

# **ARVORISTIRIIDAT TAIDEMARKKINOILLA**

## **TAPAUSTUTKIMUS VIIDEN SUOMALAISEN NYKYTAITEILIJAN ASEENTEISTA TAIDEMARKKINOIHIN**

Viivi Poutiainen  
Pro gradu -tutkielma  
Taidehistoria  
Taiteiden ja kulttuurin tutkimuksen laitos  
Jyväskylän yliopisto  
joulukuu 2013

## Sisällysluettelo

|  |    |
|--|----|
| 1. Johdanto .....  | 1  |
| 1.1. Tutkimuskysymykset .....  | 3  |
| 1.2. Keskeisiä käsitteitä.....   | 4  |
| 2. Metodit ja empiirisen aineiston hankinta .....                                | 8  |
| 2.1. Tapaustutkimus .....  | 8  |
| 2.2. Teemahaastattelu aineistonhankintamenetelmänä .....                         | 9  |
| 2.3. Laadullisen analyysi.....   | 12 |
| 2.4. Haastateltavien valinnat.....   | 13 |
| 3. Teoreettinen viitekehys: taidemaailma ja institutionaalinen taideteoria ..... | 17 |
| 3.1. Taidemaailma sosioekonomisena verkostona .....                              | 17 |
| 3.2. Arthur C. Danton Taidemaailma.....  | 19 |
| 3.3. George Dickien Institutionaalinen teoria .....                              | 20 |
| 3.4. Howard S. Beckerin Taidemaailma .....                                       | 22 |
| 3.5. Pierre Bourdieun taidesosiologia.....                                       | 23 |
| 3.6. Taidemaailma arvon luoja.....   | 26 |
| 4. Suomalaisten taidemarkkinoiden erityispiirteitä.....                          | 28 |
| 4.1. Suomalaisen kentän taustat .....  | 28 |
| 4.2. Suomalaisen taidemarkkinoiden toimijat.....                                 | 30 |
| 4.2.1. Taiteen tuottajat eli taiteilijat .....                                   | 30 |
| 4.2.2. Taiteen välittäjät eli galleriat .....                                    | 33 |
| 5. Taiteen ja rahan hankala suhde .....  | 36 |
| 5.1. Suhteet taidemarkkinoiden toimijoiden välillä .....                         | 38 |
| 5.2. Taiteen hinnan muodostuminen.....   | 44 |
| 6. Arvon kaksoisdiskurssi .....  | 52 |
| 6.1. Taiteilijoiden kohtaamat ristiriidat.....                                   | 55 |
| 6.2. Ristiriidat taiteellisen työskentelyn rajoittajina .....                    | 59 |
| 7. Johtopäätökset .....  | 63 |
| 7.1. Lopuksi .....   | 64 |
| Lähdeluettelo .....  | 68 |
| Liite 1. ....  | 78 |
| Kuvat .....  | 79 |

# 1. Johdanto

Tutkielmani lähtökohtana on ajatus siitä, että kulttuurin sovittaminen yhteen talouden kanssa ei tunnu useinkaan olevan kovin yksinkertaista. On väitetty, että taidemaailman toimijat kokevat epäluuloja rahaa ja kaikkea siihen liittyvää, kuten markkinoita ja kaupallisuutta, kohtaan.<sup>1</sup> Taidekaupan problematiikka tulee esille siinä, että talouden ja taiteen logiikat ovat toisiaan hylkiviä. Näin ainakin usein oletetaan. Tutkielman aiheena ovat taidemaailman ja talouden väliset arvoriitit. Tutkin pitävätkö nämä esittämäni oletukset paikkansa ja millä tavoin taiteilijat itse kokevat tasapainoilun kahden toisiaan hylkivän maailman, taiteen ja rahan, välillä. Tavoitteenani on tutkia miten suhtautuminen taiteen kaupallisuuteen tulee näkyviin haastatteliini taiteilijoiden tapauksissa. Pyrin selvittämään syitä siihen, miksi tällaisia oletettuja ristiriitoja on, pitäen samalla avarakatseisen, mutta kriittisen näkökulman aiheeseen.

Taidemarkkinoita on viime vuosina tutkittu eri näkökulmista. Oman tutkielmani fokuksessa ovat taiteen ensimarkkinat sekä taiteilijat itse ja heidän näkemyksensä arvoista. Tutkielmani on tapaustutkimus, joka perustuu viiden kuvataiteilijan haastatteluun. Robert K. Yinin mukaan tapaustutkimus on suosittu strategia erityisesti silloin kun halutaan kysyä “kuinka” ja “miksi”.<sup>2</sup> Tutkimusmetodina käytän haastattelututkimusta.

Tutkielman teoreettinen viitekehys on institutionaalisessa taideteoriassa, jota esittelen laajemmin luvussa 3. Hyödynnän runsaasti myös monitieteisyyttä. Lähdekirjallisuutta on muun muassa taloustieteen, kulttuurihistorian ja sosiologian tieteenoilta. Kuvataiteeseen liittyvää aikaisempaa arvotutkimusta ovat tehneet muun muassa Arjo Klamer<sup>3</sup>, David Throsby<sup>4</sup>, William D. Grampp<sup>5</sup>, Hans Van Maanen<sup>6</sup> ja Olav Velthuis<sup>7</sup>, joita

---

<sup>1</sup> Klamer 1996, 8.

<sup>2</sup> Yin 2003, xiii; 1.

<sup>3</sup> Klamer 1996.

<sup>4</sup> Throsby 2001; Throsby 2010.

<sup>5</sup> Grampp 1989.

kaikkia olen käyttänyt tutkielmani lähteinä. Taidemarkkinoiden dynamiikkaa on uraauurtavasti tutkinut ranskalainen Raymonde Moulin<sup>8</sup>. Käyttämäni lähdekirjallisuus käsittelee pääosin kansainvälisiä taidemarkkinoita, jotka ovat perusrakenteeltaan samankaltaiset kuin Suomessa, vaikka mittakaava on eri. Kotimaisia taidemarkkinoita on tutkinut aikaisemmin muun muassa Pauliina Laitinen-Laiho kulttuurihistorian väitöskirjassaan *Kotimaiset taidemarkkinat 1980- ja 1990-luvulla* vuonna 2001, ja tämän jälkeen useissa muissa julkaisuissa. Vuonna 2013 valmistui Anna Hjorth-Röntysen taidehuuto-kauppaa käsittelevä taidehistorian väitöskirja *Sell In Good Company: Social Capital as a Strategic Tool in the Fine Art Auction Business*.

Suomalaisia taidemarkkinoita on tutkittu myös taloustieteen näkökulmasta Annukka Jyrämän väitöskirjassa *Visual Arts Market: Structure And Strategies* (1995), jota olen myös käyttänyt tutkielmani lähteenä. Jyrämä tutki taidemarkkinoita institutionaalisen lähestymistavan kautta, joka hänen mukaansa on tapa analysoida toimialoja tai organisaatioita niiden kulttuurien ja institutionalisoituneiden rakenteiden tuloksena missä ne vaikuttavat. Kulttuurit ja rakenteet ovat näiden toimijoiden vuorovaikutuksen tulosta. Normit, arvot ja konventiot ovat siten ihmisten ja heidän vuorovaikutuksensa tuote.<sup>9</sup> Jyrämän lähestymistapa aiheeseen oli samantyyppinen kuin omani, joten koin teoksen inspiroivaksi niin sen sisällössä, kuin sen metodologiassa ja teoreettisessa viitekehyksessä.

Toisena tutkielmani esikuvana pidän Vappu Lepistön *Kuvataiteilija taidemaailmassa* -tutkimusta (1991), joka on oman tutkielmani tapaan tapaustutkimus. Lepistöltä olen omaksunut pyrkimyksen jäsentää haastateltujen taiteilijoiden puhetapoja ja heidän taiteelliselle toiminnalleen antamiaan merkityksiä taidemarkkinoiden kontekstissa.<sup>10</sup> Tutkielmani keskeisiin lähteisiin kuuluu lisäksi luovien alojen Luova Suomi -kehittämishankkeen yhteydessä Kira Sjöbergin tekemä selvitys *Nykytaiteen markkina-*

---

<sup>6</sup> van Maanen 2009.

<sup>7</sup> Velthuis 2005.

<sup>8</sup> Moulin 1967; Moulin 1994.

<sup>9</sup> Jyrämä 1995, 30–31.

<sup>10</sup> Lepistö 1991, 68.

*rakenne, ansaintalogiikka ja uudet liiketoimintamallit* (2010).<sup>11</sup> Itse olen aikaisemmin kirjoittanut tutkielmassani käsittelemistä aiheista, myös hyödyntäen samaa aineistoa, Hybris-verkkojulkaisun numerossa 1/2013.<sup>12</sup>

Tutkielma rakentuu johdannosta, viidestä luvusta ja päätännöstä. Aluksi esittelen lyhyesti käyttämiäni metodeita, jonka jälkeen avaan tutkielmani teoreettista viitekehystä. Pääluvut ovat tutkielman neljäs, viides ja kuudes luku. Näissä analysoin tekemiäni haastatteluja lähdekirjallisuuden valossa. Olen jakanut aineiston kolmen teeman alle, jotka ovat: suomalaisten taidemarkkinoiden erityispiirteet, taiteen ja talouden ristiriidat sekä taiteilijoiden asema taidemarkkinoilla. Lopuksi esitän aiheesta tekemäni johtopäätökset.

## **1.1. Tutkimuskysymykset**

Sosiologi Pierre Bourdieun mukaan kaupallisen ja ei-kaupallisen välinen ristiriita toistuu kulttuurin kentällä.<sup>13</sup> Hänen mukaansa kaupallisten ja ei-kaupallisten arvojen vastakkainasettelu näkyy joka puolella taiteen ja kulttuurin parissa. ”*Neron*” taide ja ”*kaupallinen*” taide korreloivat keskenään samoin kuin kulttuuriyrittäjä, joka tavoittelee sekä kulttuurista pääomaa että voittoa.<sup>14</sup> Tutkimuskysymykseni pohjautuvat kärjistettyyn oletukseen, että hyvä taide ei saisi liittyä rahaan, vaan siitä on pyrittävä etäännyntymään.<sup>15</sup>

---

<sup>11</sup> Sjöberg 2010.

<sup>12</sup> Poutiainen 2013. <http://hybrislehti.net/12013-talous-ja-tavikset/hintojen-symboliikka-taidemarkkinoilla>

<sup>13</sup> Bourdieu 1984, 82.

<sup>14</sup> Laitinen-Laiho 2001, 17; Bourdieu 1993, 82–83, 97.

<sup>15</sup> Sjöberg 2010, 61.

Tärkeimmät tutkimuskysymykseni ovat:

- *Millä tavoin taiteilijat kokevat taiteen ja kaupallisuuden ristiriidan?*
- *Millainen on taiteilijoiden suhde gallerioihin?*
- *Miten teosten hinnoittelu näyttäytyy taiteilijoiden näkökulmasta?*
- *Mitä teosten myynti merkitsee taiteilijalle?*

Näiden ydinkysymysten lisäksi käsittelen tutkielmassani kysymyksiä:

- *Millainen on taiteilijan asema tai rooli taidemarkkinoilla?*
- *Miksi samanaikaisesti kaupallisuus on taiteen eteenpäin viemiselle elinehto, mutta jotain mikä pyritään häivyttämään pois silmistä?*
- *Miten kaupalliset paineet tai tavoitteet vaikuttavat työskentelyyn?*

## **1.2. Keskeisiä käsitteitä**

Tutkielmani keskeisiä käsitteitä ovat nykytaide, arvot, taidemaailma ja taidemarkkinat. Nykytaide on oman aikamme eli uusinta kuvataidetta. Sen voidaan katsoa olevan vain oman aikamme taidetta tai laajemmin toisen maailmansodan jälkeen tehtyä taidetta. Esimerkiksi nykytaiteen museo Kiasma kerää taidetta 1960-luvulta eteenpäin. Tarkka vuosiluku nykytaiteen alkamiselle on kuitenkin keinotekoinen raja, josta kiistellään.<sup>16</sup>

Arthur C. Danton määrittelyn mukaisesti katson myös postmodernin taiteen kuuluvan nykytaiderajauksen piiriin. Danto puhuu, ”*taiteesta taiteen kuoleman jälkeen*”, jolla hän viittaa muun muassa taiteeseen jälkeen Warholin Brillo-laatikon.<sup>17</sup> Nykytaide on siten postmodernia laajempi termi, ja postmodernit objektit edustavat alasektoria nykytaiteen sisällä.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Kiasma: Mitä on nykytaide? <http://www.kiasma.fi/kouluille/opettajille/mitaonnykytaide>

<sup>17</sup> Danto 1997, 4.

<sup>18</sup> Danto 1997, 11.

Tässä tutkielmassa tarkoitan taiteella ammattitaitelijoiden tuottamaa taidetta. Olen jättänyt tutkimuksestani pois taiteen raja-alueen eli esimerkiksi ITE-taiteen sekä muun harrastelija- ja kansantaiteen.

Taidemarkkinoista puhuttaessa on aluksi tehtävä selväksi mistä markkinoista varsinaisesti on kyse. Taidemarkkinat jaetaan perinteisesti kahteen kategoriaan: ensi- ja jälkimarkkinoihin. Jälkimarkkinat taas voidaan vielä jakaa kahtia välittäjämarkkinoihin ja huutokaupparamarkkinoihin.<sup>19</sup> Yhdysvaltalaiset tutkijat Leslie Singer ja Gary Lynch erottavat ensi- ja jälkimarkkinoiden lisäksi vielä kolmannen sektorin, tertiäariset markkinat. Ensimmäisillä markkinoilla heidän mukaansa taiteilijat myyvät itse töitään gallerioille ja keräilijöille. Jälkimarkkinoilla taas taidekauppiat (tai galleriat) myyvät keräilijöille ja tertiäarisillä markkinoilla kierrätetään lyhyen ajan sisällä jälkimarkkinoille tullutta taidetta. Tämän erottelun he perustelevat sillä, että tertiärimarkkinoille on pääsy vain kaikkein laadukkaimmalla taiteella.<sup>20</sup> Ensimmäiset markkinat tarkoittavat nykytaiteen niitä markkinoita, joilla teos myydään ensimmäisen kerran, yleensä taidegalleriasta. Jälki- eli sekundärimarkkinoilla ei taiteilijoilla eikä gallerioilla ole tavallisesti enää kontrollia hintoihin, vaan hinta muodostuu luonnollisesti kysynnän mukaan. Tässä tutkielmassa tarkastelun kohteena ovat nykytaiteen ensimmäiset markkinat ja paneudun siellä vaikuttaviin sääntöihin ja ominaispiirteisiin. Modernin taidemaailman alkuperä on jäljitetty Italian renessanssiin, jolloin syntyivät sekä myytti itsenäisestä taiteilijanerosta että taidemarkkinat sellaisena minä me sen nykyään tunnemme, ensimmäisten erikoistuneiden taidekauppiaiden ilmaantuessa.<sup>21</sup> Nykyisen kaltainen taidegalleristin rooli muotoutui kuitenkin vasta viimeisen 150 vuoden aikana.<sup>22</sup> Taide- maailmaan kuuluvat myös mesenaatit (taiteen rahoittajat tai tutkijat), joiden maulla on ollut kautta taidehistorian merkitys taiteen kehitykseen.

Vaikka taide usein assosioidaan yhteiskunnan kaikkein vauraimpaan luokkaan, se ei aina ole ollut niin. Taidemarkkinoita on ollut olemassa myös keskituloisten keskuudes-

---

<sup>19</sup> Robertson 2005, 18.

<sup>20</sup> Laitinen-Laiho 2001, 7.

<sup>21</sup> Davis 2013, 86.

<sup>22</sup> Findlay 2012, 15.

sa, kuten oli Hollannin kultakauden aikaan, jolloin nykyään sisustustaiteeksi tulkittavaa taidetta valmistettiin massatuotantona. Myös tänä päivänä suuri osa taideostoista on rahamääräisesti vaatimattomia, mutta nämä markkinat eivät näy julkisuudessa samalla lailla kuin esimerkiksi arvokkaat huutokauppojen myyntiennätykset.<sup>23</sup>

Kansainvälinen nykytaidesektorin muotoutui 1960–1970-luvuilta alkaen rajattujen johtavien gallerioiden ympärille. Sama ilmiö tapahtui kaikissa merkittävässä talouskeskuksissa. Johtavien gallerioiden ensimmäinen tehtävä oli määrittellä trendejä löytämällä uusia taiteilijakyyjiä ja samalla rajaamalla taiteellista suuntaansa.<sup>24</sup> Nykytaiteen markkinoilla teosten arvot ovat vanhaan taiteeseen verrattuna epävarmempia ja epävakaampia. Nykytaiteen tarjonta myös kasvaa uusien ”tuotteiden” tullessa markkinoille, sillä elossa olevat taiteilijat tekevät kokoajan uusia taideteoksia.<sup>25</sup> Joan Jeffri kuvaa taidemarkkinoita ovat pieneksi sisäsiittoiseksi perheeksi, joka on tavallisen yleisön saavuttamattomissa ja jota pitävät yllä tiiviisti verkostoituneet ryhmät. Hänen mukaansa taidemarkkinat pitävät itsensä hengissä ostamalla, myymällä ja edistämällä, jotain joka on parhaimmillaankin epävarma mahdollisuus jostain.<sup>26</sup>

Arvo on monitulkintainen käsite, jota käytän tässä tutkielmassa vähintäänkin kahdessa eri merkityksessä. Toisaalta tarkoitan rahallista arvoa ja toisaalta arvoja yleiskäsitteenä. Monitulkintaisuutensa vuoksi arvo on myös vaikea määrittellä. Kielitoimiston sanakirja määrittelee arvon siksi minkä perusteella jotakin pidetään merkityksellisenä, hyvänä tai arvokkaana.<sup>27</sup> Arvo on vakuus siitä, että jokin asia on tärkeä, arvostettu ja hyödyllinen johonkin tarkoitukseen. Se on myös jonkin materiaallinen ja rahallinen arvo. Englannin kielessä sana *value* voi myös merkitä jonkin asian arvoa siitä pyydettyä hintaa vastaan. Arvo merkitsee lisäksi käyttäytymiselle annettuja periaatteita ja standardeja. Arvo on myös henkilön arvio siitä, mikä on tärkeää elämässä.<sup>28</sup>

---

<sup>23</sup> Davis 2013, 79.

<sup>24</sup> Moulin 1994, 8.

<sup>25</sup> Jyrämä 1995, 8.

<sup>26</sup> Jeffri 2005, 144.

<sup>27</sup> Kielitoimiston sanakirja, ensimmäinen osa 2012, 60.

<sup>28</sup> Oxford Dictionaries: Definition of value in English



Taideteoksen arvo on vaihdon funktio, relationaalisen systeemin tuottama sosiaalinen konstruktio. Sekä esteettiset, että rahalliset arviot voivat määrätä teoksen arvon, mutta näiden suhde ei ole yksinkertainen. Esteettistä arvoa voidaan käyttää oikeuttamaan teoksen hinta, ja korkeaa hintaa saatetaan pitää todisteena esteettisestä arvosta. Tällaiset väittämät ovat kuitenkin pohjimmiltaan huteria.<sup>29</sup>

Yleensä taiteella on ajateltu olevan kaksi eri arvoa: *rahallinen arvo* ja *kulttuurinen arvo*. On myös esitetty, että taiteen oikea arvo tulee ilmi sen merkityksessä yhteiskunnalle. Toisaalta, taiteen rahallinen arvo on ehkä kulttuurista arvoa helpompi käsittää ja siinä mielessä taiteen voidaan nähdä toimivan kuin mikä tahansa tuotteen.<sup>30</sup> Hollantilainen taloustieteilijä Arjo Klamer on kirjoittanut usein kulttuurin arvosta. Hän erottaa taloudellisen arvon lisäksi myös arvon sosiaalisessa ja kulttuurisessa mielessä. Sosiaalinen ja kulttuurinen arvo tulevat kysymykseen esimerkiksi silloin kun taiteeseen suunnataan tukia yhteiskunnan taholta.<sup>31</sup>

Kansainvälisen taidekaupan parissa vuosikymmeniä toiminut Michael Findlay jakaa taiteeseen liitetyt arvot kolmeen kategoriaan teoksessaan *The Value of Art* (2012). Nämä arvot ovat kaupallinen, sosiaalinen ja varsinainen (essentiaalinen) arvo. Hänen mukaansa kaikella taiteella on mahdollisuus jokaiseen näistä kolmesta. Arvo voi kuitenkin lisääntyä tai vähentyä ajan, maun ja kulttuurin muuttuessa.<sup>32</sup>

Taloustieteilijä David Throsbyn mukaan kulttuurinen arvo taas on moninainen konsepti, joka heijastaa sellaisia ominaisuuksia kuten esteettinen, symbolinen, henkinen tai historiallinen arvo liitettynä tiettyyn esineeseen.<sup>33</sup> Rahallinen arvo on samankaltainen ihmisten välinen sopimus kuin valuutta. Taide on kuitenkin vanhempaa kuin raha.

---

<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/value>

<sup>29</sup> Seiberling 1998, 146.

<sup>30</sup> Klamer 1996, 215.

<sup>31</sup> Klamer 2005, 465.

<sup>32</sup> Findlay 2012, 9.

<sup>33</sup> Throsby 2010, 20.

Taiteen rahallisen arvon määrittystä vaikeuttaa se, että taiteella ei ole samanlaista funktiota kuin muilla hyödykkeillä.<sup>34</sup> Myös tässä tutkielmassa käsittelen taiteen arvoa näistä kolmesta näkökulmasta ja tarkastelen sitä miten nämä kolme arvoa kietoutuvat toisiinsa.

## 2. Metodit ja empiirisen aineiston hankinta

### 2.1. Tapaustutkimus

Tutkielmani on tyypiltään tapaustutkimus, joka koskee viittä melko satunnaisesti valittua nykyaikataiteilijaa. Se ei siis ole kokonaisvaltainen Suomen taidemarkkinoita läpäisevä analyysi. Tapaustutkimukseksi kutsutaan tutkimusstrategiaa, jossa tutkitaan syvällisesti vain yhtä tai muutamaa kohdetta tai ilmiökokonaisuutta. Tapaustutkimusanalyysi ei pyri yleistettävyyteen survey-tutkimuksen tapaan, vaan pyrkii ymmärtämään ja tulkitsemaan syvällisesti yksittäisiä tapauksia niiden erityisessä kontekstissa. Tapaustutkimus hakee tietoa ilmiöön liittyvän toiminnan dynamiikasta, mekanismeista, prosesseista ja sisäisistä lainalaisuuksista sellaisella tavalla, että tutkimuksen tuloksilla voidaan osoittaa olevan laajempaa sosiokulttuurista merkitystä ja siten jonkinlaista yleistettävyyttä tai siirrettävyyttä. Tutkimuksessa voidaan yleisesti puhua tapauksista (case), joilla viitataan yksittäisiin tutkimuskohteisiin, jotka yhdessä muodostavat tutkimuksen keskiössä olevien tutkimuskohteiden suppeaan joukkoon.<sup>35</sup>

Tutkimusstrategiana tapaustutkimusta voidaan tehdä eri analyysimenetelmien avulla. Tutkielmani empiria perustuu näiden viiden taiteilijan tapaukseen ja heidän haastatteluihinsa, eikä näin ollen ole koko kenttää kattava selvitys. Robert K. Yinin mukaan tapaustutkimus on eräs tapa tehdä tieteellistä tutkimusta, jota voidaan käyttää esimerkiksi silloin kun tutkimuskohteena on jokin oikean elämän nykyajan ilmiö, kuten tässä tutkielmassa. Yin jakaa tämän tyyppiset tutkimuksen *etsinnällisiin* ja *kuvaileviin* tutki-

---

<sup>34</sup> Findlay 2012, 13.

<sup>35</sup> Lähdesmäki et al.

muksiin. Tapaustutkimus on yleinen strategia muun muassa sosiologian ja taloustieteiden alalla, joiden molempien suuntaan oma tutkielmani nojaa.<sup>36</sup>

## 2.2. Teemahaastattelu aineistonhankintamenetelmänä

Steinar Kvalen mukaan laadullinen tutkimushaastattelu pyrkii ymmärtämään maailmaa subjektien näkökulman kautta, purkamaan tarkoituksia ihmisten kokemuksista, paljastamaan heidän eletyn elämänsä ennen tieteellisiä selityksiä.<sup>37</sup> Haastattelu on keskustelu, jolla on rakenne ja tarkoitus. Se kuitenkin eroaa spontaanista ajatustenvaihdosta aina institutionaalisuutensa vuoksi. Haastattelu on huolellista kysymystenasettelua ja kuuntelemista tarkoituksena hankkia testattua tietoa.<sup>38</sup> Tavallisesta keskustelusta haastattelun erottaa myös osallistujien roolit: roolini haastattelijana eli kysyjänä sekä haastateltavan, tiedon antajan rooli. Haastatteluillani oli tietty päämäärä, johon pyrin: haastattelijana esitin kysymyksiä, ohjasin ja fokuosoin keskustelua tiettyihin teemoihin eli taiteilijoiden taidemarkkinoilla kokemiin ristiriitoihin. Tallensin kaikki haastattelut nauhoittamalla ja tekemällä samalla muistiinpanoja. Haastattelutilanteen alussa selvitin haastateltavalle oman roolini gradun tekijänä sekä kerroin heille tutkimuksesta ja sen tavoitteista.<sup>39</sup>

Tutkimushaastattelulle tyypillisesti lähdin liikkeelle siitä, että haastateltavani ovat kokeneet tietyn tilanteen eli osallistuneet jollain tavalla taidemarkkinoiden toimintaan. Seuraavaksi selvitin alustavasti ilmiön tärkeitä osia, rakenteita, prosesseja ja kokonaisuutta perehtymällä aikaisempaan tutkimukseen ja alaa käsittelevään kirjallisuuteen. Tämän kautta päädyin tekemään tiettyjä oletuksia, joiden pohjalta loin haastattelurungon.<sup>40</sup> Tämän jälkeen olin yhteydessä taiteilijoihin ja sovimme haastatteluista. Haastattelut käsittelivät tutkittavien henkilöiden subjektiivisia kokemuksia tilanteista,

---

<sup>36</sup> Yin 2003, 1.

<sup>37</sup> Kvale 1996, 1.

<sup>38</sup> Kvale 1996, 6.

<sup>39</sup> Ruusuvoori et al. 2005, 23–24.

<sup>40</sup> Liite 1.

joita olin ennalta analysoinut eli taidemarkkinoiden rakenteita ja niihin liittyviä arvokysymyksiä.<sup>41</sup>

Tutkimushaastattelut on perinteisesti jaettu kysymysten valmiuden ja sitovuuden mukaan *strukturoituihin* ja *strukturoimattomiin* haastatteluihin. Strukturoitujen ja strukturoimattomien haastattelujen välimaastossa ovat *puolistrukturoidut* haastattelut. Tyypillinen ja tunnettu puolistrukturoiduista haastatteluista on *teemahaastattelu* (engl. *focused interview*), joka on Hirsjärvi & Hurmeen suomenkielinen vastine Mertonin, Fiskin ja Kendallin haastattelutyypille *focused interview* (suom. kohdennettu haastattelu), jonka nämä esittelivät teoksessaan *The Focused Interview* vuonna 1956.<sup>42</sup>

Käytän tutkielmassani teemahaastattelun on metodia, jota voidaan käyttää esimerkiksi silloin kun halutaan kuulla ihmisten mielipiteitä, käsityksiä tai miksi he toimivat havaitsemallamme tavalla ja arvottavat tapahtumia. Haastattelin avainhenkilöitä tietyn teeman eli taidemaailman ja talouden välisten ristiriitojen kysymyksistä. Haastattelut olivat vapaamuotoisia ja keskustelevia, sillä tavoitteena oli eksaktien kyllä- tai ei-vastauksien sijaan pikemminkin saada selville haastateltavien mielipiteitä. Teemahaastattelun avulla on mahdollista myös päästä syvemmälle asioihin, jotka pelkän keskustelun yhteydessä jäisivät kenties tavoittamatta.<sup>43</sup>

Teemahaastattelun mukaisesti käytin kaikissa haastatteluissa samaa kysymyslistaa, jonka mukaan kävin läpi jokaisen haastateltavan kohdalla samat teemat ja aihepiirit. Kysymysten muotoilu ja järjestys vaihtelivat jonkin verran haastateltavan persoonan ja tilanteen mukaan.<sup>44</sup> Kaikki etukäteen päätetyt teemat kuitenkin käytiin läpi jokaisessa haastattelussa. Haastateltavat saivat vastata kysymyksiini vapaasti. Kaikki taiteilijat eivät syystä tai toisesta vastanneet kaikkiin esittämiini kysymyksiin. Haastattelut olivat teemahaastattelun tyyppisiä keskustelevia haastattelutilanteita ja esitin lisäkysymyksiä tarpeen mukaan tapauskohtaisesti. Jokaiseen haastatteluun oli varattu aikaa noin tunti.

---

<sup>41</sup> Hirsjärvi & Hurme 2008, 47.

<sup>42</sup> Ruusuvuori et al. 2005, 11.

<sup>43</sup> Hirsjärvi & Hurme 2000, 11.

<sup>44</sup> Ruusuvuori et al. 2005, 11.

Tutkimushaastattelut on useimmiten tapana nauhoittaa. Näin toimin myös omien haastattelujeni kanssa. Nauhoituksen vuoksi tilanteisiin oli mahdollista palata uudelleen ja näin nauhoitus toimi sekä muistiapuna että tulkintojen tarkistamisen apuvälineenä.<sup>45</sup> Itse koin nauhoittamisen välttämättömäksi ensinnäkin siksi, että keskittyminen haastatteluun onnistuu paremmin kun ei tarvitse jatkuvasti tehdä samalla muistiinpanoja ja toiseksi siksi, että tein varsinaisen tutkimusaineiston analyysin vasta kaksi vuotta ensimmäisten haastattelujen jälkeen. Osa haastatteluista tehtiin julkisilla paikoilla, esimerkiksi kahviloissa. Näissä nauhoituksissa oli paljon taustahälyä, joka jossain määrin häiritsi kuuluvuutta, mutta ei onneksi niin paljon, että nauhoitus olisi ollut käyttökelvoton.

Analyysia varten nauhoitetut aineistot oli muutettava kirjoitettuun muotoon eli litteroitava. Haastatteluaineistoa purkaessani tein ratkaisuja sen suhteen, mitä, miltä osin ja millä tarkkuudella materiaalia kannattaa purkaa.<sup>46</sup> Omissa litteraatioissani kirjoitin ylös pääasiassa vain puheen. Tapauskohtaisesti merkitsin ylös myös muuta kuin puhuttua toimintaa ja äänenkäytön tapoja kuten äänenpainotuksia, merkittäviä hiljaisuuksia tai häiriötekijöitä.<sup>47</sup> Koska kiinnostukseni kohdistui pääasiassa haastatteluissa esiin tulleisiin asiasisältöihin, ei kovin yksityiskohtainen litterointi ollut tarpeellista.<sup>48</sup> Teemahaastattelun avulla kerätty aineisto voi olla runsas, vaikka haastateltavia olisi vähän. Itselläni viiden haastateltavan aineisto on kestoltaan noin kuusi tuntia eli kymmeniä sivuja tekstiä.<sup>49</sup> Litteraatio on ennen kaikkea muistamisen ja yksityiskohtien havaitsemisen apuväline – ensisijainen aineisto on aina nauhoite itse keskustelusta.<sup>50</sup> Tutkielmassani analysoin nimenomaan litteroitua aineistosta, koska kokonaisuuksien hahmottaminen nauhoitettuna puhetta kuuntelemalla olisi ollut vaikeaa, jopa mahdotonta. On hyvä muistaa, että litteroitu aineisto on aina jo kertaalleen tulkittua aineistoa.<sup>51</sup>

---

<sup>45</sup> Ruusuvuori et al. 2005, 14.

<sup>46</sup> Ruusuvuori et al. 2010, 432.

<sup>47</sup> Ruusuvuori et al. 2005, 16.

<sup>48</sup> Ruusuvuori et al. 2010, 425.

<sup>49</sup> Hirsjärvi & Hurme 2008, 135.

<sup>50</sup> Ruusuvuori et al. 2010, 275.

<sup>51</sup> Ruusuvuori et al. 2010, 427–428.

### 2.3. Laadullisen analyysi

Taidehistoriassa, kuten humanistisissa tieteissä yleensä, ei useimmiten ole lopullisia totuuksia. Laadullista tutkimusta tehdään kohdespesifisti ja prosessi on usein henkilökohtainen. Laadulliset menetelmät eivät myöskään muodosta universaalimetodologiaa, jota voisi soveltaa tutkimuksesta, ajasta tai paikasta toiseen.<sup>52</sup> Aineiston järjestämisen ensimmäinen vaihe oli aineiston luokittelu tutkimusaiheen ja -kysymysten kannalta relevanteiksi teemoiksi. Aineiston käsittely oli keskeisiltä osiltaan analyysiä ja synteesiä. Analyysissä eritellään ja luokitellaan aineistoa, synteesissä taas pyritään luoman kokonaiskuvaa sekä esittämään tutkittava ilmiö uudessa perspektiivissä.<sup>53</sup> Kävin läpi litteroidun haastatteluaineiston tutkimuskysymys kerrallaan, samalla vertaillen haastateltavien vastauksia toisiinsa ja käyttämäni lähdekirjallisuuteen. Pyrin löytämään haastatteluista aiheeni kannalta ne oleelliset kohdat, joista olen käyttänyt lainauksia esimerkkeinä. Synteesin vaiheessa jaottelin aineistoni kolmeen eri teemaan, jotka muodostavat myös tutkielman pääluvut: suomalaisten taidemarkkinoiden erityispiirteet, taiteen ja rahan hankala suhde sekä arvon kaksoisdiskurssi.

Haastattelututkimukseen liittyy eettisiä kysymyksiä, joita voivat olla esimerkiksi luotamuksellisuus tai tutkimusluvut. Joissakin tapauksissa haastateltavien anonymiteetti on ehdottoman tärkeää.<sup>54</sup> Aina haastattelujen ei tietenkään tarvitse olla anonyymejä. Esimerkiksi asiantuntijahaastattelussa haastateltava voi nimenomaan haluta esiintyä omalla nimellään. Haastattelulupa tarvitaan luonnollisesti aina haastateltavilta.<sup>55</sup> Omien haastateltavieni kanssa kävin ennen haastatteluja sähköpostikirjeenvaihtoa. Esittelin heille projektiani ja kerroin mihin haastatteluja tullaan käyttämään. Annoin haastateltaville mahdollisuuden esiintyä nimettömänä, mutta kaikki suostuivat esiintymään omilla nimillään. Annoin haastateltujen taiteilijoiden myös tarkastaa tutkielmassa käytetyt lainaukset mahdollisten väärinkäsitysten välttämiseksi.

---

<sup>52</sup> Eskola & Suoranta 2000, 253.

<sup>53</sup> Hirsjärvi & Hurme 2008, 143.

<sup>54</sup> Ruusuvuori et al. 2005, 17.

<sup>55</sup> Ruusuvuori et al. 2005, 18.

## 2.4. Haastateltavien valinnat

Vaikka tekemäni haastattelut noudattavatkin teemahaastattelun muotoa, voidaan niiden ajatella olevan samanaikaisesti myös *asiantuntijahaastatteluja*. Asiantuntijahaastatteluille on tyypillistä se, että aineiston keruu ja analyysi kietoutuvat usein yhteen. Asiantuntijahaastattelulla tarkoitetaan yleensä tilannetta, jossa haastateltavilta pyritään hankkimaan tietoa tutkittavasta ilmiöstä tai prosessista. Kiinnostuksen kohteena ei ole ensisijassa asiantuntija, vaan henkilöä haastatellaan sen tiedon vuoksi, jota hänellä oletetaan olevan. Haastateltavien valinta perustuu esimerkiksi heidän institutionaaliseen asemaansa tutkimuksen kohteena olevassa prosessissa.<sup>56</sup>

Valitsin haastateltaviksi taiteilijoita, jotka pienellä otannalla edustaisivat mahdollisimman monipuolisesti suomalaisen nykytaiteen kenttää. Tämän vuoksi pyrin valitsemaan tasapuolisesti sekä miehiä että naisia, eri ikäisiä, sekä eri medioilla työskenteleviä taiteilijoita. Halusin myös, että taiteilijoiden uranvaiheet olisivat mahdollisimman erityyppisiä. Tämän vuoksi haastattelemani taiteilijoiden ryhmässä on taiteilijoita hyvin nuoresta taideopiskelijasta taiteilijaan, joka ohittaa myös iltapäivälehtien uutiskynnyksen. Haastattelemani taiteilijat työskentelevät monipuolisesti eri ilmaisumuotojen parissa, kuten esimerkiksi kuvanveiston, maalauksen, piirustuksen, valokuvataiteen, videotaiteen, performanssin ja installaatioiden parissa. Haastattelemani taiteilijaryhmä on suhteellisen nuori; haastattelujen aikaan he olivat 25–50-vuotiaita. Voidaan myös sanoa, että he edustavat jossain määrin perinteistä poikkeavia työskentely- ja ilmaisutapoja.

Tutkielmaa varten haastatellut taiteilijat ja haastatteluiden ajankohdat olivat seuraavat:

Ville Andersson 8. huhtikuuta 2011.<sup>57</sup>

Tarja Pitkänen-Walter 8. huhtikuuta 2011.<sup>58</sup>

Jani Leinonen 17. huhtikuuta 2011.<sup>59</sup>

---

<sup>56</sup> Ruusuvuori et al. 2010, 373–374.

<sup>57</sup> Ville Anderssonin internetsivut

<sup>58</sup> Tarja Pitkänen-Walterin internetsivut

Maria Laine 7. marraskuuta 2011.<sup>60</sup>

Liisa Lounila 3. heinäkuuta 2012.<sup>61</sup>

Kaikki haastateltavat työskentelevät pääsääntöisesti ammattimaisesti kuvataiteilijoina. He ovat taiteilijoina kuitenkin hyvin erilaisia. Jokaisella heistä oli jonkin verran kokemusta taidekaupasta ja teostensa myynnistä. Kokemuksen määrä vaihteli kuitenkin paljon. Taiteilijoista haastattelun aikaan vain kaksi oli vakituksessa suhteessa taidegalleriaan: Jani Leinonen sveitsiläisessä *Galerie Gmurzynskassa* ja hänen oma galleriassa *Showroom Helsingissä* ja Liisa Lounila silloisessa *Gallery Kalhama & Piipossa*, nykyisessä *Helsinki Contemporaryssa*. Reilu vuosi haastattelun jälkeen nuorin haastateltavani Ville Andersson piti ensimmäisen näyttelynsä Helsinki Contemporaryssa ja päätyi heidän edustamiensa taiteilijoiden listalle. Maria Laine taas on pitänyt yllä suhteitaan Mäntyharjun Taidekeskus Salmelaan voitettuaan Nuorten kuvataidekilpailun ensimmäisen palkinnon vuonna 2010. Hän on osallistunut Salmelan kesänäyttelyihin ja ollut heidän residenssissään kahdesti. Tarja Pitkänen-Walter taas on työskennellyt uransa aikana pääosin ilman yhtä tiettyä kaupallista galleriaa keskittyen museonäyttelyihin ja opetustehtäviin. Lukuun ottamatta Lahden taideinstituutista valmistunutta Maria Lainetta, kaikki muut taiteilijat olivat opiskelleet Kuvataideakatemiassa Helsingissä.

Kuvataideakatemiassa opiskellut Ville Andersson (synt. 1986, Pernaja) osallistui jo opiskeluaikanaan useisiin ryhmänäyttelyihin sekä Suomessa ja ulkomailla. Hän piti debyyttinäyttelynsä Helsinki Contemporary -galleriassa syksyllä 2012. Andersson osallistui Suomen taideyhdistyksen järjestämään Nuoret 2013-näyttelyyn Taidehallissa.<sup>62</sup> Hän on myös mukana helmikuussa 2014 ARCOMadrid-taidemessuilla.<sup>63</sup> Anderssonin teoksissa toistuu usein mustavalkoinen väriskaala sekä kulttuuriset ja

---

<sup>59</sup> Jani Leinosen internetsivut <http://janileinonen.com/fi/>

<sup>60</sup> Maria Laineen internetsivut <http://www.marialaine.com>

<sup>61</sup> Liisa Lounilan internetsivut <http://www.scenemissing.net>

<sup>62</sup> Taidehalli: Nuoret 2013 <http://taidehalli.fi/finnish/exhibition/174/>

<sup>63</sup> Frame Finland ARCOMadrid 2014: Galleriat ja taiteilijat  
<http://www.frame-finland.fi/tata-teemme/arcomadrid-2014/galleriat-ja-taiteilijat/>.



taidehistorialliset viittaukset.<sup>64</sup> Hänen piirustukset, maalaukset ja valokuvat vangitsevat lavastettujen tilanteiden hillityn ja hiljaisen luonteen.<sup>65</sup>

Tarja Pitkänen-Walter (synt. 1960) tunnetaan taiteilijana, joka tutkii maalauksen laajentunutta kenttää. Maalauksen moniaistisuus, materiaalisuus ja tilallisuus ovat usein hänen taiteensa teemoina.<sup>66</sup> Pitkänen-Walter on opiskellut Suomen taideakatemia koulussa ja Taideteollisessa korkeakoulussa. Hän valmistui vuonna 2006 kuvataiteen tohtoriksi Kuvataideakatemiasta, jossa hän toimi nykyään maalauksen professorina. Kuvataideakatemia lisäksi hän on opettanut muun muassa Lahden taideinstituutissa, Göteborgin yliopistossa (Valand) ja taidekoulu MAAssa. Pitkänen-Walter on esiintynyt kotimaisissa ja kansainvälisissä yksityis- ja ryhmänäyttelyissä vuodesta 1982. Lisäksi hän on toiminut useissa luottamustehtävissä.<sup>67</sup>

Jani Leinonen (synt. 1978, Hyvinkää) valmistui Kuvataideakatemiasta vuonna 2002.<sup>68</sup> Hän on tullut tunnetuksi taiteilijana, joka käyttää teostensa lähtökohtana valmiita kuvia ja luo niihin uusia merkityksiä.<sup>69</sup> Hän käsittelee taiteessaan kulutuskulttuuria, kuuluisuutta sekä muita yhteiskunnallisia aiheita. Leinosen teokset ovat myös herättäneet kohua; esimerkkinä hyllytetyt Elovena-mainokset, joissa hän käytti teosten materiaalina Elovena-tyttöä. Elovena valmistava Raisio Oyj katsoi tavaramerkkiään käytetyn luvatta.<sup>70</sup> Vuonna 2012 Leinonen ja kaksi muuta henkilöä tuomittiin 60 päiväsakkoon heidän varastettuaan McDonald's-ravintolasta Ronald McDonalda esittävän muovipatsaan,

---

<sup>64</sup> Helsinki Contemporary <http://helsinkicontemporary.com/exhibitions/954/>

<sup>65</sup> Helsinki Contemporary: Ville Andersson  
<http://helsinkicontemporary.com/artist/villeandersson/>; Kuva 7.; Kuva 8.

<sup>66</sup> Kuva 4.

<sup>67</sup> Kuvataideakatemia: Tarja Pitkänen-Walter  
<http://www.kuva.fi/fi/opiskelu/professorit/tarja-pitkanen-walter-maalaustaide>

<sup>68</sup> Jani Leinonen: Info <http://janileinonen.com/info/>

<sup>69</sup> Kuva 2.; Kuva 3.

<sup>70</sup> Uimonen 2008.

jonka he sittemmin tuhosivat. Ryhmän tarkoituksena oli kyseenalaistaa McDonald's-yhtiön etiikkaa ja tuotteiden alkuperää.<sup>71</sup>

Maria Laine (synt. 1983, Lahti) on valmistunut kuvataiteilijaksi vuonna 2008 Lahden Taideinstituutista. Hän piti ensimmäisen yksityisnäyttelynsä Helsingissä syksyllä 2012 Galleria Jangvassa. Sitä ennen maalauksiaan on ollut esillä useissa ryhmä- ja yhteisnäyttelyissä ympäri Suomea. Vuonna 2010 hän voitti Taidekeskus Salmelan nuorten kuvataidekilpailun. Laineen maalauksissa usein jokin estää hahmottamasta niitä selkeästi. Esimerkiksi hahmo jää osittain hämärän piiloon ja toisinaan valo, liike tai heijastavat pinnat muovaavat figuurin piirteitä.<sup>72</sup> Hänen teoksissaan kuvastuu usein yhden ihmisen yksityinen tila. Hänen maalauksilleen tunnuksenomaista ovat vahva tunnelataus, vähäeleisyys sekä hienovarainen maalausjälki.<sup>73</sup> Hienovaraisella lasyryrimaalaustekniikalla toteutetuissa maalauksissaan hän käsittelee omien sanojensa mukaan yksityisen ja paljastetun välistä suhdetta, sekä läsnä- ja poissaolon vuorovaikutusta.<sup>74</sup>

Liisa Lounila (synt. 1976) asuu ja työskentelee Helsingissä. Lounila on valmistunut Kuvataideakatemiasta vuonna 2005.<sup>75</sup> Hän on pitänyt useita yksityisnäyttelyitä Suomessa ja ulkomailla, sekä osallistunut moniin yhteisnäyttelyihin. Lounila valittiin pohjoismaisen kuvataidepalkinnon Carnegien ehdokkaaksi kesällä 2013.<sup>76</sup> Hän työskentelee pääasiassa kokeellisen videon, valokuvan ja maalauksen parissa. Hänen teostensa tausta löytyy usein elokuvista, aikakauslehdistä tai pop-lyriikoista.<sup>77</sup> Lounilan monipuolinen taiteellinen tuotanto sisältää myös glitterillä tehtyjä maalauksia sekä neon-putkista tehtyjä veistoksia. Viime vuosina Lounila on toteuttanut palladioituja ja hopeoituja

---

<sup>71</sup> *McDonaldsin pellepatsaan teloittajille sakkotuomio*. YLE Uutiset. 21.6.2012.

[http://yle.fi/uutiset/mcdonaldsin\\_pellepatsaan\\_teloittajille\\_sakkotuomio/6191007](http://yle.fi/uutiset/mcdonaldsin_pellepatsaan_teloittajille_sakkotuomio/6191007)

<sup>72</sup> Kuva 9.; Kuva 10.

<sup>73</sup> Galleria Jangva: Maria Laine <http://www.jangva.fi/laine/lainet.html>

<sup>74</sup> Maria Laine: Taiteesta <http://www.marialaine.com/taiteesta.htm>

<sup>75</sup> Helsinki Contemporary: Liisa Lounila <http://helsinkicontemporary.com/artist/liisalounila/>

<sup>76</sup> *Viisi suomalaista kisaa Carnegie-taidepalkinnosta*. YLE Uutiset. 13.6.2013.

<sup>77</sup> Av-arkki Liisa Lounila [http://www.av-arkki.fi/en/artists/liisa-lounila\\_en/](http://www.av-arkki.fi/en/artists/liisa-lounila_en/)

veistoksia, joiden lähtökohta on arkipäiväisissä esineissä. Esineet muuttuvat tällä tavoin eräänlaisiksi pyhäinjäännöksiksi.<sup>78</sup>

Koska kaikki alunperin pyytämäni taiteilijat eivät syystä tai toisesta suostuneet haastateltaviksi, lopullinen haastateltujen taiteilijoiden ryhmä valikoitui osittain myös saavutettavuuden ja sattuman mukaan. Haastattelut ajoittuivat ajallisesti myös yli vuoden ajalle, jonka aikana asuin eri kaupungeissa työni vuoksi. Esimerkiksi Maria Laine päätyi haastateltavaksi, kun työskentelin hänen kotikaupungissaan Lahdessa. Liisa Lounila taas oli taiteilijaresidenssissä New Yorkissa samaan aikaan, kun itse olin kaupungissa työharjoittelussa.

### **3. Teorettinen viitekehys: taidemaailma ja institutionaalinen taideteoria**

#### **3.1. Taidemaailma sosioekonomisena verkostona**

Taidemarkkinoita käsittelevälle tutkimukselle olennainen teorettinen viitekehys löytyy institutionaalisen taideteorian ja taiteen sosiologian eri näkökulmista. Tässä luvussa esittelen lyhyesti institutionaalisen taideteorian klassikoiden, Arthur C. Danton, George Dickien ja Howard S. Beckerin taidemaailmakäsityksiä. Nämä aikalaiset kirjoittivat omat näkemyksensä taidemaailmasta kolmen vuosikymmen aikana. Vertailemalla niitä toisiinsa pyrin luomaan mahdollisimman kattavan käsityksen institutionaalisesta taide-teoriasta ja siitä mitä taidemaailma merkitsee. Sosiologian näkökulmasta taidemaailmasta on kirjoittanut myös Pierre Bourdieu, joka Beckerin tavoin analysoi esteettisten ideoiden ja arvojen sosiaalisia konstruktioita.<sup>79</sup>

Tutkielmani teorettinen viitekehys on vahvasti institutionaalisessa taideteoriassa, jonka taustat ovat 1960-luvun taidefilosofiassa ja -sosiologiassa. Tällöin kehittyi sarja teorioi-

---

<sup>78</sup> Kuva 5.; Kuva 6.

<sup>79</sup> Bourdieu 1984; Hjorth-Röntynen 2013, 17.

ta kuvaamaan ja analysoimaan taiteen maailmassa vaikuttavia voimia. Teoriat liittyivät niihin ongelmiin, joita koettiin taiteen määrittelyssä aikana, jolloin moderni taide oli tullut siihen pisteeseen, että taideteosta saattoi olla mahdotonta tunnistaa sellaiseksi ilman tietoa sen taustoista tai kontekstista. Taidemarkkinoita käsittelevään omaan tutkielmaani mielestäni taidemaailman käsite ja institutionaalinen taideteoria ovat oivallisia ja jopa välttämättömiä työvälineitä.

Lyhyesti määriteltynä taidemaailma on taiteensosiologiassa ja taidefilosofiassa käytetty käsite, joka tarkoittaa niitä ihmisiä ja instituutioita, jotka toimivat taiteen tuottamisen, esittämisen, toimeksiantojen, taiteen säilytyksen, sen edistämisen, taidekritiikin ja taiteen myynnin piirissä. Amerikkalaisen sosiologin Howard S. Beckerin mukaan taidemaailmaa muodostuu *”ihmisistä, joiden toiminta on välttämätöntä niiden teosten tuotannolle, mitä tämä maailma tai myös muut, määrittelevät taiteeksi.”*<sup>80</sup> Kanadalais-syntyinen Sarah Thornton taas kirjoitti taidemaailmasta 30 vuotta myöhemmin. Thornton kuvaa taidemaailmaa: *”päällekkäisten alakulttuurien löyhäksi verkostoksi, jota pitää koossa usko taiteeseen.”*<sup>81</sup> Kirjassaan *Seven Days in the Art World* (2008) Thornton keskittyy pääosin nykyiseen, kaupallisten huipputaidegallerioiden maailmaan, jossa käydään kauppaa miljoonien eurojen arvoisilla taideteoksilla. Oma tutkimuskohteeni, suomalainen taidemaailma, on huomattavasti vaatimattomampi ja pienempi.<sup>82</sup> Tästä huolimatta Thorntonin teoksen muutamat huomiot ovat yhdistettävissä myös Suomen kontekstiin sekä taidemaailmaan yleisesti. Thorntonin mukaan taidemaailmassa on kyse eräänlaisesta stereotyyppien ja roolien toteuttamisesta: taiteilijat tekevät teoksia *”jotka näyttävät taiteelta”* ja käyttäytyvät stereotyyppioita vahvistavalla tavalla. Myös muut taidemaailman jäsenet, kuraattorit, keräilijät, kriitikot, toimivat kuten heiltä odotetaan.<sup>83</sup>

---

<sup>80</sup> Becker 1982, 34.

<sup>81</sup> Thornton 2008, xi.

<sup>82</sup> Sjöberg 2010, 8.

<sup>83</sup> Thornton 2008, xi–xii.

### 3.2. Arthur C. Danton Taidemaailma

Arthur C. Danto (synt. 1924) tunnetaan erityisesti taidemaailman käsitteestään, jonka teorian hän julkaisi vuonna 1964 esseessään *The Artworld*. Danto kehitti näkemystään taidemaailmasta lukuisten todellisten ja kuvitteellisten esimerkkien pohjalta. Esseessään Danto käyttää kuuluisana esimerkkinä Andy Warholin teosta *Brillo-laatikot* (Brillo Boxes, 1964<sup>84</sup>). Hän kysyi, mikä erottaa taideteoksen ei-taiteesta, teollisesta kulutustavarasta, mikäli ne ovat täysin identtiset ulkoisesti tarkasteltuina. Danto väitti, että taidesineen tulee olla sellaisessa tulkinnan ilmapiirissä muiden taideteosten kanssa, joka vuorostaan palvelee vertailevan tulkinnan ilmaisuvälineenä. Hänen mukaansa "*jonkin näkeminen taiteena vaatii sellaista, jota silmä ei voi halveksua – taiteellisen teorian ilmapiirin, taidehistorian tuntemuksen: taidemaailman.*"<sup>85</sup> Taidemaailma on näin siis edellytys taiteen olemassaololle. Danton mukaan objektille myönnetään taiteen asema, jos se voidaan käsitteellisesti yhdistää sellaisiin objekteihin, joita on jo aikaisemmin pidetty taiteena ja jos se vaatii teoreettisen väitteen – esteettisen teorian – tuon yhdistämisen oikeuttamiseksi.

Taidemaailman on sopeuduttava eri aikoihin, sen täytyy pystyä mukautumaan uusiin kieliin ja ajatuksiin sekä olemaan valmis jatkuvasti tapahtuvaan taiteen käsitteelliseen muutokseen. Keskeistä Danton teorialle on myös aika. Ajan, toisin sanoen taidehistorian, täytyy olla taiteelle valmis. Tietynlaisen historiallisen kehityksen täytyi olla tapahtunut ennen kuin *Brillo-laatikon* kaltainen taideteos oli mahdollista ymmärtää taiteeksi.<sup>86</sup>

Danto oli ensimmäinen, joka antoi käsitteelle taidemaailma (artworld) filosofisen määritelmän: taidemaailma tuottaa taideteorioita, joiden avulla kaikki taidemaailman jäsenet voivat implisiittisesti olettaa, että kyseessä olevia esineitä pidetään taiteena. Hän lähestyi kysymystä epistemologian (tietoteoria) ja tulkinnan (hermeneutiikka) näkökulmasta, sekä määrittelemällä käsitteitä. Taidemaailma kierrättää taideteorioita, ja odottaa jäsen-

---

<sup>84</sup> Kuva 1.

<sup>85</sup> Danto 1964, 580.

<sup>86</sup> Danto 1964, 581.

tensä tuntevan ne, mutta taidemaailmassa on muutakin operatiivisessa, sosiaalisessa ja taloudellisessa mielessä.<sup>87</sup>

Danton perusidean mukaan *Brillo-laatikko* on taideteos, koska se on kytkeytynyt taidemaailman teoreettiseen ilmapiiriin. Vaikka alkuperäinen pakkaus on esteettisesti vaikuttava, se ei siitä huolimatta ole taideteos. Alkuperäiseltä pakkaukselta puuttuu se kytkös taidemaailmaan, joka valmiilla taideteoksella on. Taideteos on tehty taidemaailman teoreettista ilmapiiriä vasten, joten sen tulkinnassa täytyy ottaa huomioon sen taustalla oleva taideteoria. Alkuperäisen pakkauksen kohdalla ei taustalla ole merkitystä.<sup>88</sup> Dantolle *Brillo-laatikon* filosofinen merkitys on siinä, että se näytti hänelle oikean tavan lähestyä taiteen määritelmää. Taideteos kytkeytyy taidemaailman teoreettiseen ilmapiiriin, minkä vuoksi sillä voi olla ominaisuuksia, joita taas ns. todellisilla esineillä ei ole.<sup>89</sup> Tässä tutkielmassani keskityn suomalaisiin nykytaiteen markkinoihin. Suomen taidemaailma 2000-luvulla on tietysti hyvin erilainen kuin New Yorkissa puoli vuosisataa aiemmin. Silti jotain lainalaisuuksia siitä maailmasta voidaan mielestäni soveltaa myös tähän tutkielmaan.

### 3.3. George Dickien Institutionaalinen teoria

Yhdysvaltalainen taiteenfilosofi George Dickie (synt. 1926) kehitti institutionaalista taideteoriaa vuosien 1964 – 1989 aikana. George Dickie määritteli taidemaailman vuosikymmen Danton jälkeen pääteoksessaan *Art and the Aesthetic: An Institutional Analysis* (1974).<sup>90</sup> Hän jatkoi teorian muotoilua vielä teoksessaan *Art Circle: A Theory of Art* (1997)<sup>91</sup>. Dickie määrittelee taidemaailman käsitteensä Dantoa tarkemmin. Dickien institutionaalisen lähestymistavan mukaan *taiteus* ei ole esineissä itsessään oleva ominaisuus vaan taidemaailman niille myöntämä asema, *status*. Hänen ehdoton edelly-

---

<sup>87</sup> Irvine 2003–2008, 2.

<sup>88</sup> Puolakka 2010.

<sup>89</sup> Danto 1964, 580.

<sup>90</sup> Dickie 1974.

<sup>91</sup> Dickie 1997.

tyksensä taiteelle on, että se on artefakti eli ihmisen tekemä esine. Teorian lähtökohtana on se, että taidemaailma on institutionalisoitunut ja muodostuu eri osapuolensa verkostoista. Näkemykset siitä mitä taidemaailmaan katsotaan kuuluvaksi vaihtelevat, mutta yhteistä eri näkökulmille on se, että sen kautta määritellään mitä taide on. Institutionaalinen taideteoria ja taidemaailman käsite perustuvat yksinkertaistaen ajatukselle siitä, että instituutiot, kuten taidemuseot, galleriat ja alalla työskentelevät ihmiset eli taidemaailma, määrittelevät taiteen. Taidemaailma toimii ikään kuin portinvartijana, joka antaa taiteelle sen statuksen, tai sitten ei. Dickien teorian mukaan on olemassa taiteen määrittelevä ja taidekäsitystä ylläpitävä instituutioiden verkosto, joka koostuu taiteilijoista, taidekriitikoista, mesenaateista, kuraattoreista, galleristeista, taidemuseoiden henkilökunnasta ja niin edelleen. Tämä instituutioiden verkosto päättää vaikutusvallallaan, mikä on taidetta ja mikä ei.

Hans Van Maanenin mukaan Dickie on kriittinen Danton väitteille ja Danto puolestaan kritisoi Dickietä keskittymisestä liikaa taidemaailman käsittelemiseen instituutiona. Taiteen tuotannossa 1950- ja 1960-luvuilla tapahtunut kehitys, joka toi Arthur Danton taidemaailman käsitteen pariin oli myös lähtökohta institutionaaliselle teorialle. Dickie on kuitenkin korostanut, että hänen lähestymistapaansa Dantolla ei ole ollut vaikutusta.<sup>92</sup> Dickielle taiteus ei ole esineissä itsessään oleva ominaisuus, vaan taidemaailman niille myöntämä asema, status. Esimerkiksi Marcel Duchampin pisoaari, jota esineen sisäiset ominaisuudet eivät erota taiteeksi, kiinnittää huomion sen institutionaaliseen kontekstiin. Dickien mukaan hänen teoriassaan on kyse taiteesta yleensä, ei vain ready-made-teoksista. Hänestä esimerkiksi Duchamp käytti hyväkseen olemassa olevaa institutionaalista keinoa epätavallisella tavalla. Pisoaarista tulee taideteos ja artefakti, kun se viedään esille taidenäyttelyyn.<sup>93</sup>

George Dickien mukaan taideteos ”on 1) artefakti, jonka 2) joku tai jotkut ovat, erityisen yhteiskunnallisen instituution, taidemaailman, puolesta toimien, ovat asettaneet ehdolle arvostamisemme kohteeksi.”<sup>94</sup> Dickielle on taidemaailma on se viitekehys, jossa

---

<sup>92</sup> van Maanen 2009, 19.

<sup>93</sup> Dickie 1984, 45; van Maanen 2009, 24.

<sup>94</sup> Dickie 1971, 86.

taiteilija esittää taidetta yleisölleen. Tämä viitekehys voi olla esimerkiksi taidegalleria tai -museo.<sup>95</sup> Yleisön on oltava tietoinen siitä, että se mitä heille esitellään on taidetta. Heidän täytyy myös olla kykeneviä vastaanottamaan ja ymmärtää kyseistä taidetta, koska taideteos on artefakti, joka on tarkoitettu esitettäväksi taidemaailman yleisölle. Institutionaalinen teoria asettaa taideteokset kompleksiseen kontekstiin, jossa taiteilija luodessaan taidetta toteuttaa historiallisesti kehittyntä kulttuurista rooliaan enemmän tai vähemmän siihen valmistuneelle yleisölle.<sup>96</sup> Dickien teoriaa on kritisoitu siitä, että siitä puuttuu historiallinen ja kulttuurikohtainen näkökulma. Tämän vuoksi siitä voi välittyä käsitys, että taide olisi aina ja kaikkialla muodostanut eriytyneen instituution. Dickien teorian voidaankin katsoa pohjautuvan vahvasti moderniin, länsimaalaiseen kulttuuriin.<sup>97</sup>

### **3.4. Howard S. Beckerin Taidemaailma**

Howard S. Beckerin (synt. 1928) on yhdysvaltalainen sosiologi, jonka panos taiteen-sosiologiaan on ollut merkittävä. Taiteen saralla hänen merkittävin teoksensa on vuonna 1982 ilmestynyt *Art Worlds*. Beckerin teoksessaan esittelemää näkemystä konventiosta yhdistävänä käsitteenä humanismin ja sosiologian välillä voidaan pitää soveltuvana nykyiselle tutkimuskentälle. Taidekaupassa on kyse verkostosta, jossa toimijat noudattavat yhteisiä sääntöjä, mutta käyttävät omia taktiikoitaan saavuttaakseen yhteisen päämäärän. Beckerille taidemaailma on ihmisten verkosto, joka yhteistoiminnallaan, yhteisymmärryksessä tekemisen tavoista, tuottaa senkaltaisia taideteoksia, joista taide-maailma tunnetaan. Hänelle keskeistä oli vuorovaikutus ja yhteistyö.<sup>98</sup>

Yksi Beckerin tärkeimmistä kontribuutioista on ajatus taiteesta kollektiivisen toiminnan tuotteena. Beckerin mukaan taideteos muodostuu useiden ihmisten koordinoinnin tulok-sena. Hänen mukaansa, ilman jokaista niistä yksilöistä, jotka tuottavat materiaaleja,

---

<sup>95</sup> Dickie 1984, 82.

<sup>96</sup> Dickie 1974, 34.

<sup>97</sup> Sevänen 1998, 26.

<sup>98</sup> Becker 1982, x–xi, 1; Hjorth-Röntynen 2013, 35.



joita taiteen luominen tarvitsee, on vaikeaa, tai jopa mahdotonta luoda taidetta. Becker viittaa myös siihen, miten työnjaolla on merkitystä taideteoksen luomisessa. Asettaessa taiteelle arvoa hän korostaa myös yhteisen merkityksen roolia luomisprosessiin tarvittavien työkalujen lisäksi. Toisin sanoen, ilman yhteisymmärrystä taideteoksen arvosta, on vaikea olla olemassa minkäänlaista sosiaalista resonanssia.<sup>99</sup> Omasta mielestäni Beckerin näkemyksessä on kiinnostavaa se miten laajasti hän taidemaailman käsittää.

### 3.5. Pierre Bourdieun taidesosiologia

Ranskalainen Pierre Bourdieu (1930 – 2002) lienee 1900-luvun jälkipuoliskon merkittävin taidesosiologi.<sup>100</sup> Iso osa hänen tuotannostaan käsittelee estetiikan traditiolle keskeisiä teemoja kuten: maku, taiteen määrittely ja arvo, taiteen autonomia toimintana ja esteettinen kokemus. Bourdieulla on ollut vahva vaikutus kulttuuri- ja yhteiskuntatutkimuksen moniin eri aloihin. Hän toimi sosiologian professorina Collège de France'ssa ja Center for European Sociology'n johtajana École des hautes études en sciences sociales'ssa.<sup>101</sup> Bourdieun kirjoituksilla on myös annettavaa tutkittaessa taidemarkkinoita. Bourdieun taidemaailman käsite on yhteiskunnallisesti ja taloudellisesti elettyjen asemien ehdollistama ja määrittelemä, joka vaatii tietoa ja kulttuurisen pääoman omistamista osana yhteiskuntaluokan identiteettiä, taiteen teorian käsitteitä, joita seuraavat opitut ammatilliset sekä yhteiskuntaluokkien distinktiot.<sup>102</sup>

Bourdieuun avainkäsite on *distinktio* eli erottautuminen. Hänen koko uran kattava teema on sosiaalisen erottumisen luonne ja erottumisen sosiaalisen uudelleenluomisen prosessit. Bourdieun pääteos on vuonna 1979 ilmestynyt *La distinction: Critique sociale du jugement* (käännetty englanniksi 1984: *Distinction: a Social Critique of the Judgement of Taste*), jossa hän osoittaa kuinka henkilön maun (erityisesti esteettisen maun) linkittyvän ja määräytyvän hänen koulutuksen ja sosiaaliluokan perusteella. Bourdieu on

---

<sup>99</sup> Becker 1982, 34–35.

<sup>100</sup> van Maanen 2009, 53.

<sup>101</sup> Mattick 1998, 297.

<sup>102</sup> Irvine 2003–2008, 1.

muillakin tavoin kehittänyt niin sanottua käytäntöjen teoriaa, joka tutkii miten inhimillinen toiminta suurelta osin perustuu määrätyissä sosiaalisissa olosuhteissa syntyviin valintoihin ohjaaviin, hiljaisuudessa omaksuttuihin ja tiedostamattomiin periaatteisiin (habitus).<sup>103</sup> Bourdieun avainkäsitteet (distinktio, maku, kenttä, habitus) ovat kulttuurin ja taidemaailman tutkimiseen hyödyllisiä apuvälineitä. Erityisesti hänen kenttäteoriaansa on toiminut käsitteistönä, jolla voidaan kuvata yhteiskunnan tai jonkin kentän rakennetta tietyinä ajankohtana.<sup>104</sup>

1980-luvulla Bourdieu kirjoitti useita artikkeleita ja piti luentoja kenttäteoriastaan. Osa näistä teksteistä koottiin vuonna 1993 ilmestyneeseen teokseen *The Field of Cultural Production*.<sup>105</sup> *The Rules of Art* –teoksessaan (1996) Bourdieu hioo loppuun lukuisissa taidekentän ajatustaan. Bourdieun mukaan aina kun suhteellisen autonomiset universumit instituoidaan, esimerkiksi taiteen kenttä, sinne vakiintunut historiallinen prosessi näyttelee roolia *olennaisen tiivistäjänä*. Tällä tavoin kentän historian analyysi on epäilemättä itsessään ainut oikeutettu olemuksen analyysi.<sup>106</sup>

Bourdieuun tekstien peruskonsepteja ovat positio, habitus ja kulttuurinen pääoma. Termi positio merkitsee hierarkkista suhdetta, yleensä kentän toimijoiden välillä. Bourdieun näkemyksessä on olemassa hierarkia positioiden itsensä välillä. Habitusta voidaan kuvailla joukoksi piireiteitä ja näkemyksen ja arvioinnin piirteiksi pysyvinä rakenteina, jotka määräävät sitä miten ihmiset toimivat. Uudelleen määritellesään kulttuurista pääomaa, Bourdieu nojaa vahvasti Marxin arvon teorian suuntaan, jossa kaikki arvo voidaan ymmärtää kerääntyneenä työnä. Bourdieu erottaa kolme erilaista pääoman muotoa: taloudellisen, sosiaalisen ja kulttuurisen pääoman.<sup>107</sup>

Bourdieuun ajatus *taiteen kentästä* eroaa Dantonin ja Dickien käyttämästä *taidemaailman* käsitteestä. Sen sijaan, että kiinnittyttäisiin konkreettisiin havainnoitaviin vuorovaiku-

---

<sup>103</sup> van Maanen 2009, 53.

<sup>104</sup> Sevänen 1998, 25.

<sup>105</sup> Bourdieu 1993.

<sup>106</sup> Bourdieu 1996, 138–139.

<sup>107</sup> van Maanen 2009, 57–59.

tuksiin moninaisten taidetta tuottavien ja arvioivien toimijoiden välillä, Bourdieun kenttä keskittyy objektiivisiin positioihin ja näkymättömiin voimasuhteisiin, jotka sitovat osallistuvat toimijat. Ankara kilpailu ja symboliset asemat, eivät yhteistoiminnan eri muodot, ovat Bourdieulle taide-elämän ydin.<sup>108</sup>

Bourdieun tekstit, toisin kuin esimerkiksi Danton, eivät kohdistu suoraan kuvataiteen maailmaan, vaan esimerkiksi kirjallisuuteen. Hänen teoriansa ovat usein kuitenkin sovellettavissa myös nykytaidemaailmaan. Mitä Bourdieu yrittää tehdä päinvastoin kuin Becker, on rakentaa käsitteiden teoreettinen konstruktion, joiden kautta kentän (tai verkoston, tai maailman, tai systeemin tai rakenteen) toimintaa voidaan analysoida. Jos Becker on se joka näyttää taidemaailman kompleksisuuden esittämällä lukuisia esimerkkejä, Bourdieu pyrkii löytämään yleisiä rakenteita, lakeja ja mekanismeja siinä monimutkaisessa maailmassa.<sup>109</sup> Loppujen lopuksi kaikki esittelemäni teoriat ovat hyvin lähellä toisiaan. Kyse on ennemminkin vivahde-eroista ja eri näkökulmista tarkastelusta. Lähtökohdiltaan Danton ja Dickien teoriat ovat samankaltaiset. Voidaankin katsoa, että Dickie lähti laajentamaan teoriaa siitä mihin Danto jäi.

---

<sup>108</sup> Wacquoant 1998, 301.

<sup>109</sup> van Maanen 2009, 55.

### 3.6. Taidemaailma arvon luojana

Taidemaailma tulee näkyväksi taidemaailman instituutioissa, joita ovat sosiaaliset ja ekonomiset instituutiot, organisaatiot ja yritykset. Taidemaailma on rakentunut toisis- taan riippuvaisista sosioekonomisista toimijoista, jotka tekevät yhteistyötä – usein poleemisesti tai tietämättään – toteuttaen ja kasvattaen taidemaailma. Taideteos on lähes poikkeuksetta esillä institutionaalisessa kontekstissa, kuten museoissa, gallerioissa, taidemessuilla, jne. Instituutiot myös luovat ja tekevät näkyväksi hierarkioita ja raken- teita taiteen esittämisen suhteen. Tällainen on esimerkiksi taidenäyttelyiden skaala taidekoulun näyttelystä merkittävän gallerianäyttelyn kautta kansainvälisesti merkittä- vään museonäyttelyyn.<sup>110</sup>

Taidemaailman teoria ei välttämättä ole lopullinen ja kaikenselittävä. Moniin taiteen- sosiologisiin ongelmiin ja kysymyksiin sillä on kuitenkin paljon annettavaa. Oman tutkimusaiheeni, taidemarkkinoiden, kannalta koen, taidemaailman teorian välttämättö- mäksi. Samalla kuitenkin tiedostan, että Danton, Beckerin ja Dickien näkemykset ovat useita vuosikymmeniä vanhoja, eivätkä ole enää suoraan käytettävissä nykyisen taide- maailman tutkimukseen sinällään. Varsinkin ottaen huomioon sen, että oma tutkielmani asettuu Suomen kontekstiin.

Arvon luominen taidekentällä perustuu portinvartijoiden vaiheittaiseen yhteistoimin- taan. Tutkielmaa varten tekemissäni haastatteluissa nousi taidemaailman toimijoista selkeästi esiin seuraavat toimijat: taiteilija, taidekoulu, galleria ja museo. Taidemaailma on perinteisesti ymmärretty verkostona.<sup>111</sup> Olen asettanut nämä verkoston toimijat arvonluomisen ketjuksi, jossa taiteen arvo rakentuu vaiheittain verkoston yhteistoimin- nassa.

---

<sup>110</sup> Irvine 2003–2008, 4.

<sup>111</sup> Mm. Dickie 1984; Becker 1982.

## **ARVON LUOMISEN KETJU:**

**TAITEILIJA  
TAIDEKOULU  
GALLERIA  
MUSEO**

Tässä kronologiassa taiteilija on ketjun ensimmäinen lenkki. Taiteilija tuottaa ketjuun, tai verkostoon, tuotteet eli taideteokset. Taiteilija on tällöin uuden ja luovan lähde.<sup>112</sup> Taiteilijan jälkeen seuraavat toimijat toimivat kukin eräänlaisina portinvartijoina, joista tavallisesti ensimmäinen on taidekoulu.

Haastattelemani taiteilija kuvasi omaa käsitystään arvoketjusta seuraavasti:

*”Arvostus... Niin, se tulee varmaan monesta eri palasta... Kuitenkin tietyllä tavalla portinvahdeista, joista yksi on jo pelkästään kouluun pääsy. Toinen voi olla joku tietty galleristikin. Jos tämä galleristi on vaikka tehnyt menestyksekkään pitkäjänteisen työn, se on tuonut sille tietynlaisen maineen. Sitten tämän maineen tuomana, jos hän vaikka valitsee tietyn taiteilijan siihen galleriaan, niin se, että se taiteilija on mukana siinä galleriassa, se jo tuo tietyn [arvostuksen]. Samalla tavalla, jos joku nimekäs museo pyytää ryhmänäyttelyyn tai johonkin mukaan. Tietenkin se varmaan voi olla aika monesta tekijästä kiinni.”<sup>113</sup>*

Seuraava vaihe arvon luomisessa ovat näyttelyt joko gallerioissa tai museoissa. Koulun jälkeen taiteilija, voi joko itsenäisesti lähteä luomaan uraansa ja hakeutua gallerioihin

---

<sup>112</sup> Jyrämä & Anhava 2008, 189.

<sup>113</sup> Ville Anderssonin haastattelu.

pitämään näyttelyitä. Yhtälailla galleristi voi toimia taiteilijan löytäjänä ja ryhtyä eräänlaiseksi agentiksi. Kuten aiemmasta taiteilijan esimerkistä käy ilmi voi myös museo, tai kuraattori, toimia taiteilijan ”löytäjänä”. Arvostetuimmat kuraattorit tai museot toimivat myös edelläkävijöinä ja heidän vaikutuksensa taiteilijan arvostukseen tai taiteellisten trendien muodostumiseen saattaa olla hyvinkin merkittävä. Museoilla on myös toinen tärkeä tehtävä taiteen rahoittajina.<sup>114</sup> Museot ovat taiteilijoille halutuin asiakas, koska ne luovat valinnoillaan legitimizeettiä ja arvostusta.<sup>115</sup>

Yleisesti ottaen asiakkaat ovat hyvin heterogeeninen joukko. Ne voivat olla arvostettuja museoita, yksityisiä taidekokoelmia, sukulaisia tai satunnaisia ohikulkijoita.<sup>116</sup> Tämän vuoksi en pelkistettyyn arvoketjuun lisännyt museon lisäksi muita asiakkaita. Museo on myös taiteelle usein se toivotuin ”loppusijoituspaikka”. Bourdieun mukaan taidemaailman verkostossa taiteilijoiden on pidettävä näyttelyitä museoissa päästäkseen taidemarkkinoille, samoin kuin taidemuseoiden on saatava julkisten tahojen tunnustus saadakseen yksityisten tahojen sponsorointitukea toiminnalleen. Tämä muodostaa riskittäisten paineiden ja riippuvaisuuksien kokonaisuuden, joka sitä vastustavista voimista huolimatta jatkaa toimintaansa.<sup>117</sup>

## **4. Suomalaisen taidemarkkinoiden erityispiirteitä**

### **4.1. Suomalaisen kentän taustat**

Suomalaisia taidemarkkinoita ei varsinaisesti ollut olemassa ennen kuin vuonna 1846 perustettu Suomen taideyhdistys aloitti toimintansa taidemarkkinoiden kehittämiseksi.<sup>118</sup> Suomalainen kaupallinen taidekenttä käsitti aluksi vain muutamia toimijoita – joitakin kiertäviä taidekauppiaita ja muutaman taidevälittäjän. 1910-luku oli käänneko-

---

<sup>114</sup> Moulin 1994, 10.

<sup>115</sup> Jyrämä & Anhava 2008, 189.

<sup>116</sup> Ibid.

<sup>117</sup> Bourdieu & Haacke 1997, 26.

<sup>118</sup> Laitinen-Laiho 2001, 26.

ta suomalaisessa taidekaupassa. Muutamia taideliikkeitä perustettiin vuotta ennen ensimmäistä maailmansotaa, mutta todellinen kasvu tapahtui sotavuosina 1914–1918. Gösta Stenman oli vaikuttanut 1900-luvun alun taidekentällä muun muassa järjestäen näyttelyitä ja kirjoittaen kritiikkejä jo ennen siirtymistään taidekaupan pariin vuonna 1913. Vuonna 1914 hän perusti Stenmans Konstsalong -taidesalongin Helsingin Erottajankadulle, jossa se toimi vuoteen 1919. Hän jatkoi Helsingissä taidekauppatoimintaan vielä uudessa osoitteessa vuoteen 1927 asti, jonka jälkeen hän siirsi toimintansa Tukholmaan.<sup>119</sup> Salon Strindberg perustettiin vuoden 1914 alussa. Kolmas suurempi taidesalonki oli Leonard Bäcksbackan vuonna 1915 perustama Konstsalongen (Taidesalonki), joka toimii edelleen. Ivar Hörhammer perusti Galerie Hörhammerin syyskuussa 1918.<sup>120</sup>

Kun Aino ja Alvar Aalto, Maire Gullichsen ja Nils-Gustav Dahl perustivat sisustusliike Artekin vuonna 1935, oli sen tavoite heti alusta alkaen olla myös taidegalleria. Toimintaa pidettiin yllä huonekalujen myynnistä saaduilla tuloilla. Gullichsenin aloitteesta tammikuussa 1950 perustettiin Fabianinkadun myymälän viereen erillinen galleria: Galerie Artek, josta tuli yksi pisimpään toimineista gallerioista. Galerie Artek jatkoi kansainvälistä toimintaansa aina 1990-luvulle saakka, jolloin se yhdistyi galleriassa 80-luvulla työskennelleen Ilona Anhavan perustaman Galerie Anhavan kanssa.<sup>121</sup>

Suomen ensimmäinen taidehuutokauppa perustettiin vuonna 1979. Ensimmäiset nykyisen kaltaiset nykyaikaiseen keskittyneet kaupalliset taidegalleriat perustettiin 1980-luvulla. Gallerioita oli ollut olemassa myös aiemmin, mutta galleriakenttä sellaisena kuin se nykyään ymmärretään, ei kehittynyt ennen 1980-lukua. Suomessa kulttuurin rahoitus on perinteisesti katsottu valtion tehtäväksi ja muuta tukea on vieroksuttu. Tilanne on kuitenkin muuttunut aiemmista vuosista. Asennemuutos kaupallista rahaa kohtaa on ajoitettu 1980- ja 1990-lukujen vaihteeseen, jolloin alkoi vähitellen myös kulttuurilaitosten ja kaupallisten tukijoiden sponsorointiyhteistyö.<sup>122</sup>

---

<sup>119</sup> Hjelm 2009, 274.

<sup>120</sup> Hjelm 2009, 46.

<sup>121</sup> Woirhaye 2007, 70; 76; 95.

<sup>122</sup> Kaitavuori & Büchi 1997, 7.

## 4.2. Suomalaisen taidemarkkinoiden toimijat

### 4.2.1. Taiteen tuottajat eli taiteilijat

Taidemaailman toimijat on jaettu hierarkian perusteella kolmeen eri ryhmään. Näistä perinteisesti on eniten arvostettu taiteen tuotantoa. Seuraavina hierarkiassa tulevat taiteen välitys ja sitten viimeisenä taiteen kulutus ja vastaanotto. Käsittelen tässä luvussa kahta ensimmäiseksi mainittua ryhmää. On väitetty, että taiteen välittäjien merkitys on viime aikoina noussut. Välittäjillä on sanottu olevan myös hyvä kokonaisnäkemys taidemarkkinoista, sillä he toimivat yhdessä sekä tuotannon että vastaanottajien kanssa.<sup>123</sup>

Helsinkiläinen kuvataiteilija Sanna Sarva kirjoitti syksyllä 2009 ilmestyneessä Taidelehdessä, että 2000-luvun alussa myös suomalainen kuvataidekoulutus alkoi ottaa kaupallisuuden entistä vahvemmin mukaan opetukseen.<sup>124</sup> Sarvan mukaan tästä voidaan päätellä, että kaupallisuuteen suuntautunut tähtiajattelu oli, nousukauden vallitessa, aluillaan. Sarva on havainnut myös, että kaupallisuus kiinnostaa mediaa. Esimerkiksi sanomalehdet julkaisevat mielellään juttuja onnistuneista tai epäonnistuneista huutokaupoista sekä hintaennätyksistä. Raha lisää taiteen kiinnostavuutta myös niiden silmissä, jotka eivät ole siitä muuten kiinnostuneita. Usein tällaisissa uutisissa toistuu ihmettelevä tai jopa järkyttynyt sävy. Sarva käyttää esimerkkeinä Jani Leinosta ja Riiko Sakkista, jotka ovat viimevuosien aikana saaneet laajaa huomiota juuri kaupallisuudella leikittelyn avulla. He näyttävät myös polarisoivan mielipiteitä sekä taidemaailman sisällä, että sen ulkopuolella.<sup>125</sup> Huomiota saaneista tempauksista esimerkkinä Riiko Sakkinen esimerkiksi piilotti tuhat euroa Helsinkiläisen kirjaston kirjojen väliin helmikuussa 2013. Tempauksen (tai teoksen) nimi oli ”Riiko Sakkisen lempikirjat”.<sup>126</sup>

---

<sup>123</sup> Laitinen-Laiho 2001, 7.

<sup>124</sup> Sarva, 2009.

<sup>125</sup> Liite 3.

<sup>126</sup> Helsingin Sanomat 11.2.2013.



Taiteilijoiden asennetta on perinteisesti pidetty näennäisesti kaupallisuutta halveksivana tai ainakin sitä välttelevänä. Vappu Lepistön tutkimuksessa *Kuvataiteilija taidemaailmassa* (1991) esitetään, että taiteilija ei ikään kuin saisi elää taiteesta saaduilla myyntituloilla, sillä tätä on pidetty merkkinä ”kaupallisuudesta”.<sup>127</sup> Arvostetuin tapa tulla toimeen taloudellisesti olisi apurahat ja opetustehtävät. Tämä oletus oli myös lähtökohtana omassa tutkielmassani. Haastattelemiltani taiteilijoilta saatujen vastausten perusteella tämä Lepistön esittämä oletus on vanhanaikainen. Haastatteleman taiteilijat eivät nostaneet apurahatuloja arvostuksessa myyntituloja korkeammalle. Apurahajärjestelmää kuitenkin arvostettiin ja taiteilijat pitivät apurahoja tärkeänä osana toimeentuloa. Haastatteluissa nousi esiin epäily apurahojen puolueettomuudesta. Lisäksi apurahan määrää pidettiin pienenä.

*”Miten taiteilija pystyy olemaan itsenäinen tällä alueella? Miten ylipäättään se on mahdollista? Niin että sä et ole jotenkin kokoajan alisteisessa asemassa johonkin suuntaan? Jos miettii sitten taas apurahajärjestelmää, niin se on niin hirveen pieni se apuraha. Et sä sillä pelkästään edes tuu toimeen Helsingin alueella, jos pitäis työhuone maksaa ja materiaaleja...”*<sup>128</sup>

*Ajatusten vapaakauppaa* (1997) -yhteisteoksessaan taiteilija Hans Haacken kanssa Pierre Bourdieu nostaa esiin tavoitteen taiteen autonomista, jolla hän tarkoittaa mahdollisimman suurta riippumattomuutta kaupallisten, poliittisten tai muiden taiteen ulkopuolisten intressien ohjaamista vaatimuksista.<sup>129</sup> Bourdieun mukaan yksi kulttuuripolitiikan ristiriitaisuuksista on se, että kaikkein autonomisimmalla taiteella ei ole markkinoita, joten ne eivät tule toimeen ilman julkista tukea. Koska julkinen tuki ei ole riippumatonta taidemaailman sisäpiirien vaikutuksesta, apurahat eivät välttämättä ohjaudu kaikkein autonomisille ja pätevimmille taiteilijoille.<sup>130</sup>

---

<sup>127</sup> Lepistö 1991, 87.

<sup>128</sup> Tarja Pitkänen-Walterin haastattelu.

<sup>129</sup> Bourdieu & Haacke 1997, 8–9.

<sup>130</sup> Bourdieu & Haacke 1997, 28.

Suomen apurahajärjestelmä on kansainvälisellä mittapuulla hyvin harvinaislaatuinen. Järjestelmän vuoksi hyvin harva ammattitaiteilija on täysin riippuvainen teostensa myynnistä. Erilaiset institutionaalisen tunnustukset ja apurahat on myös koettu tärkeinä itsetunnon nostattajina.<sup>131</sup> Usein myös kaupallisesti menestyneet taiteilijat ovat samoja, jotka saavat nauttia apurahoista.

*”Suomihan on aika poikkeuslaatuinen siinä määrin, että täällä on esimerkiksi tämä apurahajärjestelmä ihan eritasoinen kuin monessa muussa [maassa]. Sehän on vaan olemassa sen takia, että se takaa taiteelle sellasen vapaan tekemisen, jotta ei olis liiallisesti sitä stressiä rahallisesti. Mutta mä en halua pelkäästään sellasen oljenkorren varassa elää elämäni varsinaisesti. Mutta se on tosi hieno asia, että semmonen on olemassa. Mun mielestä se on tosi hyvä. Täällä oon jo itekin saanut apurahoja ja se mahdollistanut myöskin sitä työskentelyä.”*<sup>132</sup>

Myös Jyrämän väitöskirjassa nousee esiin suomalaisten taiteilijoiden halu pysyä kaupallisista gallerioista riippumattomina. Syyksi tähän esitetään maamme vahvaa apurahajärjestelmää.<sup>133</sup> Suomessa valtion apurahajärjestelmä on osaltaan määrittelemässä taidetta ja sen arvoa.<sup>134</sup> Apurahat takaavat osalle taiteilijoista ainakin jossain määrin taloudellisen vapauden ja itsenäisyyden, ainakin suoranaisen riippumattomuuden taidekaupasta. Tätä systeemiä on kuitenkin myös kritisoitu. Kaikki eivät pidä terveenä mallina sitä, miten valtio määrittelee tällä tavoin taiteilijoiden arvostuksen.<sup>135</sup> Taiteen rahoitusta myöntävät tahot koostuvat yleensä asiantuntijoista, joita on toisinaan syytetty puolueellisuudesta.<sup>136</sup> Valtion apurahat takaavat elannon kuitenkin vain pienelle osalle (n. 10%) taiteilijoita.<sup>137</sup>

---

<sup>131</sup> Yle Radio 1: Kultakuume 2.12.2013.

<sup>132</sup> Ville Anderssonin haastattelu.

<sup>133</sup> Jyrämä 1995, 90.

<sup>134</sup> Jyrämä & Anhava 2008, 189.

<sup>135</sup> Jyrämä 1995, 101.

<sup>136</sup> Klamer 1996, 219.

<sup>137</sup> Sjöberg 2010, 83.

#### 4.2.2. Taiteen välittäjät eli galleriat

Taidemarkkinoilla voidaan jakaa taiteen välittäjät kolmeen eri sektoriin: gallerioihin, taidekauppiaisiin ja huutokauppoihin. Markkinat taas jaetaan kahteen sektoriin: ensi- ja jälkimarkkinoihin, eli taiteen jälleenmyyntiin. Galleriat toimivat taiteen ensimarkkinoilla, taidehuutokaupat ja -kauppiat taas jälkimarkkinoilla.<sup>138</sup>

Vaikka suhtautuisi kielteisesti taidemarkkinoiden kaupalliseen puoleen, on hyvä pitää mielessä, että taidemarkkinat eivät ole massiivinen yksikkö, vaan heterogeeninen joukko erilaisia toimijoita. Kokonaisuudessaan taidemarkkinat jakautuvat huutokauppojen ja gallerioiden kesken. Suomessa 1990-luvun alun laman jälkeen on toiminut ainoastaan kaksi suurta taiteeseen erikoistunutta huutokauppataloa, Bukowskis ja Hagelstam & Co.<sup>139</sup> Näiden lisäksi toimii useita pienempiä ja paikallisia huutokauppoja. Kansainvälistä huutokauppakenttää hallitsevat kaksi jätti Christie's ja Sotheby's. Galleriapuoli taas on huomattavasti monipuolisempi ja vaihtelevampi. Suurin osa toimijoista on pienyrityksiä.<sup>140</sup> Usein galleria ei työllistä yleensä yrittäjänä toimivan galleristin lisäksi kuin muutaman muun työntekijän. Taidegalleriat ovat harvoin taloudellisessa mielessä tuottavia yrityksiä. Yhdysvalloissa galleriatoiminta on ravintoloiden jälkeen arvioitu seuraavaksi konkurssin kohteeksi kuusi kuukautta aloittamisen jälkeen, sillä se on muutamia poikkeuksia lukuun ottamatta lähes täysin kannattamatonta.<sup>141</sup> David Thorsby vertaa taidegallerioita liiketoimintakäyttäytymiseltään kuvataiteilijoihin. Molempien tavoitteena on ensisijaisesti kulttuurisen arvon tuottaminen eikä taloudellisen tuoton maksimointi. Vaikka taidegalleriat ovat liikeyrityksiä, toimivat ne usein samoin kuin voittoa tavoittelemattomat organisaatiot.<sup>142</sup>

Gallerioiden ensimarkkina-asema eroaa jälkimarkkinoista siinä, ettei esimarkkinoita nähdä niin sanottujen harvinaisuuksien markkinoina, sillä ostajien näkökulmasta nyky-

---

<sup>138</sup> Laitinen-Laiho 2003, 32–33.

<sup>139</sup> Laitinen-Laiho 2003, 34.

<sup>140</sup> Davis 2013, 82.

<sup>141</sup> Sjöberg 2010, 14.

<sup>142</sup> Thorsby 2001, 117.

taidetta voidaan aina tehdä lisää. Ensimmäisillä taideteoksella luodaan sen symbolinen arvo ja tätä arvoa mitataan mahdollisesti jälkimarkkinoilla. Jälkimarkkinoilla teoksen taloudellinen arvo saattaa vahvistua yhdessä symbolisen arvon kanssa, tai sitten heiketä.<sup>143</sup> Galleristin tehtävä on tuoda yhteen ostajat ja taide.<sup>144</sup> Taidegalleria paitsi myy taiteilijan teoksia, pyrkii se myös edistämään tämän uraa ja esittämään taiteilijan teoksia yleisölle taidenäyttelyissä.<sup>145</sup> Gallerian tehtävä on myös myydä ja markkinoida taiteilijaa ulkomailla. Tavallisesti kansainvälisiä suhteita pyritään luomaan esimerkiksi osallistumalla nykytaidemessuille.<sup>146</sup> Suomessa kaupalliset taidegalleriat eivät saa tukea toiminnalleen. Niiden ansaintalogiikka perustuu yleensä taidemyynneistä saatavaan provisioon, joka on Suomessa ja muissa maissa tavallisesti 50% teoksen arvonlisäverollisesta hinnasta.<sup>147</sup> Jyrämän ja Anhavan mukaan edustettujen taiteilijoiden määrä galleriassa vaihtelee yleisesti 10 ja 40 välillä, joista ydinryhmään kuuluu maksimissaan 15 taiteilijaa.<sup>148</sup> Yhdysvaltalaisen Richard E. Cavesin mukaan taas taiteilijoiden määrä galleriassa on yleensä 18–25.<sup>149</sup>

Annukka Jyrämä ryhmittelee väitöskirjassaan suomalaiset galleriat neljään eri ryhmään: huippugalleriat, laatugalleriat, liittojen galleriat ja periferiagalleriat. Ryhmittely perustuu Jyrämän kentällä tekemille haastatteluille ja haastateltavien mielipiteille.<sup>150</sup> Suomessa taidemarkkinoiden merkittävimmät toimijat ovat keskittyneet Etelä-Suomeen; Helsinki on luonnollisesti keskus. Omasta mielestäni ryhmittely on toki aiheellista, mutta on hyvä muistaa, että siihen voi hyvin paljon vaikuttaa ryhmittelijän oma rooli taidemaailmassa. Tämän lisäksi moni galleria liikkuu jossain eri ryhmien välillä.

---

<sup>143</sup> Laitinen-Laiho 2003, 33.

<sup>144</sup> Jyrämä & Anhava 2008, 190.

<sup>145</sup> Caves 2000, 37.

<sup>146</sup> Jyrämä & Anhava 2008, 196.

<sup>147</sup> Jyrämä & Anhava 2008, 192.

<sup>148</sup> Jyrämä & Anhava 2008, 197.

<sup>149</sup> Caves 2000, 38.

<sup>150</sup> Jyrämä 1995, 71.

Suomesta asemansa vakiinnuttaneita, kansainvälisesti toimivia gallerioita löytyy vain muutama.<sup>151</sup> Itse lukisin tällä hetkellä tärkeimmiksi suomalaisia nykytaidetta esitteleviksi ja myyviksi taidegallerioiksi Helsingissä sijaitsevat Galerie Anhavan, Galerie Forsblomin ja Helsinki Contemporaryn (ent. Gallery Kalhama & Piippo). Näitä gallerioita voidaan omasta mielestäni pitää tällä hetkellä niinä Suomen ”huippugallerioina”, jotka myös Jyrämä erottaa omaksi ryhmäkseen. Nämä galleriat eivät peri taiteilijoilta näyttelyvuokraa, vaan toimivat provisioperiaatteella. Heillä on myös enemmän ja vähemmän kiinteä ryhmä taiteilijoita, joiden kanssa he tekevät yhteistyötä. Kaikki kolme edellä mainittua galleriaa mainittiin myös haastattelemieni taiteilijoiden haastatteluissa esimerkinomaisesti jokainen ainakin kerran. Nämä galleriat myös edustavat Suomen arvostetuimpia taiteilijoita (taiteilijoita, joita keskeiset taidemuseot ostavat) ja osallistuvat säännöllisesti kansainvälisiin taidetapahtumiin, kuten biennaaleihin ja tärkeille messuille.

Niin sanottuja huippugallerioiden lisäksi Helsingissä toimii useita muita gallerioita, joista Jyrämä käyttää nimitystä laatugalleriat. Laatugallerioita ovat galleriat, jotka esittävät arvostettuja taiteilijoita, mutta joiden taso on ehkä huippugallerioita vaihtelevampaa. Näiden kanssa suurin piirtein samalla viivalla arvostuksessa ovat liittojen tai yhdistysten galleriat. Näiden lisäksi toimii myös muutamia muita taiteilijavetoisia gallerioita, jotka voidaan omasta mielestäni lukea kuuluvaksi liittojen gallerioiden kanssa samaan kategoriaan. Loput gallerioista Jyrämä määrittelee kuuluvaksi neljänteen ryhmään, periferiagalleriat. Jyrämän väitöskirjassa kriteerinä huippu- ja laatugallerialle pidettiin yleisesti kuulumista Galleristit ry:hyn. Itse pitäisin tätä kriteeriä nykyään jo vanhentuneena ja mielelläni jaottelisin Suomen taidegalleriat tällä hetkellä eri perustein. Ryhmittelyssä tai jaottelussa en sinällään näe mitään väärää.

Huippugalleriat ja jossain määrin myös niin sanotut laatugalleriat, toimivat myös taide maailman portinvartijoina. Taidemuseot luottavat näiden gallerioiden makuun ja tekevät niistä mielellään hankintoja. Heidän makuaan ja esimerkkiään seuraavat myös muut

---

<sup>151</sup> Sjöberg 2010, 36.

galleriat, taiteilijat ja taiteesta kiinnostunut yleisö. Heidän toimintatapansa säätelevät ja muokkaavat myös kentän sääntöjä ja normeja.<sup>152</sup>

## 5. Taiteen ja rahan hankala suhde

Yleinen oletus on, että taiteilijoille rahasta puhuminen tai ylipäänsä raha-asioiden kanssa tekemisissä oleminen on epämieluisaa, tai vähintäänkin epäluontevaa.<sup>153</sup> Taiteilijat kuitenkin myyvät teoksiaan ja joskus myös erittäin kovaan hintaan. Rahan ja taiteen yhdistämisen problematiikka ei tietenkään koske kaikkia taiteilijoita. Jotkut taiteilijat ovat tehneet markkinoistaan jopa osan taiteellista työtään, kuten haastattelemani Jani Leinonen, tai YBA-taiteilija<sup>154</sup> Damien Hirst ja amerikkalainen Jeff Koons. He ovat taiteilijoita, jotka ovat röyhkeän kaupallisia ja puhuvatkin taiteestaan kuin se olisi bisnestä.<sup>155</sup>

Taiteilijat kokevat tekevänsä teoksia itselleen tai yleisölle, eivät markkinoille. Markkinat ovat todellisuus, jonka he joutuvat kohtaamaan jopa vastentahtoisesti.<sup>156</sup> Omien haastateltavieni mukaan oikean hinnan löytäminen saattoi olla hankalaa. Haastattelemani Tarja Pitkänen-Walter kertoi nostaneensa viimeisessä näyttelyssään teostensa hintoja tietoisesti kannanottona naistaiteilijoiden alhaisempiin hintoihin vain huomatakseen, etteivät ne menneetkään niin hyvin kaupaksi kuin oli oletettu.

*”Sitten kun mä taas aattelen mun viimeisintä Aman näyttelyä, kun mulla oli sen verran sitä museokokemusta siitä, että mä teen mitä mä teen. Se Sculptorin näyttely, se meni hirveen hyvin ja sitten siinä Amassa en enää piitannut ollenkaan. Se ei sit myynytkään niin hyvin. Toisaalta hinnat oli aika kovat siellä Aman näyttelyssä. Mä laitoin hinnat*

---

<sup>152</sup> Jyrämä 1995, 91.

<sup>153</sup> Bourdieu 1984, 82.

<sup>154</sup> YBA eli Young British Artists oli lontoolainen 1980- ja 90-luvuilla toiminut taiteilijaryhmä, johon kuului käsitetaiteilijoita, installaatiotaiteilijoita, taidemaalareita ja kuvanveistäjiä.

<sup>155</sup> Klamer 1996, 25.

<sup>156</sup> Robertson 2005, 131.

*isolle, kun just oli ollut juttua Hesarissa siitä, miten naistaiteilijoiden euro on pienempi kuin miestaiteilijoiden. Että miten paljon vähemmän naistaiteilijoiden töitä edes ostetaan ja pienemmällä hinnalla. Mä laitoin kovalle hinnat, mutta ei ne menny.*”<sup>157</sup>

Taideteoksen voi ostaa, omistaa tai myydä eteenpäin, mutta taideteos voidaan ymmärtää myös palveluna tai teoksen äärellä saatuna esteettisenä kokemuksena. Taidemarkkinoilla teokset sisältävät molemmat näkökulmat. Gallerioissa asiakkaat voivat katsoa ilmaiseksi teoksia ja nauttia taidekokemuksesta. Taidetta ei kuitenkaan voida erottaa fyysisestä taidetuotteesta. Näin ollen galleriat myyvät sekä fyysisiä tuotteita, että taidekokemuksia. Maksava asiakas siis ostaa teoksen saadakseen tämän kokemuksen uudelleen.<sup>158</sup> Kansainvälisillä taidemarkkinoilla taidetta myydään erityyppisissä paikoissa, erilaisista lähtökohdista. Haastattelemani taiteilija kuvasi tilannetta näin:

*“Jos miettii vaikka jotain Mark Rothkoa, tai jotain tällasta. Jos sä menet jonnekin East Siden privaattigalleriaan, niin se on hintalapulla myynnissä siellä. Mutta sitten kun se on esillä jossain Gagosianilla<sup>159</sup>, niin siinä on vaan hienot valot. Samalla lailla se on kaupan molemmissa, mutta se myydään sellaisena kokonaisvaltaisena elämyksenä siellä Gagosianilla, jos se on galleriassa esillä. Mutta kun sä menet ostaa sen taulukaupasta, niin sitten sä ostat sen pankkiholviin sijoitusesineeksi.*”<sup>160</sup>

Taide oli alkujaan käsityötä, jota tuotettiin uskonnollisten rituaalien kuvituksiksi tai vaikutusvaltaisten henkilöiden muotokuviksi, koristeluun ja sisustukseen, esimerkiksi hovien ja kirkkojen tarpeisiin. Samoihin aikoihin, kun nykyisen kaltainen itsenäinen taiteilijatyyppe syntyi tuli taiteen hinnanmuodostuksesta tärkeä kysymys. Kuinka asettaa ihmisen edistyksellisimmille kyvyille hinta? Mutta vasta viimeisen

---

<sup>157</sup> Tarja Pitkänen-Walterin haastattelu.

<sup>158</sup> Jyrämä 1995, 9.

<sup>159</sup> Gagosian, on amerikkalaisen Larry Gagosianin johtama, vuonna 1979 perustettu kansainvälinen taidegalleria, jolla on toimipisteitä ympäri maailmaa. Larry Gagosian on taidemaailman yksi kiistellyimpiä hahmoja, sekä myös yksi vaikutusvaltaisimpia, ellei jopa vaikutusvaltaisin, galleristi.

<sup>160</sup> Liisa Lounilan haastattelu.

viidenkymmenen vuoden aikana ovat esteettinen laatu ja markkina-arvo kietoutuneet toisiinsa yhtä vahvasti kuin ne toisiaan ideologisesti hylkivät.<sup>161</sup> Bourdieu puolestaan ajoittaa tämän muutoksen ajallisesti vasta teollisen vallankumouksen ja romantiikan yhteyteen.<sup>162</sup>

Taiteen maailma saattaa näyttäytyä jonkinlaisena vapauden maailmana, mutta sekä taiteen tekeminen että myyminen ovat kontrolloituja, kuten taidemarkkinoita usein kriittisesti tutkinut Julian Stallabrass toteaa. Galleriat solmivat monesti eksklusiivisia sopimuksia taiteilijoiden kanssa, joiden odotetaan tuottavan tietty määrä tietynlaisia taideteoksia. Verrattuna muihin taiteen aloihin, vain kuvataiteessa kaupankäynnin ydin on harvinaisten ja uniikkien teosten tuotanto. Niitä voivat useimmin omistaa vain varakkaimmat, olkoon kyseessä yksittäiset henkilöt, yritykset tai valtiot.<sup>163</sup>

*”Mun mielestä taidemaailman suurin ristiriita on se, että periaatteessa taiteilijan teke-  
mät sisällöt, ei tietenkään aina, mutta usein on inklusiviisia. Ne on tarkoitettu isoille  
laajoille massoille ja haluaa puhua hyvien asioiden puolesta, mutta sitten kun se taide-  
teos on myynnissä siellä markkinoilla, niin sehän on tosi eksklusiivinen, niitä on tosi  
vähän niitä teoksia, useimmiten on olemassa vain se yksi uniikki kappale. Sehän on  
valtava ristiriita taiteilijan tekemisen ja sen myyntikoneiston välillä.”<sup>164</sup>*

## 5.1. Suhteet taidemarkkinoiden toimijoiden välillä

On hyvä pitää mielessä, että varsinkin Suomessa, jossa taidemarkkinat ovat pienet, ei suurin osa ammattitaiteilijoista ole minkään gallerian listoilla, vaan he toimivat kentällä itsenäisesti. Tähän vaikuttavia tekijöitä voivat olla maamme pieni väestöpohja tai perinteet. On jopa esitetty, että Suomen kentän sisäänpäin kääntyneisyys ja pienuus

---

<sup>161</sup> Mattick 2006, 1.

<sup>162</sup> Bourdieu 1984, 113.

<sup>163</sup> Stallabrass 2004, 101–102.

<sup>164</sup> Jani Leinosen haastattelu.



haittaavat taiteilijoidemme kansainvälistä menestymistä.<sup>165</sup> Vakituksessa galleriasuhteessa oli haastattelemistani viidestä taiteilijasta vain kaksi taiteilijaa; tällä hetkellä kolme.

Hollantilainen sosiologi Olav Velthuis on tutkinut nykytaidemarkkinoita teoksessaan *Talking Prices – Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art* (2005). Velthuis käsittelee teoksessaan myös taiteilijan ja galleristin monimutkaista suhdetta. Monissa tapauksissa taiteilijat olivat tyytymättömiä galleristeihinsa. He saattoivat esimerkiksi väittää, että asiakas saa enemmän galleristin huomiota kuin taiteilija, tai että galleristi on kiinnostuneempi rahasta kuin taiteesta.<sup>166</sup>

Joka tapauksessa taiteilija-galleristisuhte ei ole vain tavanomainen liikesuhde, vaan jotain enemmän. Se on monesti herkkä suhde, joka perustuu molempien osapuolien keskinäiselle luottamukselle. Taiteilija-galleristisuhteen päättymisen voi muistuttaa avioeroa: tiet eroavat syystä tai toisesta; ehkä jompikumpi on löytänyt uuden tai keskinäiset ristiriidat ovat sovittamattomia. Ehkä galleristi on pettynyt taiteilijan teosten huonoon myyntiin tai sitten taiteilija siirtyy uudelle galleristille, jonka uskoo edistävän uraansa entistä paremmin, esimerkiksi myymällä teoksia museoihin. Eron syynä voi olla myös se, etteivät taiteilijan teokset eivät enää sovi gallerian profiiliin.<sup>167</sup>

Velthuisin mukaan galleristit väittävät, etteivät he koskaan antaisi kaupallisuuden menenä taiteellisten prioriteettien edelle, eivätkä he antaisi raha-asioiden häiritä suhteitaan taiteilijoihin ja keräilijöihin.<sup>168</sup> Hän kuitenkin tulkitsee, ettei rahan ja taidemaailman suhde ole täysin ongelmaton. Hän jakaa galleriat *riistäjiin* ja *löytäjiin*.<sup>169</sup> Lienee sanomattakin selvää, että näistä jälkimmäinen ryhmä edustaa sitä galleristien ihanetyyppeä, jonka kanssa taiteilija mielellään työskentelee. Käytännössähän galleria

---

<sup>165</sup> Saarikoski 2009.

<sup>166</sup> Velthuis 2005.

<sup>167</sup> Velthuis 2005, 57.

<sup>168</sup> Velthuis 2005, 2.

<sup>169</sup> Velthuis 2005, 58.

on taiteilijan tuotteiden jälleenmyyjä eli toisin sanoen galleria on taiteilijan asiakas eikä päinvastoin. Taiteilija ei myöskään ole perinteisessä mielessä työsuhteessa galleriaan. Työsuhteet taidemaailmassa voivat kuitenkin olla problemaattisia, jos ne antavat liikaa painoarvoa galleristille alistaen taiteilijaa.<sup>170</sup>

Yhden näkemyksen mukaan ihanteellinen galleria myös: ”...myis ihan helvetisti ja pääasiassa myis tietenkin museoihin. Se myös järjestäis näyttelytilaisuuksia jossain isoissa biennaaleissa ja sun muissa. Se toimisi niin kuin manageri, että se oikeesti hoitaisi kaiken plus antaisi sulle tosi paljon vapautta tehdä sitä mitä sä haluat ja olisi siinä ehkä vielä tukemassa ja kehittämässä niitä ideoita. Kyllä mä veikkaan, että se tärkein duuni kuitenkin gallerialla on se, että se myy.”<sup>171</sup>

Pierre Bourdieu esittää kysymyksen siitä, kuka oikeasti luo kulttuurituotteen arvon; galleristi vai taiteilija.<sup>172</sup> Bourdieun mukaan luomisen ideologia, mikä tekee taiteilijasta ensimmäisen ja viimeisen teoksen arvon lähteen, peittää alleen sen faktan, että kulttuuriryrittäjä (eli galleristi) on samalla henkilö, joka hyödyntää taiteilijan työtä käymällä kauppaa ”pyhällä asialla” ja sama henkilö, joka asettamalla sen markkinoille, eli laittamalla taideteoksen näyttelyyn, osallistuu tuotteen luomiseen, joka ilman löytämistä olisi pelkkä luonnonvara.<sup>173</sup>

Taiteilijat pitävät mielellään näyttelyitä gallerioissa, jotka myyvät teoksia näyttelyistä. Painoarvoa saatetaan myös antaa näyttelyohjelmalle, hyvälle sijainnille ja näyttelytilalle. Taiteilijan ja gallerian suhde on kaksisuuntainen: galleristi on suoraan riippuvainen taiteilijoista ja toisaalta myös taiteilijan status voi nousta, jos hän saa näyttelyn arvostettuun galleriaan. Gallerian myyntivolyymi vaikuttaa sen arvostukseen, vaikkei pelkkä taloudellinen menestys luo legitimizeettiä taidemarkkinoilla.<sup>174</sup> Haastattelemieni taiteilijoiden suhtautuminen gallerioihin vaihteli taiteilijoiden omien kokemusten mukaan.

---

<sup>170</sup> Velthuis 2005, 69.

<sup>171</sup> Jani Leinosen haastattelu.

<sup>172</sup> Bourdieu 1984, 76.

<sup>173</sup> Seiberling 1998, 143.

<sup>174</sup> Jyrämä & Anhava 2008, 190, 192.

Suhde galleristeihin oli haastattelemieni taiteilijoilla usein kaksijakoinen. Taiteilija-galleristisuhteen ristiriidoista taiteilijat antoivat seuraavankaltaisia esimerkkejä:

*”Mä en tiedä... Mulla on kaksijakoinen suhde siihen sillälailalla, että toisaalta tietysti, jos sulla on hyvä galleristi, joka todella vie sun työtäsi eteenpäin ja Suomessa se ei riitä, että on Suomessa, vaan pitää olla kansainvälinen, koska ei täällä ole markkinoita sillälailalla. Mutta sitten toisaalta mua ahdistaa se ajatus, että se on monopolisoitu ja määrää niin hirveesti sun työtäs. Myös jopa miten galleristi sensuroi tietyllä lailla. Sensuroi myös sitä mitä sä sanot; ihan lehdistötiedotteessa ja näin pois päin. ’Tommonen mitta, noin et saa, tota ei kannata’, niin en kyllä ihan hyväksy sitä. --- Galleristi voi potkaista sut pellolle milloin vaan, kun sä et tarpeeksi lypsä sille.”<sup>175</sup>*

Jos kokemusta ei vielä galleriayhteistyöstä ollut, oli suhtautuminen varovaisen positiiivista ja ”ympäripyöreämpää”. Nuoren taiteilijan näkökulma galleristiin ja kuraattoreihin on mielestäni tulkittavissa optimistisemmaksi kuin kokeneemmilla kollegoilla:

*”Se olisi semmonen suhde, jossa molemmat tekisi sen mitä osaa. Ei puututtaisi liikaa siihen taiteilijan varsinaiseen työhön galleristin puolesta. --- Niin, pahimmassa tapauksessa ehkä se voi olla tietynlaista painetta siitä, että minkälaisia töitä pitäis tehdä. --- Mun mielestä parhaimmassa tapauksessa kuraattorin ja taiteilijan suhde voi olla todella vastavuoroinen ja hyödyllinen. Niin mä uskon.”<sup>176</sup>*

*”Mutta tietysti toivon, että pääsen hyvätasoiisiin gallerioihin ja ehkä sitten ulkomaille jossain vaiheessa. ---Tietysti on hyvä, että teosten myynnistä vastaa asiaan pätevyitynyt henkilö, ettei tarvitse itse hoitaa sitä puolta. Ja taiteilijaa edustavalla taholla on usein hyviä kontakteja ulkomaille. Onhan se taiteilijalle meriitti päästä ”talliin” hyvään galleriaan. Onhan siinä sitten se, että gallerioilla saattaa olla melko korkea myyntiproviisio. Sehän on yleensä 50% Helsingissä ainakin.”<sup>177</sup>*

---

<sup>175</sup> Tarja Pitkänen-Walterin haastattelu.

<sup>176</sup> Ville Anderssonin haastattelu.

<sup>177</sup> Maria Laineen haastattelu.

Kun taiteilijaa edustava galleria toimii ulkomailla tuo se puolestaan mukana omanlaisiaan haasteita: ”Kyllähän jos unelmien galleriaa haetaan, niin se tietenkin antaa sulle myös paljon huomiota. Jos sä lähetät sille sähköpostia, niin se vastaa nopeasti, se tulee käymään sun työhuoneella. Siinä Sveitsin galleriassa on se, että ne myy tosi hyvin, mutta ne onkin sellasia myyntitykkeitä. Se mitä mä eniten sieltä kaipaisin olisi se, että ne olisi yhteydessä enemmän ja sieltä saisi vastauksia niihin kysymyksiin.”<sup>178</sup>

”Kyllä mä veikkaan, että mitä korkeammalle siellä galleria- tai markkinahierarkiassa mennään, niin kyllä siellä enemmän kompromisseja joudutaan tekee sen kanssa, ihan vaan asiakkaiden takia.”<sup>179</sup>

Asiakkaat ovat taidemarkkinoilla varsin heterogeeninen toimijaryhmä, johon kuuluu sekä institutionaalisia ostajia (esim. yritykset), että yksityisiä asiakkaita (esim. satunnaiset ohikulkijat). Näiden toimijoiden vaikutus taidemaailman toimintaan ja taiteen arvottamiseen on epäyhtenäinen. Esimerkiksi arvostetun keräilijän vaikutus on usein huomattava, kun taas satunnainen ostaja ei vaikuta itse taiteen määrittämiseen.<sup>180</sup>

Haastattelemini taiteilijoiden asiakkaita olivat olleet yksityiset ostajat, museot ja yksityiset kokoelmat. Taidemuseot, Suomessa erityisesti Kiasma, ovat taiteilijoille tärkeimpiä asiakkaita. Osto museoon on osoitus institutionaalisesta arvostuksesta sekä jatkuvuudesta ja se samalla legitimoit taiteen arvon.<sup>181</sup> Museot toimivat taidemarkkinoilla useassa roolissa. Yksi on tietenkin hankkijan rooli, joka tuli selväksi edellä. Toisaalta museo (tai museon kuraattori) voi toimia uuden kyvyn löytäjänä ja uusien trendien näyttäjänä, jo ennen galleristia.<sup>182</sup> Suomessa Kiasman erityisasema osana Valtiontaidemuseota on selvä. Gallerioissa usein on tapana merkitä Kiasman ostoa seinätarralla teoksen yhteyteen näyttelyssä. Tällä tavoin Kiasman toiminta osaltaan legitimoit galleri-

---

<sup>178</sup> Jani Leinosen haastattelu.

<sup>179</sup> Jani Leinosen haastattelu.

<sup>180</sup> Jyrämä & Anhava 2008, 189.

<sup>181</sup> Jyrämä & Anhava 2008, 193.

<sup>182</sup> Moulin 1994, 10.

oita niiden esittämien taiteilijoiden kautta.<sup>183</sup> Kiasman ja muiden museoiden hankinnoista on siis näin suoraa ja epäsuoraa hyötyä taidegallerioille, ja sitä kautta myös taiteilijoille.<sup>184</sup>

*”Kokoelmiin menee sellaiset [teokset], mistä on kirjoitettu jonkun tärkeän tai ajankoh-  
taisen tyyppin toimesta ja niiden punktum on ollut oikea, silleen oikeassa paikassa  
oikeeseen aikaan, oikeassa kontekstissa. Se nostaa niiden teosten arvoa, mutta se ei  
tarkoita, että ne menisivät kaupaksi.”*<sup>185</sup>

Museo on toivottu asiakas myös siitä syystä, että museoon päätyvä teos tulee todennäköisesti ainakin jossain vaiheessa julkisesti esille. Suoraan työhuoneelta yksityiskotiin myytyä teosta ei moni ostajan lähipiiriä lukuun ottamatta tule välttämättä koskaan nähdä.

*”Millä muulla alalla tahansa tekijä olis tyytyväinen siihen, että suoraan sen työhuoneelta myydään niitä teoksia, mutta taiteilijana mä koen, että se vaan ei täytyä sitä tarkoitusta, jos [teos] lähtee johonkin kokoelmaan eikä koskaan tuu esille mihinkään.”*<sup>186</sup>

Uransa alussa olevien taiteilijoiden asiakkaita ovat pääasiassa yksityishenkilöt. Tästä huolimatta myös nuorempien haasteltavieni teoksia oli jo ostettu museoihinkin.

*”Joo yksityisille henkilöille ja yrityksille. Ja yksi museolle. Tässä kahden vuoden sisällä on ollut myyntiä tämän Salmelan myötä, että sitä ennen ei ole ollut kokemusta. Enkä nyt osaa enteillä että miten jatkossa. Ei ole vielä semmosta vakaata kokemusta siitä.”*<sup>187</sup>

---

<sup>183</sup> Jyrämä & Anhava 2008, 193.

<sup>184</sup> Jyrämä & Anhava 2008, 206.

<sup>185</sup> Liisa Lounilan haastattelu.

<sup>186</sup> Jani Leinosen haastattelu.

<sup>187</sup> Maria Laineen haastattelu.

*”Niitä (ostajia) on eri tahoilta. Eli sekä yksityisiltä ja sitten museoilta, mutta myös tällaisilta yksityiskeräilijöiltä, joilla on sitten laajempi kokoelma hallussaan. Periaatteessa kaikilta eri tahoilta.”*<sup>188</sup>

## **5.2. Taiteen hinnan muodostuminen**

Taide on kulutushyödykkeenä hyvin poikkeuksellinen. Taidetta myydään määrällisesti erittäin vähän verrattuna melkein mihin tahansa muuhun tuotteeseen. Myös potentiaalisia ostajia teosta kohden on vähän. Ei myöskään ole olemassa kahta samanlaista teosta lukuun ottamatta sellaisia tekniikoita, joissa teoksista tuotetaan editioita, kuten valokuvauksessa tai taidegrafiikassa.<sup>189</sup>

Ulkopuolisen voi olla mahdoton arvioida taideteoksen hintaa. Kuten jo aiemmin on todettu, jälkimarkkinoilla teoksen hinta määräytyy kysynnän mukaan. Ensimmäisillä markkinoilla taas on olemassa huomattavasti enemmän hintaan vaikuttavia tekijöitä. Teokset hinnoitellaan yleensä koon, tekniikan, materiaalin ja muiden mitattavissa olevien tekijöiden mukaan, mutta taiteen hinnoittelun on myös sanottu olevan yksi galleristin synnynnäisiä kykyjä.<sup>190</sup> Taiteen hinnanmuodostukseen liitetään toisinaan jonkinlaista mystiikkaa, mikä koskee erityisesti nykytaidetta. Taiteilijoiden kanssa keskustellessani olen havainnut, että jopa heidän itsensä on toisinaan on vaikea määrittellä sopiva hinta taideteokselle. Näin kokevat varsinkin taiteilijat uransa alussa. Haastattelemanuori taiteilija kuvaa kokemuksiaan teosten hinnoittelusta isossa ryhmätyössä seuraavasti:

*”Sain itse päättää maalausten hinnat. Tietysti hinnoista olisi varmaankin joutunut neuvottelemaan, jos ne olisivat olleet jotakin ihan muuta, jota he olisivat pitäneet*

---

<sup>188</sup> Ville Anderssonin haastattelu.

<sup>189</sup> Robertson 2005, 245.

<sup>190</sup> Jeffri 2005, 131.

*kohtuullisena. Ilmeisesti hinnat olivat aika kohdillaan. Pistin kyllä merkille, että kun näyttelyssä oli mukana paljon nuoria taiteilijoita, niin hinnat tekijöiden välillä heittelivät aika laajalla skaalalla.*”<sup>191</sup>

Galleristeille on tyypillistä, että he mieltävät itsensä taiteen rakastajiksi. He eivät ole lähteneet uralleen tavoitellakseen taloudellisia voittoja, vaan auttaakseen taiteilijoita myymään teoksiaan. Kaikki rahaan viittaava, hintalapuista kassakoneisiin, on poissa silmistä heidän galleriatiloissaan.<sup>192</sup> Näin siitäkin huolimatta, että kaupallinen galleria on liikeyritys, jonka täytyy tuottaa voittoa, jotta se pystyy toimimaan taidemarkkinoilla. Gallerioiden toimintaa voidaan pitää sikäli vaikeana, että ne ovat liikeyrityksiä, joiden tuotteet kuitenkin hylkivät niiden ympärillä olevaa symbolista kontekstia. Galleristien on siis tasapainoitettava taiteen substanssia käsittävän metafysisen ristiriidan kanssa.<sup>193</sup>

Taidekentän toimintatapoihin kuuluu tietynlainen häveliäisyys, jonka voidaan olettaa johtuvan juuri tästä kahden vastakkaisina pidettyjen maailmojen kohtaamisesta. Galleristien tulisi esimerkiksi aina myydä teoksia hyvin hienovaraisesti. Myynnissä käytetään varovaisia kontakteja, keskusteluja ja liikkeitä.<sup>194</sup> Taidegallerioissa hintoja ei aina edes merkitä esille ollenkaan. Suomessa tyypillisin tapa on merkitä hinnat teoslistaan, ei (missään tapauksessa) teoksen yhteyteen. On myös arvioitu, että jos gallerioita vaaditaan merkitsemään hinnat, sen sijaan että lisättäisiin informaatiota ostajille, saatetaan käytännössä kertoa heille ainoastaan se korkein hinta, mikä heidän tarvitsee maksaa.<sup>195</sup>

Nykytaide on määritelmällisesti vanhaa taidetta vaikeampi hinnoiteltava, koska siltä puuttuu hintahistoria. Tästä huolimatta nykytaide on ollut viime vuosina spekulatiivisten sijoitusten roolissa. Samalla sen asema taidemarkkinoilla on vahvistunut. Vuonna 2007 nykytaide oli noussut arvoltaan suurimmaksi kategoriaksi merkittävimmissä huutokaupoissa ja vuonna 2008 Christie'sin huutokaupan edustaja kutsui nykytaidetta

---

<sup>191</sup> Maria Laineen haastattelu.

<sup>192</sup> Velthuis 2005, 2.

<sup>193</sup> Laitinen-Laiho 2001, 17.

<sup>194</sup> Jyrämä 1995, 100.

<sup>195</sup> Grampp 1989, 143.

huutokauppojen kantavaksi voimaksi.<sup>196</sup> On kuitenkin muistettava, että valtaosa nykytaiteen huutokauppamyynnissä liikkuvasta rahasta menee välittäjäportaille ja imagonrakennuskustannuksiin – ei siis taiteilijalle.<sup>197</sup> Huutokauppojen ansaintalogiikka on myös jo lähtökohtaisesti puhtaasti voittoa tavoittelevaa, toisin kuin gallerioissa tyyppillisesti.<sup>198</sup>

Taideteoksen hinnoittelua on jopa kutsuttu taiteenlajiksi itsessään.<sup>199</sup> Toisin sanoen hinnoitteluun vaikuttavat niin monet tekijät, myös symboliset, että hinnoittelu on ymmärretty luovaksi toiminnaksi.<sup>200</sup> Todellisuudessa hinnat kuitenkin yleensä määräytyvät muutamien tiettyjen selkeiden tekijöiden mukaan. Nyrkkisääntönä taideteoksen hinta on valmistuskulut ja tämän päälle taiteellinen tai esteettinen arvo.<sup>201</sup> Useimmiten taiteilija ja galleristi neuvottelevat teoksen hinnan yhdessä. Taideteosten hinnoittelussa käytetään yleisesti taiteilijakohtaista kerrointa, jonka mukaan teoksen hinta määräytyy. Kerrointa käytetään teosten hintojen laskemiseen esimerkiksi yhdessä Suomen johtavassa galleriassa, Galerie Anhavassa. Galleristi Ilona Anhavan mukaan hintakerroin on yksinkertainen tekninen apukeino. Hinta määräytyy laskemalla teoksen korkeus ja leveys yhteen, ja kertomalla lopputulos taiteilijan henkilökohtaisella kertoimella. Kertoimen suuruuteen vaikuttavat taiteilijan ikä, ura, kansainvälinen menestys, myynti kotimaassa, odotusarvot, ja myös teosten ominaislaatu.<sup>202</sup> Kerroin varmasti helpottaa galleristin työtä ja myös hintatason tarkastelua. Se ei muuttamattomana kuitenkaan sovellu kuin tietynlaisten kaksiulotteisten teosten, kuten maalausten hinnoitteluun. Hintaan vaikuttavia seikkoja haastatteleman taiteilijat tunnistivat samansuuntaisesti: *”Tekniikka, materiaali, aikaisemmat näyttelyt, aikaisemmat hinnat, koulutus, mies-nainen, mistä kotoisin...”*<sup>203</sup>

---

<sup>196</sup> Davis 2013, 80.

<sup>197</sup> Sjöberg 2010, 31.

<sup>198</sup> Sjöberg 2010, 44.

<sup>199</sup> Velthuis 2005, 118.

<sup>200</sup> Velthuis 2005, 124.

<sup>201</sup> Jyrämä, 1995, 13.

<sup>202</sup> Yli-Lassila 2007.

<sup>203</sup> Liisa Lounilan haastattelu.



Taideteoksen hinta on arvon indikaattori. Vaikka galleristit nostavat säännöllisesti taiteilijan hintoja indikoiden taidemaailmalle taiteilijan menestystä, ei hintaa voida kuitenkaan nostaa liian ylös, koska silloin teos ei löydä ostajaa. Hinta on riippuvainen kysynnästä ja tarjonnasta. Poiketen kuitenkin useimmista muista hyödykkeistä, taideteoksen hinnan alentaminen ei ole vaihtoehto, sillä se viestittää epäonnistumista. Galleristit mieluummin antavat avokätisiä alennuksia tai vetävät teokset toistaiseksi pois markkinoilta.<sup>204</sup> Onkin aiheellista kysyä, onko alennuksen antamisessa kyse myös jostain muusta kuin hinnan asettamisesta sellaiselle tasolle, että se on asiakkaalle helpommin hankittavissa. Yksi selitys on myös asiakassuhteen vaaliminen ja vahvistaminen. Alennus antaa asiakkaalle tunteen erityisyydestä, jolloin hän ehkä palaa asiakkaaksi uudelleen. Toisaalta alennusten ollessa yleinen käytäntö alalla asiakkaat osaavat olettaa ja pyytää niitä. Hintojen alennukset ja lahjat (kuten taidekirjat tai gallerioiden kustantamat illalliset) ovat enemmän sääntö kuin poikkeus ja myös gallerioiden tapa palkita hyviä asiakkaitaan. Alennuksia saavat usein museot, tutut ostajat, hyvät ja arvostetut keräilijät, mutta sellainen voidaan antaa myös nuorelle vasta aloittelevalle keräilijälle, jonka budjetti on rajallisempi. Eli toisin sanoen, melkeinpä kuka tahansa voi saada alennuksen.<sup>205</sup>

*”Se virallinen hinta määräytyy arvonäyttelyiden perusteella. Se on sellainen saksalainen index, millä se lasketaan, että kuinka paljon mun teoksen pitäisi maksaa. Tai mikä on sen oikea arvo. --- Sen indexin mukaan mun videoiden hinnan pitäisi olla lähempänä X euroa, mutta Suomessa on turha kuvitella, että mä saisin yli 1/3 X siitä. Lähtöhinta on 1/2 X, vaikka periaatteessa kysyntähinta olisi X, mutta se todellinen kauppahinta on 1/3 X. Se (X) on index-hinta, mutta siitä sitten tingitään alaspäin. Se ei ole toteutunut kauppahinta koskaan. Jos kysyntä on isompaa mitä index näyttäisi, silloin teosten hinta nousee, mutta se ei tarkoita, että niiden teosten laskennallinen arvo, mikä perustuu sille näytölle, olisi yhtään korkeampi.”<sup>206</sup>*

---

<sup>204</sup> Jeffri 2005, 131.

<sup>205</sup> Velthuis 2005, 81.

<sup>206</sup> Liisa Lounilan haastattelu.

Huomionarvoista on se, että teoksen hinta ei useinkaan ole sen laskennallinen hinta tai edes ilmoitettu myyntihinta. Tinkiminen on taidemarkkinoilla enemmän sääntö kuin poikkeus. Sjöbergin mukaan ostajan tinkiessä erotus on pois taiteilijan, ei galleristin osuudesta. Oman kokemukseni mukaan erotus tehdään molempien osuudesta. Kummasakin tapauksessa valta on ostajalla ja taidetta paljon ostavat myös tietävät valtansa. Taiteilijan myydystä työstään saama tuotto vaikuttaa hänen ansaintaansa, eikä hänelle jää yleensä tinkimisen varaa. Hänen on vastaanotettava ostajan tarjous tai jättää teos myymättä. Tämän vuoksi Sjöberg ehdottaa, että olisi tarpeellista hahmottaa taideteosten myyntihinnan suhdetta tuotantohintaan.<sup>207</sup>

Taiteilijan teos voi olla esimerkiksi maalaus, veistos, installaatio, video tai performanssi. Valmis teos on olemassa fyysisessä muodossa (embodied), kuten maalaus, tai tekijänoikeuksina (kuten musiikin tapauksessa). Teos itsessään, tai sen oikeudet, voivat olla kaupan. Teos kuuluu tekijänoikeuden piiriin ja näin teos antaa sen omistajalle mahdollisuuden ottaa haltuun sen taloudellisen arvon. Samanaikaisesti teos on olemassa myös ideana. Idean jatkuvan kierron vuoksi yksilölliset arviot saattavat vaihdella ajan kuluessa, ja saattaa kestää kauan ennen kuin teoksen kulttuurinen arvo vakiintuu. Silloinkaan, se ei välttämättä ole vakaa ajan kuluessa.<sup>208</sup>

Taidemarkkinoilla on yksinkertaistaen kyse taideteoksen esteettisen arvon muuntamisesta taloudelliseksi arvoksi. Kulttuuriekonomistit katsovat taiteella olevan kahdenlaista arvoa: taide sijoituskohteena ja taide kulutushyödykkeenä.<sup>209</sup> Yhteiskunta saa ansaitsemaansa taidetta ja markkinat yksinkertaisesti kääntävät maun arvoksi.<sup>210</sup> Taiteen arvo voi myös joissain tapauksissa ylittää sen sijoitusarvon. Korkealaatuisin tai tunnearvoltaan merkittävä taideteos pitää sisällään attribuutteja, joita taidemarkkinat eivät voi tavoittaa. Nykyään teokset, joilla näitä attribuutteja on, kuuluvat usein julkisten taidemuseoiden kokoelmiin, ja ovat näin osa valtion kulttuurista pääomaa.<sup>211</sup>

---

<sup>207</sup> Sjöberg 2010, 54.

<sup>208</sup> Robertson 2005, 233–234.

<sup>209</sup> Robertson 2005, 89.

<sup>210</sup> Robertson 2005, 60.

<sup>211</sup> Robertson 2005, 235.

Taiteen arvo määrittynyt siis taustalla olevien sisäisten ja ulkoisten voimien vaikutuksesta. Sisäisiä piirteitä ovat: koko, materiaalit, teoksen päivämäärä, kunto, proveniensi, aihe, sekä tietysti tekijän nimi ja maine. Ulkoisia seikkoja ovat makroekonomiset ja poliittiset voimat, jotka heijastuvat usein pörssimarkkinoilla. Tekniikallakin on oma merkityksensä: esimerkiksi paperille tehty teos on hinnaltaan edullisempi kuin levyllä tehty. On myös havaittu, että niin sanotusti kärjessä olevan nykytaiteen markkinoilla taiteilijan maine merkitsee enemmän kuin teoksen koko tai materiaalit.<sup>212</sup>

Haastattelujeni perusteella teosten hinnoittelu tapahtui aina gallerian ja taiteilijan yhteisymmärryksessä. Mitä enemmän kokemusta taiteilijalla oli teosten myynnistä, sitä selkeämmin he osasivat määritellä teosten hintoja ja hinnoitteluun liittyvistä tekijöistä. Hinnoittelu perustui taiteilijoiden mukaan usein myös muihin taiteilijoihin vertailuun.

*”Noh, kyllä mä itse hinnoittelen, mutta kyllä galleristi sitten siinä on mukana. Kyllä sitä aina gallerian kanssa katsotaan. Siinähan katsotaan tällaisia keskitasoja, verrataan muihin taiteilijoihin, katsotaan listoja niistä aikaisemmista näyttelyistä, että mihin kategoriaan mä suunnilleen asetun, että kehen mä voin verrata mun hintoja. Tietysti siihen vaikuttaa kaikki tällaiset esillä olemiset ja missä kokoelmassa sä oot ja koko se sun ura.”*<sup>213</sup>

Ideaalitilanteessa teosten hinta kasvaa taiteilijan urakehityksen myötä. Tämän vuoksi nuoria taiteilijoita yleensä kehoitetaankin asettamaan hinta mahdollisimman alas, jotta sitä on mahdollista nostaa jatkossa, kun meriittejä kertyy. Suomen taide-markkinoilla ammattitaiteilijan keskikokoiset maalaukset ovat tällä hetkellä hinnaltaan 3000 – 12 000 euron tuntumassa. Isokokoisemmat ansioituneen taiteilijan teokset voivat maksaa 15 000 euroa, mutta yli 20 000 euron hinta on jo melko harvinainen.<sup>214</sup> Näin korkeisiin hintoihin yltävät ensimarkkinoilla kuitenkin muutamaiset taiteilijat, joilla on ollut pitkä ja menestyksellinen ura tai sitten teoksen

---

<sup>212</sup> Robertson 2005, 233–234.

<sup>213</sup> Tarja Pitkänen-Walterin haastattelu.

<sup>214</sup> Laitinen-Laiho 2011, 95.

valmistuskustannukset ovat korkeat tai materiaalit hyvin arvokkaita. (Esimerkkinä julkiset veistokset, joita en ole tässä tutkielmassa käsitellyt.)

*”Hinnat seuraa tietenkin uraa, mutta seuraa myös sitä minkälaisessa galleriassa sä oot. Esimerkiksi mä oon nyt päässyt yhteen maailman huippugalleriaan ja nehän on nostaneet mun hinnat ihan hirveen korkeiksi. Alussa mä pelästyin sitä, että Suomesta ei enää kukaan osta, kun täällä taiteen hinnat on aika matalla, mutta se oli turha pelko, koska kyllä täältäkin on löytynyt ostajia.”<sup>215</sup>*

On myös huomionarvoista, että hinnat, joita Suomen markkinoilla voidaan pitää hyvinkin korkeina, ovat globaaleilla taidemarkkinoilla vaatimattomia. Taideteoksen hinta, joka ymmärretään varovaiseksi tai vaatimattomaksi yksissä piireissä, saataan tulkita merkiksi ylimielisyydestä jossain toisaalla.<sup>216</sup> Moni taiteilija ei voi teoksistaan edes pyytää tätä 3000 euron keskihintaa, jota voidaan pitää myös jonkinlaisena vedenjakajahintana, minkä niin sanotusti tavallinen suomalainen taiteen ostaja on valmis maksamaan.<sup>217</sup> Suomalaisen taiteen alhaiset hinnat saattavat myös haitata taiteen vientiä ulkomaille, koska osallistuminen kansainvälisille taidemesseille on niin kallista, etteivät teosmyynneistä saatavat alhaiset tulot teoksista kata kuluja.<sup>218</sup> Ulkomaisille messuille osallistuminen kannattaa jo näkyvyydenkin vuoksi, mutta se monelle pienelle gallerialle lähes mahdotonta suurien menojen ja julkisen tuen puutteen takia.<sup>219</sup>

Vaikeaa on hinnoitella erityisesti sellaisten taiteilijoiden teoksia, joiden teoksia ei vielä ole myyty. Tällöin ei voida luottaa aikaisempiin kokemuksiin, kuten jo asemansa vakiinnuttaneilla taiteilijoilla. Eräs nyrkkisääntö taidemarkkinoilla on verrata teosta samantyyliisiin ja kokoiisiin, samanikäisen taiteilijan teoksiin, joilla jo

---

<sup>215</sup> Jani Leinosen haastattelu.

<sup>216</sup> Velthuis 2005, 8–9.

<sup>217</sup> Sjöberg 2010, 36, 39.

<sup>218</sup> *Huippunykytaiteen hinnat karkaavat Suomen museoilta*. YLE Uutiset. 11.2.2013.

<sup>219</sup> Sjöberg 2010, 22.

on hinta. Muita tekijöitä ovat ansioluettelo, suositukset tai tausta. Ilman näiden seikkojen huomioimista hinta saattaa ohjautua väärään suuntaan.<sup>220</sup>

*”Vaikea hinnoitella, kun ei oo mitään pohjaa, jos ei ole koskaan myynyt mitään, mutta sitten kun sä tiedät sen sun hintahistorian, niin se on tosi helppo kun suurin piirtein tietää, että mikä on minkäkin kokosta.”<sup>221</sup>*

*”Noh, mä haluan, ainakin toivon, että tavallaan pystyis hinnoittelee sen jotenkin fiksusti... Että kenellä tahansa olis mahdollista myös hankkia, jos sellaista kiinnostusta on. Noh, eihän se varmaan välttämättä korreloi siihen varsinaiseen työmäärään kuitenkaan, että kyllä se työn määrä on huomattavasti suurempi. En tuskin koskaan tule pystymään mitenkään laskemaan itselleni tuntipalkkaa.”<sup>222</sup>*

*”Oon kysellyt mielipiteitä, että on joku ymmärrys siitä, miten hinta määräytyy. Kyllä mä vähän otan huomioon sitä, miten kauan on mennyt aikaa maalaukseen, minkä kokoinen työ on tai ylipäättään sitä, mitä tämän tyyppisistä teoksista pyydetään.”<sup>223</sup>*

Hintoja saatetaan tulkita myös eri tavoin taidemaailman sisällä, kuin niiden ulkopuolella. Velthuisin mukaan hintapäätöksiä voi ymmärtää täysin ainoastaan ottamalla huomioon institutionaalisen kontekstin.<sup>224</sup> Hinta ei ole pelkästään taloudellinen, vaan myös sosiaalinen, kulttuurinen ja moraalinen entiteetti. Hän myös huomauttaa, että ymmärtääkseen taidemarkkinoita, on oltava jollain tapaa taidemaailman jäsen. On kuuluttava ”sisäpiiriin” ymmärtääkseen pelissä olevat taloudelliset ja kulttuuriset arvot.<sup>225</sup>

---

<sup>220</sup> Velthuis 2005, 124.

<sup>221</sup> Jani Leinosen haastattelu.

<sup>222</sup> Ville Anderssonin haastattelu.

<sup>223</sup> Maria Laineen haastattelu.

<sup>224</sup> Velthuis 2005, 118.

<sup>225</sup> Velthuis 2005, 181.

## 6. Arvon kaksoiskurssi

Karl Marx kirjoitti teki aikanaan siitä mystifioivasta vaikutuksesta, joka rahallisen arvon mittaamisella on mittaamisen kohteena olevaan asiaan. Käyttöarvo, kuten hän *Pääomassa* kirjoittaa, on tunnusomainen arvotettavalle kohteelle, ja riippuu sen kohdistuvasta tarpeesta. Vaihtoarvon lisääminen pakottaa kohteen rahalliseen pakkopaitaan; siitä tulee tuote, jota verrataan toisiin tuotteisiin vaihtokaupan mahdollistamiseksi. Tulleessaan markkinoille taideteoksen todellinen arvo mahdollisesti hämärtyy. Kärjistäen rahallinen mittari sekaantuu taiteen muotoon ja halventaa kokemuksen.<sup>226</sup> Haastattelemani taiteilijat myös tunnistivat tilanteista, joissa taiteellinen vapaus jossain määrin kärsii, kun teos tehdään myytäväksi.

*”Aina gallerianäyttelyissä on sellanen olo, että jonkun verran täytyy huomioida se galleristi. Galleristinkin pitäis pystyä elämään.”*<sup>227</sup>

*”Noh se vähän rajoittaa tietenkin sitä vapautta aina kun ollaan jotain myymässä, niin pitää miettiä asiakkaita. Tietenkin mitä isommilla summilla myydään sitä enemmän bisnestähän siitä tulee. Mitä enemmän niissä gallerioissakin haisee raha sitä varovaisempia ne tietyllä tapaa on.”*<sup>228</sup>

Taideteokset, kuten esimerkiksi maalaukset, saavat rahallisen arvonsa niiden kulttuurisesta sisällöstä, sillä niiden puhdas fyysinen arvo (esim. vähän kangasta ja muutama pala puuta) on pieni. Sama pätee myös muihin kulttuurisen pääoman tarjoamiin palveluihin tai tuotteisiin.<sup>229</sup> Perinteisessä taloustieteessä taiteen (taideteoksen) arvo muutetaan sen rahalliseksi arvoksi. Tämänkaltainen taiteen ja kulttuurin muuntaminen tuotteiksi ohittaa asian ytimen kokonaan: taiteella toimintana ja kokemuksena on arvo, joka on mitattavuuden tuolla puolen ja sen vuoksi ristiriidassa rahallisen muodon kans-

---

<sup>226</sup> Klamer 1996, 22; Dewey 1934.

<sup>227</sup> Tarja Pitkänen-Walterin haastattelu.

<sup>228</sup> Jani Leinosen haastattelu.

<sup>229</sup> Throsby 2001, 47.

sa.<sup>230</sup> Myös taiteilija Teemu Mäen mukaan taloustieteen teoria rahoitusmalleista ja taidemarkkinoiden rakenteesta on jo lähtökohtaisesti väärässä, jos siinä ei oteta huomioon taiteilijan työmotivaatiota, joka ei usein liity millään tavalla rahaan.<sup>231</sup> Taloustieteissä erotetaan selkeästi jollekin itsemme antama arvo ja markkinoiden sille antama arvo. Taloustieteilijät sanoisivat, että sosiaalinen arvo tulee olevaksi markkinoilla, kysynnän ja tarjonnan vuorovaikutuksesta. Toisin sanoen hinta on yhtä kuin objektiivinen arvo.<sup>232</sup> William D. Gramppin mukaan taidemaailman puheessa taiteen arvosta toistuu kaksi erilaista tapaa. Kun taidetta tuotetaan, kerätään ja esitetään, taiteen arvosta puhutaan samoin kuin taloustieteilijät, jolloin kyseessä on taloudellinen arvo. Muulloin arvo tarkoittaa joitain muuta eli taiteen esteettistä arvoa.<sup>233</sup> Näin ollen perinteiset taloustieteen menetelmät eivät ole osoittautuneet sopiviksi taidemarkkinoiden tutkimiseen.

*Kulttuurinen arvo* on fraasi, jota käytetään puheessa merkitsemään jonkin objektin tai kokemuksen arvoa, kun kyse on kulttuurisesta kontekstista. Sen käyttäminen määrittelynä konseptina tai operationaalisessa kontekstissa, vaatii systemaattista lähestymistä sen määrittelyyn ja mittaamiseen. Vaikka taloustieteilijöille saattaa olla houkuttelevaa väittää, että kulttuurituotteen taloudellinen arvo antaa täydellisen kuvan sen sekä taloudellisesta että kulttuurisesta arvosta, tehden näin ollen kulttuurisen arvon erillisestä mittaamisesta turhaa, on muistettava että taloudellinen malli itsessään on rajallinen.<sup>234</sup>

Kuten on jo todettu, taiteella voi olla useita eri arvoja. Yksi luonteenomainen, ja monen mielestä varmasti se tärkein, arvo taideteokselle on sen potentiaali antaa *taiteellinen kokemus*. Taideteos voi kuitenkin olla myös sijoitus, sisustuselementti tai maineikas esine. Näiltä ominaisuuksilta puuttuu taiteellisen kokemuksen herkkyyttä, ja ne ovat siksi helpommin mitattavissa.<sup>235</sup> Taiteen hinta taas määräytyy siihen liitettyjen esteettisten

---

<sup>230</sup> Klamer 1996, 25.

<sup>231</sup> Sjöberg 2010, 40.

<sup>232</sup> Klamer 1996, 216.

<sup>233</sup> Grampp 1989, 15.

<sup>234</sup> Throsby 2001, 159.

<sup>235</sup> Klamer 1996, 25.

arvojen mukaan, jotka ovat niitä tekijöitä, jotka tekevät taiteesta haluttavan.<sup>236</sup> Rahallinen arvo on taas näiden kaikkien arvojen yhteissumma, mukaan lukien esteettiset ja ei-esteettiset arvot.<sup>237</sup> Kysymykset arvosta ovat perustavanlaatuisia talouden ja kulttuurin suhteiden ymmärrykselle. Samoin kuin se, että taloudellinen ja kulttuurinen arvo täytyy pitää erillisinä konsepteina missä tahansa taloudellisen ja kulttuurisen arvon diskurssin teoreettisessa konstruktiossa.<sup>238</sup>

*”Mutta sitten toiset arvot... Kyllä mä kun oon nähnyt tosi paljon tota ikään kuin taide-  
maailman kermaa ja sitä markkinoiden yläpäättä, niin kyllähän ne on sitten taas  
arvoiltaan aika oikeistolaisia siellä. Aika kovaa bisnestä se on ja ehkä nyt hirveesti se  
tuote mitä mä myyn, ei välttämättä edusta niitä arvoja millä keinoilla se myydään.”*<sup>239</sup>

Haastattelemani taiteilijat pitivät tärkeänä sitä, että rahallinen ja esteettinen arvo tulee taiteellisessa työskentelyssä erottaa:

*”Ainakin ensinnäkin pitää mun mielestä erottaa työskentelyssä sellaiset rahalliset ja  
henkiset arvot. Tavallaan henkiset arvot ja esteettiset, emotionaaliset ja kognitiiviset  
arvot, jotka kuuluu siihen työhön, että näiden välinen suhde ei sais liiallisesti mun  
mielestä suttaantua.”*<sup>240</sup>

Onko raha(linen arvo) sitten myös esteettisen (l. taiteellisen) arvon mittari? Gramppin mukaan kyllä. Hän esittää hypoteettisen esimerkin: Jos mistä tahansa syystä taidemaailma arvostaa enemmän maalausta A, kuin maalausta B, onko maalauksen A hinta korkeampi kuin maalauksen B? Gramppin mukaan vastaus on todennäköisesti kyllä. Grampp tekee kuitenkin myös sen huomion, että taidemaailman sisällä mielipide asiaan on usein päinvastainen. Taidebuumien aikaan taiteen hinnat saattavat kohota hyvin korkeiksi, jolloin epäilyt niiden ”oikeasta” arvosta heräävät ja silloin on vaikea nähdä

---

<sup>236</sup> Grampp 1989, 16.

<sup>237</sup> Grampp 1989, 20–21.

<sup>238</sup> Throsby 2001, 41.

<sup>239</sup> Jani Leinosen haastattelu.

<sup>240</sup> Ville Anderssonin haastattelu.



hintojen korreloivan teoksen laatua.<sup>241</sup> Gramppin mukaan taidemarkkinat kuitenkin ovat se paikka, jossa tulee näkyväksi tai heijastuu taideteoksen taidemaailman osalta nauttima taidemaailman arvostus.<sup>242</sup>

Koska taidetta voidaan jälleenmyydä, ja taiteen hinnat voivat ajan kuluessa myös nousta, taiteella on taloudellisten sijoitusten piirteitä. Niitä voidaan pitää myös vakuutena inflaatiota vastaan, varallisuuden varastona, tai jopa lähteenä spekulatiiviselle pääoman hankkimiselle. Taideteoksen arvo voi tietysti myös laskea. Suurimman osan arvo putoaakin nolnaan hyvin lyhyessä ajassa.<sup>243</sup> Vähemmistössä on se osa taiteesta, jonka arvo säilyy tai nousee. Hyvin harvoissa tapauksissa nousu on huomattava. Nämä tapaukset saavat myös valtamedian huomion. Tällaisista tapauksista ehkäpä taidehistorian kuuluisin esimerkki on Vincent Van Gogh, joka on tunnettu siitä, että hän myi elämänsä aikana vain yhden maalauksen. Nykyään hänen maalaukset ovat maailman kalleimpia. Korkein Van Gogh'n teoksesta maksettu summa on 82,5 miljoonaa dollaria (nykyrahassa 148,6 miljoonaa dollaria), joka maksettiin huutokaupassa *Tohtori Gachet'n muotokuvasta* vuonna 1990. Summa oli siihen aikaan korkein koskaan maalauksesta maksettu hinta.<sup>244</sup>

## 6.1. Taiteilijoiden kohtaamat ristiriidat

Kukaan haastateltavistani ei suoraan myöntänyt kokevansa taiteen ja kaupallisuuden välillä ristiriitaa. Ristiriidat tulivat ilmi ennemminkin erilaisissa heidän taidemarkkinoilla kohtaamisissaan tilanteissa. Taiteilijat esimerkiksi tuntuivat kamppailevan sen kanssa, että he tiedostivat oman taiteellisen työskentelynsä asettamat rajoitukset ja joutuivat työskentelemään olemassa olevien puitteiden mukaan. Haastattelemani taiteilijat tunnistivat taiteilijan roolissa taidemarkkinoilla seuraavanlaisia ristiriitoja:

---

<sup>241</sup> Grampp 1989, 26–27.

<sup>242</sup> Grampp 1989, 30.

<sup>243</sup> Grampp 1989, 7.

<sup>244</sup> Klamer 1996, 14.

*”Oonhan mä jatkuvasti ristiriidassa sen kanssa, että mä tiedän mitä mun pitäis tehdä, että mä saisin niitä [teoksia] johonkin kiinnostavaan asiayhteyteen... Mä en ole ikinä ollut kiinnostunut tekemään sellaisia töitä mitä mun kannattaisi tehdä uran kannalta, mutta se ei olis taas mun ura, se olis joku toinen ura... Taululla ei saa ikinä mitään näkyvyyttä. Ja silleen, että sillä voisi saada rahaa. Koska en ole mistään mielenkiintoisesta taustasta, niin kukaan ei ole niin kiinnostunut niistä tauluista, että niillä olisi oikeasti mitään menestymisen mahdollisuutta... Ehkä niitä saisi kaupaksi, mutta ilman sitä näkyvyyttä niiden hintaa ei saa sille tasolle, että se rahallinen hyöty kompensoisi sitä näkyvyydestä saatavaa hyötyä.”<sup>245</sup>*

Haastatteluissa nousivat esiin ydinkysymysten vierestä myös taiteilijan muut kuin rahalliset tavoitteet. Menestystä ja sen tavoittelua ei koettu (pelkästään) rahalliseksi, vaan esimerkiksi tärkeisiin näyttelyihin tai gallerioihin pääsemiseksi. Oman tulkintani mukaan nämä seikat olivat haastattelemilleni taiteilijoille rahallista menestystä tärkeämpiä ja arvostuksessa korkeammalla. David Throsbyn mukaan taideteoksille on olemassa sekä fyysiset markkinat, että rinnakkaiset markkinat ajatuksille, ”ideoiden markkinat”. Fyysiset markkinat määrittävät teosten taloudellista arvoa, ideoiden markkinat taas määrittävät sen kulttuurisen arvon.<sup>246</sup> Mielestäni nämä niin sanotut ideoiden markkinat voidaan ymmärtää kaikkena sinä muuna kuin taloudellisena menestyksenä, kuten näyttelysuosiona, hyvinä kritiikkeinä, merkittävinä palkintoina ja niin edelleen. Eli erilaisina institutionaalisina arvostuksen osoituksina.

*”Kyllä mä voin sanoa avoimesti, että mä koen paineita, mutta en välttämättä rahallisesti. Tietenkin mä joudun niitä asioita tiedostamaan ja mun mielestä taiteilijalla kuuluu olla myös sellanen tietoisuus näistä asioista; miten taidemaailman rakenteet tai ylipääntään kaupallisuus toimii. Ja tämän ymmärryksen kautta, miten asiat toimii, pystyy myös määrittelemään omat rajansa ja oman työskentelynsä.”<sup>247</sup>*

---

<sup>245</sup> Liisa Lounilan haastattelu.

<sup>246</sup> Throsby 2001, 103.

<sup>247</sup> Ville Anderssonin haastattelu.

Kun taitelijoilta kysyttiin minkälaisia ristiriitoja he tunnistavat taidemaailmassa, nousi esiin taiteilijoiden kokemuksia sellaisista tilanteista, joissa taidemaailman ulkoiset puitteet ja taiteilijan arki ovat korostuneesti ristiriidassa keskenään.

*”Jos näkee jotain tosi hienoja töitä, niin sitten se glamour on siellä, mutta miten sen systeemi toimii, niin se on tosi brutaali ja yksioikoinen systeemi.”<sup>248</sup>*

*”Rahat laitetaan just siihen humuun, näyttelyihin... Mutta taiteilija tosi harvoin saa siitä mitään palaa, kun se ehkä just tarvitsisikin sen kolmesataa vuokran maksuun, mutta sitten sille ostetaan kolmensadan pullo samppanjaa sen sijaan. Että sinänsä se on vähän ristiriitainen maailma siellä päässä.”<sup>249</sup>*

Maria Laine on osallistunut jo useampana vuonna Taidekeskus Salmelan kesänäyttelyyn. Salmelaa on usein, viimeksi Helsingin Sanomien kritiikissä heinäkuussa 2013, kritisoitu liiallisesta kaupallisuudesta.<sup>250</sup> Maria Laine puhui Salmelaan liitetystä kaupallisesta maineesta pohtien samalla nuoren uran alussa olevan taiteilijan tasapainottelua tämänkaltaiseen kritiikkiin liittyen:

*”Kyllä mä ymmärrän sen siihen liittyvän kritiikin, mutta toisaalta, siinä vaiheessa kun tarjotaan tuommoista mahdollisuutta, kuinka moni taiteilija sitten haluaa omalla kohdallaan kieltäytyä siitä, että saa töilleen paljon näkyvyyttä ja on aika iso mahdollisuus saada niitä töitä myytyä. --- Niin kauan kun ei ala tekemään hirveesti kompromisseja omassa tekemisessään, on se mielestäni hyvä juttu. Taiteilijan oma ääni ja uskottavuus voi nopeasti hiipua, jos alkaa kovin kuuntelemaan sen suuntaisia ehdotuksia, kuten ”saadaan vauhditettua myyntiä, jos teet pienempiä töitä, tai iloisempia kesäaiheita.”<sup>251</sup>*

---

<sup>248</sup> Liisa Lounilan haastattelu.

<sup>249</sup> Jani Leinosen haastattelu.

<sup>250</sup> Mäcklin 2013.

<sup>251</sup> Maria Laineen haastattelu.

Monet taitelijat voidaan käsittää yksityisinä elinkeinonharjoittajina, freelancereina. Kuvataiteilija, joka tuottaa esineitä (eli taideteoksia) myyntiin, ei ansaitse työstään palkkaa lainkaan, eli hän on enneminkin pienyrittäjä, kuin työntekijä.<sup>252</sup> Ben Davisin mukaan taiteilija ei ole työläinen sanan perinteisessä merkityksessä, mutta koska luovuudesta on tullut hallitseva immateriaalisen työn muoto jälkiteollisessa yhteiskunnassa, on häilyvä palvelutalous korvannut fyysisen työn.<sup>253</sup> Tässä mielessä myös taiteilija voidaan mieltää tietyllä tapaa yrittäjäksi.

*”Joo, kyllä mä koen, että tavallaan siinä ollaan niin kuin yksityisyrittäjä. Ja sitten sehän riippuu myös hyvin paljon siitä millaista työskentelyä tekee. Tavallaan se työskentelyvaihe on teoksen parissa täysin yksin tehtävää, niinhän se mullakin on suurimmaks osaks; jälkikäsitteily ja ennakkotyöskentely.”*<sup>254</sup>

Monet tutkimukset taiteen harjoittamisen taloudellisista ehdoista ovat esittäneet, että monet ammattitaiteilijat toimivat myös ei-taideammateissa. Tärkein syy tälle on pakottava tarve ansaita elantoa ja rahoittaa luovaa työskentelyä.<sup>255</sup> Itse asiassa voidaan näyttää, että perinteisillä humanin pääoman muuttujilla, koulutuksella ja kokemuksella, on erilaisia vaikutuksia kolmeen erityyppiseen ammattiin, joita taiteilijat tyypillisesti harjoittavat, usein samanaikaisesti: luova taiteellinen työ, taiteeseen liittyvä työ (kuten opettaminen) ja ei-taidetyö.<sup>256</sup> Vaikka taiteilijalla olisi pitkä ura takanaan ja teosten hinnat olisivat nousseet korkeiksi, ei hän useimmiten elätä itseään pelkällä teosten myynnillä. Opetustyö tavalla tai toisella on myös tärkeä osa taiteilijoiden toimeentuloa. Hyvin monet taitelijat työskentelevät myös tuntiopettajina aika ajoin.<sup>257</sup> Omista haasteltavistani ainakin Tarja Pitkänen-Walter ja Maria Laine ovat oman taiteellisen työskentelynsä ohella tehneet opetustöitä. Laine on toiminut tuntiopettajana lasten- ja nuorten kuvataidekoulu Taikassa. Pitkänen-Walter väitteli kuvataiteen tohtoriksi vuon-

---

<sup>252</sup> Thorsby 2001, 120–121; Sjöberg 2010, 59.

<sup>253</sup> Davis 2013, 11.

<sup>254</sup> Ville Anderssonin haastattelu.

<sup>255</sup> Thorsby 2001, 102; Lepistö 1991, 87–88.

<sup>256</sup> Thorsby 2001, 121.

<sup>257</sup> *Taiteilija ei elä teosten myynnillä*. MTV3, 16.2.2009; Sjöberg 2010, 40.

na 2006, jonka jälkeen hän on toiminut Kuvataideakatemiassa maalaustaiteen professorina. Hän ei siten koe olevansa riippuvainen suoranaisesti taidemarkkinoista: ”Professuuri mahdollistaa mulle sen, että mä saan aikalailla tehdä teoksissani mitä mä haluun, toistaiseksi.”<sup>258</sup>

Luovan talouden nousu on luonut taiteilijoille töitä, mutta samanaikaisesti työttömyyttä, koska myös taiteilijaksi kouluttautuvien määrä on ollut aiempaa suurempaa. Davisin mukaan kuvataiteen maisterin tutkintoja (MFA) on Yhdysvalloissa jo niin monella taiteilijalla, että tämän seurauksena viime vuosina on noussut esiin uusi ilmiö, kuvataiteen tohtorin tutkinnon suosio (studio art PhD).<sup>259</sup> Suomessa ainoa kuvataiteen ylempää korkeakoulutusta tarjoava oppilaitos on Taideyliopiston Kuvataideakatemia, jossa on voinut opiskella taiteen tohtorin tutkinnon vuodesta 1997. Haastattelemistani taiteilijoista Liisa Lounila on tällä hetkellä Kuvataideakatemiassa tohtorikoulutettavana.<sup>260</sup> Kuvataiteilijan ammattiin ei vaadita muodollista koulutusta. Käytännössä kuitenkin myös Suomessa useimmat ammattitaiteilijat ovat saaneet alalleen koulutuksen, jonka painoarvo ja merkitys on vain kasvanut 1980-luvulta eteenpäin.<sup>261</sup> Myös haastattelemani taiteilijat olivat kaikki saaneet kuvataiteilijan koulutuksen.

## 6.2. Ristiriidat taiteellisen työskentelyn rajoittajina

Kun kysyin taiteilijoilta tekevätkö he teoksia, joita he oikeasti haluavat tehdä ja sen lisäksi töitä joista he saavat rahaa, kukaan ei suoraan näin myöntänyt toimivansa. Sen sijaan muutamassa esimerkissä tuli ilmi, että tietyn tyyppisistä teoksista saadut tuotot rahoittavat toisenlaisten projektien tekemistä.

---

<sup>258</sup> Tarja Pitkänen-Walterin haastattelu.

<sup>259</sup> Davis 2013, 85.

<sup>260</sup> Kuvataideakatemia – tohtorikoulutus –internetsivut.

<sup>261</sup> Lepistö 1991, 79.

*”Tietenkin tähtään siihen, että mä elän taiteellani ja mieluummin myyn mahdollisimman paljon taidetta, koska tietenkin se aina sitten mahdollistaa, että sillä rahalla mä pystyn tekee muita projekteja. Esimerkiksi toi Food Liberation Army, missä me nyt se Ronald kaapattiin. Sehän nyt oli sellanen, että varmaa jossain vaiheessa ehkä mahdollisesti voi kannattaa taloudellisesti, mutta kyllä siihen enemmän menee sitä rahaa kuin siitä saa. Se on semmonen projekti, jota rahoitetaan jollain ihan muilla asioilla... Jostain syystä vaan ihmiset ostaa helpommin taulunnäköisiä tai sellasia sopivan kokoisia tuotteita mitä pystyy laittaa seinälle. Ihmiset on vähän konservatiivisia.”<sup>262</sup>*

Taiteilijan käyttämä ilmaisumuoto voi toisinaan toimia rajoittavasti. Ansioiden rajoitukset voivat vaikuttaa kulttuurisen arvon tuottamiseen eri tavoin. Rajalliset ansiot saattavat siirtää painopisteen kulttuurin tuottamisessa (l. taiteellinen työskentely) suuntautumista kohti tuotantoa, jossa on enemmän ansaintapotentiaalia kuin siinä mitä olisi muuten valittu. Tämän vuoksi esimerkiksi taiteilija saattaa joutua rajoittamaan materiaaleja tiettyyn teokseen niihin mihin tällä on varaa, jotta taloudellinen nettotulo tyydyttää vähimmäisasiot. Kuitenkin taiteilijan silti oletetaan pyrkivän ainoastaan kulttuurisen arvon luomiseen, mutta ansiovaatimusten asettamien rajoitusten sisällä.<sup>263</sup>

Omat haastateltavani kokivat esimerkiksi teosten koon tai tekniikan rajoittavan niiden myyntiä. Suurikokoisia tai muuten vaikeita töitä hankitaan usein vain museoiden kokoelmiin. Yksityisasiakkaat puolestaan saattavat toivoa, että teokset olisivat helposti sijoitettavissa kotiin:

*”Enin osa mun teoksia on ostettu kokoelmiin ja museoihin. Yksityiset on ostaneet loppujenlopuksi aika vähän. Ja se on tietysti ymmärrettävää nykyisin ainakin kun mun teokset on semmosia isoja; ne tulee seinältä lattialle ja näin pois päin. Ne on aika vaikeita siis ostaa, mutta aikaisemmin, silloin kun ne oli pienempiä, niitä ostettiin enemmänkin.”<sup>264</sup>*

---

<sup>262</sup> Jani Leinosen haastattelu.

<sup>263</sup> Throsby 2001, 99.

<sup>264</sup> Tarja Pitkänen-Walterin haastattelu

*”Noh, kyllähän tässä tulee mieleen semmoisia asioita, että on tosi hidas tämä mun tekniikka, että jos haluais päästä tuntipalkoille, niin ei varmaan tule onnistumaan... Toisekseen teosten koot on sen verta kookkaita, että niitä ei ole välttämättä helppo ripustaa joka kotiin sohvan yläpuolelle. Siihen mä olen törmännyt aika usein, että ”Voisinko tehdä pienempiä maalauksia, että niitä olis helpompi ostaa”... Mutta haluan kyllä itsepäisesti pitää kiinni siitä, että teos on juuri sen kokoinen, kuin sen mielestäni kuuluu olla. Koko määrittää osaltaan teoksen luonnetta ja siihen ei pitäisi ulottua myynnillinen näkökulma.”<sup>265</sup>*

Kira Sjöberg kiteyttää taiteilijan ansaintalogiikan toteamalla, että *”taiteilija tekee taidetta jolla hän ei ainakaan myynnin kautta onnistu saamaan ansaintalogiikkaansa toimimaan.”* Taiteilijoiden puhetapaan kuuluu usein kertoa, että he eivät tee työtään rahan takia ja tämän vuoksi eivät osaa neuvotella hinnoittelua oikeudenmukaiseksi. Sjöberg myös huomauttaa, että vaikka sisältöä ei tehtäisi rahan vuoksi, on taiteilijalla yhtäläinen oikeus saada toimeentulonsa.<sup>266</sup> Eräs haastatteleman taiteilija piti rahallista hyötyä parhaana mahdollisena tapauksena, mutta ei toki niin, että taidetta ei pitäisi tehdä sen vuoksi.

*”Taide ei todellakaan ole instrumentti rahan tekoon, että se olisi aika kärjistettyä, vaan sen oman työnteon kautta voi parhaimmassa tapauksessa myös pystyä mahdollistamaan rahallisen [hyödyn].”<sup>267</sup>*

Tietynlainen taide vaatii jo pelkästään esityspaikaltaan paljon. Erityisesti mediataide koetaan edelleen vaikeasti esitettäväksi kaupallisissa gallerioissa, koska sille ei löydy Suomessa helposti ostajia.

*”Galleristi ei halunnut laittaa videoita esille, koska ne on Suomessa niin huonosti kaupaksi meneviä. Mulla oli sellanen oikea taideura erikseen ja sitten mulla oli Suomessa semmonen taulukauppameininki. Koska kaupallisuus Suomessa on sitä mitä se on, ei*

---

<sup>265</sup> Maria Laineen haastattelu.

<sup>266</sup> Sjöberg 2010, 54.

<sup>267</sup> Ville Anderssonin haastattelu.

*yksinkertaisesti galleria pysty pitämään esillä sellaisia töitä, mitä se ei saa kaupaksi, kun näyttelyn järjestäminen on niin kallista. --- Sitten kun taas ei ole semmonen taiteilija, jolla olisi nimeä maalarina, niin eihän niiden tauluja myydä. Ne on sellasina statisteina siellä näyttelyssä. Vähän niin kuin oikeuttamassa sitä, että saa esittää niitä mitä oikeasti haluaa tehdä.*<sup>268</sup>

*”Jos mä teen jotain mediaduuneja, niin periaatteessa ainoa paikka mulle esittää niitä on Kiasma. Se on vähän absurdi ajatus, että mä voisin laskea sen varaan, että mä saan Kiasmaan esiin aina kun mä teen jonkun uuden duunin. Vaikeuttaa tässä isompien duunien tekemistä.*<sup>269</sup>

Throsbyn mukaan tuntemattomat (tai vähän tunnetut) taiteilijat, jotka esimerkiksi työskentelevät innovatiivisin metodein, saattavat kokea kulttuurisen arvon tuottamisen olevan epätasapainossa taloudellisen tuoton kanssa. Mikäli he painottavat enemmän taloudellisia ansioita verrattuna kulttuurisen arvon tuottamiseen, heidän on sisällytettävä enemmän kaupallisesti suuntautuneita töitä portfolioonsa. Tunnetut asemansa vakiinnuttaneet taiteilijat saattavat puolestaan kokea, että kulttuurisen arvon tuottaminen ja taloudellinen tuotto kulkevat käsikädessä. Tällaisissa tapauksissa taiteilija pystyy maksimoimaan kulttuurisen ja taloudellisen arvon samanaikaisesti.<sup>270</sup>

Myös taidehistoria tuntee tapauksia, joissa taiteilija on parempien tulojen toivossa muuttanut taiteellista työskentelyään. Englantilainen taidemaalari John Frederick Lewis (1804–1876) jätti menestyksekkään uran akvarellistina ja siirtyi öljymaalaukseen. Miksi? Hän pystyi ansaitsemaan öljymaalauksillaan puolet enemmän rahaa ja hänen tarvitsi työskennellä vähemmän.<sup>271</sup> On myös mahdollista, että taiteilija saa paljon taiteellista arvostusta, mutta ei menesty lainkaan kaupallisesti. Tai myös päinvastoin; kaupallinen menestys ei aina takaa arvostusta taidekentän silmissä. Taiteilijan on mahdollista päästä julkisuuteen ja sitä kautta saada teoksiaan hyvin myydyksi, vaikka hän tulisi kentälle

---

<sup>268</sup> Liisa Lounilan haastattelu.

<sup>269</sup> Liisa Lounilan haastattelu.

<sup>270</sup> Throsby 2001, 100–101.

<sup>271</sup> Grampp 1989, 4.



taidemaailman ulkopuolelta. Tällaisessa tapauksessa taiteilija ei kuitenkaan välttämättä pääse koskaan osaksi taide-eliittiä.<sup>272</sup>

## 7. Johtopäätökset

Taideteosten hinta on aina osoitus siihen liittyvästä arvostuksesta jonkin tahon suunnalta. Olkoon se taidehuutokaupan asiantuntija, antiikkiliikkeen kauppias, taiteilijaa edustava galleristi tai taiteilija itse. Hinta kertoo myös teokseen kohdistuvista odotuksista. Hinnasta voidaan jossain määrin myös päätellä mikä on sen tehneen taiteilijan asema taidemarkkinoilla. Olav Velthuisin mukaan taideteosten hinnat kertovat muustakin kuin sen vaihtoarvosta. Hinnat kertovat mm. rooleista taidemarkkinoilla. Hinnat paljastavat miten galleristit haluavat esiintyä. Niistä voidaan tehdä myös tulkintoja taidekeräilijöiden identiteetistä, taiteilijoiden statuksesta, tai taideteoksen taiteellisesta arvosta. Hänen mukaansa siitä huolimatta, että taidemarkkinoiden toimijat toimivat markkinoilla, joilla kaupankäyntiä karsastetaan, tulevat he silti aina löytämään tapoja viestiä ei-taloudellisia arvoja hintojen välityksellä.<sup>273</sup>

Oman käsitykseni mukaan ja taidekaupan parissa vaikuttavien henkilöiden kanssa keskusteltuani, on alkanut tuntua siltä, että moninaisempia muotoja nykytaide saa, sitä vanhanaikaisemmaksi galleria luultavasti nykymuotoisena tulee jäämään. Taidemuodot, jotka ovat olleet keskeinen osa taidekenttää jo vuosikymmeniä, kuten videotaide tai installaatiot, eivät vielääkään tavoita tarpeeksi ostajia, kuten haastatteleman taiteilijat totesivat. Ilman ostajia ei taas taidegalleria pysty toimimaan. Ostajat, kuten taiteilijatkin totesivat, ovat edelleen konservatiivisia ja taideostot ovat usein se ensimmäinen asia, mistä karsitaan. Ilman museoiden ostoja gallerioilla ei olisi resursseja esittää moniakaan taiteilijoita. Ongelmaksi muodostuvat vaikeasti myytävät, kalliisti esitettävät, valmistuskustannuksiltaan korkeat teokset, joita ei välttämättä edes museoilla ole mahdollisuutta hankkia. Yksityisiä ostajia tämän tyyppisille teoksille ei Suomessa vielä

---

<sup>272</sup> Jyrämä, 1995, 104.

<sup>273</sup> Velthuis 2005, 179.

juurikaan löydy, ainakaan kovin monia. Tekemieni haastattelujen perusteella myöskään yritykset eivät viimeaikoina ole olleet kovin innokkaita taiteen ostajia. Ilahduttavaa oli kuitenkin huomata se, että Jani Leinonen säikähdettyään omia korkeita hintojaan, oli havainnut, että myös kotimaasta oli hänen teoksilleen löytynyt ostajia. Yksi mahdollisuus oli se minkä Leinonen oli ehkä vahingossakin oivaltanut, että osa teoksista eli toisin sanoen ”*taulun näköiset*” työt mahdollistavat tuotollaan sen kaiken muun taiteen, kuten erilaiset performanssit tai tempaukset.<sup>274</sup>

Toinen vaihtoehto on vahva kansainvälinen suuntautuminen. Ulkomailla on olemassa vakavasti otettavia keräilijöitä, jotka keräävät kokoelmiinsa myös vaikeampia teoksia. Gallerioiden näkökulmasta tämä tarkoittaa aktiivista osallistumista alan tärkeimmille messuille, jossa näitä keräilijöitä on mahdollista tavata. Taidemessuilla näkyminen on tärkeää, mikäli haluaa olla aktiivinen toimija taidemarkkinoilla. Messuilla myös solmitaan suhteita alan kansainvälisiin toimijoihin. Olennaista messuilla ei ole taiteen myyntipaikan päällä. Sen sijaan tärkeää on gallerian ja taiteilijoiden esille tuominen ja kasvatetaan tätä kautta mainetta ja luottamusta. Myynnit tapahtuvatkin usein vasta jälkikäteen. Tästä huolimatta monet alan toimijat pitävät messuja myös myynnillisesti erinomaisina tilaisuuksina.<sup>275</sup>

## 7.1. Lopuksi

Tutkielmani käsitteli viiden suomalaisen nykytaiteilijan näkökulmia taidemarkkinoiden ja talouden välillä oletetusti vallitsevaan ristiriitaan. Tutkielman tärkein anti mielestäni on se, että taiteilijat eivät suoranaisesti koe tätä ristiriitaa merkittäväksi. Ristiriitaisuus tuli sen sijaan ilmi usein siinä miten taiteilijat kuvasivat tietynlaisia tilanteita taidemarkkinoilla. Tällaisia tilanteita olivat esimerkiksi tapaukset, joissa taiteilijan käyttämä ilmaisumuoto koettiin tavalla tai toisella hankalasti myytäväksi. Käsittelin taiteilijoiden haastatteluja lähinnä kansainvälisen lähdekirjallisuuden ja institutionaalisen taideteorian valossa. Kansainvälinen kirjallisuus sijoittuu monesti sellaisen taidemaailman konteks-

---

<sup>274</sup> Jani Leinosen haastattelu.

<sup>275</sup> Sjöberg 2010, 22.

tiin, joka on hyvin kaukana siitä todellisuudesta missä haastattelemani taiteilijat elävät ja työskentelevät. Haastatteluissa keskusteltiin siitä, millainen on taiteilijoiden suhde gallerioihin, miten teosten hinnoittelu näyttäytyy taiteilijoiden näkökulmasta ja merkityksiä teosmyynneillä on. Vaikka institutionaalista taideteoriaa voidaan pitää jossain määrin vanhentuneena, tuntui sen perusajatus toimivan edelleen. Taidemaailman eri instituutioiden vaikutus tuntui kuitenkin näyttäytyvän edelleen vahvana: taidekoulutus, näyttelyt museoissa, galleriat ja apurahat toistuvat monesti taiteilijoiden puheissa. Taiteilijat tuntuivat myös tiedostavan hyvin sen logiikan, millä taidemaailma ja -markkinat toimivat. Näiden toimintojen tiedostaminen tuntui olevan tärkeää taiteilijana toimimiselle. Taiteen myynnistä saadut tulot, apurahojen ohella, koettiin erityisen tärkeäksi oman taiteellisen työn jatkumiselle ja eteenpäinviemiselle. Joissain esimerkeissä kävi ilmi, että joistain töistä saadut tulot rahoittavat epäkaupallisia projekteja.

Aloin suunnitella pro gradu -tutkielmaani jo vuonna 2009. Tällöin olimme juuri pudonneet viimeisimmän laman kouriin. Tämä tuntui muuttavan myös tapaa, jolla mediassa puhuttiin taidemarkkinoista. Taidehistorian opintojeni alkuaikoina, vuosina 2006–2008, elettiin nykytaiteen ylikuumentumisen aikaa. Media uutisoi hintaennätyksiä. On arvioitu, että kansainvälisesti taidemarkkinat kaksinkertaistivat kokonsa noin 65 miljardiin dollariin (46 mrd. euroa) vuosien 2002 ja 2007 välillä.<sup>276</sup> Taiteilijat, kuten Takashi Murakami tai Jeff Koons, tekivät yhteistyötä luksusmuotitalojen kanssa. Damien Hirst teki maailman kalleimman taideteoksen koskaan; *For the Love of God* (2007) – veistoksen, jonka materiaalina olivat platina, timantit ja ihmishampaat. Teoksen valmistuskustannukset olivat 14 miljoonaa puntaa. Veistoksen lopullisesta myyntihinnasta liikkuu erilaisia summia.<sup>277</sup> Taidelehdissä kirjoitettiin kaupallisuudesta paljon.

Sitten iski lama ja kansainväliset taidemarkkinat kokivat isoja muutoksia. Taidekupla puhkesi. Vuoden 2008 kansainvälisen talouskriisin jälkeen taidemarkkinoilla on tapahtunut muutoksia. Myyntipudotuksen vuosien 2008–2009 aikana on laskettu olevan jopa 30 prosenttia nykytaiteen ulosmyyntihinnoista.<sup>278</sup> Taloudellinen taantuma ei joidenkin

---

<sup>276</sup> Davis 2013, 78.

<sup>277</sup> Morton 2007; *Hirst unveils £50m diamond skull*. BBC News 1.7.2007.

<sup>278</sup> Sjöberg 2010, 16.

näkökulmien mukaan kuitenkin ole näkynyt siinä iso rahan taidemaailmassa, miljardöörien leikkikentällä, jossa taideteoksen rahallisen arvon on nähty jopa siellä irtautuneen sen taiteellisesta arvosta.<sup>279</sup>

Aihe alkoi kaikessa ristiriitaisuudessaan kiinnostaa myös minua. Pikkuhiljaa aihetta pyöritellessäni tutkimuksen suunta muuttui koskemaan alan ristiriitaisuuksia ja halusin kuulla taiteilijoiden näkökulman asiaan. Aiempi tutkimus kun tuntui keskittyvän enemmän taas taiteen välittäjäportaaseen taiteilijoiden sijaan.<sup>280</sup> Taiteilijan rooli taidemarkkinoilla on usein ymmärretty vaikeaksi. Äärimmäisen kärjistetyksi voidaan sanoa, että taiteilija on taidemaailmassa näkökulmasta riippuen joko orja tai kuningas. Eräs haastattelemanani taiteilija kuvasi taiteilijan alisteista suhdetta galleriaan seuraavasti:

*”Se on niin kuin orjakäsitys, sulla ei oikeastaan ole itsenäisyyttä siinä. Sun on hirveän vaikea olla itsenäinen tällä alalla, koska aina ne toiset kuitenkin hoitaa usein sen markkinoinnin, mutta kun sitä ei hoideta edes kunnolla.”*<sup>281</sup> Mutta toisaalta ilman taiteilijaa ei olisi taidetta eikä taidemarkkinoita. Taiteilija on siten kaikkein tärkein taidemarkkinoiden toimija.

Tärkeimmäksi arvoksi Jyrämän mukaan taidemaailmassa nousee rakkaus taiteeseen.<sup>282</sup> Myös tätä tutkielmaa varten haastatellut taiteilijat mainitsivat usein parhaaksi syyksi ostaa taidetta, sen että aidosti pitää siitä. Taiteilijat myös järjestäen kokivat taiteilijuiden jonkinlaisena kutsumuksena ja sellaisena, joka on aina seurannut heitä hyvin nuoresta alkaen. Samansuuntaisen huomion teki myös Lepistö omassa tutkimuksessaan.<sup>283</sup> Harva ryhtyy taiteilijaksi tehdäkseen paljon rahaa. Jotkut, hyvin harvat, voivat sillä rikastua, mutta useimpien tavoitteena on saada vain työskennellä vapaasti ja ilman kompromisseja. Taiteella on paljon arvoja, joista kaupallinen arvo on yksi. Mutta rahallinen arvo on toissijainen. Taide on myös kauppatavaraa, mutta kaikkea taidetta ei voida

---

<sup>279</sup> Rautio 2013, 3.

<sup>280</sup> Esim. Jyrämä 1995; Velthuis 2005.

<sup>281</sup> Tarja Pitkänen-Walterin haastattelu.

<sup>282</sup> Jyrämä, 1995, 96.

<sup>283</sup> Lepistö 1991, 95.

myydä. Eikä sen pidäkään olla. Taiteilijoilla täytyy olla mahdollisuus myös tehdä sellaista taidetta, jota ei voida myydä.<sup>284</sup> Taiteen hinta, eli sen rahallinen arvo, ei usein myöskään kohtaa siihen kohdistettua työmäärää. Se on useimmiten liian alhainen, mutta toisinaan taas käsittämättömän korkea. Kaikkea taidetta ei ole edes mahdollista asettaa myytäväksi. Tietty ristiriitaisuus taiteen ja rahan välillä tuntuu seuraavan mukana aina. *”Kyllähän se on koko homma täynnä ristiriitaa, eihän siinä ole mitään järkeä, että miten selviät talouden kanssa, se on ihan jatkuva ristiriita, joka ei lakkaa milloinkaan.”*<sup>285</sup>

---

<sup>284</sup> *Tutkimus romuttaa myytin boheemitaiteilijasta.* YLE Radio 1 Kultakuume 2.12.2013.

<sup>285</sup> Tarja Pitkänen-Walterin haastattelu.

## Lähdeluettelo

### Haastattelut:

Tarja Pitkänen-Walterin haastattelu Helsingissä 8.4.2011.

Ville Anderssonin haastattelu Helsingissä 8.4.2011.

Jani Leinosen haastattelu Helsingissä 19.4.2011.

Maria Laineen haastattelu Lahdessa 7.11.2011.

Liisa Lounilan haastattelu New Yorkissa 3.7.2012.

### Painetut lähteet:

Becker, Howard S. (1982). *Art Worlds*. Berkeley: University Of California Press.

Bourdieu, Pierre (1984). *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.

Bourdieu, Pierre (1984). *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. Oxford: Polity Press.

Bourdieu, Pierre (1996). *The Rules of Art. Genesis and Structure of the Literary Field*. Cambridge: Polity Press.

Bourdieu, Pierre & Haacke, Hans (1997). *Ajatusten vapaakauppaa*. Helsinki: Kustannusyhtiö Taide.

Caves, Richard E. (2000). *Creative Industries*. Harvard University Press.

Danto, Arthur C. (1964): "*The Artworld*", *The Journal of Philosophy* Vol. 61, Issue 19. (<http://www9.georgetown.edu/faculty/irvinem/visualarts/Danto-Artworld.pdf>) viitattu 3.5.2013.

Danto, Arthur C. (1997). *After The End of Art – Contemporary Art and the Pale of History*. Princeton: Princeton University Press.

Davis, Ben (2013). *9.5 Theses on Art and Class*. Chicago: Haymarket Books.

Dewey, John (1934). *Art as Experience*. New York: Putnam.

Dickie, George (1974). *Art And The Aesthetic: An Institutional Analysis*. Ithaca: Cornell University Press.

Dickie, George (1984). *The Art Circle*. New York: Haven Publications.

Dickie, George (2009). *Estetiikka, Tutkimusalueita, käsitteitä ja ongelmia*. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura. (Englanninkielinen alkuteos *Aesthetics. An Introduction*, 1971)

Dickie, George (1988). *Evaluating Art*. Philadelphia: Temple University Press.

Dickie, George (1997). *Introduction to Aesthetics – An Analytic Approach*. New York, Oxford: Oxford University Press.

Eskola, Jari & Suoranta, Juha (2000). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino. Viides painos.

Findlay, Michael (2012). *The Value of Art*. Munich: Prestel Verlag.

Grampp, William D. (1989). *Pricing the Priceless – Art, Artists, and Economics*. New York: Basic Books, Inc. Publishers.

Grönros, Eija-Riitta (toim.) (2012). *Kielitoimiston sanakirja – ensimmäinen osa A–K*. Helsinki: Kotimaisten kielten keskuksen julkaisuja 170.

Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena (2000). *Tutkimushaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*, Helsinki: Helsinki University Press.

Hjelm, Camilla (2009). *Modernismens förespråkare, Gösta Stenman och hans konstsalong*. Helsinki: Valtion taidemuseo, Kuvataiteen keskusarkisto.

Hjorth-Röntynen, Anna (2013). *Sell In Good Company: Social Capital as a Strategic Tool in the Fine Art Auction Business*, Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena (2008). *Tutkimushaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Jeffri, Joan (2005). “*Managing Uncertainty. The Visual Art Market for Contemporary Art In the United States*”. Teoksessa Robertson, Iain (toim.) *Understanding International Art Markets and Management*. London & New York: Routledge.

Jyrämä, Annukka (1995). *Visual Art Markets: Structure And Strategies*. Helsinki: Helsingin kauppakorkeakoulun julkaisuja B-154.

Jyrämä, Annukka & Anhava, Eero (2008). ”*Nykytaidemarkkinat ja Kiasma*”. Teoksessa Rajakari, Päivi (toim.) *MUSEOLOGIA 2. Mitä meillä oli ennen Kiasmaa? Kokoelma-toiminnan vaikuttavuus. Valtion taidemuseon julkaisusarja*. Helsinki: Valtion taidemuseo. Vammalan kirjapaino. 183–208.

Klamer, Arjo (1996). *The Value of Culture*. Amsterdam: Amsterdam University Press.



Klamer, Arjo (2005). "Value of Culture". Teoksessa Towse, Ruth (toim.) *A Handbook of Cultural Economics*. Edward Elgar Pub. 465–469.

Kvale, Steinar (1996). *InterViews – An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. London: SAGE Publications.

Kvale; Steinar & Brinkmann, Svend (2009). *InterViews – Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing*. London: SAGE.

Lepistö, Vappu (1991). *Kuvataiteilija taidemaailmassa*. Helsinki: Tutkijaliitto.

Laitinen-Laiho, Pauliina (2001). *Kotimaiset taidemarkkinat 1980- ja 1990-luvulla*. Turku: Turun yliopiston kulttuurihistorian oppiaine.

Laitinen-Laiho, Paulina (2003). *Taide sijoituskohteena*. Helsinki: WSOY.

Laitinen-Laiho, Pauliina (2011). *Miten sijoitan taiteeseen. Mistä taideteoksen arvo muodostuu*. Helsinki: Minerva.

Mattick, Paul (1998). "Survey of Thought". Teoksessa Kelly, Michael (toim.) *Encyclopedia of Aesthetics. Volume 1*. New York: Oxford University Press. 297 – 300.

Mattick, Paul (2006). "What Is Art Worth?" Art in America, joulukuu 2006. (<http://www.mjfdesign.net/terri/7cartworth.pdf>) Viitattu 9.4.2013

Morton, Tom (2007). "For the Love of God", Frieze Magazine. Issue 109, syyskuu 2007. ([http://www.frieze.com/issue/review/damien\\_hirst1](http://www.frieze.com/issue/review/damien_hirst1))

Moulin, Raymonde (1994). *The Construction of Art Values*. International Sociology Vol. 9, No 1. March 1994.

Moulin, Raymonde (1967). *Le marché de la peinture en France*. Paris: Editions de Minuit.

Rautio, Pessi (2013). "Korotan viidelläkymmenellä tuhannella". *Taide* 5/2013.

Robertson, Iain (2005). *Understanding International Art Markets and Management*. London: Routledge.

Ruusuvuori, Johanna & Nikander, Pirjo & Hyvärinen, Matti (toim.) (2010). *Haastattelun analyysi*. Tampere: Vastapaino.

Ruusuvuori, Johanna & Tiittula, Liisa (toim.) (2005). *Haastattelu – Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus*. Tampere: Vastapaino.

Sarva, Sanna (2009). "Taloutta ja brändäämistä taidekentällä". *Taide*, 3/2009.

Grace, Seiberling (1998). "Art Market." Teoksessa Kelly, Michael (toim.) *Encyclopedia of Aesthetics. Volume 1*. New York: Oxford University Press. 141–147.

Sevänen, Erkki (1998). *Taide instituutiona ja järjestelmänä. Modernin taide-elämän historiallissosiologiset mallit*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Sjöberg, Kira (2010). *Nykytaiteen markkinarakenne, ansaintalogiikka ja uudet liiketoimintamallit*, Luovan Suomen julkaisuja 2. Luova Suomi / Cupore.

([http://www.cupore.fi/documents/Taidemarkkinat\\_Sjoberg\\_220110.pdf](http://www.cupore.fi/documents/Taidemarkkinat_Sjoberg_220110.pdf))

Viitattu 16.12.2013.

Stallabrass, Julian (2004). *Art Incorporated, The Story of Contemporary Art*. Oxford: Oxford University Press.

Thornton, Sarah (2008). *Seven Days In The Art World*. New York: W. W. Norton & Company.

Throsby, David (2001). *Economics and Culture*. Cambridge University Press.

Throsby, David (2010). *The Economics of Cultural Policy*. Cambridge University Press.

van Maanen, Hans (2009). *How To Study Art Worlds: On The Societal Functioning Of Aesthetic Values*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Velthuis, Olav (2005). *Talking Prices – Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*. Princeton University Press.

Wacquoant, Loïc (1998). "Artistic Field." Teoksessa Kelly, Michael (toim.) *Encyclopedia of Aesthetics. Volume 1*. New York: Oxford University Press. 300–302.

Woirhaye, Helena (2007). "Galerie Artek." Teoksessa Nummelin, Esko (toim.) *Kyse on aikamme taiteesta – Maire Gullichsen 100 vuotta 2007*. Porin taidemuseon julkaisuja 85. Porin taidemuseo ja Maire Gullichsenin taidesäätiö. 64–99.

Yin, Robert K. (2003). *Case Study Research – Design and Methods. Third Edition*. Thousand Oakes: Sage Publications.

## Sanomalehdet:

Berwick, Carly: *Contemporary Art Market Returns to Sanity*. The New York Sun, 11.5.2005.

(<http://www.nysun.com/arts/contemporary-art-market-returns-to-sanity/13644/>)

Viitattu 10.12.2013.

Mayow, Liisa (2013). ”*Taiteilijan ja yrittäjän identiteetit on mahdollista yhdistää. Taiteilijan ja yrittäjän identiteetit on mahdollista sovittaa yhteen, eikä sieluakaan tarvitse myydä.*” Helsingin Sanomat 29.6.2013.

Mäcklin, Harri (2013). ”*Salmelasta tuli toritaidekauppa. Konservatiivisuus korvaa kunnianhimon pahasti ontuvassa kesänäyttelyssä*”. Helsingin Sanomat 6.7.2013.

(<http://www.hs.fi/arviot/N%C3%A4yttely/Salmelasta+tuli+toritaidekauppa/a1373004971373>) Viitattu 10.12.2013.

Saarikoski, Saska (2009). ”*Pieni piiri päättää*”. Helsingin Sanomat 18.11.2009.

Uimonen, Anu (2008). ”*Taiteilija Jani Leinonen selitti uutta Elovena-tyttöään Raisiolle.*” Helsingin Sanomat 16.1.2008.

Yli-Lassila, Jukka (2007). ”*Hinta kertoimen mukaan*”. Helsingin Sanomat, 23.1.2007.

”*Taiteilija Riiko Sakkinen piilotti tuhat euroa kirjaston kirjojen väliin*”. Helsingin Sanomat 11.2.2013.

(<http://www.hs.fi/kulttuuri/Taiteilija+Riiko+Sakkinen+piilotti+tuhat+euroa+kirjaston+kirjojen+väliin/a1360552446564>)

## Internet-lähteet:

AV-arkki Suomalaisen mediataiteen levityskeskus: Liisa Lounila

<<http://www.av-arkki.fi/taiteilijat/liisa-lounila/>> Viitattu 16.12.2013.

British Broadcasting Corporation (BBC), London

*Hirst unveils £50m diamond skull.* BBC News 1.7.2007.

<<http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/6712015.stm>> Viitattu 15.11.2013.

Galleria Jangva: Maira Laine – Olemuksia

<<http://www.jangva.fi/laine/lainet.html>> Viitattu 5.12.2013.

Helsinki Contemporary: Liisa Lounila

<<http://helsinkicontemporary.com/artist/liisalounila/>> Viitattu 5.12.2013.

Helsinki Contemporary: Ville Andersson

<<http://helsinkicontemporary.com/artist/villeandersson/>> Viitattu 5.12.2013.

Irvine, Martin: *Institutional Theory of Art and the Artworld*, 2003–2008.

<<http://www9.georgetown.edu/faculty/irvinem/visualarts/institutional-theory-artworld.html>> Viitattu 5.9.2012.

Jani Leinosen internetsivut <<http://janileinonen.com>> Viitattu 5.12.2013

Kiasma: Mitä on nykyaide?

<<http://www.kiasma.fi/kouluille/opettajille/mitaonnykyaide>> Viitattu 16.12.2013.

Kuvataideakatemia: Tarja Pitkänen-Walter

<<http://www.kuva.fi/fi/opiskelu/professorit/tarja-pitkanen-walter-maalaustaide>> Viitattu 5.12.2013

Kuvataideakatemia – tohtorikoulutus <<http://www.kuva.fi/fi/tutkimus/tohtorikoulutus>> viitattu 15.11.2013.

Liisa Lounilan internetsivut <<http://www.scenemissing.net>> Viitattu 5.12.2013

Lähdesmäki, T., Hurme, P., Koskimaa, R., Mikkola, L., Himberg, T., *Menetelmäpolkuja humanisteille*. Jyväskylän yliopisto, Humanistinen tiedekunta.

<<http://www.jyu.fi/mehu>>. Viitattu 18.3.2013.

Maria Laineen internetsivut <<http://www.marialaine.com>> Viitattu 5.12.2013

Oxford Dictionaries: Definition of value in English

<<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/value>> Viitattu 16.12.2013.

Poutiainen, Viivi (2013). *Hintojen symboliikka taidemarkkinoilla. Näkökulmia taiteen ja rahan suhteeseen*. Hybris 1/2013 Talous ja tavikset. <<http://hybrislehti.net/12013-talous-ja-tavikset/hintojen-symboliikka-taidemarkkinoilla>> Viitattu 7.1.2014.

Puolakka, Kalle (2010). *Danton taidefilosofia*. <<http://filosofia.fi/node/5171>> Viitattu 5.9.2012.

*Taiteilija ei elä teosten myynnillä*. MTV3. 16.2.2009.

<<http://www.studio55.fi/tulosta.shtml/1161112>> Viitattu 2.7.2013.

Tarja Pitkänen-Walterin internetsivut <<http://www.pitkanen-walter.net>> Viitattu 5.12.2013.

Ville Anderssonin internetsivut <<http://www.villeandersson.com>> Viitattu 5.12.2013.

Yleisradio (YLE), TV1, Helsinki

*Viisi suomalaista kisaa Carnegie-taidepalkinnosta*. YLE Uutiset. 13.6.2013.

<[http://yle.fi/uutiset/viisi\\_suomalaista\\_kisaa\\_carnegie-taidepalkinnosta/6686618](http://yle.fi/uutiset/viisi_suomalaista_kisaa_carnegie-taidepalkinnosta/6686618)>  
Viitattu 13.6.2013.

Yleisradio (YLE), TV1, Helsinki

*Huippunykytaiteen hinnat karkaavat Suomen museoilta.* YLE Uutiset. 11.2.2013.

<[http://yle.fi/uutiset/huippunykytaiteen\\_hinnat\\_karkaavat\\_suomen\\_museoilta/6482262](http://yle.fi/uutiset/huippunykytaiteen_hinnat_karkaavat_suomen_museoilta/6482262)>  
Viitattu 14.10.2013.

Yleisradio (YLE), TV1, Helsinki

*Nämä ovat Suomen kalleimmat nykytaiteilijat.* YLE Uutiset. 11.2.2013.

<[http://yle.fi/uutiset/nama\\_ovat\\_suomen\\_kalleimmat\\_nykytaiteilijat/6485791](http://yle.fi/uutiset/nama_ovat_suomen_kalleimmat_nykytaiteilijat/6485791)> Viitattu  
14.10.2013.

Yleisradio (YLE), Yle Radio 1, Helsinki

*Tutkimus romuttaa myytin boheemitaiteilijasta.* Kultakuume. 2.12.2013.

<[http://yle.fi/radio1/kulttuuri/kultakuume/ohjelmat/tutkimus\\_romuttaa\\_myytin\\_boheemitaiteilijasta\\_43498.html](http://yle.fi/radio1/kulttuuri/kultakuume/ohjelmat/tutkimus_romuttaa_myytin_boheemitaiteilijasta_43498.html)> Viitattu 5.12.2013.

## Liite 1.

Haastattelurunko

Kysymyksiä taiteilijalle:

Arvot

Miksi teet taidetta?

Mitä arvoja liität taiteeseen?

Mitkä arvot ovat sinulle tärkeitä taiteessa?

Tavoitteesi taiteilijana?

Onko tavoitteilla ristiriitoja? Miten ne voi ratkaista?

Kaupallisuus

Miten hinnoittelet teoksesi? Kuka hinnoittelee?

Ovatko hinnat erilaiset Suomessa kuin ulkomailla?

Miten hintasi ovat muuttuneet urasi aikana?

Oletko tyytyväinen hintoihin? Liian matalia?

Miksi luulet ostajien valitsevan sinun teoksen? Millaisia ostajia? Yksityiset, museot, yritykset?

Mitkä ovat sinun mielestäsi (hyviä) syitä ostaa taidetta?

Tunnetko ristiriidan taiteen ja kaupallisuuden välillä? Miksi? Miksi et? Miten selviät? Millainen?

Galleria? Messut? Myyntikanavat?

Taiteilijuus

Osaatko sanoa, mitkä ovat syitä siihen, että olet menestynyt taiteilijana?

Onko taide sinulle elinkeino?

Onko teoksen ilmaisumuodolla, tekniikalla tai koolla merkitystä itsellesi?

Minkälaiset teokset ovat eniten ostajien mieleen?

Teetkö töitä joita haluat tehdä ja töitä joilla elät?

Millainen on mielestäsi hyvä taiteilija? Kuinka olla hyvä taiteilija?

Millainen taiteilija haluat olla?

Mikä on tärkeintä omassa taiteilijan työssäsi?



## Kuvat

Kuva 1.



Andy Warhol: *Brillo Box*, 1964, silkkipainoväri puulle.

Kuva: Phillips de Pury et Company.

Kuva 2.



Jani Leinonen: *Chiquita*, 2009, akryyli kankaalle

Kuva: Jani Leinonen

Kuva 3.



Jani Leinonen: *Death Of Andy Warhol, Death of Capitalism -sarjasta*, 2012, Hiekkapuhallus, lehtikultaus ja -hopeointi mustalle graniitille, 50 x 50 x 17 cm

Kuva: Vilhelm Sjöström

**Kuva 4.**



Tarja Pitkänen-Walter: *Rikkoutuneita eleitä – asetelma ja interiööri (kaupankäynnin maailmassa)*, 2007

Kuva: Valtion taidemuseo

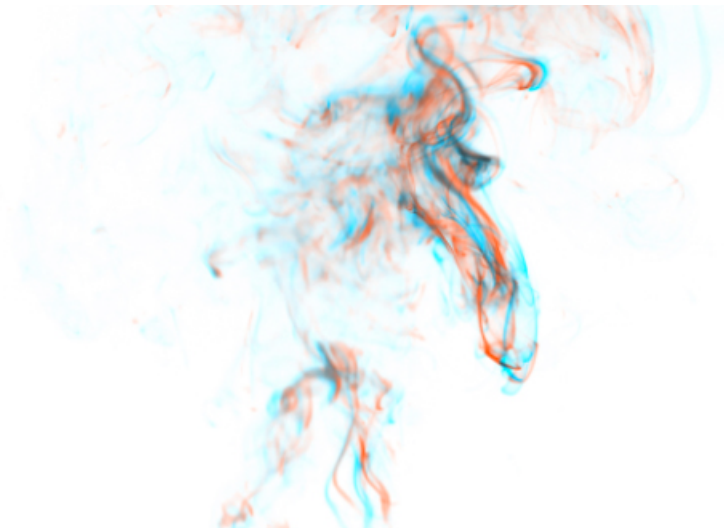
**Kuva 5.**



Liisa Lounila: *Sunday Morning (Breakfast in bed)*, 2012, palladium on chinese take-away set, paper and resin, glass vitrine, 25 x 31 x 31 cm.

Kuva: Helsinki Contemporary

**Kuva 6.**



Liisa Lounila: *Lift*, 2011, HD-video 5min 38sek

Kuva: Helsinki Contemporary.

**Kuva 7.**



Ville Andersson: *I Am Visconti*, 2012, muste ja lyijykynä paperille, 50 x 35cm

**Kuva 8.**



Ville Andersson: *Villa*, 2011, C-print silisec, editio 5 + 2 ap, 70 x 105 cm

**Kuva 9.**



Maria Laine: *Melankolia*, 2012, öljy kankaalle, 150 x 130 cm



**Kuva 10.**



Maria Laine: *Olemus*, 2012, öljy kankaalle, 120 x 140 cm