Strategioiden artikuloima kulttuurin paikka on pelkistään seuraavan kaavion mukainen:



**Kuva 5.** Kulttuurin artikuloituminen talouden lähtökohdista Oulun kaupunkisuunnittelua ohjaavissa strategioissa

Myös kaupungin brändäys tapahtuu tästä diskurssista käsin (kts. 5.4). Kulttuurin ja talouden suhdetta on Oulussa muodostettu tämänlaiseksi jo 1980-luvulta lähtien. Kiinnostava tutkimustulos kaupunkibrändäyksen kannalta on tyhjien ja kelluvien merkitsijöiden kautta määritellyt kulttuurin merkitykset: tyhjän merkitsijän kautta yritetään vedota johonkin abstraktiin yleisöön viittaamalla johonkin epäselvään sisältöön, kun taas kelluvien merkitsijöiden kautta artikuloitu luovuuteen ja tuottavuuteen perustuva kulttuuri on lähinnä elinkeinoelämän ulkoisen viestinnän työkalu, joka on jalkautettu strategian ja muun strategisen toiminnan sekä brändin kautta kaupungin käytäntöihin. Tämä merkitsee oululaisille ja Oulu-brändille etäännyttä toisistaan. Kuitenkin kaupunkimarkkinoinninkin pitäisi perustua sanojen lisäksi todellisuudelle, ja kaupunkikuvan pitäisi kuulua kaupunkilaisille, ei jollekin suljetulle talouden, konsulttien ja edustuksellisen demokratian sisäpiirille. Tämän logiikan toimiessa myös instituutioita linjaavissa strategioissa, kuten Triple Helix, institutionalisoitunut innovaatioajattelu ja tekniikka-talous -keskeisyys uusiintuvat ja sedimentoituvat hallinnon peruseräpäätteiksi.

Oulussa tämän logiikan mukaan toimiva kaupunkibrändäyksen hegemoninen hetki on kestänyt suhteellisen pitkään, kun kaupunki on 1980-luvulta asti näyttäytynyt korostuneesti teknologiakaupunkina, artikuloitujen esimerkiksi innovaatio- ja luovuuskäsitteitä tietynlainen luonnontiedeuskoinen ja kaupallinen arvolutautuneisuus taustalla. Tilanne on joko se, että hegemonia on kyennyt hiljentämään vaihtoehtoja luovan, moniarvoisen ja kulttuuridiversiteettiin perustuvan kansalaiskeskustelun<sup>9</sup> tai että mikään vaihtoehto ei ole kyennyt luomaan tarpeeksi laajaa antagonistista yhtäläisyysketjua vastustamaan hegemoniaa.

---

<sup>9</sup> Laclau ja Mouffen teorian ihanne on, että yhteiskunnassa toimisi paitsi liberaali demokratia, myös radikaali pluralismi (Smith 1998, 147). Tämä osallistuva demokratia on helpoimmin toteutettavissa nimenomaan paikallistasolla, kun toimijat voivat kommunikoida kasvotusten ja tuoda näin esiin vaihtoehtoisia kehitysnäkemyksiään. Tässä demokratiaihanteessa monikulttuurisen poistaminen visiosta on yhteiskunnan radikaalis-liberalistista kehitystä jarruttava teko. Diskurssin radikalisoinnista puhuessaan Laclau ja Mouffe puhuvat radikaalista demokratiasta, ja suosittavat pluralismia vastaan olevia antidemokraattisia poliittisia toimijoita suljettavan vaikutusvallasta ulos, sillä heihin ei voida vedota liberalistisen kaikkien tasa-arvoisen kunnioituksen nimissä (ibid, 131). Toisaalta syytä tällaisen päätöksen läpimenemisestä pitää etsiä sen antagonistisen vastustajan puuttuessa: onko kyse ns. hiljaisesta hyväksymisestä keskustelukulttuurin puuttuessa, ja ollaan tyytyväisiä, kun joku edes tekee jonkun aloitteen päätöksenteon muuten ollessa rutiininomaista hallinnointia?

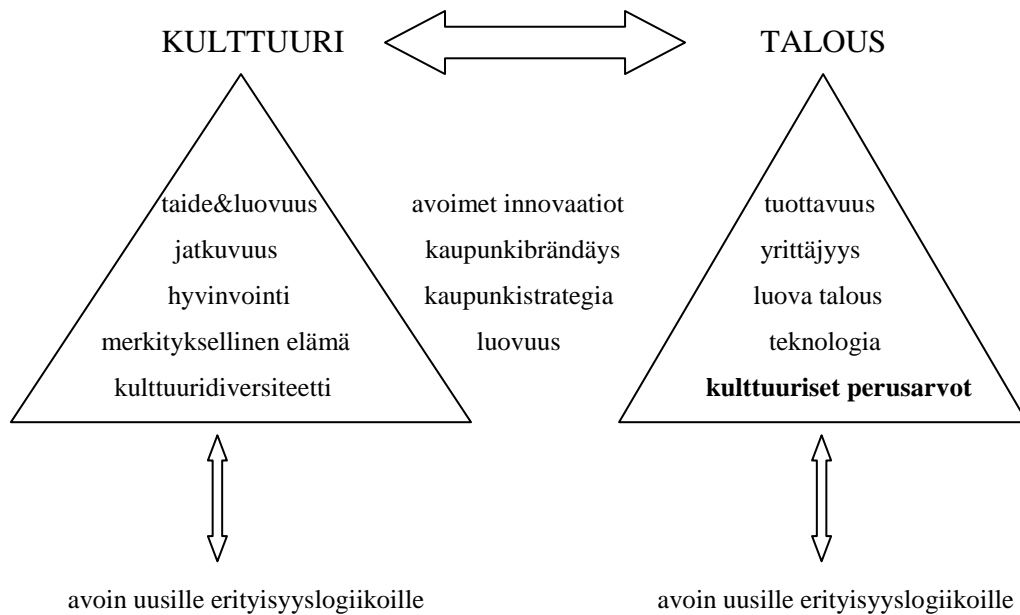
Esitän tämän viitekehyksen ja empirian perusteella, että kiinnekohtaisena ratkaisijana tässä tilanteessa nykyisen talouden sijaan toimisi paremmin kulttuuri, joka monia yhteiskunnan osa-alueita yhdistäessään tulisi ratkaisemaan niitä kommunikaation katkoksia, joita kulttuurin, talouden ja niitä yhdistävän kaupunkibrändäyksen välillä on. Tällöin se ei olisi enää vaikutuksiltaan pelkkä kulttuurisektori, vaan sen toiminta läpäisisi koko kaupunkisuunnittelun, kuten kulttuurisen kaupunkisuunnittelun teorioissa ajatellaan; siitä tulisi yhtäläisloogisen artikulaation kiinnekohta. Se voisi ottaa monenlaisia rooleja kaupunkikehityksessä: talousnäkökulma lähenisi luovan talouden ajatteluun rohkeammin panostettaessa (esim. kulttuuritapahtumien/taiteilijoiden sponsorointi, ns. luovat alat kuten media-ala ja teollinen muotoilu), sosiaalista innovatiivisuutta ja hyvinvointia taas syntyisi kaikenlaiseen osallistavaan ja arjen kulttuuritoimintaan panostamalla.

Arvopohjan muuttuessa kasvuajattelusta hyvinvointi- ja merkityksellinen elämä kaikille - ajatteluksi myös kasvu tapahtuisi tässä enemmän luovuutta ja arkipäivän innovointia suosivassa kulttuuriympäristössä. Innovaatiostrategioiden kannalta innovatiivisuus leviäisi näin vahvalta instituutiopohjalta avoimemmaksi järjestelmäksi. Vaikka taloudellisen laskukauden aikana kaupunki ymmärrettävästi säästää kuluissaan, olisi silti tärkeä pitää ihmiselämän merkityksellisyys ja virikkeellisyys yllä toimintakyvyn säilyttämisen kannalta. Myös liiallinen mittaaminen, kuten BSC:n suora soveltaminen kunnan strategisessa toiminnassa, voi monessa tapauksessa olla luovan toimintaympäristön kannalta haitallisempaa kuin se, että annettaisiin ihmisille rauha tehdä työtä eikä materialisoitaisi heitä tuottavuusprosentteiksi ym.

Oulu vanhan järjestyksensä pohjalta voisi potentiaalisesti muuttaa suuntaansa teknologia ja talous -linjasta todella luovaksi kaupungiksi: potentiaalisesti luovimpia ovat sellaiset kaupungit, joissa on jo kehittynyt institutionaalinen järjestys, mutta uudistuksille avoin asenneympäristö (Hall 2000, 646). Pullonkaula tässä lienee konservatismiin haaste: kulttuurin vastahegemoninen liike edellyttää ennen kaikkea järjestelmää ylläpitävän asiantuntijatiedon kyseenalaistamista, diskurssin radikalisoitua ja vaihtoehtojen etsimistä. Ensimmäinen askel olisi kulttuurin laajemman merkityspotentiaalini omaksuminen ja uusien erityisloogisten vaatimusten rakentaminen. Tärkeä itsensä määrittelyn paikka tässä on erityisesti luovuus-käsitteellä, joka näiden tulosten perusteella on merkitykseltään alisteinen taloudelle. Sitä vastoin sen tulisi etsiä paikkansa kulttuurin ja talouden

välimaastossa, ja erityisesti taiteellisen ja tieteellisen luovan työn itseisarvoista paikkaa kunnioittavana. Tämä tarkoittaisi radikaalia panostusta luovaan ympäristöön, jossa paitsi luovuuden ammattilaiset, myös kaupungin asukkaat voisivat toimia kasvotaisessa vuorovaikutuksessa ja näin generoida luovuutta ja innovaatioita. Tätä vaikutusta ei olisi kiellettyä mitata, mutta liiallisen mittauksen ja tuottavuuspaineiden ahdistuessa luovia ammattilaisia parempi olisi, että näiden työpanosta ei ainakaan strategian jokapäiväisessä rutiinissa vaikuttavalla tavalla mitattaisi.

Kulttuurin vastahegemoninen artikulaatioketju haastaisi taloushegemonian, ja tulisi todella keskustelemaan talouden kanssa tasavertaisena keskustelukumppanina kulttuurin paikasta. Erityisesti luovuusdiskurssin suhteen osapuolet voisivat löytää todellisen keskusteluyhteyden, ja löytää luovuudelle paikan niin kulttuuri- kuin innovaatioidiskurssissakin. Kaupunkisuunnittelun kannalta kulttuurin tämän kehittämissuunnan mukaan pitäisi löytää paikkansa erilaisten määritelmiensä välimaastosta tilanteesta riippuen (kts. luku 5.3): kulttuurista tulisi kaiken kaikkiaan saada hyvinvointiin ja merkitykselliseen elämään tähtäävä yleisarvo (Pirnes 2008). Radikaalin pluralistisen demokratian tilassa kulttuurin paikka olisi olla sellaisen yhtäläisloogisen artikulaatioketjun kiinne kohta, joka toisi yhteiskuntaan uuden avoimen sosiaalisen järjestyksen ottaessaan mukaan erilaisia pluralismiin perustuvia yhtäläisyyden logiikoita (Laclau 1996a, 65). Näin systeemi olisi kulttuurin ja talouden tasapainoisessa suhteessa kulttuurista juontuvien perusarvojen, kuten merkityksellinen elämä, hyvinvointi ja luovuus, vaikuttaessa talousdiskurssin taustalogiikkana. Kulttuurin ja talouden leikkauspisteitä olisivat avoimempi innovaatioprosessi, kaupunkibrändäys ja -strategia, joka syntyisi enemmän osallistuvan demokratian lähtökohdista.



**Kuva 6.** Kulttuurin ja talouden suhde radikaalis-pluralistisessa järjestelmässä.

Kuvassa kiinnekohtaisten kulttuuri- ja talousartikulaatioketjujen välissä oleva tila olisi varattu avoimelle innovaatiotoiminnalle sekä kulttuurin ja talouden yhteistoiminnalle suhteessa mm. kaupunkibrändiin, -strategiaan ja luovuuteen. Kulttuurin ja talouden diskurssit siten kävisivät keskenään keskustelua, ja niiden välillä olisi yhteinen, avoin artikulaation tila. Myös itse kulttuuri- ja talousdiskurssit olisivat Laclau ja Mouffin diskurssiteorian idean mukaisesti muuttuvia: ne olisivat avoimia uusille erityisyyslogiikoille kuvan kolmioissa esitettyjen erityisyyslogiikkojen rinnalle. Kuitenkin järjestelmän ollessa radikaalis-pluralistinen vain toistensa kanssa keskustelemaan kykenevät erityisyyslogiikat olisivat tässä diskursiivisessa järjestelmässä mahdollisia.

Tällainen tutkimustulos on ongelman syiden ja seurausten toteamisen strategia-asiakirjojen ja Oulun teknologiahistorian perusteella aktivoitumista herättävä. Strategiat sitovat niiden alaisia toimijoita tietynlaisiin toimintatapoihin, subjektipositioihin, suhteessa jokapäiväiseen työhönsä ja ajattelutapaansa, ja toimivan palautefoorumin puuttuessa systeemi uusiintuu ja laajan hallinnon viedessä tilaa vaihtoehdoiselta asiakokonaisuuksien politisoimiselta kukaan ei lopulta osaa ehdottaa mitään uutta. Jatkossa kaupungin pitäisi panostaa tähän refleksiivisyyteen kaupunkisuunnittelun

tekemiseksi kaupunkilaisten asiaksi. Tosin Oulun kaupunkistrategiassa mainitaan jo yhtenä tavoitteena lähidemokratiatoimintaan osallistuvien määrän lisääntyminen (3).

## **6.6 Menetelmän arviointi**

On selvää, että eri teorialla ja menetelmällä tästä empiirisestä kokonaisuudesta saisi erilaisia tuloksia. Toisaalta myös kysymyksenasettelu olisi erilainen, jos käytettäisiin esimerkiksi tuotantotalouden peruslähtökohtaa tai jotain kvantitatiivista menetelmää. Laclaun ja Mouffen diskurssiteoria on kvalitatiivinen ja tutkimuksen luonnetta politisoiva viitekehys, jossa tutkijalla on valta valita aineistosta ne yksityiskohdat ja ilmiöt analysoitavaksi, jotka tukevat parhaiten tulkintaa ja ilmiön ymmärtämistä. Tämän valinnan tekemiseksi toki olen käynyt läpi koko strategiat ja niihin liittyvät maininnat kulttuurista ja kulttuurijohdannaisista, kuten luovuus ja taide. Tällaisessa tutkimuksessa tutkijalla on paljon harkintavaltaa tulkinnassa, mikä on olennaista viitekehysten ja sen pohjalta tehdyn problematisoinnin kannalta ja mikä ei. Tulkintani on luonteeltaan emansipatorinen, eli tutkimuksen tavoitteena on tuoda esiin sellaisia rakenteita ja/tai arvoasetelmia, jotka kahlitsevat toimintaa (Berndtson 1992, 83-84). Diskurssiteorian ollessa ongelmakeskeinen (Howarth 2005, 318) olen problematisoinut kulttuurin aineiston pohjalta, minkä pohjalta olen taustoittanut sen analyysiä edeltävissä luvuissa 4 ja 5.

Kulttuuripolitiikan kannalta aihettani tarkastelu tuottaa tietynlaisia tulkintoja, samoin se, että tunnen Oulua, mutta en henkilökohtaisesti ole osallistunut strategioita laativien toimielinten toimintaan: strategiat olivat minulle tätä tutkimusta aloittaessani varsin abstrakteja ja vaikeaselkoisia (viittaussuhteiden kannalta) asiakirjoja, joita halusin oppia lukemaan kriittisesti. Valitsemani teoria kaikessa kriittisyydessään poliittisen hegemonian toimintalogiikkaa kohtaan tuo mielestäni hyvin esiin sitä politiikan logiikkaa, jonka kautta aineistoni strategian tyyppisiä tekstejä tuotetaan. Tällaisen kriittisen yhteiskuntatieteellisen näkökulman etu on sen riippumattomuus poliittisista päätöksentekijöistä, yksityisistä rahoittajista ja yhteiskunnallisista (talous ja politiikka) suhdanteista (Berndtson 1992, 94-95). Diskurssiteoria ollessaan laadullista tutkimusta ja kriittistä yhteiskuntatiedettä se ei tietystikään voi ottaa kaikkia näkökulmia ja faktoja huomioon. Siksi itsekin valitsin case-tyyppisen tutkimusstrategian, jonka tutkimusohjelmana on problematisoida sedimentoituneita ja ulossulkevia sosiaalisia käytäntöjä (Howarth 2005, 330).

Tämä tutkimus varmastikin avaa keskustelua teknologiapainotteisen innovaatiokaupungin uusuuntaisesta kehittämisestä, mutta validiuden kehittämiseksi se kaipaa rinnalleen vielä eri-intressiset toimijat ääneen päästäviä haastattelututkimuksia. Aletta Norval (2000, 231) on diskurssiteoriassa kehittänyt ajatusta yksilön subjektipositiosta suhteessa demokraattisen järjestelmän institutionalisoituneeseen muotoon, ja erityisesti hän on kiinnostunut siitä suhteesta, jonka kautta saisi selville yksilön avoimuudesta vieraille ajatuksille. Tällainen jatkotutkimus olisi kiinnostava esimerkiksi tärkeimpien päättäjien osalta, vaikkapa haastattelemalla ja seuraamalla heidän kokouksiaan, kuinka niissä linjataan kulttuurielämää.

Diskurssiteorian luonteesta keskustellaan: sitä on joskus syytetty deskriptiivisyydestä, mutta Simon Critchleyn mukaan Laclau vastaa siihen, että arvoneutraali faktoja kuvaileva deskriptiivisyys on mahdotonta, kun kaikki faktatieto on diskursiivista, joka puolestaan on normatiivista (Critchley 2004, 117). Näin ollen tämänkin tutkimuksen deskriptiivisin vaihe, luku 6, on vain osa diskursiivisuuden toimintalogiikan selvittämistä, ei siten mitään objektiivista tilanteen kuvausta. Suhteessa tähän merkitysten kenttään kulttuuripoliittikan tutkijana kuvailen aineistoa kulttuuripoliittisesta, diskurssiteorian viitoittamasta lähtökohdasta. Siten voikin todeta, että vaikka diskurssiteoreettinen tutkimus vaatiikin deskriptiivisenluonteisen osansa tutkimusongelman taustoittamisella ja tutkimustulosten tulkitsemisella, Laclau ja Mouffen poliittisen diskurssiteoreettisen logiikan kautta saadaan aikaan nykyhetken havainnointia syvempää diagnostiikkaa ja poliittisia vaihtoehtoja, kuten tässäkin tutkimuksessa.

Tutkimuksen aineistonvalinta on selkeästi rajattu, mutta toki enemmän tekijöitä huomion ottavan kulttuurin paikan löytäisi käytäntöä tutkimalla. Tutkimuksessa käytettyjen strategioiden kulttuurivisiot ovat kuitenkin suuntaa antavia suhteessa siihen, minkälaista ”yhteiskunnallista fantasiaa”, täyteyden tuntua (kts. s. 29), strategioilla tavoitellaan aktiivisesti. Tällainen on ehdottoman tärkeää tuoda esille, jotta voidaan konstruoida vaihtoehtoisia kehityssuuntia.

## 7 LOPPUPÄÄTELMÄT

Tutkimukseni tarkoituksena oli tarkastella kulttuurin ja sen johdannaisten artikuloitumista kaupunkibrändäyksen ja -strategioiden diskursseissa. Nämä diskurssit paljastuivat varsin talouskeskeisiksi tavoitteiksi luoda Oulusta innovaatiojärjestelmä. Enää teknologiakaupunki ei halua brändätä itseään pelkästään teknologiakaupungiksi, vaan sille strategioissa löytyy monipuolisempia vaihtoehtoja. Näiden keskeinen ongelma kuitenkin on keskittyminen talouskasvuun ja teknologian soveltamiseen tämän kasvun moottoriksi järjestelmällisesti joka elämänalueella, myös kulttuurin. Tällainen arvomaailma ja näkemys innovaatiojärjestelmästä sulkevat pois kulttuurisen kehityspolun tarjoamia mahdollisuuksia, josta esimerkkinä käyvät Triple Helixin painopistejako ja Oulu Inspiroi -strategian ”oululaisen asenteen” tuottama yhtäläisyyslooginen innovaatiosta tuottavuuteen -ajattelu. Joihinkin yhtäläisyyslogiikoihin kulttuuri on taas päässyt mukaan, kuten sen määrittäessä osaksi talousdiskurssia sisältötuotanto- ja luovuusperustalta. Toisekseen kulttuuri Oulun strategioissa ilmenee myös tyhjän merkitsijän roolissa johdannaishina ”vapaa-ajan mahdollisuuksina” ja ”humanistisina aloina” viitatessa johonkin konkretisoimattomaan. Kulttuurin paikka Oulun kaupunkisuunnittelua ohjaavissa strategioissa on siten hegemonista talouden diskurssia tukeva.

Kuten Oulun teknologiakaupunkihistoriassa jo kerroin, yksittäisten henkilöiden vaikutus ”Oulu-ilmion” syntyyn oli vahva. Tässä piilee myös tietynlainen uusien ideoiden ja ihmisten poisjääminen poliittisen ja taloudellisen vallan kentiltä, kuten Mika Kuljun haastattelema teknologiakaupunki-idean ensimmäisenä esittänyt Antti Piippo toteaa nyky-oululaisesta yritysmaailman kulttuurista:

Nykyään uusilla tekijöillä on vaarana jäädä tuona aikana [1980-luku] syntyneiden suurten sankareiden varjoon. On hieno juttu, että Oulussa on menestyneitä yksilöitä, mutta näiden ikoneiden joukkoon voi olla uudella kokeilijalla vaikea päästä. Vanhat sankarit ovat hyvissä voimissa ja aina saatavilla sanomaan, mikä on oikein ja mikä väärin tai mikä on hyvä ja mikä huonoa. Tietynlainen monumentaalisuus jättää jälkeensä pitkän varjon. (Kulju 2002, 201.)

Tällainen sulkeutunut sisäpiiriläisyys uudelleen tuottaa diskurssin toimintalogiikoita niin, että tilaa uudelleenartikulaatiolle esimerkiksi kulttuurin osalta on hyvin vähän. Samoin artikulaation tila pienenee, kun kaupunkistrategioita ja -brändiä suunnitellaan pienen ryhmän toimesta kolmoiskierre-periaatteella ja vahvasti painopisteitä rajoittavalla, tuloksellisuutta hakevalla BSC-mallilla. Tällaisessa tilanteessa kulttuurin paikkaa linjaavia strategioita suunnittelevat esimerkiksi laskentatoimen konsultit sekä Triple Helix -mallin



osapuolet. Kulttuurin artikuloituminen on siten varsin rajatusta diskurssista lähtevää, ja representaation tila on pitkälti kiinnimmeltu talousdiskurssin toimesta.

Teknologiakaupunkidiskurssi tarkastelemissani strategioissa artikuloituu vahvasti kulttuurin alueella: siitä halutaan tehdä osa sisältötuotannon ja luovuuden välineellistä kulttuurin diskurssia. Kulttuurin paikka tässä on tuottaa innovaatioita ja taloudellista menestystä, mikä näkyy selvimmin artikuloituna analysoimissani innovaatiostrategioissa (Kasvu 2006, Oulu Inspiroi ja Oulun Triple Helix). Oulun kaupunkistrategian ollessa kytköksissä näihin strategioihin kulttuurin innovaatioita tuottavasta vaikutuksesta ei erikseen puhuta, mutta tuodaan esille kulttuurin käyttöä kaupunkibrändäyksessä kansainvälisesti vetovoimaisten tapahtumien yhteydessä. Kulttuuria ei määritellä tässä yhteydessä, mutta se on osa teknologiakaupungin imagoviestintää: Oulu-brändi nimittäin on vahvasti teknologiaan perustuvaan osaamiseen painottuva (kts. luku 5.4).

Olen tutkimustuloksissani väittänyt, että kulttuuri teoreettisesti mahtuu innovatiiviseksi brändäytyyn kaupunkiin avoimemman, innovatiodemokraattiseen innovaatiokäsitykseen ja radikaalis-pluralistiseen kulttuuridiversiteetti-arvoon perustuvan diskurssin läpäistessä kaikkea yhteiskunnan toimintaa. Innovatiivisuus on jatkossakin Oulun voimavara yhdessä menestystä luoneen teknologiahistoriansa kanssa, mutta se kaipaa nyt kehitykselleen uudenlaista arvo- ja tavoitepohjaa avaten innovaatiojärjestelmäänsä muunkin tyyppisille innovaatioille. Kasvu 2006:ssa esitetyt kulttuurin teknologiasovellusinnovaatiot vaikuttavat edistyksellisiltä luovan talouden diskurssissa ja samoin muiden alojen rajapinnoilla, mutta liiallisen teknouskon vaara piilee yhteiskunnallisen kontrollin saavuttaessa paitsi työ-, myös yksityiselämän, kuten asiaa valaisee Oulun yliopiston mittaustekniikan laitoksen eläkkeelle jäänyt emeritusprofessori Kalevi Kalliomäki:

Näen kehityksessä ikävänä puolena, että ihmisten yksityisyys menetetään vähitellen täysin. Hänet voidaan paikallistaa kännykän avulla, ja korttiostot paljastavat hänen kulutustottumuksensa. Tekniikka tarjoaa oivalliset mahdollisuudet ihmisten vahtimiseen, ja joskus pelkään, että lähestymme George Orwellin visioita. En pidä tästä kehityksestä ja katsonkin, että yksityisyyden suoja olisi kehitettävä. (Kulju 2002, 204.)

Teknologia siten toimii välineenä, mutta inhimillisiä arvoja haastaessaan se voi saada paljon vastenmielistä, luovuutta ja kulttuuritoimintaa tyrehtyttävää kontrollia aikaan. Tämän takia on tärkeää korostaa kulttuurin alalta nousevia merkityksellisen elämän arvoja, ja miettiä eettisesti hyväksyttäviä teknologian kautta saavutettavan tuottavuuden kasvun muotoja vasta sen jälkeen.

Oulun teknologiahistoria on joutunut sulkemaan tuottavuusrationaliteettinsa vuoksi kulttuuria ulos sen järjestäytymisen logiikoista: vain luova talous -tyyppinen, tuottava kulttuuri on sille sopiva. Kuitenkin, kuten edellä käy mainituksi, kaikkea kulttuurin soveltamista tulisi edeltää itseisarvoinen näkökulma kulttuurista, josta tuottojakin voi luoda: merkityksellistä elämää ajatellen tuottoja luova luova luokka kärsii, jos se ei saa vapaa-ajaltaan henkistä pääomaa, hengen kulttuuria. On myös ahdistava ajatus taiteen tekemisen kannalta, että se pitäisi aina pystyä tuotteistamaan. Joskus se menestyy taloudellisesti, joskus taas jää marginaalisempaan asemaan, joka sekään ei ole huono vaihtoehto, sillä näin ihmisten kulttuurin kulutuksen valinnanmahdollisuudet kasvavat; aina ei tarvitse valita mainstream-kulttuurikokemusta. Tämä puoltaa kulttuuridiversiteetin, laajan ja monimuotoisen kulttuurin olemassa olon tärkeyttä. Jos Oulu sortuu toiminnassaan samaan virheeseen kuin suuremman luokan toimija EU, se redusoi kulttuuridiversiteetin esteettiselle tasolle, rajoittaen kulttuuriyleisöä samanmieliseksi eliitiksi tarjoamalla lähinnä vain määrätynlaista korkeakulttuuria, mikä puolestaan kieltää kulttuurin monimuotoisuuden ja luovan toimintaympäristön potentiaalin, joka perustuu erilaisuudelle ja erimielisyyksillekin (Sassatelli 2006, 38).

Kulttuurin paikka oululaisessa kaupunkibrändäyksen diskurssissa on diskursiivista rajankäyntiä markkinoinnin, teknologian ja kulttuurin välillä. Nykyisessä brändissä teknologiakaupunkius korostuu, mikä tyhjentää Oulun artikuloitumista kulttuurikaupunkina. Kulttuuri on brändissä teknologisuudelle alisteinen, kuten Laclau'n sosiaalisen heterogeenisuuden tilassa: brändin mukaan Oulu haluaa olla pohjoisen Euroopan elinkeinokeskus, joka perustuu oululaiseen teknologiaperustaiseen osaamiseen. Uudesta kaupunkibrändistä on kuitenkin työ käynnissä, ja jos se laaditaan suhteessa tuoreeseen Oulu Inspiroi www-sivun visioon, kaupunkibrändistä tulee kulttuurikeskeisempi, jolloin Oulu näyttäytyisi ulospäin kulttuurikaupunkina. Tällaisen kulttuurikaupunkiuden tulisi kuitenkin perustua strategialle. Vielä analyysiaineistoni strategioiden perusteella tehtävän brändin teknologia- ja siihen perustuva innovaatiopainotus säilyisi, jolloin kulttuurikaupunkibrändi olisi tyhjä merkittäjä.

Kulttuurin merkitys kaupunkibrändissä voi perustua parhaimmillaan kaupunkiympäristölle kokonaisuutena. Kulttuurikaupunkius saisi merkityksensä viihtyisän ympäristön ja toimivien kulttuuripalveluiden myötä. Oulu Inspiroi -strategiassa ”tekemisen meiningiksi” kellutetun ”oululaisen asenteen” merkityksen voisi uudelleen artikuloida

kulttuurikeskeisemmästä lähtökohdasta, sillä paitsi itseisarvoisen luovan kokeilun myös luovan kulttuuritoiminnan, paikalliskulttuurin ja esteettisen ympäristön vetovoimavaikutus kunnan taloudelle on myös olennainen, mikä strategioitten linjoista päättävien tulisi ymmärtää. Innovaatiojärjestelmää rakentaessa ensiarvoisen tärkeää olisi toimiva luova toimintaympäristö. Tämän pohjalta mahdollisuudet brändätä kaupunkia vetovoimaisena kulttuurikaupunkina, mutta silti innovaatiokeskeisenä, laajenevat olennaisesti. Kaupunkibrändäyksen tavoitteen ollessa muista kaupungeista erottuminen strategian kulttuurisemman linjan valitseminen olisi myös todellista erottautumista, sillä 23 suomalaisen kaupungin strategioita tutkineet Pasi Saukkonen ja Minna Ruusuvirta valittavat näiden kaupunkien visioiden, keskeisen tavoitteiden ja niiden saavuttamisen keinojen muistuttavan toisiaan liikaa:

Jos kaupunkien välinen kilpailu on todella niin kovaa kuin toimintaympäristökuvauksissa annetaan ymmärtää ja jos kaupungit eivät kykene laadullisesti erottumaan toisistaan, heikoimmin menestyvien riski kohdata kaikista huonoimmat tulevaisuusvaihtoehdot lienee suuri. (Saukkonen ja Ruusuvirta 2009, 121.)

Tutkimustulosteni pohjalta yhdyn kaupunkibrändäystutkimuksessa yleiseen näkemykseen siitä, että todellinen erottautuminen syntyy paikallisista lähtökohdista (Manville & Storper 2010; Schrock & Markusen 2010 ja Jensen 2010). Tämä on oululaisessa strategiansuunnittelussa kyllä huomioitu, mutta sivuutettu merkityksestään tyhjennetyillä ”Oulu on asenne” -tyyppisillä ilmaisuilla, mutta joka viittaa lähinnä ”tekemisen meininkiin”. Paikallisuuteen perustuva näkökulma kaupunkibrändäykseen tulisi omaksua osallistuvammalta pohjalta, jossa mietitään, mitä me olemme, mitä me haluamme kaupungiltamme jne. (kts. esim. Schrock & Markusen 2010, 53). Tämän kautta saataisiin demokraattisempi ja vähemmän yritysorientoitunut näkökulma kaupunkibrändäykseen, jonka kärki vetoaisi enemmän ns. luovan luokan alueelle houkuttelemiseksi ja sitä kautta Oulun visionsa mukaan valoisaksi ja elinvoimaiseksi tekeväksi, mikä näin olisi inklusiivisempi kuin elinkeinoelämä ensisijaisena kohderyhmänä suunniteltu kaupunkibrändi. Tällainen valoisuuden ja elinvoimaisuuden uudelleenartikulointi olisi sopiva myyttinen kärki uudelle ja demokraattisemmalle tavalle brändätä kaupunkia.

Kaikki nämä edellä mainitut tekijät haastavat radikaalin pluralismin toteutumista Oulussa. Kuitenkin on mahdollista, että kulttuuri saavuttaa laajemman, yhteiskunnan läpäisevän vaikutuspiirin, jos diskurssi radikalisoidaan eli kulttuurin paikasta aletaan vakavasti keskustella, niin asukkaiden kuin päättäjienkin taholla. Vain näin kelluvien merkitsijöiden uudelleenartikulaatio on mahdollista.

Kulttuuripalvelujen uudelleenjärjestämisen vastuista kunnissa on viime aikoina käyty keskustelua. Tämä tutkielma tarjoaa näkökulmia avoimen innovaatiologiikan soveltamista kulttuurialalle, jonka mukaan olisi perusteltua osallistua tähän keskusteluun kulttuurin artikuloimisen kansalaisyhteiskuntalähtöisyydestä. CUPORE:n tutkimuksen mukaan Oulu nimittäin järjestää kulttuuripalvelunsa korostetun kunnallisesti niin, ettei se tue (tieto vuodelta 2007) yksityisiä taiteen perusopetusta antavia toimijoita (Saukkonen ja Ruusuvirta 2009, 62). Tässä olisi tämän tutkimuksen perusteella vaihtoehto kulttuurin artikuloijalle: kaupungin rooli muuttuisi tämän mukaan osittain toteuttajasta mahdollistajaksi. Henkilöstöressurssien ollessa niukat kaupungille olisi harkinnanarvoinen strateginen valinta keskittyä ns. perustoimintojen, kuten kirjasto, orkesteri ja teatteri, lisäksi tukemaan ei-julkisen sektorin kulttuuritoimijoita eikä yrittää järjestää itse kaikkea. Julkisen sektorin tulisi Gert-Jan Hospersin mukaan liiallisen suunnittelun ja toteuttamisen sijaan luoda innovatiivisuuteen ja luovuuteen innostavia ympäristöjä (Hospers 2003, 269), mikä varmasti levittäisi ympärilleen kulttuurista buzzia ja monipuolistaisi kulttuuritarjontaa.

Mikä olisi sitten kulttuurin paikka kulttuurikeskeisemmässä järjestelmässä? Edellisessä luvussa 6 vastasin kysymykseen luomalla kaavion kulttuurin uudelleen artikulaation mahdollisesta paikasta, jonka olin taustoittanut luvun 5 kulttuurin ja innovatiivisuuden välisen diskursiivisen mahdollisen tilan hahmottamisella. Kulttuurikeskeisempi paikka kulttuurille Oulun strategisessa suunnittelussa ja brändäyksessä hahmottuisi kulttuurin ja talouden tasa-arvoisen keskustelutilan löytyessä. Tämä taas vaatii talousdiskurssista vapaan kulttuurin kentän yhtäläisyyslogista artikulaatiota. Talousdiskurssi puolestaan saisi tästä kulttuuridiskurssin noususta hyötynsä, kun sille perusteltaisiin luovan toimintaympäristön tärkeyttä monipuolisen, avoimen innovatiivisuuden lähtökohtana. Luovuus tässä yhteydessä olisi innovaatiotehtailua laajempi käsite, jossa ei mitattaisi liikaa luovien tuotteiden syntymistä, vaan panostettaisiin luovien kokeilujen mahdollisuuteen. Myös Opetusministeriö hahmottelemassaan Luovuusstrategiassa haluaa edistää luovuuskäsitystä taiteelliseen toimintaan perustuvaa luovuutta ja laventaa yleistä innovaatiopolitiikkaa taiteen suuntaan (OPM 2005, 20).

Kulttuurin ottaessa keskeisen paikkansa talousdiskurssin rinnalla myös talousdiskurssiin tunkeutuisi kulttuuridiversiteetin perusarvo. Tämä johtuisi yksinkertaisesti siitä, että luova, innovaatioita synnyttävä toimintaympäristö on lähtökohtaisesti erityisyyslogiikoille

rakentuva, ja on sitä rikkaampi innovaatiopotentialiltaan mitä moninaisempi ja yhteistoiminnallisempi on sen pohja. Kulttuurin paikka yhteiskunnassa olisi olla Youngin (2008, 70-77) hahmottelema systeemiä läpileikkaava perusarvo: sillä olisi diversiteetti-arvo, joka tukisi demokraattista järjestelmää sosiaalisesti, kulttuurisesti ja taloudellisesti; se olisi innovatiivisuudessaan luovaa ja moninaista, se kasvattaisi intellektuaalia ja emotionaalista ymmärrystä itsen ja muiden välillä yhteistoiminnan kautta, tuottaisi inhimillisyyteen perustuvaa jatkuvuutta ja ekologista kestävyyttä kaupunkisuunnitteluun sekä kehittäisi kriittistä ajattelua. Näin sen potentiaalinen paikka on paljon suurempi kuin mitä analysoimissani strategioissa sille tarjotaan. Tuon paikan haltuunotto vaatii diskursiivisen ympäristön avautumista avoimille innovaatioille, osallistuvammalle kaupunkisuunnittelulle ja -brändäykselle sekä strategioiden tekijöiltä uskoa kulttuurin paikan laajempaan hyödynnettävyyteen.

Ei siten ole keneltäkään pois, jos yhteiskunta toimii kulttuurikeskeisemmin, päinvastoin. Kulttuuri laajasti ymmärrettynä olisi kaikkia suunnittelun sektoreita läpäisevä ihmisyyteen perustuva voima. Kulttuurin paikka on siis ymmärretty väärin, jos sillä vain koristellaan kovien arvojen teknologiakaupungin arvomaailmaa. Sille ei myöskään pitäisi rakentaa abstraktia konsensusta tyhjällä suvaitsevaisuuden tai vapaa-aikapalvelujen nimikkeellä, vaan siihen tulisi kohdistaa konkreettisia toimenpiteitä. Toivon tämän tutkielman tuovan tuoretta näkemystä kulttuurin paikan näkemiseen potentiaalisessa uudessa kulttuurikaupungissa, jossa se on osa avointa innovaatioajattelua, neloskierrettä, hyvinvointia, kaupunkibrändiä ja suoraa vaikuttamista. Näillä avuilla Oulu olisi teknologiakaupunki, jossa luovuus on ymmärretty taloudellista tuottoa laajempaan inhimillisenä voimavarana.

## LÄHTEET

### Painetut lähteet

- Asheim, Björn Terje & Gertler, Meric S. (2005). *The Geography of Innovation: Regional Innovation Systems*. Teoksessa Fagerberg, Jan; Mowery, David C. & Nelson, Richard R. (toim.) *Oxford handbook of innovation*. New York: Oxford University Press. ss. 291-318.
- Asheim, B.T. & Coenen, L. (2005). *Knowledge Bases and Regional Innovation Systems: Comparing Nordic Clusters*. *Research Policy*, 2005, vol. 34, n:o 8 ss. 1173-1190.
- Askary, Saeed & Olynyk, Marc (2006). *Forum: Ethics, Credibility and Governance. Public Interest, Ethics and the Balanced Scorecard*. *Australian accounting review* 1996, vol. 16, n:o. 1. ss. 51-58.
- Berndtson, Erkki (1992). *Politiikka tieteenä. Johdatus valtio-opilliseen ajatteluun*. Valtionhallinnon kehittämiskeskus: Helsinki.
- Bryson, John M. (2004). *Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations. A Guide to Strengthening and Sustaining Organizational Achievement*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Critchley, Simon (2004). *Is There a Normative Deficit in the Theory of Hegemony?* Teoksessa Critchley, Simon & Marchart, Olivier (toim.) *Laclau: A Critical Reader*. New York: Routledge. ss. 113-123.
- Florida, Richard (2005). *Cities and the Creative Class*. New York: Routledge.
- Flyvberg, Bent (1998). *Rationality & Power. Democracy in Practise*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Frantsi, Tapani; Pässilä, Anne & Parjanen, Satu (2008). *Luovuusmenetelmät innovaatioprosesseissa*. Teoksessa Harmaakorpi, Vesa & Melkas, Helinä (toim.) *Innovaatiopolitiikkaa järjestelmien välimaastossa*. Helsinki: Suomen Kuntaliitto. ss. 68-79.
- Geels, F. W. & Schot, J (2007). *Typology of Sociotechnical Transition Pathways*. *Research Policy* 2007, vol. 36, n:o 3. ss. 399-417.
- Glynos, Jason (2001). *The grip of ideology: a Lacanian Approach to the Theory of Ideology*. *Journal of Political Ideologies* 2001, vol. 6, n:o 2. ss. 191-214.
- Gramsci, Antonio (1979). *Vankilavihkot : [valikoima]. [1]*. Hki: Kansankulttuuri.

- Greenberg, Miriam (2000). *Branding Cities: A Social History of an Urban Lifestyle Magazine*. Urban Affairs Review 2000, vol. 36, n:o 2. ss. 228-263.
- Hall, Stuart (1992). *Kulttuurin ja politiikan murroksia*. Tampere: Vastapaino.
- Hall, Peter (2000). *Creative Cities and Economic Development*. Urban Studies 2000, vol. 37, n:o 4. ss. 639-649.
- Harmaakorpi Vesa (2008). *Käytäntölähtöisen innovaatiotoiminnan innovaatioympäristöt*. Teoksessa Mustikkamäki Nina & Sotarauta Markku (toim.) *Innovaatioympäristön monet kasvot*. Tampere: Tampereen yliopistopaino oy.
- Heiskanen, Ilkka; Kangas, Anita & Mitchell, Riitta (2002) (toim.). *Taiteen ja kulttuurin kentät. Perusrakenteet, hallinta, lainsäädäntö ja uudet haasteet*. Jyväskylä: Tietosanoma Oy.
- Hennala, Lea; Linna, Paula & Pekkarinen, Satu (2008). *Julkisen sektorin innovaatiotoiminnasta*. Teoksessa Harmaakorpi, Vesa & Melkas, Helinä (toim.) (2008). *Innovaatiopolitiikkaa järjestelmien välimaastossa*. Helsinki: Suomen Kuntaliitto. ss. 93-108.
- Holstila, Eero (2007). *Finland: Towards Urban Innovation Policy*. Teoksessa: Van den Berg, Leo; Braun, Erik; Van der Meer, Jan (toim.) *National Policy Responses to Urban Challenges in Europe*. Abingdon, Oxon, GBR: Ashgate Publishing.
- Hospers, Gert-Jan (2003). *Creative Cities in Europe. Urban Competitiveness in Knowledge Economy*. Intereconomics 2003, vol. 38, n:o 5. ss. 260-269.
- Horkheimer, Max (2008). *Välineellisen järjen kritiikki*. Tampere: Vastapaino.
- Howarth, David (2005). *Applying Discourse Theory: the Method of Articulation*. Teoksessa Howarth, David & Stavrakakis, Yannis (toim.) *Discourse Theory in European Politics*. Lontoo: Palgrave. ss. 316-347.
- Howarth, David & Stavrakakis, Yannis (2000). *Introducing Discourse Theory and Political analysis*. Teoksessa Howarth David; Norval Aletta & Yannis Stavrakakis (toim.) (2000). *Discourse Theory and Political Analysis: Identities, Hegemonies and Social Change*. Manchester: Manchester University. ss. 1-19.
- Jantsch, Eric (1987). *The Self-organizing Universe: Scientific and Human Implications of the Emerging Paradigm of Evolution*. Oxford: Pergamon Press.
- Jensen, Ole B (2010). *Urban Branding, Image Formation and Regional Growth*. Teoksessa Stein, Rolf & Sonnabend, Regina (toim.) *The Other Cities. IBA Stadtumbau 2010. 4. Osa. Profilierung von Städten*. Berliini: Jovis. ss. 84-89.

- Janović, Nikola ja Močnik, Rastko (2006). *Three Nexal Registers: Identity, Peripheral Cultural Industries and Alternative Cultures*. Teoksessa Meinhof, Ulrike & Triandafyllidou, Anna (toim.) *Transcultural Europe. Cultural Policy in a Changing Europe*. ss. 223-253.
- Kangas, Anita & Hirvonen, Johanna (2000) *Euroopan unionin rakennerahastot kulttuuripolitiikan välineenä: selvitys opetusministeriön rahoittamista kulttuurihankkeista*. Helsinki: Opetusministeriön EU-Rakennerahastot.
- Kaplan, Robert S. & Norton, David P. (1996) *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Boston: Harvard Business School Press.
- Karvonen, Erkki (2001). *Kaupunkikuvan luomisen perusteita*. Teoksessa Juha Kostiainen (toim.): *Tarinoita ja tutkimuksia kaupunkimarkkinoinnista*. Helsinki: Suomen Kuntaliitto. Acta nro 141. ss. 45-59.
- Kautonen, Mika (2008). *Yksi alue, monta innovaatioympäristöä*. Teoksessa Mustikkamäki Nina & Sotarauta Markku (toim.) *Innovaatioympäristön monet kasvot*. Tampere: Tampereen yliopistopaino oy. ss. 49-80.
- Koivisto, Juha ja Uusitupa, Timo (1989). *Antonio Gramsci*. Teoksessa Kanerva, Jukka (toim.) *Politiikan nykyteoreetikkoja*. Helsinki: Gaudeamus. ss. 59-83.
- Koot, W.C.J. (2006) *Conservation Versus Innovation: The Tragic Story of the Enigma Dream Team*. Teoksessa Veenswijk, Marcel (toim.) *Organizing Innovation: New Approaches to Cultural Change and Intervention in Public Sector Organizations*. Amsterdam: IOS Press, 2006. ss. 80-94.
- Kosonen, Kati-Jasmin (2008). *Kehittämialustat tulevaisuuden ponnahduslautana*. Teoksessa Mustikkamäki Nina & Sotarauta Markku (toim.) *Innovaatioympäristön monet kasvot*. Tampere: Tampereen yliopistopaino oy. ss. 159-185.
- Kostiainen, Juha (2008). *Kaupunkiseutujen innovaatiopolitiikka ja itseuudistuminen*. Teoksessa Mustikkamäki Nina & Sotarauta Markku (toim.) *Innovaatioympäristön monet kasvot*. Tampere: Tampereen yliopistopaino oy. ss. 132-159.
- Kostiainen, Juha (2001). *Kaupunkimarkkinointi globaalissa kilpailutilanteessa. Esimerkkeinä Jyväskylän, Tampereen ja Turun kaupunkiseudut*. Teoksessa Kostiainen, Juha (toim.) *Tarinoita ja tutkimuksia kaupunkimarkkinoinnista*. Acta nro 141. Helsinki: Suomen Kuntaliitto. ss. 13-44.
- Kulju, Mika (2002). *Oulun ihmeen tekijät*. Jyväskylä: Gummerus.
- Laclau, Ernesto (1996a). *Emancipation(s)*. Lontoo: Verso.



- Laclau, Ernesto (1996b). *The Death and Resurrection of the Theory of Ideology*. Journal of Political Ideologies 1996, vol 1, n:o 3. ss. 210-220.
- Laclau, Ernesto (2005a). *On Populist Reason*. Lontoo: Verso.
- Laclau, Ernesto (2005b). *Deconstruction, Pragmatism, Hegemony*. Teoksessa Mouffe, Chantal (toim.) *Deconstruction and Pragmatism*. Simon Critchley, Jacques Derrida, Ernesto Laclau, Richard Rorty. Lontoo: Routledge. ss. 49-70.
- Laclau, Ernesto & Mouffe, Chantal (2001). *Hegemony and Socialist Strategy. Towards a Radical Democratic Politics*. Lontoo: Verso.
- Laclau, Ernesto & Zac, Lilian (1994). *Minding the Gap: The Subject of Politics*. Teoksessa Laclau, Ernesto (toim.) *The Making of Political Identities*. Lontoo: Verso. ss. 11-40.
- Landry, Charles. (2008) *The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators*. Lontoo: Earthscan.
- Leydesdorff, Loet (2006) *The Knowledge-based Economy: Modeled, Measured, Simulated*. Boca Raton, FL: Universal Publishers.
- Leydesdorff, Loet & Meyer, Martin (2006) *Triple Helix Indicators of Knowledge-based Innovation Systems. Introduction to the Special Issue*. Research Policy 2006, vol. 35, n:o 10. ss. 1441-1449.
- Littoz-Monnet, Annabelle (2007). *The European Union and Culture. Between Economic Regulation and European Cultural Policy*. European Policy Studies. Manchester: Manchester University Press.
- Manville, Michael & Storper, Michael (2010). *Growing Cities, Declining Cities and Urban Theories*. Teoksessa Stein, Rolf & Sonnabend, Regina (toim.) *The Other cities*. IBA *Stadtumbau 2010*. 4. Osa. Profilierung von Städten. Berliini: Jovis. ss. 32-39.
- Mariussen, Åge & Asheim, Björn Terje (2003). *Innovation Systems, Institutions and Space*. Teoksessa Mariussen, Åge & Asheim, Björn Terje (toim.) *Innovations, Regions and Projects*. Tukholma: Nordregio. ss. 13-40.
- Mintzberg, Henry. (1989). *Mintzberg on Management. Inside Our Strange World of Organizations*. New York: The Free Press.
- Mintzberg, Henry (1994). *The Rise and Fall of Strategic Planning: Reconceiving Roles for Planning, Plans, Planners*. New York: The Free Press.
- Mowery, David C. & Sampat, Bhaven N. (2005) *Universities in National Innovation Systems*. Teoksessa Fagerberg, Jan, Mowery, David C. & Nelson, Richard R. (toim.) *The Oxford Handbook of Innovation*. New York: Oxford University Press. ss. 209-240.

- Mouffe, Chantal (2005). *On the Political*. Abingdon: Routledge.
- Mulder, Bert (1999). *The Creative City of Redesigning Society*. Teoksessa Verwijnen Jan & Panu Lehtovuori (toim.) *Creative Cities. Cultural Industries, Urban Development and the Information Society*. Jyväskylä: University of Art and Design Helsinki UIAH. ss. 60-76.
- Mustikkamäki Nina & Sotarauta Markku (2008). *Evolutionaarisen muutuskäsityksen ja itseuudistumisen kapasiteetin haaste*. Teoksessa Mustikkamäki, Nina & Sotarauta, Markku (toim.) *Innovaatioympäristön monet kasvot*. Tampere: Tampereen yliopistopaino oy. ss. 11-49.
- Nenonen, Kari (2001). *Only the strong diversify — vain vahvat pystyvät monipuolistumaan?* Teoksessa *Kunnat virtaavassa maailmassa – kuntien haasteet globaalissa verkostoyhteiskunnassa*. Helsinki: Suomen Kuntaliitto. ss. 168-172.
- Norval, Aletta J. (2000). *Trajectories of Future Research in Discourse Theory*. Teoksessa Howarth David, Norval Aletta ja Yannis Stavrakakis (toim.) (2000). *Discourse Theory and Political Analysis: Identities, Hegemonies and Social Change*. Manchester: Manchester University. ss. 219-233.
- Nupponen, Matti (2001). *Elinkeinopolitiikka muutoksen virroissa — keskittyvän ja eriytyvän kehityksen haasteet ja kehittämistyö*. Teoksessa Majoinen, Kaija & Sotarauta Markku (toim.) *Kunnat virtaavassa maailmassa – kuntien haasteet globaalissa verkostoyhteiskunnassa*. Helsinki: Suomen Kuntaliitto. ss. 75-96.
- Palonen, Emilia (2008). *Ernesto Laclau & Chantal Mouffe. Diskurssiteoriaa ja radikaalia demokratiaa*. Teoksessa Lindroos, Kia ja Soininen Suvi (toim.) *Politiikan nykyteoreetikkoja*. Helsinki: Gaudeamus.
- Paulsen, N. (2006). *New Public Management, Innovation, and the Non-Profit Domain: New Forms of Organizing and Professional Identity*. Teoksessa Veenswijk, Marcel (toim.) *Organizing Innovation: New Approaches to Cultural Change and Intervention in Public Sector Organizations*. ss. 15-28.
- Pirnes, Esa (2008). *Merkityksellinen kulttuuri ja kulttuuripolitiikka: laaja kulttuurin käsite kulttuuripolitiikan perusteluna*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Rose, Nikolas S. (1999). *Powers of Freedom: Reframing Political Thought*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Salli, Paavo (1988). *Uudelleenarviointi kunnallishallinnossa*. Helsinki: Suomen kaupunkiliitto.

- Saukkonen, Pasi & Ruusuvirta, Minna (2009). *Toiveet, tavoitteet ja todellisuus. Tutkimus kulttuuripolitiikasta 29 kaupungissa*. Helsinki: Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissäätiö Cupore.
- Sassatelli, Monica (2006). *The Logic of Europeanizing Cultural Policy*. Teoksessa Meinhof, Ulrike ja Triandafyllidou, Anna (2006). *Transcultural Europe. Cultural Policy in a Changing Europe*. ss. 24-42.
- Sava, Inkeri (2007). *Katsomme, näemmekö? Luovuudesta, taiteesta ja visuaalisesta kulttuurista*. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Schein, Edgar H. (2004). *Organizational Culture and Leadership*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Schrock, Grg & Markusen, Ann (2010). „*The Distinctive City*”: *Urban Occupational Specialization and Implications for Development Policy*. Teoksessa Stein, Rolf & Sonnabend, Regina (toim.) *The Other Cities. IBA Stadtumbau 2010. 4. Osa. Profilierung von Städten*. Berliini: Jovis. ss. 51-60.
- Sennett, Richard (2004). *Kunnioitus eriarvoisuuden maailmassa*. Tampere: Vastapaino.
- Smith, Anna-Marie (1998). *Laclau and Mouffe: The Radical Democratic Imaginary*. Lontoo: Routledge.
- Sotarauta, Markku (1996). *Kohti epäselvyyden hallintaa. Pehmeä strategia 2000-luvun alun suunnittelun lähtökohtana*. Jyväskylä: Tulevaisuuden tutkimuksen seura.
- Sotarauta, Markku (2001). *Tuleepa kerran olemaan... Puolivakava tarina viettelevästä johtamisesta "tarinayhteiskunnan" verkostoissa*. Teoksessa Kostiainen, Juha (toim.) (2001). *Tarinoita ja tutkimuksia kaupunkimarkkinoinnista*. Acta nro 141. Helsinki: Suomen Kuntaliitto. ss. 110-130.
- Speckbacher, Gerhard (2003). *The Economics of Performance Management in Nonprofit Organizations*. *Nonprofit Management & Leadership* 2003, vol. 13, n:o 3. ss. 267-281.
- Thomassen, Lasse (2005). *Antagonism, Hegemony and Ideology after Heterogeneity*. *Journal of Political Ideologies* 2005, vol. 10, n:o 3. ss. 289-309.
- Thorsby, David (1999). *Talouspolitiikan ja kulttuuripolitiikan monimutkainen suhde*. Teoksessa Kangas, Anita ja Virkki, Juha (toim.) *Kulttuuripolitiikan uudet vaatteet*. Jyväskylän yliopisto: SoPhi. ss. 78-89.
- Thorsby, David (2001). *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Torfin, Jacob (2005). *Discourse Theory: Achievements, Arguments, and Challenges*.  
Teoksessa Howarth, David & Torfin, Jacob (toim.) *Discourse Theory in European Politics. Identity, Policy and Governance*. New York: Palgrave. ss. 1-33.
- Tunkelo, Eino (1988). *Oulun teknologiakylä 1980-1988: Miten syntyi Oulu-ilmio*.  
Helsinki: Suomen itsenäisyyden juhluvuoden 1967 rahasto.
- Van Winden, Willem (2010). *Small and Medium-Sized Cities in the Knowledge-Based Economy: Challenges and Policy Options*. Teoksessa Stein, Rolf & Sonnabend, Regina (toim.) *The Other cities. IBA Stadtumbau 2010. 4. Osa. Profilierung von Städten*. Berliini: Jovis. ss. 69-77.
- Veenswijk, M. (2006). *Cultural Change in the Frontstage and Backstage*. Teoksessa Veenswijk, M. (toim.) *Organizing Innovation : New Approaches to Cultural Change and Intervention in Public Sector Organizations*. Amsterdam: IOS Press. ss. 3-14.
- Verspagen, Bart (2005). *Innovation and Economic Growth*. Teoksessa Fagerberg, Jan; Mowery, David C. & Nelson, Richard R. (toim.) *Oxford Handbook of Innovation*. New York: Oxford University Press. ss. 487-514.
- Wilenius Markku (2004). *Luovaan talouteen*. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Young, Greg (2008). *Reshaping Planning with Culture*. Abingdon, Oxon: Ashgate Publishing, Limited.
- Žižek, Slavoj (1997). *The Plague of Fantasies*. Lontoo: Verso.
- Žižek, Slavoj (1999). *The Ticklish Subject: the Absent Centre of Political Ontology*. Lontoo: Verso.

### Internet-lähteet

- Armony, Victor (2001). 'Is There an Ideological Link between Neopopulism and Neoliberalism?', *Brazilian Journal of Political Economy* 2001, vol. 21, n:o 2. ss. 62-79. [www-dokumentti]  
<<http://209.85.129.132/search?q=cache:dS05IeD4s4gJ:armony.ca/victor/textes/armony%2520bjpe%25202001.pdf+Is+There+an+Ideological+Link+between+Neopopulism+and+Neoliberalism&cd=1&hl=fi&ct=clnk&gl=fi&client=firefox-a>> Viitattu 22.3.2010.

- Bardy, Marjatta (2008). *Luovuusstrategia – mikä se oli?* Yhteiskuntapolitiikka vol 73, n:o 2. ss. 201–205. [www-dokumentti] < <http://yp.stakes.fi/yp/2008/2/bardy.pdf>> Viitattu 3.4.2010.
- Euroopan komissio. European Commission (2005), *Impact Assesment Guidelines*, SEC 791. Brussels: European Commission. [www-dokumentti] <[http://ec.europa.eu/governance/impact/docs/key\\_docs/sec\\_2005\\_0791\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/governance/impact/docs/key_docs/sec_2005_0791_en.pdf)> Viitattu 25.3.2010.
- Euroopan unioni. Creativity and Innovation European Year 2009. Luovuuden ja innovoinnin lähettiläät. *Ohjelmajulistus*. <<http://www.create2009.europa.eu/fileadmin/Content/Downloads/PDF/Manifesto/manifesto.fi.pdf>> Viitattu 3.4.2010.
- Hautamäki, Antti (2009). *Luova talous ja kulttuuri innovaatiopolitiikan ytimessä*. Teoksessa *Luova talous ja kulttuuri innovaatiopolitiikan ytimessä*. Opetusministeriön julkaisu 2009:30. Helsinki: Yliopistopaino. ss. 6-25. [www-dokumentti] <<http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2009/liitteet/opm30.pdf?lang=fi>> Viitattu 4.4.2010.
- Helie, Thomas (2004). *'Cultiver l'Europe'. Elements pour une approche localisée de l' "europeanisation" des politiques culturelles*. Politique européenne 2004, vol.1, no. 12. ss. 66-83. [www-dokumentti] <[http://www.cairn.info/article.php?ID\\_REVUE=POEU&ID\\_NUMPUBLIE=POEU\\_012&ID\\_ARTICLE=POEU\\_012\\_0066](http://www.cairn.info/article.php?ID_REVUE=POEU&ID_NUMPUBLIE=POEU_012&ID_ARTICLE=POEU_012_0066)> Viitattu 4.4.2010.
- Himanen, Pekka (2010). *Kukoistuksen käsikirjoitus*. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö. [www-dokumentti] <<http://www.wsoy.fi/wsoy/digipaper/wsoy/381/index.html>> Viitattu 4.4.2010.
- Jensen, Ole B. (2007). *Culture Stories: Understanding Cultural Urban Branding*. Planning Theory 2007; 6; 211. [www-dokumentti]: <<http://plt.sagepub.com/cgi/content/abstract/6/3/211>> Sage Publications. Viitattu 25.3.2010.
- Kuntaliitto. *Paras kulttuuripalveluissa*. [www-dokumentti] <[http://www.kunnat.net/k\\_perussivu.asp?path=1;55264;55275;82183;127674;110937;115806](http://www.kunnat.net/k_perussivu.asp?path=1;55264;55275;82183;127674;110937;115806)> Viitattu 22.1.2010.
- Kuntaliitto (2006) *Kuntalain mukainen tavoitteiden asettaminen ja arviointi -työryhmän muistio*. Suositus arvioinnista kuntien valtuustoille -seminaari 1.12.2006. [www-dokumentti]

<[www.kunnat.net/attachment.asp?path=1;29;348;1027;1491;89973](http://www.kunnat.net/attachment.asp?path=1;29;348;1027;1491;89973)> Viitattu 5.4.2010.

Mercer, Colin (2006). *Cultural Planning for Urban Development and Creative Cities*.

[www-dokumentti] <[http://www.culturalplanning-oresund.net/PDF\\_activities/maj06/Shanghai\\_cultural\\_planning\\_paper.pdf](http://www.culturalplanning-oresund.net/PDF_activities/maj06/Shanghai_cultural_planning_paper.pdf)> Viitattu 11.3.2010.

Opetusministeriö (2005). *Kolme puheenvuoroa luovuuden edistämisestä*.

*Luovuusstrategian osatyöryhmien raportit*. Opetusministeriön julkaisu 2005:35.

[www-dokumentti]

<[http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2005/liitteet/opm\\_300\\_opm35.pdf?lang=sv/](http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2005/liitteet/opm_300_opm35.pdf?lang=sv/)> Viitattu 25.3.2010.

Opetusministeriö (2006). *Yksitoista askelta luovaan Suomeen. Luovuusstrategian*

*loppuraportti*. Opetusministeriön julkaisu 2006:43. Yliopistopaino. [www-dokumentti]

<<http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2006/liitteet/opm43.pdf?lang=fi>> Viitattu 4.4.2010.

Opetusministeriö. Luovuusstrategia. [www-dokumentti]

<[http://www.minedu.fi/OPM/Kulttuuri/kulttuuripolitiikka/linjaukset\\_ohjelmat\\_ja\\_hankkeet/luovuusstrategia/?lang=fi](http://www.minedu.fi/OPM/Kulttuuri/kulttuuripolitiikka/linjaukset_ohjelmat_ja_hankkeet/luovuusstrategia/?lang=fi)> Viitattu 4.4.2010.

Oulu Innovation Oy. *Vankka pohja innovaatioille*. [www-dokumentti]

<http://www.ouluinnovation.com/index.php?3> Viitattu 3.4.2010.

Oulu Innovation Oy. *Etusivu*. [www-dokumentti] <<http://www.ouluinnovation.com/>>

Viitattu 3.4.2010.

Oulu Innovation Oy. *Innovator-lehti*. [www-dokumentti]

<http://www.ouluinnovation.com/index.php?28> Viitattu 3.4.2010.

Oulu inspiroi – Oulu inspires. [www-dokumentti] <<http://www.ouluinspiroi.fi/>> Viitattu

16.4.2010.

Oulun kaupunginhallitus 30.11.2009 § 613. [www-dokumentti]

<<http://www.ouka.fi/paatoksenteko/kh/> →30.11.2009> Viitattu 3.4.2010.

Oulun kaupunginvaltuusto 30.11.2005. *Oulun kaupungin talousarvio 2006*. [www-

dokumentti] <<http://www.ouka.fi/talous/talousarvio2006/>> Viitattu 26.3.2010.

Oulun kaupunki. *Entistäkin parempi teknologiakaupunki*. [www-dokumentti]

<[http://www.ouka.fi/kasvusopimus\\_arkisto/yleista/yleista.htm](http://www.ouka.fi/kasvusopimus_arkisto/yleista/yleista.htm)> Viitattu 3.4.2010.

Oulun kaupunki. *Oulu Innovation toteuttaa*.

<[http://www.ouka.fi/kasvusopimus\\_arkisto/toteutus/toteutus.htm](http://www.ouka.fi/kasvusopimus_arkisto/toteutus/toteutus.htm)> Viitattu 3.4.2010.

- Paddison, Ronan (2009). *Some Reflections on the Limitations to Public Participation in Post-political City*. L'Espece Politique. Online journal of political geography and geopolitics 2009, vol. 8, n:o 2. [www-dokumentti]  
<<http://espacepolitique.revues.org/index1393.html>> Viitattu 22.3.2010.
- Rautakorpi, Tiina (2007). *Dialogi yhteiskehittelyn näyttämöllä*. Teoksessa Karkulehto, Sanna ja Laine, Kimmo (toim.). Call for Creative Futures Conference Proceedings. Oulun yliopisto: Oulu. ss. 132–152. [www-dokumentti]  
<[http://www.cream oulu.fi/ajankohtaista/documents/ccf\\_ebook1.pdf](http://www.cream oulu.fi/ajankohtaista/documents/ccf_ebook1.pdf)> Viitattu 4.4.2010.
- Research.fi. *Suomen innovaatiojärjestelmä*. [www-dokumentti]  
<<http://www.research.fi/innovaatiojarjestelma>> Viitattu 14.4.2010.
- Pääkkönen, Marjo & Kauppi, Lauri (2006). *Sisältöliiketoiminnan käsitteitä metsästämissä*. Kulttuurilehti Kaltio. Joulukuu 2006. [www-dokumentti]  
<<http://www.kaltio.fi/index.php?928>> Viitattu 5.4.2010.
- Swyngedouw, Erik (2009). *Where is the Political?* [www-dokumentti]  
<<http://www.google.fi/search?q=%22where+is+the+political%22&ie=utf-8&oe=utf-8&aq=t&rls=org.mozilla:fi:official&client=firefox-a>> Viitattu 22.3.2010.
- UNESCO (2001). *Universal Declaration for Cultural Diversity*. [www-dokumentti]  
<<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160m.pdf>> Viitattu 11.3.2010.
- YK Habitat (2004). *State of the World's Cities*. [www-dokumentti]  
<<http://ww2.unhabitat.org/mediacentre/documents/sowc/edintro.pdf>> Viitattu 5.4.2010.
- Äikäs, Topiantti (2004). *Imagoa etsimässä*. [www-dokumentti]  
<[hosted.kuntaliitto.fi/intra/julkaisut/pdf/p051122145359B.pdf](http://hosted.kuntaliitto.fi/intra/julkaisut/pdf/p051122145359B.pdf)> Kuntaliitto. Viitattu 3.4.2010.
- Äikäs, Topiantti (2008). *Luovan kaupunkiseudun strategiat? Analyysiä ja kriittistä arviointia Oulun kehittämiseen vaikuttavista strategioista*. [www-dokumentti]  
<<http://www.oulut.fi/files/Strategoiden%20analyysit%20-%20Raportti.pdf>> Viitattu 1.4.2010.

### **Julkaisemattomat lähteet**

- Ala-Siuru, Maria: Gradu liittyen Oulun kaupunkistrategiaan 2020 [online]. Vastaanottaja: Pirjo Sohlo. Lähetetty: 11.2.2010 [viitattu 22.3.2010]. Yksityinen sähköpostiviesti.

- Oulun kaupunginhallitus 3.12.2001 § 1188. *Liite Oulun kaupungin strategiaan ja visioon 2011*. Oulun Konttori.
- Oulun kaupunginvaltuusto 10.10.1994. *Oulun kaupungin strategia 1995–1996*. Oulun kaupunginarkisto.
- Oulun kaupunginvaltuusto 7.11.1994. *Oulun kaupungin visio 2010*. Oulun kaupunginarkisto.
- Oulun kaupunginvaltuusto 27.8.2007. *Oulun kaupunkistrategia 2005–2015* (strategiapäivitys). Oulun Konttori.
- Oulun kaupunki. *Kansainvälistä toimintaohjelmaa laativa toimikunta*. 11.5.1995. Oulun kaupunginarkisto.
- Oulun kaupunki. Kulttuuritoimen strategiatoimikunta 25.5.1994. *400-vuotiaasta Oulusta Euroopan kulttuuripääkaupunki*. Kulttuuritoimen strateginen suunnitelma 1996–2005. Oulun kaupunginarkisto.
- Palonen, Emilia (2009). *Pelkkää hegemoniaa? Laclaulainen diskurssiteoria politiikan tutkimuksen työkaluna*. Julkaisematon artikkeli.

### **Lait ja päätökset**

- Kuntalaki 17.3.1995/365 [www-dokumentti]  
<<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1995/19950365>> Viitattu 3.4.2010.
- Laki kuntien kulttuuritoiminnasta. 3.8.1992/728 [www-dokumentti]  
<<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1992/19920728>> Viitattu 3.4.2010.
- Valtioneuvosto. Päätös 15.1.2004. [www-dokumentti]  
<[http://www.intermin.fi/intermin/bulletin.nsf/bydate/76655B247A8D8A3DC2256E1C0035A268/\\$file/alueiden\\_kehitt%C3%A4misen\\_tavoitteet\\_150104.pdf](http://www.intermin.fi/intermin/bulletin.nsf/bydate/76655B247A8D8A3DC2256E1C0035A268/$file/alueiden_kehitt%C3%A4misen_tavoitteet_150104.pdf)> Viitattu 3.4.2010.

### **Sanomalehtiartikkelit**

- Kaleva 9.9.2008. *Oulun veto on hiipunut*, pääkirjoitus.
- Sankala, Kari (2010) *Brändi vaatii riihikuivaa rahaa*. Kaleva 31.3.2010.



**Aineisto analyysissä**

Oulu Innovation Oy. *Oulu inspiroi – innovaatiostrategia 2007-2013*. Tornion kirjapaino. [www-dokumentti] < <http://www.ouluinnovation.com>> Viitattu 3.4.2010.

*Oulu 2006. Kasvusopimus*. Vuosikatsaus 2003 & strategiapäivitys. [www-dokumentti] <[http://www.ouka.fi/kasvusopimus\\_arkisto/arkisto/arkisto.htm](http://www.ouka.fi/kasvusopimus_arkisto/arkisto/arkisto.htm)> Viitattu 3.4.2010.

Oulun kaupunginvaltuusto 16.11.2009. *Oulun kaupunkistrategia 2005–2015* (strategiapäivitys). [www-dokumentti] < [www.ouka.fi/strategia](http://www.ouka.fi/strategia)> Viitattu 3.4.2010.

Oulun Triple Helix. 18.12.2007. [www-dokumentti] <<http://www.oulu.ouka.fi/strategia/pdf/triplehelix.pdf>> Viitattu 3.4.2010.