

Teknologian historian aikakauslehti Finskt tidskrift för teknikhistoria Finnish Quarterly for the History of Technology

# teknikan



# aiheita

## TEOLLISEN KULTTUURIPERINNÖN MONET MUODOT



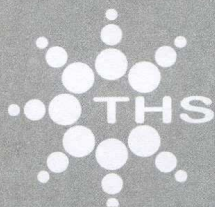
2/2014 kesäkuu 8 €

# TEKNIIKAN WAIHEITA TEKNIK I TIDEN

Teknologian historian aikakauslehti  
2/14 kesäkuu  
32. vuosikerta

ISSN 0780-5772

Tekniikan Historian Seura THS ry.  
Teknikhistoriska Samfundet THS rf.  
Tieteiden Talo, Kirkkokatu 6, 00170 Helsinki  
<http://www.ths.fi>



Tieteellisten seurain valtuuskunnan jäsen  
Tiedekustantajien liiton jäsen

## Päätoimittaja

Katariina Mauranen,  
[katariina.mauranen@gmail.com](mailto:katariina.mauranen@gmail.com)

## Toimitussihteeri, ulkoasu ja taitto

Terhi Ketolainen, [terhi.ketolainen@gmail.com](mailto:terhi.ketolainen@gmail.com)

## Toimittajat

Sampsa Kaataja, [sampsa.kaataja@uta.fi](mailto:sampsa.kaataja@uta.fi)  
Mikko Kylliäinen, [kylliainen@gmail.com](mailto:kylliainen@gmail.com)  
Tiina Männistö-Funk, [tiiman@utu.fi](mailto:tiiman@utu.fi)  
Petri Saarikoski, [petsaari@utu.fi](mailto:petsaari@utu.fi)  
Anna Sivula, [anna.sivula@utu.fi](mailto:anna.sivula@utu.fi)

## Tilaus-, jäsen- ja osoiteasiat

Sampsa Kaataja, [sampsa.kaataja@uta.fi](mailto:sampsa.kaataja@uta.fi)  
050 3704594

## Ilmoitustilan myynti

Veijo Kauppinen, [veijo.kauppinen@professori.fi](mailto:veijo.kauppinen@professori.fi)  
Konsulttitoimisto Kauppinen ja Krons Oy /  
Artemis Media  
09 497 108

## Paino

Unigrafia, Helsinki

## KANSI

Tekniikan Waiheiden kesänumero keskittyy teolliseen kulttuuriperintöön. Kannen kuvassa uudisrakennus kohtaa vanhan kutomon rauniot Porin Puuvillatehtaalla. Kuva: Anna Sivula.

Kansi: Terhi Ketolainen  
Tekniikan Waiheita -logo: Katja Savolainen

## KUKA PYSTYTTÄÄ TEOLLISUUDEN MUISTO- MERKIT JA MILLE NIITÄ PYSTYTETÄÄN?

Toukokuussa 2014 *Satakunnan Kansa* uutisoi, että Porin vanhan puuvillatehtaan alueelle kohoavan kauppakeskuksen työmaalla oli vahingossa tuhottu pätkä tiilimuuria. Tiilimuri oli aikanaan palvellut 1980-luvun alussa palaneen kutomorakennuksen ulkoseinänä. Uutisointia saatteli lehden kommenttiosastolla joukko lukijoiden voimakkaita, nimettömiä tunteenpurkauksia. Heidän kulttuuriperintönsä oli kajottu. Kulttuuriperintöön kohdistuu omistusoikeudesta riippumatonta osallisuutta. Muistomerkit vahvistavat yhteisön tietoisuutta menneisyydestään ja muistuttavat menneestä.

Teollista kulttuuriperintöä syntyy, kun alkuperäisen tehtävänsä menettäneitä teollisuusrakennuksia, laitteita, teollisuustuotteita ja teollisen kulttuurin käytänteitä valitaan suojeltaviksi ja säilytettäväksi. Jokaista säilytettyä ja suojeltua vanhaa teollisuusrakennusta kohden on lukuisia purettuja tiilimureja ja purkupäättöstä odottavia raunioita, sillä vain osa menneisyyden jäänteistä päätyy muistomerkeiksi. Muistomerkkejä ei pystytetä menneisyyttä vaan tulevaisuutta varten. Ne vahvistavat ja suuntaavat ajattelutapoja ja mielikuvia. Säilytettäväksi valitaan sellaisia kohteita, jotka jokin yhteisö kokee omikseen ja joilla on historiallista arvoa.

Historiallinen arvo tuotetaan historioimalla. Kulttuuriperintö muuttuu, kun kulttuuria historioidaan uudella tavalla. Suomalaisen teollisen kulttuuriperinnön muotoutuminen on käynyt läpi useita erilaisia vaiheita. Se sai alkunsa teollisten rakennemuutosten myötä huolena siitä, että työväenkulttuuri ja perinteiset tuotantolaitokset häviäisivät jäljettömiin. Vähitellen teollinen menneisyys löysi Suomessakin tiensä osaksi kulttuurihistoriaa. Teollisen

### SISÄLLYS

Pääkirjoitus	3
Teollinen kulttuuriperintö vakiintui suomalaisen historiatietoisuuteen Anna Sivula	5
Teollinen kulttuuriperintö liiketoiminnan resurssina: Noormarkun ruukki ja tuotteistettu perintö Maarit Grahn	19
Saunoja ja aitouden ihanteita: Kiukaat mainoksissa teollisen kulttuuriperinnön tuotteina Laura Puromies	36
Suunniteltu vanhentaminen tuotteiden ominaisuutena Lilli Sihvonon	46
Katsaukset	
Historiallisen palokaluston kulttuuriperintöprosessi: Tapaustutkimus Porin VPK:n ensimmäisestä paloautosta (Anni Ruohomäki)	55
Automaatit osana japanilaista teknologia-kulttuuria (Jaakko Suominen)	68
Esitelmät	
Kulttuuriperintö yrityksen voimavarana (Maarit Grahn)	80
Kirjoittajakutsu: TW 4/2014	85
Uutiset	86
Abstracts	90

kulttuuriperinnön tutkija tietää, ettei kaikkia alkuperäisen tehtävänsä menettäneitä menneisyyden jäänteitä ole mahdollista suojella ja säilyttää. On tehtävä valintoja. Valintoja voi perustella monella tavoin, mutta jokainen muistomerkin pystyttävä joutuu valintoja perustellessaan käyttämään menneisyyttä koskevaa tietoa.

Teollisen kulttuuriperinnön teemanumeron tutkimusartikkeleista koostuvan osuuden avaa Anna Sivulan artikkeli, joka tarkastelee teollisen kulttuuriperinnön tuloa osaksi suomalaista historiatietoisuutta ja seuraa käsitteen vakiintumista 1970-luvulta 2000-luvulle. Sen jälkeen Maarit Grahn esittelee yritysten roolia teollisen kulttuuriperinnön säilyttäjinä ja käyttäjinä. Laura Puomies puolestaan lähestyy teollisen kulttuurin perintöä tutkimalla niitä tapoja, joilla teollisuustuotteen, esimerkkitapauksessa kiu-kaiden, mainonta tuottaa ja hyödyntää oman aikansa kulttuuria. Lopuksi Lilli Sihvonon avaa näkökulmia teknologiatuotteiden suunnitellun vanhentamisen käytäntöön.

Tämän numeron katsaukset valottavat konkreettisin esimerkein esineisiin liittyviä kulttuuriperintöprosesseja. Kulttuuriperintöprosessit muodostuvat yhteisöjen valinnoista. Ne voivat olla pienen paikallisyhteisön ylläpitämiä, tai niillä voi olla maailmanlaajuisia taustavoimia. Jaakko Suominen pohtii omassa katsauksessaan japanilaisten myyntiautomaattien historiaa ja automaateille annettuja merkityksiä. Myyntiautomaattien tarina ohjaa meitä tarkastelemaan niitä lukuisia kulttuuriperintöprosesseja, joita teknologisessa ympäristössämme on joko parhaillaan käynnissä tai juuri käynnistymässä. Anni Ruohomäki puolestaan luo katsauksen siihen, miten eräs paloauto muuttui arkisesta työkalusta paikallisen yhteisön arvostamaksi symboliksi. Ruohomäen esittelemä tapaus avaa sitä, miten erilaisten yhteisöjen valinnat ja arvot ohjaavat teollisen kulttuuriperinnön muodostumista.

Numerossa on julkaistu myös Turun Yliopiston kulttuuriperinnön tutkimuksen

oppiaineen ensimmäisen väittelijän, Maarit Grahnin, lektio. Salin täydeltä yleisöä vetäneessä väitöstilaisuudessa esitetty teksti on hyvä esimerkki siitä, että humanistinen tutkimus voi tehdä ymmärrettäväksi teollisuusyritysten muuttuvaa kulttuuria.

Anna Sivula

Anna Sivula on toiminut tämän *Tekniikan Waiheiden* teemanumeron sisällöstä vastaavana toimittajana.



Tekniikan Waiheita on Tekniikan Historian Seura THS ry:n kustantama aikakauslehti. Lehti ilmestyy neljä kertaa vuodessa. Lehden tilaushinta on 31 e/ vuosi. Tilaukset ja osoitteenmuutokset: Sampsa Kaataja, sampska.kaataja@uta.fi, tai seuran www-sivujen kautta (www.ths.fi) tai seuran postiosoitteeseen (ks. sivu 2).

Tekniikan Historian Seuran jäsenille lehti lähetetään jäsenetuna. Kestotilaus jatkuu ilman erillistä uudistusta tilauksen peruutukseen asti. Tilauksen voi peruuttaa ilmoittamalla asiasta toimitukselle. Toimitus myy lehden vanhoja irtokappaleita, mikäli niitä on jäljellä.

Toimitus- ja ilmoitusmateriaali sähköpostitse osoitteeseen tw.taitto@ths.fi. Normaali postissa lähtettävän aineiston kohdalla ota yhteys toimitukseen (ks. toimituksen yhteystiedot s. 2). Lehti vastaanottaa julkaistavaksi kirjoituksia teknologian historian eri aloilta. Aineiston jättö: artikkeleiden osalta ota yhteys päätoimittajaan, muu aineisto numeroon 3/2014 22. elokuuta ja numeroon 4/2014 7. marraskuuta.

Lehti ottaa arvosteltavaksi alalta kirjoitettuja julkaisuja, painotuotteita ja näyttelykäsikirjoituksia. Lehti ei palauta pyytämättä lähetettyjä tekstinäytteitä tai valokuvia. Valokuvien käsittelystä pyydetään sopimaan erikseen päätoimittajan kanssa.

Artikkelien sisällöstä ja niissä esiintyvistä mielipiteistä vastaa kirjoittaja. Artikkelit tarkastetaan vertaisarviointimenetelmällä. Kuvamateriaalin luovuttaja vastaa kuvien julkaisuoikeudesta. Yksityiskohtaiset kirjoitus- ja aineisto-ohjeet löytyvät Tekniikan Historian Seuran kotisivuilta <http://www.ths.fi/ohjeet.htm>.

## TEOLLINEN KULTTUURIPERINTÖ VAKIINTUI SUOMALASEEN HISTORIATIE TOISUUTEEN

Anna Sivula

Teollisen kulttuuriperinnön vakiintumista Suomeen saattelivat 1970-luvulta lähtien akuutit rakennussuojelukysymykset ja uuden kulttuurihistorian muotoutuminen. Ajattelutapa ja käsitteet omaksuttiin Ruotsista. Julkinen vakiinnuttaminen eteni Suomessa esiteollisen ajan ruukkien miljöistä muuhun teolliseen rakennusperintöön. 1980- ja 1990-luvuilla rakennetun teollisuusympäristön kulttuurihistoriallisen arvon kriteerit täsmentyivät. Aineettoman teollisen kulttuuriperinnön alue puolestaan laajeni työväenperinteestä kohti muita kulttuurin alueita. Nykyään sekä aineellista että aineetonta teollista kulttuuriperintöä arvotetaan ja tulkitaan Suomessa monista näkökulmista. Käsitteistö on 2000-luvun alussa vakiintunut vastaamaan alan kansainvälistä terminologiaa. On tullut aika kysyä, millaisten historioiden perusteella valitsemme teollista kulttuuriperintöä tulevaisuudessa.

### KULTTUURIPERINTÖPROSESSIN JA SITÄ JÄSENTÄVIEN KÄSITTEIDEN JÄLJILLÄ

*Teollista kulttuuriperintöä* muodostuu, kun yhteisön jäsenet käyttävät teollisen yhteiskunnan ja kulttuurin jättämiä jälkiä historia-tietoisuutensa rakentamiseen. Ihmisryhmät ja -yhteisöt vahvistavat teollisen kulttuuriperinnön avulla omaa temporaalista eli ajallisuuteensa liittyvää itseymmärrystään teollisuusyhteiskunnan jälkeisessä maailmassa.<sup>1</sup> Kulttuuriperintö ei siis ole pelkkiä esineitä ja asioita, vaan se on prosessi, jossa menneisyyttä koskevan tiedon käyttäminen muuttaa nykyisyyttä. Kulttuuriperintö on siten aina oman aikansa nykykulttuurin ilmiö.

*Historiatietoisuus* puolestaan tarkoittaa ihmisten ja ihmisyhteisöjen käsitystä menneisyyden, nykyisyyden ja tulevaisuuden välisestä sidoksesta. Historiatietoisuus muuttuu, kun ihmiset haluavat tietää menneisyydestä erilaisia asioita ja säilyttää siitä toisenlaisia todisteita kuin aikaisemmin.<sup>2</sup>

Kaikki teollistuneen kulttuurin aineelliset ja aineettomat jäljet ovat muutettavissa teolliseksi kulttuuriperinnöksi. Osa jäljistä on kadonnut, unohtunut tai tunnistamatta. Teollinen kulttuuriperintö karttuu teollisen yhteiskunnan jättämien jälkien löytämisistä, muistamisista, tunnistamisista – ja valinnoista.

Tarkastelen tässä artikkelissa sitä, miten teollinen kulttuuriperintö vähitellen vakiintui osaksi suomalaista historiatietoisuutta.<sup>3</sup> Johtolankoinani käytän erilaisia teollista menneisyyttä tulkitsevia, vuosina 1975–2000 ilmestyneitä tekstejä. Olen etsinyt näistä aikalaisteksteistä aiheutusteita, jotka indikoivat teollisen kulttuuriperinnön käsitteistä ja institutionaalitumista Suomessa.

Stefan Bohmanin mukaan uuden kulttuuriperintölajin muotoutuminen alkaa historian käyttämisenä. Historia on menneisyyttä koskevaa tietoa. Historiaa käyttämällä identifioidaan eli tunnistetaan uutta kulttuuriperintöä. Osa kulttuuriperinnöksi tunnistetuista kohteista halutaan säilyttää ja

*museoidaan.* Museointivaihetta seuraa kulttuuriperinnön *institutionalisoiminen*. Kulttuuriperintö ei säilytä arvoaan ikuisesti, vaan institutionalisoituneestakin kulttuuriperinnöstä voidaan historian uudelleenarvioinnin seurauksena luopua tai sitä voidaan muuttaa.<sup>4</sup> Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että museoita voidaan sulkea tai niiden tehtäviä muuttaa, rakennussuojelupäätöksiä purkaa ja perinneyhdistyksiä lakkauttaa. Kulttuuriperintöprosessin käynnistämistä ja institutionaalisen kulttuuriperinnön uudelleenarviointia argumentoidaan *esitetyllä historialla*.<sup>5</sup>

Osa johtolangoistani löytyy humanistisista ja yhteiskuntatieteellisistä aikalais-teksteistä, osa kulttuuriperinnön hallintoon liittyvistä muistioista ja luetteloista, osa taas poliittisen toiminnan jäljistä. Tarkasteluni ei ole systemaattinen eikä kattava. Olen lähinnä kerännyt näytteitä, joiden avulla jäljitän teollisen kulttuuriperinnön käsitteen vakiintumista ja historiatietoisuuden muutosta.

Kansallisen kulttuuriperinnön ydinaines koostui Suomessa aina 1950-luvulle asti talonpoikaiskulttuurin jäänteistä. Suomalainen talonpoika säilytti pitkään asemansa kansallisen historian keskiössä. Talonpoikaista kulttuuria idealisoitiin ja sille rakennettiin monumentteja.<sup>6</sup> Samaan aikaan suomalaista aikalaiskokemusta leimasi siirtyminen uudenaikaiseen teollistuneeseen kulutuskulttuuriin, mutta teollisuuskokemusten elementtejä ei vielä identifioitu kulttuuriperinnöksi.

Tehtaat ja teknologia olivat toki olleet jo 1800-luvun lopulta lähtien olennainen osa kansakunnan identiteetin vahvistamiseen käytettyä kuvastoa. Tehtaita ja teollisen toiminnan ympärille rakennettua maisemaa esiteltiin kuvateoksissa ja taiteessa uuden aikakauden elementteinä.<sup>7</sup> Ne edustivat modernia kansakuntaa, eivätkä kansakunnan menneisyyttä. Teollistuneen yhteiskunnan jättämiä jälkiä ei ajateltu historiallisina, eikä niitä mielletty kulttuuriperinnöksi.

Tapahumarisarjaa, jossa jokin mennei-

syiden jättämä jälki valitaan ja tuotetaan säilyttämisen arvoiseksi todisteeksi, nimitetään *kulttuuriperintöprosessiksi*. Kulttuuriperintö ei lankea yhteisöjen omaisuudeksi annettuna eikä itsestään. Yksilöt, yhteisöt ja erilaiset instituutiot valitsevat osan menneisyyden jättämistä jäljistä ja tuottavat ne aktiivisesti kulttuuriperinnökseen.<sup>8</sup>

Modernit tehtaat, teollisuus ja teknologiat kuuluivat aina 1970-luvulle asti kansakunnan nykyisyyteen ja tulevaisuuteen, mutta eivät sen historiaan.<sup>9</sup> Historiaa kirjoitettiin kulkemaan teollisuuden laajenemista ja teknologian lisääntymistä kohti. Modernin teollisuuden jättämien jälkien historiointi alkoi vasta, kun teolliseen kulttuuriin liittyvä odotushorizontti muuttui. Viimeistään 1970-luvulla oli ilmeistä, että kokonaiset modernit teollisuudenalat saattoivat tulla tiensä päähän. Niiden jäljiltä jäi tyhjiä rakennuksia, käyttämättömiä koneita ja alkuperäisen tehtävänsä menettäneitä teknisiä ja sosiaalisia käytänteitä.

## TEOLLISUUSPERINTEESTÄ TEOLLISUUSPERINNÖKSI JA TEOLLISEKSI KULTTUURIPERINNÖKSI

Kansainvälisissä keskusteluissa teollista kulttuuriperintöä määrittävä termistö alkoi vakiintua 1970-luvun lopulla. Käsitteitä etsittiin ja kokeiltiin pitkään. Käsitteistön vanhin kerrostuma omaksuttiin Pohjoismaihin brittiläisestä teollisuusarkeologiasta. Teollisuusarkeologia keskittyi vielä 1960-luvulla aineellisen kulttuurin jäänteisiin. Vaikutteet tulivat ensin Ruotsiin. Ruotsalaiset Marie Nisser ja Gunnar Sillén esittelivät jo vuonna 1968 omintakeisen teollisuusmuistojen (*industriminnen*) käsitteen. Teollisuusmuistoihin kuuluviksi he lukivat kaikki teollisen yhteiskunnan jättämät jäljet, niin aineelliset kuin aineettomatkin. He painottivat lisäksi, että näitä jälkiä oli tulkittava, ymmärrettävä ja selitettävä yhteiskuntahistoriallisessa kon-

tekstissa. Teoreettisesta keskustelusta siirryttiin Ruotsissa kohti käytäntöä, ja vuonna 1971 perustettiin Marie Nisserin aloitteesta monitieteinen *industriminnesgruppen*-työryhmä, johon kuului edustajia yliopistoista, yrityksistä, keskusmuseoista ja muinaismuistohallinnosta.<sup>10</sup> Ruotsi oli kansainvälisestäkin arvioiden teollisen kulttuuriperinnön edelläkävijämaa.

Ensimmäinen kansainvälinen teollisuusperintökohteiden suojelukonferenssi *The First International Conference on the Conservation of Industrial Monuments (FICCIM)* järjestettiin Ironbridgessä, Englannissa vuonna 1973. Suomalaisia ei vielä ollut osallistujien joukossa.<sup>11</sup> Ruotsissa vuonna 1978 järjestettyyn *The Third International Conference on the Conservation of Industrial Monuments* -konferenssiin osallistui myös suomalaisia tutkijoita ja asiantuntijoita.<sup>12</sup> Tämä konferenssi päätti korvata termin *Industrial Archaeology* termillä *Industrial Heritage*. Samassa konferenssissa perustettiin myös *The International Committee for the Conservation of the Industrial Heritage*.<sup>13</sup>

Marie Nisser kokosi vuonna 1979 toimittamaansa *Industriminnen*-teokseen ruotsalaisen teollisuusperintöajattelun suunta-aviivat. Teos esitteli ruotsalaisten teollisuushistoriallisten kohteiden suojelun historiaa vuoteen 1979 asti.<sup>14</sup> Sitä luettiin myös Suomessa.

Erkki Härö laati vuonna 1979 Museovirastolle ensimmäisen teollisuudenalakohtaisen rakennusperintöselvityksen. Kyseessä oli ruukki-inventointi. Samana vuonna Suomen Rakennustaiteen museossa järjestettiin *Ruukkimiljööt*-näyttely.<sup>15</sup> Teollisuusympäristöjen tunnistamista kulttuuriperinnöksi seurasi näiden ympäristöjen museointi. Ensimmäiset museoidut teollisuusympäristöt olivat Suomessa, kuten muuallakin Euroopassa, esiteollisen ajan tuotantolaitoksia.

Nisserin ja Sillénin käsitteistö omakuttiin Suomeen aluksi lähes sellaisenaan, osana ruotsalaista ”kulttuurimuistojen suojeleohjelmaa”<sup>16</sup>, ja sille ominaisia, ruotsa-

laisten mallien mukaisia seudullisia ja maakunnallisia käytänteitä.<sup>17</sup> Teollisuusmuisto ei Suomessa vakiintunut yleistermiksi. Yleiskäsitteen asemaa tavoitteli Suomessa aluksi *teollisuusperinne*. Tutkija Helena Hakkarainen ehdotti tätä termiä *Industrial Heritage*n vastineeksi valtakunnallisilla tekniikan museopäivillä 5.9.1984.<sup>18</sup> Termi sopi hyvin kotimaisen perinne-sanueesta rönsynneen, 1980-luvun muun terminologian jatkeeksi. Se sai kannatusta kansatieteilijöiltä ja folkloristeilta, ja jäi pariksi kymmeneksi vuodeksi elämään vuonna 1985 perustetun Suomen Teollisuusperinteen Seuran nimeen. Seura rekisteröitiin 1990-luvulla nimellä Teollisuusperinneyhdistys ry – Industriminnesförningens rf. Se muutti ensin nimensä Teollisuusperinteen seuraksi ja on nykyiseltä nimeltään Teollisuusperintöseura ry.<sup>19</sup>

Kulttuuriympäristöjen inventointeja ohjaavissa viranomaisohjeissa ei Suomessa 1980-luvun lopulla puhuttu *teollisuusperinteestä* tai *teollisuusmuistoista* teollisuuden ympäristöön jättämien jälkien arvoa määrittävänä komponenttina. Niissä puhuttiin *kulttuurihistoriasta*. Rakennetun, arkkitehtonisesti omaleimaisen teollisuusympäristön arvo tuotettiin määrittelemällä kohde kulttuurihistorialliseksi.<sup>20</sup> Kulttuurihistoriallisen arvon argumentiksi kelpasi usein esimerkiksi tunnetun arkkitehdin nimi.

Vuonna 1984 Museovirasto täydensi suojeltavien rakennusten luettelointiohjeita.<sup>21</sup> Teollisen kulttuuriperinnön tunnistajille laadittiin yksinkertainen historian käyttöohje. Vuonna 1985 ympäristöministeriö käynnisti kulttuurihistoriallisesti arvokkaiden teollisuusympäristöjen inventointihankkeen. Uusien inventointiohjeiden mukaan teollisuusympäristön kulttuurihistoriallinen arvo muodostui neljänlaisista osatekijöistä: *Teollisuushistorialliseen arvoon* lukeutuivat rakennuksen taloushistoriallinen, sosiaalhistoriallinen ja tekniikanhistoriallinen merkitys. *Arkkitehtoniset arvot* muodostuivat teollisuusarkkitehtuurin ominaispiirteistä,

rakenteiden historiasta sekä rakennusten sijoituksesta ja esteettisistä arvoista. *Ympäristöarvot* puolestaan perustuivat siihen tapaan, jolla rakennus liittyi ympäröivään rakennuskantaan ja kulttuurimaisemaan. *Sosiaaliset arvot* puolestaan perustuivat siihen, mikä oli tehdasmiljöön merkitys sosiaalisten suhteiden kannalta. Näistä komponenteista muodostetun kulttuurihistoriallisen arvon tuli perustua ”monipuolisesti tutkittuihin tosiseikkoihin, ei makusioihin”. Yleisesti hyväksytyjä kriteerejä, joilla näitä arvoja tuli mitata, olivat kohteen ”*edustavuus, harvinaisuus, alkuperäisyys, ajallinen kerroksisuus ja yhtenäisyys*.”<sup>22</sup> Kulttuurihistoriallisen arvon konkreettinen sisältö määrittäytyi oikeastaan vasta, kun rakennuksia alettiin asettaa arvojärjestykseen.

Inventoinneilla piti selvittää, kuinka paljon Suomessa on sellaisia vanhoja teollisuusalueita, joiden säilyttämiseen ja kunnostamiseen tarvittaisiin valtion tukea. Valikoitujen ympäristöjen osalta oli tarkoitus selvittää ja luetteloida niiden kulttuurihistoriallinen arvo, säilyneisyys sekä säilymistä uhkaavat tekijät. Yksityiskohtainen kuntotutkimus ei kuulunut selvityksen piiriin. Kulttuurihistoriallisesti arvokkaiden teollisuusympäristöjen inventointia toteutti käytännössä Lauri Putkonen. Hän sai tehtäväkseen toteuttaa kriittisen luettelon kaikista Suomen inventoiduista teollisuushistoriallisista ympäristöistä ja etsiä niiden joukosta erityisen tuen tarpeessa olevat tai kulttuurihistoriallisesti huomattavat kohteet. Inventointia valvoi työryhmä, johon kuului edustajia sekä ympäristöministeriöstä että Museovirastosta. Putkonen esitteli tälle työryhmälle ja sen sidosryhmille teollisuusympäristöjen inventointien tilaa, inventointitilannetta sekä hankettaan Rakennussuojelun infopäivillä 19.5.1986.<sup>23</sup>

Lauri Putkonen loi valtakunnallisen teollisuusperintöinventoinnin mallin ja teki Suomen ensimmäisen kattavan perusselvityksen valtakunnallisesti merkittävistä

kulttuurihistoriallisesti arvokkaista teollisuusympäristöistä. Hän kokosi raporttinsa seutukaavaliitoissa tuotetun materiaalin pohjalta. Materiaali oli tuttua, sillä hän oli itse osallistunut sen tuottamiseen jo 1970-luvulla. Seutukaavaliitojen tuottamiin kulttuurihistoriallisiin inventointeihin sisältyi vuonna 1986 noin 500 arvokkaaksi luokiteltua teollisuusympäristöä, ja uusia kohteita tunnistettiin jatkuvasti lisää.<sup>24</sup>

Nimekkäillä arkkitehteilla rakennusten historiallista arvoa perusteleva kulttuurihistoria edusti 1980-luvun lopulla väistyvää historiakäsitystä. Korkeakulttuuria ihannoiva kulttuurihistoriallinen orientaatio alkoi muuttua ongelmalliseksi, kun kulttuurihistoria-käsitteen uusi, ranskalaisissa, amerikkalaisissa ja saksalaisissa keskusteluissa 1940-luvun jälkeen muotoutunut kokonaisvaltainen sisältö rantautui Suomeen. Turun yliopiston kulttuurihistorian professoriksi vuonna 1978 valitun Veikko Litzenin mukaan keskiaikainen katedraali ja 1920-luvulla valmistettu T-Ford olivat kulttuurihistorioitsijan silmissä samanarvoisia kulttuurintuotteita. 1980-luvulla kulttuurihistoria sulautti itseensä uusiksi historioiksi nimettyjen mentaliteettien historian, arjen historian, mikrohistorian ja sukupuolihistorian lähestymistapoja ja näkökulmia.<sup>25</sup> Ilmaus ”kulttuurihistoriallinen” saattoi tässä oppiaineessa tarkoittaa mitä tahansa kohteita, jolle oli historiantutkimuksen keinoin rakennettu merkitys.

1980-luvun Museoviraston käsitteistö sopeutettiin yllättävän notkeasti akateemisen historiantutkimuksen uusiin virtauksiin. Mikko Härö määritteli jo vuonna 1986 kulttuurihistoriallisen inventoinnin ympäristöön liittyvien historiallisten ja esteettisten arvojen sekä ihmisen toiminnan jättämien fyysisten jälkien luettelomiseksi ja niitä koskevien tietojen kokoamiseksi. Hän sanoutui eksplisiittisesti irti tulkinnasta, jonka mukaan ainoastaan ihmisen toiminnan ylevät ilmenemismuodot kelpasivat kulttuurihis-



toriaan.<sup>26</sup> Niinpä jo 1990-luvun alun Suomessa tuntemattoman suunnittelijan piirtämästä tehdashallista saattoi tulla arvokas ja merkittävä suojelukohde.<sup>27</sup>

Teollisen maiseman käsite puolestaan vakiintui suomalaisten teollisuusperinnön tutkijoiden ja suojelijoiden käyttöön 1990-luvun aikana.<sup>28</sup> Se ei syrjäyttänyt teollisuusperinnön käsitettä, vaan otettiin kuvaamaan uutta näkökulmaa, joka siirsi teollisuuden jälkien tarkastelun painopisteen yksittäisistä rakennuksista kulttuuriympäristöön ja laajoihin kokonaisuuksiin. Monitieteiset tutkimusprojektit auttoivat 1990-luvun lopulla täsmentämään maiseman lisäksi muitakin teollista kulttuuriperintöä jäsentäviä käsitteitä. Näissä projekteissa esitettiin konkreettisia kysymyksiä rajatuille paikallisille kohteille. Esimerkiksi Karkkilaa koskevat tapaustutkimukset auttoivat teollisen kulttuurin jälkien tutkijoita ymmärtämään moniulotteisen ilmiön paikallista luonnetta ja muotoutumista. Karkkilaa käsittelevää kokoelmaa jäsensivät tilanteen, maiseman ja muistin käsitteet. Karkkilan analyysija esittelevä artikkelikokoelma antoi vuonna 1999 mallin yhtä paikkakuntaa monesta näkökulmasta erittelevälle esitystavalle.<sup>29</sup>

Teollisuuskohteiden, erityisesti Karkkilan Högforsin ruukinsuojelun toteutumista tutkinut arkkitehti Tiina Valpola esitteli artikkelissaan *A Town with a Heart of Iron. Traces of Casting in the Karkkila Townscape* Karkkilan muuttumista agraarisesta maisemasta ensin työväestön asuttamaksi teollisuusyhdyskunnaksi ja lopulta jälkiteolliseksi yhteisöksi. Tarkastelun painopiste oli työväen asuntoalueen muotoutumisessa. Valpolan mukaan ruukki oli koko kaupungin identiteetin keskeinen rakennusosa.<sup>30</sup>

Vuoden 1999 lokakuussa kokoontui Helsingissä pohjoismaiden ja Baltian maiden teollisen kulttuuriperinnön teemaa pohtiva monitieteinen seminaari, joka etsi strategioihin, tutkimukseen ja koulutukseen liittyvän yhteistyön mahdollisuuksia.<sup>31</sup> Suo-

malaisten tutkijoiden käsitteellistä hämmennystä helpotti tällä kertaa se, että seminaarin kieli oli englanti. Käsitteiden sisältö osoitautui tällä kielellä jo vakiintuneeksi. Mikko Härö viittasi *teollisuusperintö*-termillä kohteisiin, jotka englanniksi olivat *physical cultural heritage of industry*. Teollisesta kulttuuriperinnöstä oli tullut yleistermi, joka kattoi sekä aineettoman että aineellisen jäämistön.<sup>32</sup> Teollisuusperinne vakiintui tämän jaottelun jälkeen tarkoittamaan lähinnä teollisuusystävien muistitietoa.

Teollista kulttuuriperintöä määrittävää käsitteistöä vakiinnuttivat Suomessa lähinnä kulttuuriperintöhallinnon toimijat. Suomalaisissa korkeakouluissa tutkittiin vain satunnaisesti teollistuneen kulttuurin perintöä, eikä missään oppiaineessa annettu systemaattisesti tutkimukseen perustuvaa opetusta. Teollisen kulttuuriperinnön tutkimuksesta ja siihen perustuvasta opetuksesta vastasivat käytännössä museot. Vuonna 1984 Suomen museoliitto järjesti yhdessä Suomen Teknillisen Museoyhdistyksen, Tekniikan museon säätiön ja Tiedekeskussäätiön kanssa valtakunnalliset tekniikan museopäivät, joiden teemana oli *teollisuuden dokumentointi*.<sup>33</sup> Korkeakoulutuksen tarpeesta oli keskusteltu jo 1980-luvulla.<sup>34</sup> Ruotsissa Marie Nisser nimitettiin professoriksi vuonna 1992. Nimeke oli 'professor i industriminnesforskning'.<sup>35</sup> Virka oli alansa ensimmäinen maailmassa. Suomeen alettiin vasta 2000-luvulla perustaa teollisuushistorian ja teknologian historian opintuoleja.

Teollisuusperintöön liittyvää koulutusta järjestivät lähinnä maakuntamuseot. Esimerkiksi Turun maakuntamuseo ja Keski-Suomen museo järjestivät 1980- ja 1990-luvuilla vuoden kestävästä rakennusinventointikoulutusta, kun taas Museoviraston järjestämä koulutus koostui muutaman päivän pituisista lyhytkursseista. Suomalaiset hakivat oppia myös Ruotsista. Moni teollisen kulttuuriperinnön piirissä toimiva

suomalainen osallistui myös jatko-opiskelijoille ja teollisuusperintökohteiden parissa työskenteleville suunnattuun *Industriminnen i Norden* -koulukseen, jota järjestettiin pohjoismaisena yhteistyönä vuodesta 1995 vuoteen 1997.<sup>36</sup>

### UHANALAISTEN RAKENNUSKOHTEIDEN LUETTELOINTIA JA TYÖVÄEN-KULTTUURIN TALLENTAMISTA

Teollisuustyön ja teollisuuden historiasta oli 1960-luvulla tullut Pohjoismaissa muodikas tutkimuskohde, ja sen suosio kasvoi entisestään 1970-luvulla.<sup>37</sup> Suomessa työväenkulttuurin ja teollisuusperinnön tai teollisen kulttuuriperinnön välissä kulki poliittinen jakolinja. Työväenkulttuuri pysytteli jakolinjan vasemmalla puolella ja teollisuusperintö sen oikealla puolella. Jakolinjan yli ei juuri keskusteltu. Kahden tutkimustradition olemassaolo ei edistänyt terminologian yhtenäistämistä, ja puoluepoliittinen reviirijako hidasti sekä alan koulutuksen järjestämistä että teollisen kulttuuriperinnön keskeisten instituutioiden järjestäytymistä.

Teollisuusympäristöjen tutkijat keskittyivät käytännössä kuvailemaan ja luettelemaan uhanalaisia kohteita.<sup>38</sup> Työväen historian tutkijat puolestaan keskittyivät kertomaan ammatillisen järjestäytymisen vaiheista. 1980-luvun työväenhistorian tutkimus otti mallia Jorma Kalelan Paperiliiton historiaa käsittelevistä tutkimuksista.<sup>39</sup> 1980-luvulta lähtien alkoi suomalaista työväenkulttuurin historian tutkimusta hallita muistitietohistoriallinen<sup>40</sup> tutkimusote.

Karkeistaen voi sanoa, että työväenkulttuuria tutkittiin poliittisen kentän vasemmalla puolella ja yrityshistoriaa oikealla puolella. Sosiaalidemokraattinen puolue hyväksyi puolueuueuvoston kokouksessa 19.11.1980 työväenperinteen tallentamista koskevan kannanoton. Se alkoi:

*Työväenperinne on olennainen ja elävä osa suomalaista kulttuuriperintöä ja siten osa sitä perustaa, jolle tulevaisuus on rakennettava. Työväenliikkeellä on oikeus vaatia, että yhteiskunta tunnustaa suomalaisten työläisten tekemän työn maamme kulttuurin ja kulttuurimaiseman muovaamisessa. Työn ja työväenliikkeen historiasta kertovien rakennusmuistomerkkien tallentamisesta ja esittelystä on huolehdittava samalla tavoin kuin muistakin kulttuurimaiseman osista. Tämä vaatimus koskee myös työväen suullista ja kirjallista perinnettä samoin kuin työn ja työväenliikkeen historian tutkimusta sekä esittelyä.*

*Työväenperinne on nähtävä laajasti kulttuurihistoriallisena tallentamisen ja vaalimisen, tutkimuksen ja esittelyn kohteena. Siihen kuuluvat erityisesti työväen asunto- ja työympäristö, järjestötoiminta tyysijoiheen sekä muut niin henkiset kuin aineellisetkin pyrinnot. Se kattaa työväenliikkeen ja teollisuusyhteiskunnan vaiheet lähimenneisyyteen asti.<sup>41</sup>*

Työväenkulttuurin perusselvitykset 1980–1987 olivat sopeutumista kulttuurin muutoksiin. Kulttuuriperintöprosessit käynnistyvät usein tilanteessa, jossa jonkin arvokkaaksi koetun kulttuurin osa-alueen pelätään katoavan jälkiä jättämättä.

*Eduskunta merkitsi aloitteen numero 194 perusteella vuoden 1980 tulo- ja menoarvioon Museoviraston momentille 29.94.21 lisäyksenä 200 000 markkaa kansatieteellisiä työväenkulttuurin kokoelmia ja kenttätöitä varten. Aloitteessa todettiin, että työväenkulttuuri kansankulttuurin yhtenä osa-alueena on suuresti laiminhyöty perinteen tallennuksessa ja että tallennustyö on sen vuoksi pantava tehokkaasti alulle.<sup>42</sup>*

Opetusministeriö asetti keväällä 1980 työryhmän selvittämään ja kehittämään työväenkulttuurin tallennusta ja tutkimusta. Mietintö valmistui seuraavana vuonna. Työ-

ryhmän puheenjohtajana toimi rehtori Olli Vuorinen, ja siinä oli vahva kansatieteen, perinnearkistojen ja museoiden edustus.<sup>43</sup> Työväenperinneyöryhmä piti tärkeänä ja kiireellisenä työväentalojen, ruukki- ja tehdasmiljöiden, sahamiljöiden, metsätyöhön ja uittoon liittyvien rakennusten, työväen asuinalueiden, työläiskaupunginosien sekä muiden vastaavien miljöiden inventointi-, kartoitus- ja tutkimustyön jatkamista. Suomessa oli jo 1970-luvulla aloitettu 1700-luvun ja 1800-luvun alun teollisuusympäristöjen korjaaminen ja kohteiden kartoitus, mutta opetusministeriön työryhmä päätyi ehdottamaan rahoitusta myös 1800-luvun jälkimmäisen puoliskon ja itsenäisyyden ajan alkuvuosikymmenten teollisuusmiljöiden suojelemiseen ja säilyttämiseen.<sup>44</sup>

Kansatiede oli pitkään työväenkulttuurin ja teollisen kulttuurin aineelliseen ja aineettomaan perintöön kohdistuvan tutkimuksen edelläkävijä. Katoamassa olevan työväenkulttuurin dokumentoiminen nähtiinkin ensisijaisesti tämän oppiaineen tehtäväksi. Termi *teollisuusympäristö* ilmaantui kansatieteellisen ja folkloristisen työväentutkimuksen otsikoihin vuosina 1980–1986.<sup>45</sup> Professori Ilmar Talven johtamaan teollisuustyöväestön kansanomaisen kulttuurin tutkimushankkeeseen palkattiin aluksi yksi päätoiminen tutkija. Myöhemmin projektissa työskenteli kaksi tutkijaa ja kenttätöitä tekeviä opiskelijoita. Projektin ensimmäisenä tutkijana toimi Pekka Leimu, joka oli vaikuttanut jo Työväenperinneyöryhmän sihteeristössä.<sup>46</sup> Jorma Kalela perusteli työväen näkökulmasta kirjoitetun historian tarpeellisuutta vuonna 1986: ”Nyky-yhteiskunnan ominaispiirteisiin kuuluu historiattomuus ja perinteettömyys. Ihmisen kulttuurisena perusongelmana on se, että hänen kansallinen identiteettinsä on heikkenemässä. Mutta tämän lisäksi hänen elämästään puuttuu yhtenäisyys niin ajan kuin elämänalueiden merkityksessä.”<sup>47</sup> Työväenhistoria pyrki vaikuttamaan yhteiskuntaan tuottamalla tietoa ”palkkatyöläisten ko-

*kemusmaailmaa ehdollistavista ja siinä ilmenevistä yhteiskunnan monikerroksiseen historiallisuuteen liittyvistä prosesseista.*”<sup>48</sup> Työväenkulttuurin tutkijoita eivät kiinnostaneet teknologian ja työntekijöiden aineellisten työolojen muutokset, vaan se, miten työehdoista sopimisen edellytykset olivat muotoutuneet.<sup>49</sup>

Työväenperinneyöryhmän toimeksiantosta julkaistiin Maire Mattisen kokoama *Teollisuusympäristöt. Teollisuusympäristöjen dokumentointi, tutkimus ja suojele Suomessa*, joka oli ensimmäinen kansallinen kokonais selvitys teollisuusympäristöjen tilasta sekä niihin kohdistuvasta tutkimuksesta. Pirjo Kaihovaaran *Työväen keskusmuseo: perustamista koskeva selvitys* ja Ulla-Maija Peltosen *Selvitys työväen muistitiedon ja perinteen tutkimuksesta ja arkistoinnista sekä esitys työväen muistitiedon ja perinteen analyysimalliksi* muodostivat puolestaan perustan suomalaisen työväenkulttuurista jäljelle jääneiden esineiden myöhemmälle luokittelulle ja työväenkulttuurin tutkimuksen myöhemmälle metodologiselle orientaatiolle.<sup>50</sup> Näillä kolmella julkaisulla oli voimakkaasti teollisen kulttuuriperinnön tutkimusta ja dokumentointia ohjaavaa vaikutusta vielä kaksi vuosikymmentä ilmestymisensä jälkeen. Työväenkulttuurinäkökulmasta tarkasteltu teollisen kulttuuriperinnön tutkimus jakautui kolmeen linjaan: rakennettujen teollisuusympäristöjen tutkimukseen, työväen muistitietohistoriaan ja työväen arkielämään liittyvän esinekulttuurin tutkimukseen.

Vuonna 1985 teollista kulttuuriperintöä vakiinnuttavan asiantuntijatoiminnan suomalaiseen kenttään oli muodostunut työnjako. Opetusministeriön jakama julkinen rahoitus ohjasi tutkijoita kohti työväenkulttuurin tutkimusta. Vuonna 1983 perustettu ympäristöministeriö puolestaan jakoi julkista rahaa myös ”kulttuurihistoriallisesti merkittävien” teollisuusrakennusten kunnostamiseen korjaamiseen ja uusikäytön suunnitteluun. Ympäristöministeriö jakoi suuria summia, joten rakennettujen teol-



Postikortti ei vielä vuonna 1935 esitellyt teollista kulttuuriperintöä vaan erään puuvillatehtaan vastavalmistunutta pääkonttoria. Teollisuusrakennus saattoi jo tuolloin kuulua oman aikansa urbaaniin kansallismaisemaan, mutta kulttuuriperinnön arvon se sai vasta teollisuuden historioinnin myötä. Kuva: Satakunnan museon kokoelmat.

listen kulttuuriympäristöjen tutkimus alkoi orientoitua pikemminkin ympäristöministeriön kuin opetusministeriön viitoittamaan suuntaan.<sup>51</sup>

1990-luvun alussa käynnistettiin Suomen Akatemian ja ympäristöministeriön rahoittamia kestävän kehityksen tutkimushankkeita. Rakennussuojelun näkökulma laajeni hallinnollisten käytäntöjen ja fyysisen rakennussuojelun alueelta kohti kulttuuriperinnön ja yhteiskunnan vuorovaikutussuhteen ymmärtämistä. Uusien hankkeiden joukossa oli myös teollisen kulttuuriperinnön tutkimusprojekteja, kuten *Teollinen kaupunki* -hanke, joka siirsi kaupunkihistorian painopistettä kauppakaupunkien tutkimuksesta teollisuuden muokkaamien kaupunkiympäristöjen muutoksiin, ja *Teollinen maisema ja sen muutokset* -hanke, jossa kehitettiin teollisen ympäristön analyysimenetelmiä ja

tutkittiin teollisiin kulttuuriympäristöihin kohdistuvia muutospaineita.<sup>52</sup>

## TOIVO KESTÄVÄSTÄ KEHITYKSESTÄ JA PELKO TEOLLISUUSYHDYSKUNTIEN TUHOUTUMISESTA MOTIVOIVAT TEOLLISEN KULTTUURIPERINNÖN SUOJELUA

Suomalaiset yhteiskuntatieteilijät kiinnostuivat paikallisten teollisuusyhteisöjen dynamiikasta viimeistään 1980-luvun puolivälissä, kun etenkin yhden teollisuustyönantajan varaan syrjäseuduille muodostuneiden teollisuuspaikkakuntien yhteisöt olivat osoittautuneet rakenteeltaan hauraksi. Aluksi tutkijoiden oli otettava käyttöön uusia käsitteellisiä työkaluja. Tehtaiden ympärille rakentuneita yhteisöjä pyrittiin ymmärtämään *yhdyskuntina*.

Ferdinand Tönnies oli vuonna 1887 esitellyt käsiteparin *Gemeinschaft* – *Gesellschaft* ja kuvannut sen avulla kahta ihmisille tyypillistä kollektiivisuutta. Tönnies erotti toisistaan ihmisten tavan liittyä yhteisöiksi (*Gemeinschaft*) ja yhteiskunniksi (*Gesellschaft*). Tämä aikanaan pätevä ja merkittävä teoria oli muodostettu 1800-luvun lopun yhteiskuntaa koskevien havaintojen varassa, mutta Tönniesin kuvaamaa yhteisöllistä todellisuutta ei 1980-luvun Suomessa enää ollut.<sup>53</sup>

Esimerkiksi Tarmo Koskinen tutki Tervakosken paperiteollisuusyhdyskuntaa, erityisesti niitä tapoja, joilla yhdyskunnan sisäiset suhteet vakauttivat yhteisön elämää ja pitivät yhteisön koossa.<sup>54</sup> Sosiologit ja yhteiskuntahistorioitsijat ottivat käyttöönsä yhdyskunnan käsitteen, koska maaseutuososiologisen tutkimustradition vakiinnuttama typologinen jaottelu kylien *Gemeinschaftiin* ja kaupunkien *Gesellschaftiin* ei auttanut ymmärtämään teollisuuden ympärille muodostuneiden yhteisöjen luonnetta.<sup>55</sup> Pertti Haapala määritteli 1986 ilmestyneessä väitöskirjassaan kokonaishistoriallisen tutkimusotteen, jota sittemmin esimerkiksi Jussi Koivuniemi sovelsi omiin tehdasyhdyskuntatutkimuksiinsa. 1990-luvulle tultaessa teollisuusyhdyskunnista ja tehdasyhdyskunnista oli jo tullut vakiintuneita talous- ja sosiaalihistoriallisen tutkimuksen kohteita.

Sosiologian metodologisia trendejä valppaasti seuraavat sosiaalihistorioitsijat lähtivät Suomessa melko nopeasti esittämään lokaliteettitutkimusten inspiroimia teollisuus- ja tehdasyhdyskuntien muotoutumista ja muutoksia koskevia kysymyksiä. He tarkastelivat tutkimuskohteitaan järjestelmän, joiden toimintaa ja toimintaperiaatteita he pyrkivät analysoimansa tapauksen valossa ymmärtämään. Määritelmät selkiytyivät. Esimerkiksi Jussi Koivuniemen<sup>56</sup> mukaan *tehdasyhdyskuntaan* kuuluivat tehtaat ja väestö, jotka muodostivat yhdyskunnan rakenteen, tehdasjärjestys, sosiaaliset suhteet,

työolot ja -ehdot, elinolosuhteet sekä aatteet ja poliittinen toiminta.

Teollinen kulttuuriperintö saa ruotsalaisen Annika Alzénin mukaan sisältönsä teollisuushistoriallisen ja työväenhistoriallisen tiedon kohtaamisesta.<sup>57</sup> Suomessa nämä kaksi tiedon lajia yhdistettiin tehdasyhdyskunnan käsitteen alla.

1990-luvun puolivälissä teollisuus- ja tehdasyhdyskunnat alkoivat talous- ja sosiaalishistorioitsijoiden lisäksi kiinnostaa myös kulttuurihistorian tutkijoita, jotka esittivät tutkimuskohteelleen uusia kysymyksiä oman tutkimusperinteensä näkökulmasta. Kulttuurihistoriallisen teollisuusyhteisötutkimuksen näkökulmasta oli enää lyhyt matka teollisten kulttuuriperintöprosessien ja niihin liittyvän historian tutkimuksellisen problematiikan tunnistamiseen. Inkeri Ahveniston Verlan tehdasta käsittelevä kulttuurihistorian väitöskirja osoitti, ettei tehtaan ”kulttuurihistoriallista merkitystä” enää sanellut se, minkä niminen arkkitehti oli sattunut signeeraamaan rakennuksen suunnitelmat.<sup>58</sup> Tehtaan kulttuurihistoriallinen merkitys muodostui siitä, miten tehdas oli yhdistänyt ja erottanut niitä erilaisia ihmisiä, jotka sen vaikutuspiirissä elivät. Tehtaan kulttuurihistoriallinen arvo taas muodostui prosessissa, jonka keskiössä oli nykyisyydessä eläviä ihmisiä yhdistävä ja erottava historia.

Työväenkulttuurityöryhmä ehdotti vielä vuonna 1994 Työväen keskusmuseo r.y:n hallitukselle osoittamassaan raportissa, että kansainvälisiä termejä *industriminnen* (ruotsi), *industrial heritage* (englanti), *Technische Denkmäler* ja *Industriekultur* (saksa) sekä *héritage industriel* ja *patrimoine industriel* (ranska) vastaava suomalainen käsite olisi *teollisuusperinne*. Työryhmän mukaan tämä käsite kattoi kaikki teollisen tuotannon ja työn piiriin kuuluvat ilmiöt. Teollisuusympäristöt, tehdasrakennukset, koneet ja laitteet, työväenasunnot, liikennehistorialliset kohteet sekä työväen elämänotot ja työtavat, teollisen

toiminnan kirjallinen jäämistö, asiakirjat, piirustukset ja valokuvat olivat työryhmän mielestä teollisuusperinnettä, *sinä mitassa kuin ne ovat olennaisia teollisen perinteen oikean ymmärtämisen kannalta.*<sup>59</sup> Teollisuusperinnekäsitteen käyttö oli kuitenkin 1990-luvun puolivälissä jo väistymässä. Käsite jäi museoiden ja kulttuuriperintöhallinnon piirissä eloon, mutta sen kattama alue supistui.

### KOHTI UUTTA HISTORIOINTIA?

Teollinen kulttuuriperintö on todiste teollisuuden historiasta. Se muistuttaa teollisen kulttuurin historiallisuudesta. Museoihin, arkistoihin ja suojeltujen rakennusten lueteloihin päätyvillä kohteilla on aina historia. Uuden kulttuuriperintölajin muodostuminen edellyttää uudenlaista historiaa.

Kuten Stefan Bohman jo 1990-luvulla havaitsi, kulttuuriperintöä rakennetaan ja vakiinnutetaan käyttämällä historiaa. Uuden kulttuuriperintölajin vakiintumisen osoituksena voi pitää institutionalisoitumista. Institutionalisoituminen näkyy kulttuuriperintöön liittyvänä ammatillistumisena, käytännön tieteellistymisenä sekä määritelmien ja kohteiden vakiintumisena.<sup>60</sup>

Kulttuuriperintöprosessi on artefaktin eli kulttuuriesineen muodonmuutos. Artefakti voi olla aineellinen tai aineeton. Kulttuuriperintöprosessissa artefaktin alkupeäinen tehtävä väistyy. Se korvataan uudella, symboliarvoon perustuvalla tehtävällä. Uusi tehtävä vahvistetaan historialla. Uuden symboliarvon rakentaminen on sekä julkista että poliittisesti latautunutta toimintaa.<sup>61</sup>

Kulttuuriperinnön arvo on sidoksissa historialla vahvistettuun, symboliseen merkitykseen, joten kun historiaa tulkitaan uudestaan, on historialla vahvistettu kulttuuriperinnön arvokin arvioitava uudestaan. Uutta kulttuuriperintöä syntyy ja vanhaa väistyy sen mukaan, mitä menneisyydestä tiedämme, mitä haluamme muistella, ja mil-

laisia todisteita tahdomme säilyttää. Teollisen kulttuuriperinnön keskeinen sisältö omaksuttiin ja sitä määrittävät käsitteet vakiintuivat Suomessa vuosien 1978 ja 1986 välisenä aikana. Omaksumista ohjasivat hallinnolliset toimijat ja sitä hidasti ja vaikeutti pitkälle 1990-luvulle teollisuuden jälkiä tutkivan ja tulkitsevan kentän jakautuminen työväenkulttuuria tallentavaan ja teollisuushistoriallisia merkityksiä painottavaan siipeen.

Suomen teollisuusperinteen seura määritteli jo vuonna 2009 *teollisuusperinnöksi* ”kaikki teollisen tuotannon ja työn piiriin liittyvät ilmiöt. Näitä ovat esimerkiksi teollisuusympäristöt, tehdasrakennukset, koneet ja laitteet, työväenasunnnot, liikennehistorialliset kohteet, työtavat ja työväen elinolot, teollisen toiminnan tuotteet, kirjalliset jäämistöt, asiakirjat, piirustukset ja valokuvat.”<sup>62</sup> Seura on nykyiseltä nimeltään Suomen Teollisuusperintöseura ry, ja määrittelee teollisuusperinnön nykyään näin:

*Teollisuusperintö on arvokas osa kulttuuriperintöämme, joka näkyy ympäristössämme ja arkipäivässämme monin tavoin. Siihen kuuluvat kaikki teolliseen tuotantoon ja työhön liittyvät ilmiöt. Näkyvintä teollisuusperintöä ovat tehdasrakennukset ja asuinalueet, jotka muodostavat kokonaisia teollisuusympäristöjä. Sitä ovat myös koneet ja työtavat sekä teollisesti valmistetut tuotteet, joita me kaikki käytämme päivittäin. Satamat, rautatiet ja muu infrastruktuuri ovat aina liittyneet teollisuuteen, ja siten ne ovat myös teollisuusperintöä.*<sup>63</sup>

Myös Ruotsissa ovat teollisuusmuistot tehneet 2000-luvulla tilaa uudelle yleiskäsitteelle, joka on *det industriella kulturarvet*.<sup>64</sup> Suomalaisetkin tutkijat ovat 2010-luvulla alkaneet aiempaa enemmän puhua teollisesta kulttuuriperinnöstä, jonka piiriin kuuluvat kaikki teollisen menneisyytemme jättämät aineettomat ja aineelliset jäljet. Kansain-

välisen keskustelun kieleksi on vakiintunut englanti. Vuonna 2010 pidettiin Tampereella alan konferenssi, joka osoitti, että termin *Industrial Heritage* rajaama tila oli täyttynyt eriytyneistä näkökulmista: termin puitteisissa oli mahdollista keskustella esimerkiksi teollisuuden rakennemuutosten todisteista ja niiden uusikäytön mahdollisuuksista, sotilasteknologian yhteiskunnallisista ulottuvuuksista, teknologialla leikittelystä, eri teollisuudenalojen tuotantolaitosten ja liikenneyhteyksien kulttuuriperinnöstä, teknologian merkityksistä ja teknologian historiasta, työntekijöiden asemasta suhteessa teknologiaan, kaupunkien sisäisestä eriytymisestä, arvottamista ja uusikäyttöä koskevista erityiskysymyksistä, työväen kulttuuriperinnöstä ja historiasta, konemuusiikista, teollisuuden symbolisesta merkityksestä yhteisöille ja arkielämän teknologisoitumisesta.<sup>65</sup> Käsitteiden eriytyminen ja täsmentyminen sekä osanottajakunnan ammatillistuminen osoittivat, että teollinen kulttuuriperintö oli 2010-luvulle tultaessa Suomessa jo institutionalisoitunut. Tämä tarkoittaa sitä, että 2010-luvulla on edessä teollisen kulttuuriperinnön uudelleenarviointien ja uudenlaisten historioiden käyttämisen aika.

FT, dosentti Anna Sivula työskentelee historian lehtorina Turun yliopiston Kulttuurituotannon ja maisemantutkimuksen koulutusohjelmassa. Hän on tutkimuksissaan tarkastellut teollisen kulttuuriperinnön muotoutumista paikallishistorian ja historiakulttuurin muutosten näkökulmasta.

Tämä artikkeli on vertaisarvioitu. *Tekniikan Waiheita* kiittää arvioijia arvokkaista kommentteista.

<sup>1</sup> Kulttuuriperinnön prosessiluonteesta katso esim. Smith 2006, 44, teollisesta kulttuuriperinnöstä Sivula 2013, 161 ja Isacson 2005, 49–52.

<sup>2</sup> Aronsson 2004, 17–18, 279–289.

<sup>3</sup> Aiheeseen liittyvä tapaustutkimukseni käsitteli Porin Puuvillatehdasta. Sivula 2010.

<sup>4</sup> Bohman 2003, 10.

<sup>5</sup> Termiä "virallinen historia" ei kannata käyttää seläisessä kontekstissa, jossa valtiolla ei ole historiankirjoituksen tarkastamiseen erikoistunutta virastoa. Suomessa tällaista virastoa ei ole. Termiä käytetään toisinaan tutkimuksen kriteerit täyttävän historiankirjoituksen merkityksessä, mutta tutkimuksen kriteerien täyttäminen ei tee historiasta vielä virallista. Historiatietoisuus omaksutaan esitetyistä historioista. Omaksuminen on yksilöllistä ja voi olla myös kriittistä. Omaksumisprosessista katso esim. Ricoeur 2000, 359–369.

<sup>6</sup> Mikkola 2009, 68–69.

<sup>7</sup> Tästä lähemmin Päivärinte 2010, 120–122.

<sup>8</sup> Sivula 2010, 35.

<sup>9</sup> Päivärinte 2010, 120–122.

<sup>10</sup> Ryhmä julkaisi vuonna 1975 teoksen *Industri- och transportminnen: En katalog över uppsatser, inventeringar och arkivhandlingar*. Tästä lähemmin Alzén 1996, 27–28.

<sup>11</sup> Mikkonen 2005, 249.

<sup>12</sup> Mikkonen 2005, 249.

<sup>13</sup> Mattinen 1985, 25; *The Industrial Heritage TICCIM, Transactions Vol 1. National Reports*, 1978, 4.

<sup>14</sup> Nisser 1979.

<sup>15</sup> Härö & Salokorpi 1979.

<sup>16</sup> kulturminnesvårdprogram

<sup>17</sup> Härö, Mikko. Rakennussuojelun info-päivä 19.5.1986. Monistettu esitelmä. Ympäristöministeriö. Kaavoitus ja rakennusosasto. (SaLA), YM/ Rak. suojelu. Mikkonen 2005, 249–250.

<sup>18</sup> Mattinen 1985, 8.

<sup>19</sup> Teollisuusperintöseura ry. <http://www.teops.fi/> (Luettu 8.4.2014)

<sup>20</sup> Katso esim. Mansikka, Mikko & Strandell, Carita: *Esipuhe*. Teoksessa Putkonen, Lauri: *Kulttuurihistoriallisesti arvokkaat teollisuusympäristöt*. Ympäristöministeriö, Kaavoitus- ja rakennusosasto, Helsinki 1988, 5.

<sup>21</sup> *Rakennuskulttuurin luettelointi*. Museoviraston rakennushistorian osasto, julkaisu N.o 15, 1/1984. Museoviraston ohjeet inventointeja varten 1979 ja 1984. (Julkaisu 15 1/1984)

<sup>22</sup> Putkonen 1988, liite 4. Härö, Mikko. Seutukaavaliittojen kulttuurihistorialliset inventoinnit. Tähänastiset inventoinnit, inventointien sisällön ja hyväksikäytön kehittäminen. Ympäristöministeriön tilaama selvitys. Mikko Härö/VEDUTA, 31.8./7.9.1986, 3.

<sup>23</sup> Putkonen Lauri. *Rakennussuojelun info-päivä 19.5.1986*. Monistettu esitelmä, 2. Ympäristöministeriö. Kaavoitus ja rakennusosasto. (SaLA), YM/ Rak. suojelu. Selvitys ilmestyi julkaisuna Putkonen, Lauri: *Kulttuurihistoriallisesti arvokkaat teollisuusympäristöt*. Ympäristöministeriö ja Valtion painatuskeskus, Helsinki 1989.

- <sup>24</sup> Putkonen Lauri. Rakennussuojelun info-päivä 19.5.1986. Monistettu esitelmä. Ympäristöministerö. Kaavoitus ja rakennusosasto. (SaLA), YM/ Rak. suojelu.
- <sup>25</sup> Ollila, Anne: Kulttuurihistorian historiaa. [http://www.utu.fi/fi/yksikot/hum/yksikot/kulttuurihistoria/oppiaine/Sivut/kulthist\\_historia.aspx](http://www.utu.fi/fi/yksikot/hum/yksikot/kulttuurihistoria/oppiaine/Sivut/kulthist_historia.aspx) (Luettu 12.11.2009 ja 8.4.2014, säilynyt ennallaan.)
- <sup>26</sup> Härö 1986, 3.
- <sup>27</sup> Mattinen 1993, 12.
- <sup>28</sup> Härö & Koskinen 1999, 145–153.
- <sup>29</sup> Hänninen, Sakari, Salmi-Niklander, Kirsti, Valpola, Tiina: Meeting Local Challenges. Mapping Industrial Identities. Papers on Labour History V, The Finnish Society of Labour History 1999.
- <sup>30</sup> Valpola 1999, 79–93.
- <sup>31</sup> Industrial Heritage in the Nordic and Baltic Countries. 1. –3. October 1999, Helsinki, TemaNord 2000:536. Nordic Council of Ministers, Copenhagen, 2000.(IHNBC)
- <sup>32</sup> Härö 2000, 70.
- <sup>33</sup> Mattinen 1985, 57.
- <sup>34</sup> Putkonen, Lauri: Teollisuusympäristöt osana kulttuuriympäristöä. Vanhojen teollisuusympäristöjen tutkimuksen ja dokumentoinnin nykytilasta. Teollisuusperinteen vaaliminen. Seminaari Karkkilassa 4.10.1986. Tammisaaren museo – Länsi-Uudenmaan maakuntamuseo. Selvityksiä ja raportteja N:o 2. Länsi-Uudenmaan museot, Tammisaari 1986.
- <sup>35</sup> Marie Nisser 1937–2011. Dödsruna i Svenska Dagbladet 11.9.2011.
- <sup>36</sup> Mikkonen 2005, 249–250.
- <sup>37</sup> Alzén 1996, 123.
- <sup>38</sup> Katso esim. Lauri Putkosen ja Pirjo Kaihovaaran puheenvuorot: Teollisuusympäristöt osana kulttuuriympäristöä. Vanhojen teollisuusympäristöjen tutkimuksen ja dokumentoinnin nykytilasta. Teollisuusperinteen vaaliminen. Seminaari Karkkilassa 4.10.1986. Tammisaaren museo – Länsi-Uudenmaan maakuntamuseo. Selvityksiä ja raportteja N:o 2. Länsi-Uudenmaan museot, Tammisaari 1986.
- <sup>39</sup> Työväenperinneyöryhmä III:n muistio, 3.
- <sup>40</sup> Ukkonen Taina: Mietteitä muistitietohistorian eettisistä ja lähdekriittisistä ongelmista. Elore 2/2002, [http://cc.joensuu.fi/~loristi/2\\_02/ukk202.html](http://cc.joensuu.fi/~loristi/2_02/ukk202.html) (Luettu 8.4.2014)
- <sup>41</sup> SDP:n kannanotto työväenperinteen tallentamiseksi ja vaalimiseksi. Hyväksytty SDP:n puolue-neuvoston kokouksessa 19.11.1980. <http://www.fsd.uta.fi/pohtiva/ohjelma?tunniste=sdptyovaenperin1980>
- <sup>42</sup> Työväenperinneyöryhmän mietintö. Komiteamietintö – kommittébetänkande 1981:7, Helsinki, Valtion painatuskeskus, 1981, I.
- <sup>43</sup> Jäsenenä työryhmään kuuluivat Torsten Edgren, Jukka Eenilä, Jouko Heinonen, Pekka Laaksonen, Martti Linkola, Kari Poutasuo, Ilmar Talve ja lisäksi Stiina-Liisa Laurila ja Pekka Leimu.
- <sup>44</sup> Työväenperinneyöryhmän mietintö. Komiteamietintö 1981: 7. Helsinki 1981, 23–26.
- <sup>45</sup> Stenvall, Kirsti: Kirjallisuusluettelo kansatieteellisestä ja folkloristisesta työväentutkimuksesta Suomessa v.1918–1986. Scripta Ethnologica 36, Turku, Turun yliopisto 1987.
- <sup>46</sup> Mattinen 1985, 51.
- <sup>47</sup> Kalela, Jorma: Ay-liikkeen näkökulma työn ja työväen dokumentointiin. esitelmä. Teollisuus ja historia, Pietarsaari, 1986.
- <sup>48</sup> Työväenperinneyöryhmä III:n muistio. Opetusministeriön työryhmien muistioita 1987: 27, Helsinki 1987, 4.
- <sup>49</sup> Jorma Kalela. Haastattelu 18.12.2009. Muistiinpanot tekijällä.
- <sup>50</sup> Työväenperinneyöryhmä II:n muistio. Opetusministeriön muistioita 1984:43, Helsinki 1984, liite 3.
- <sup>51</sup> 1980-luvulla rahoitetuista uusikäyttö ja kehityshankkeista on esimerkkejä kokoelmassa Rakennussuojelu. Tiedotus 1/1987. Ympäristöministeriö Kaavoitus- ja rakennusosasto, Helsinki 1987. Uuskäyttöhankkeisiin suunnatut rahoitukset liikkuvat miljoonissa, kun taas tutkimushankkeiden rahoitus oli korkeintaan satoja tuhansia.
- <sup>52</sup> Rakennussuojeluneuvottelukunnan tutkimusohjelma 1992, 1–20.
- <sup>53</sup> Töttö 1996.
- <sup>54</sup> Koskinen 1987.
- <sup>55</sup> Rannikko 1992, 11–13.
- <sup>56</sup> Koivuniemi 2000.
- <sup>57</sup> Alzén 1996, 111.
- <sup>58</sup> Ahvenisto 2008.
- <sup>59</sup> Työväenkulttuurityöryhmän muistio 1994,1 ja 8.
- <sup>60</sup> Bohman 2003, 10–22.
- <sup>61</sup> Bohman 2003, 10; Sivula 2013,163–166.
- <sup>62</sup> Teollisuusperintö: <http://www.ths.fi/teollisuusperinteenseura/index.htm> . (Luettu 17.7.2009, sivua on tämän jälkeen muutettu. Muistiinpanot tekijällä.)
- <sup>63</sup> Teollisuusperintöseura ry. [www.teops.fi](http://www.teops.fi) . (Luettu 8.4.2014. )
- <sup>64</sup> Esim. Alzén & Burell 2005.
- <sup>65</sup> First joint conference of ICOHTEC – The International Committee for the History of Technology and TICCIH. The International Committee for the Conservation of the Industrial Heritage in Tampere, Finland on August 10–15, 2010. <http://www.tampere.fi/industrialpast2010/conferenceprogramme.htm> (Luettu 8.4.2014.)



## LÄHTEET

### Viranomaisohjeet, viranomaisraportit ja muistiot

- Hakkarainen, Helena & Putkonen, Lauri: Helsingin kantakaupungin teollisuusympäristöt. Teollisuusrakennusten inventointiraportti. Helsingin kaupunginmuseon tutkimuksia ja raportteja 1, Helsinki 1995.
- Härö, Mikko: Seutukaavaliittojen kulttuurihistorialliset inventoinnit. Tähänastiset inventoinnit, inventointien sisällön ja hyväksikäytön kehittäminen. Ympäristöministeriön tilaama selvitys. Mikko Härö/VEDUTA, 31.8./7.9.1986.
- Härö, Mikko: Rakennussuojelun info-päivä 19.5.1986. Monistettu esitelmä. Ympäristöministeriö. Kaavoitus ja rakennusosasto. (SaLA), YM/ Rak. suojelu.
- Nummelin, Liisa: Porin teollisuusympäristöt. Satakunnan Museon julkaisuja 6. Satakunnan Museo, Pori 1987.
- Peltonen, Jukka: Vaasalaisia teollisuusrakennuksia I. Pohjanmaan museo, raportteja 1, Vaasa 1988.
- Putkonen, Lauri: Rakennussuojelun info-päivä 19.5.1986. (Muistio)
- Putkonen, Lauri: Kulttuurihistorialliset kohteet Satakunnassa. Täydennys selvitys 1978. A:120, Satakunnan seutukaavaliitto 1979.
- Putkonen, Lauri: Teollisuusympäristöt osana kulttuuriympäristöä. Vanhojen teollisuusympäristöjen tutkimuksen ja dokumentoinnin nykytilasta. Teollisuusperinteen vaaliminen. Seminaari Karkkilassa 4.10.1986. Tammisaaren museo – Länsi-Uudenmaan maakuntamuseo. Selvityksiä ja raportteja N:o 2. Länsi-Uudenmaan museot, Tammisaari 1986.
- Putkonen, Lauri: Kulttuurihistoriallisesti arvokkaat teollisuusympäristöt. Ympäristöministeriö ja Valtion painatuskeskus, Helsinki 1989.
- Rakennussuojelu. Tiedotus 1/1987. Ympäristöministeriö Kaavoitus- ja rakennusosasto, Helsinki 1987.
- Rakennussuojeluneuvottelukunta: Tutkimusjaos 12.2.1992. Rakennussuojeluneuvottelukunnan tutkimusohjelma.
- Rakennuskulttuurin luettelointi. Museoviraston rakennushistorian osasto, julkaisu N:o 15, 1/1984. Museoviraston ohjeet inventointeja varten 1979 ja 1984.
- Työväenkulttuuriryöryhmän muistio. Työväen keskusmuseon julkaisuja 1994,1. Työväen keskusmuuseoyhdistys r.y, Tampere 1994.
- Työväenperinneyöryhmän mietintö. Komiteamietintö – kommittébetänkande 1981:7, Valtion painatuskeskus, Helsinki 1981.
- Työväenperinneyöryhmä II:n muistio. Opetusministeriön muistioita 1984:43, Helsinki 1984.
- Työväenperinneyöryhmä III:n muistio. Opetusministeriön työryhmien muistioita 1987:27, Helsinki 1987.

## Haastattelut

Jorma Kalelan haastattelu 18.12.2009. Haastattelija Anna Sivula. Muistiinpanot tekijällä.

## Näyttelyluettelot, konferenssiselostukset ja yhteisöjen kotisivut

- First joint conference of ICOHTEC – The International Committee for the History of Technology History and TICCIH – The International Committee for the Conservation of the Industrial Heritage in Tampere, Finland on August 10-15, 2010. <http://www.tampere.fi/industrialpast2010/conferenceprogramme.htm> (Luettu 8.4.2014)
- Härö, Elias & Salokorpi, Asko: Ruukinmiljööt. Näyttely. Suomen rakennustaiteen museo, Helsinki 1979.
- The Industrial Heritage TICCIH, National Reports, Transactions Vol 1. 1978. Edited by Marie Nisser and Fredrik Bedoire. Riksantikvarieämbetet, Nordiska museet, Tekniska museet, Industriminnesgruppen, Stockholm 1978.
- Industrial Heritage in the Nordic and Baltic Countries. 1.-3. October 1999, Helsinki, Nordic Council of Ministers, Copenhagen 2000.
- Ollila, Anne: Kulttuurihistorian historiaa. [http://www.hum.utu.fi/oppiaineet/kulttuurihistoria/esittely/kulttuurihistorian\\_historia/](http://www.hum.utu.fi/oppiaineet/kulttuurihistoria/esittely/kulttuurihistorian_historia/)(luettu 8.4.2014)
- SDP:n kannanotto työväenperinteen tallentamiseksi ja vaalimiseksi. Hyväksytty SDP:n puolueneuvoston kokouksessa 19. 11. 1980. <http://www.fsd.uta.fi/pohtiva/ohjelma?tunniste=sdptyovaenperin> ne1980 (Luettu 8.4.2014)
- Stenvall, Kirsti: Kirjallisuusluettelo kansatieteellisesti ja folkloristisesti työväentutkimuksesta Suomessa v.1918–1986. Scripta Ethnologica 36. Turun yliopisto, Turku 1987.
- Teollisuusperintöseura ry. <http://www.teops.fi/> (Luettu 8.4.2014.)

## Aikalaiskirjallisuus

- AHVENISTO, Inkeri: Tehdas yhdistää ja erottaa Verlassa 1880-luvulta 1960-luvulle [Elektroninen aineisto]. Turun yliopisto, Turku 2008.
- HAAPALA, Pertti: Tehtaan valossa: teollistuminen ja työväestön muodostuminen Tampereella 1820–1920. Suomen historiallinen seura, Helsinki 1986.
- HÄRÖ, Mikko: The Industrial Heritage in Finland – Status 1999 Industrial Heritage in the Nordic and Baltic Countries. TemaNord 2000:536. Nordic Council of Ministers, Copenhagen 2000.
- HÄRÖ, Erkki & KOSKINEN, Helinä: Tehdassalista teolliseen maisemaan. Teollisuusperintön tutkimusta ja suojelua. Muistomerkki. Rakennetun historian ulottuvuuksia. Helsinki: Museovirasto 1999.

- HÄNNINEN, Sakari, SALMI-NIKLANDER, Kirsti, VALPOLA, Tiina: Meeting Local Challenges. Mapping Industrial Identities. Papers on Labour History V, The Finnish Society of Labour History, Helsinki 1999.
- KALELA, Jorma: Ay-liikkeen näkökulma työn ja työväen dokumentointiin. Esitelmä. Teollisuus ja historia, Pietarsaari 1986.
- KOIVUNIEMI, Jussi: Tehtaan pillin tahdissa : Nokian tehdasyhdyskunnan sosiaalinen järjestys 1870–1939. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki 2000.
- KOSKINEN, Tarmo: Tehdas yhteisö: tutkimus tehtaasta ja kylän kutoutumisesta tehdasyhteiseksi, kudelman säilymisestä ja purkautumisesta. Vaasan korkeakoulu, Vaasa 1987.
- MANSIKKA, Mikko & Strandell, Carita: Esipuhe. Teoksessa Putkonen, Lauri: Kulttuurihistoriallisesti arvokkaat teollisuusympäristöt. Ympäristöministeriö, Kaavoitus- ja rakennusosasto, Helsinki 1988.
- Marie Nisser 1937–2011. Dödsruna. Svenska Dagbladet 11.9.2011.
- MATTINEN, Maire: Teollisuusympäristöt: teollisuusympäristöjen dokumentointi, tutkimus ja suojele Suomessa. Työväenperinne – Arbetartadition, Helsinki 1985.
- NISSER, Marie: Industriminnen: En bok om industri och teknikhistoriska bebyggelsemiljöer. Arkitekturmuseet/LiberFörlag, Stockholm 1979.
- RANNIKKO, Pertti: Yhteisötutkimuksesta yhdyskuntatutkimukseen: sosiologisen paikallistutkimuksen tutkimusotteen tarkastelua. Rannikko, Pertti ja Kortelainen Jarmo (toim): Yhdyskunnat ja restruktuuraatio. Tutkimuksia tehdasyhdyskuntien ja kuntakeskusten rakenteellisesta uusiutumisesta. Joensuun yliopisto, Joensuu 1992.
- Tutkimuskirjallisuus**
- ALZÉN, Annika: Fabriken som kulturarv. Frågan om industrilandskapets bevarande i Norrköping 1950–1985. Symposium, Stockholm 1996.
- ALZÉN, Annika & Burell, Birgitta (eds.), Otydligt. Otympligt. Otagligt. Det industriella kulturarvets utmaningar. Carlsson Bokförlag, Stockholm 2005.
- ARONSSON, Peter: Historiebruk – att använda det förflutna. Studentlitteratur, Lund 2004.
- BOHMAN, Stefan: Vad är museivetenskap och vad är kulturarv? Museer och kulturarv. Red. Lennart Palmqvist & Stefan Bohman. Carlssons, Stockholm, 2003.
- HÄRÖ, Mikko: The Industrial Heritage in Finland – Status 1999. IHNBC, 2000.
- ISACSON, Maths. Brottningar med industriarbegreppen. Alzén Annika & Burell, Birgitta (eds.), Otydligt. Otympligt. Otagligt. Det industriella kulturarvets utmaningar. Carlsson Bokförlag, Stockholm 2005.
- MIKKOLA, Kati: Tulevaisuutta vastaan. Uutuuksien vastustus, kansantiedon keruu ja kansakunnan rakentaminen. SKS, Helsinki 2009.
- MIKKONEN, Tuija: Corporate architecture in Finland in the 1940s and 1950s : factory building as architecture, investment and image. Academia scientiarum Fennica, Helsinki 2005.
- PÄIVÄRINNE, Tiina: Luonto, tiede ja teknologia. Kansanvalistuksen Suomi-kuva 1870–1920. Suomen tiedeseura, Helsinki 2010.
- RICOEUR, Paul: La mémoire, l'histoire, l'oubli. Seuil, Paris 2000.
- SIVULA, Anna: Corporate History Culture and Useful Industrial Past: A Case Study on History Management in Finnish Cotton Company Porin Puuvilla Oy. *History Culture and Selected Pasts*. Guest editors: Anne Heimo, Ene Köresaar, Pauliina Latvala. Electronic Journal of Folklore 57, 2014. <http://www.folklore.ee/folklore/vol57/>
- SIVULA, Anna: Från fabrik till kulturarv, från industrisamhälle till informationsamhälle – fallet Björneborgs Bomull. *Med industriarbet som inspirationskälla – Teollisuusperintö inspiraation lähteenä*. Toim. Anu Tuominen. Satakunnan Museon julkaisuja 21/2014, Pori 2014.
- SIVULA, Anna 2010: Työn paikasta teollisen kulttuurin perinnöksi. Porin Puuvillatehdas 1898–2010. – Tekniikan Waiheita 3/2010.
- SIVULA, Anna: Puuvillatehtaasta muistin paikaksi. Teollisen kulttuuriperintöprosessin jäljillä. *Mitä on kulttuuriperintö*. Toimittaneet Outi Tuomi-Nikula, Riina Haanpää ja Aura Kivilaakso. SKS, Helsinki 2013.
- SMITH, Laurajane: Uses of heritage. Routledge, Abingdon 2006.
- TÖTTÖ, Pertti: Ferdinand Tönnies – Gemeinschaft ja Gesellschaft. Teoksessa: Gronow, Jukka; Noro, Arto; Töttö, Pertti: *Sociologian Klassikot*. Gaudeamus, Tampere 1996.
- UKKONEN Taina: Mietteitä muistitietohistorian eettisistä ja lähdekriittisistä ongelmista. Elore 2/2002. [http://cc.joensuu.fi/~loristi/2\\_02/ukk202.html](http://cc.joensuu.fi/~loristi/2_02/ukk202.html) (Luettu 8.4.2014)

# TEOLLINEN KULTTUURIPERINTÖ LIIKETOIMINNAN RESURSSINA

## NOORMARKUN RUUKKI JA TUOTTEISTETTU PERINTÖ

Maarit Grahn

Yritysten kulttuuriperinnön käytössä on kyse yritysidentiteetin rakentamisesta ja ylläpitämisestä, yritysten julkisen hyväksynnän vahvistamisesta ja liiketoiminnan edistämisestä. Kansainvälisessä liiketaloustieteen tutkimuksessa tätä ilmiötä kuvataan käsitteellä *history management*.<sup>1</sup> Tässä artikkelissa tarkastelen, miten perheyritys hyödyntää yrityksen ja teollisuussuvun historiaa sekä menneisyyteen kytkeytyvää rakennusperintöä paikallisen liiketoiminnan kehittämisen resursseina. Tarkastelen ilmiötä muutoksen hallinnan, menneisyyden jälkien uskaytön ja kulttuuriperinnön säilyttämisen näkökulmasta.

### YRITYKSEN KULTTUURIPERINTÖ – AINEELLISIA JA AINEETTOMIA JÄLKIÄ

Yritysten kulttuuriperintö, olipa se sitten aineetonta tai aineellista, on symbolista pääomaa<sup>2</sup>, jonka avulla yritykset pyrkivät rakentamaan ja vahvistamaan yrityskulttuuriaan, identiteettiään ja yrityskuvaansa.<sup>3</sup> Aihetta on viime vuosina tutkittu myös kansainvälisellä liiketaloustieteen tutkimuskentällä. Yritysten tapoja käyttää yrityshistoriallista tietoa yritysten strategisessa suunnittelussa ja markkinoinnissa kuvataan käsitteillä *history management* tai *history marketing*. *History management* viittaa kokonaisvaltaiseen strategiaan, suunniteltuun ja integroituun historian käyttöön. *History marketing* puolestaan on osa *history managementia*, ja se tarkoittaa lähinnä olemassa olevan brändin aseman säilyttämistä ja kehittämistä hyödyntämällä brändiin liittyvää historiaa ja perinteitä.<sup>4</sup> Edellä mainituille käsitteille ei toistaiseksi ole olemassa suomenkielisiä vakiintuneita vastineita, koska aihetta on tähän mennessä tutkittu Suomessa melko vähän.<sup>5</sup>

Tässä artikkelissa tarkastelen esimerkkitapauksen kautta, miten yritys käyttää kulttuuriperintöään taloudellisen tuottavuuden, paikallisen liiketoiminnan ja matkailun kehittämisen lähtökohdista. Tarkasteluni kohteena on A. Ahlström Kiinteistöt Oy<sup>6</sup> ja Länsi-Suomessa sijaitseva Noormarkun ruukki, joka on ollut yrityksen omistuksessa 1870-luvulta lähtien. Yrityksen toiminnan painopiste on pääasiassa metsätaloudessa ja kiinteistöliiketoiminnassa. Lisäksi yrityksen vastuulla on Noormarkun ja Kauttuan ruukkien hallinnointi ja ylläpito.<sup>7</sup> Yrityksen toimialaan ei 2000-luvulla enää kuulu teollisuustuotanto, mutta yritys hyödyntää liiketoimintansa kehittämisessä teollista historiaansa. Tarkastelen tätä ilmiötä muutoksen hallinnan, menneisyyden jälkien uskaytön ja kulttuuriperinnön säilyttämisen näkökulmasta.<sup>8</sup>

Ahlström on perheyritys, jolla on pitkä teollinen menneisyys. Tutkimuksessani sisällytän yrityksen kulttuuriperintöön kaikki ne yrityksen toiminnan ja toimintaan kyt-

keytyneiden ihmisten jättämät aineelliset ja aineettomat jäljet, jotka on valittu palvelemaan yrityksen sisäisen ja ulkoisen toiminnan tarpeita: teollisuusyrityksen ja teollisuussuvun menneisyyden representaatiot, menneisyyteen liittyvät henkilöhahmot ja toiminnan paikat (tuotantolaitokset, konttori- ja asuinrakennukset).<sup>9</sup> Yrityksen kulttuuriperintö on siten myös teollista kulttuuriperintöä.<sup>10</sup>

Yrityksen kulttuuriperintö voi toimia keskeisinä liiketoiminnan kehittämisen resursseina ja yrityskulttuurin *artefakteina*. Liiketoiminnan resurssit voidaan *jakaa aineellisiin ja aineettomiin resursseihin*. Aineellisia resursseja ovat esimerkiksi koneet, raaka-aineet ja rakennukset. Aineettomiin resursseihin sisällytetään muun muassa lisenssit, innovaatiokyky ja yrityksen maine.<sup>11</sup> Yrityskulttuurin artefaktit puolestaan ovat yrityskulttuurin ulospäin näkyviä ilmaisuja. Ne ovat aktiivisen merkityksellistämisen välineitä, ja niiden avulla pyritään viestittämään ja ohjaamaan asioita tietoisesti. Artefaktien avulla myös rakennetaan ja ylläpidetään yrityksen identiteettiä.<sup>12</sup> Artefaktit voidaan jakaa kolmeen ryhmään: 1) *objektit* (taide, logo, arkkitehtuuri, virka-asut, tuotteet, työvälineet), 2) *verbaalit ilmaisut* (ammattikieli, teorit, tarinat, myytit, legendat ja niiden sankarit ja konnat, metaforat, puheet) ja 3) *toiminnot* (seremoniat, kokoontumiset ja palaverit, kommunikointitavat, perinteet, yhteiset rutiinit).<sup>13</sup> Artikkelissani korostuu erityisesti rakennusperinnön ja yrityksen historian asema yrityskulttuurin artefakteina ja liiketoiminnan resursseina.

Muutoksen hallintaan liittyviä keskeisiä käsitteitä artikkelissani ovat *kulttuuriperinnön uuskäyttö* ja *tuotteistaminen*. Uuskäyttö käytö tarkoittaa ”tuotteen käyttämistä uusiin, alkuperäisestä poikkeaviin tarkoituksiin”.<sup>14</sup> Teollisen kulttuuriperinnön uuskäytöstä on kyse, kun esimerkiksi vanhoja teollisuusrakennuksia saneerataan kauppakeskuksiksi tai oppilaitoksiksi tai niihin sijoitetaan

uutta yritystoimintaa.<sup>15</sup> Kulttuuriperinnön tuotteistamisessa aineellinen tai aineeton kulttuuriperintö jalostetaan tuotteiksi tai palveluiksi tai kulttuuriperintöä käytetään raaka-aineena, resurssina, tietyn tuotteen tai palvelun tuottamisessa. Tuotteistamisen, tuotteen tai palvelun määrittelyn ja jalostamisen taustalla on aina taloudelliset lähtökohdat: menneisyys tai nostalgia halutaan muuttaa rahaksi.<sup>16</sup> Tuotteistamisen yhteydessä kulttuuriperintö on uuskäytön kohteena. Esimerkiksi vanha tehdasrakennus ja siihen kiinnittyvä historia voidaan valjastaa palvelemaan matkailupalvelujen kehittämistä. Uuskäyttö on usein ainoa keino varmistaa vanhojen teollisuusympäristöjen säilyttäminen. Uuskäytön taustalla voi olla kulttuuriperinnön tuotteistamisprosessi, mutta uuskäyttö ei kuitenkaan aina edellytä tuotteistamista.<sup>17</sup>

## TOIMINNAN PAIKASTA YRITYKSEN KULTTUURIPERINNÖKSI

Yritykset ovat keskeisiä teollisen kulttuuriperinnön säilyttäjiä ja käyttäjiä. Yritysten menneisyyteen liittyvät tuotantolaitokset tai muut rakennukset ovat usein myös kulttuurihistoriallisesti arvokkaita kohteita. Toisinaan yritysten toiminta saattaa jatkua näissä historiallisissa miljöissä. Toisinaan rakennukset ovat menettäneet merkityksensä toimivina tuotantolaitoksina, mutta ne ovat edelleen yritysten omistuksessa.<sup>18</sup>

Yrityksen toimintaan liittyvät rakennukset ovat yrityskulttuurin ulkoisia ilmenemismuotoja, mutta samalla ne voivat olla myös jälkiä yrityksen elinkaaren eri vaiheista. Yrityksen varhaisimpiin aikoihin ja yrityksen historialle tärkeä rakennus tai paikka voi muodostua yritykselle pyhäksi paikaksi (*sacred place*), joka halutaan säilyttää.<sup>19</sup> Yrityksen historiaan merkittävällä tavalla liittyvät rakennukset voivat olla tuotantolaitoksia, konttorirakennuksia, omistajien ja työväestön asuinrakennuksia tai edellä mainittujen

rakennusten muodostamia kokonaisuuksia. Tyypillisesti tällaiset symbolisen merkityksen saaneet rakennukset sijaitsevat yrityksen synnyinsijoilla, alkuperäisessä kotipaikassa.

Ahlström on omistanut lukuisia tehtaita, tehdasalueita ja ruukkeja eri puolilla Suomea.<sup>20</sup> Noormarkun ruukilla on kuitenkin ollut aivan erityinen asema yrityksen sisällä. Noormarkun ruukki on paikka, josta yrityksen liiketoiminnan menestyksen katsotaan alkaneen. Ruukin osto 1870-luvun sahateollisuuden noususuhdanteiden aikana toimi tietynlaisena ponnahduslautana yhtiön liiketoimien laajenemiselle.

Ruukin oma teollisuus jäi jo 1900-luvun alussa yhtiön suurempien tuotantoyksiköiden varjoon. Ruukin tuotantolaitokset palvelivat lähinnä ruukin ja paikkakuntalaisten tarpeita. Maa- ja metsätalous olivat ruukin pääasiallisia elinkeinoja. Ruukki eli Noormarkun Tehdas oli erikoinen yhdistelmä maa- ja metsätalouden hoitoa ja suuren teollisuusyrityksen hallintoa. Noormarkun ruukki oli kuitenkin useiden vuosikymmenien ajan yhtiön hallinnollisen keskuksen sijoituspaikkana tärkeä toiminnallinen osa suuryritystä. Vuonna 1916 Noormarkkuun valmistui uusi, yhtiön laajentuneiden liiketoimien mukainen pääkonttorirakennus. Noormarkun ruukin keskeinen rooli suuryrityksen organisaatiossa oli pitkälti historiallisen kehityksen seurausta. Vähitellen ruukki joutui kuitenkin sopeutumaan yhtiön liiketoiminnan kasvun ja globalisoitumisen tuomiin muutoksiin. Yhtiön keskushallinto siirrettiin 1960-luvun lopussa Helsinkiin, ja 1990-luvulle tultaessa myös ruukille ominainen maataloustuotanto oli loppunut.<sup>21</sup>

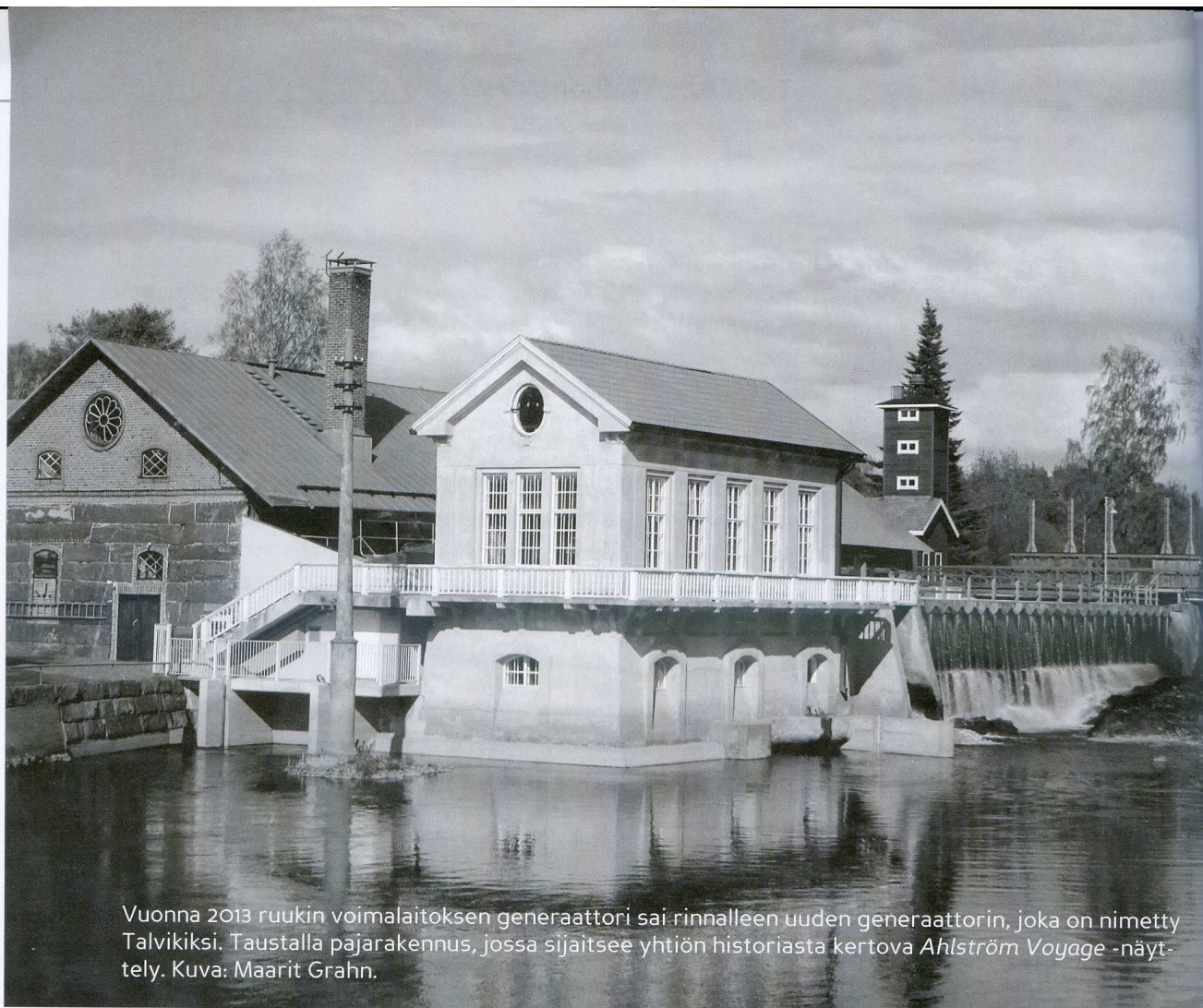
Ruukki on ollut kiinteästi myös sukuhistoriaan liittyvä paikka. 1870- ja 1880-lukujen vaihteessa yhtiön perustaja Antti Ahlström rakennutti ruukkiin perheensä asuinrakennuksen, *Isotalon*. Myös yhtiön pääkonttori toimi aluksi Isotalon tiloissa. Juuri Isotalon rakentaminen on ollut eräänlainen käännekohta, joka on kiinnittänyt perheyhtiön

ja teollisuussuvun juuri tähän paikkaan. 1900-luvun ensimmäisinä vuosikymmeninä perhe ja yhtiön johto olivat vahvasti sidoksissa toisiinsa, ja osa perheen jäsenistä myös asettui asumaan Noormarkkuun. Suvun myöhemmät sukupolvet rakennuttivat ruukin alueelle vielä kaksi asuinrakennusta: *Havulinna* (1902) ja *Villa Mairean* (1939).<sup>22</sup> 1800-luvun lopun ja 1920-luvun välisenä aikana yhtiö rakennutti myös työväestöä ja toimihenkilöitä varten useita asuinrakennuksia.

Peter Aronssonin mukaan historian käytön kolme keskeistä tehtävää ovat merkitysten tuottaminen, legitimizeetin eli julkisen hyväksynnän vahvistaminen ja muutosten hallinta. Nämä tehtävät ovat kaiken historian käytön taustalla, olipa sitten kyse kaupallisesta, poliittisesta, yksilöllisestä tai tieteellisestä historian käytöstä.<sup>23</sup> Aronssonin ajatukset historian käytön motiiveista ovat sovellettavissa yritysten *historiakulttuurin*<sup>24</sup> ja sen muutoksen tutkimiseen. Noormarkun ruukki on hyvä esimerkki siitä, miten tietoisuus ja ymmärrys historiasta voivat muutostilanteissa ohjata toimintaa ja synnyttää paikallista vastuuta paikasta ja ihmisistä. Ruukki on haluttu säilyttää perheyhtiön omistuksessa, vaikka ruukin teollinen tuotanto on päättynyt jo vuosikymmeniä sitten.

Ruotsissa Riksantikvarieämbetet selvitti 2000-luvun alussa yritysten kulttuuriperinnön käytön motiiveja ja tapoja. Tutkimus osoitti, että hyvin monet tekijät vaikuttavat siihen, käyttävätkö yritykset historiaansa ja miten ne sitä käyttävät. Historian käyttöön voivat vaikuttaa muun muassa yritysmuoto, tuotannonala, asiakas- ja henkilöstörakenne, yrityksen sijainti ja kilpailutilanne. Ruotsissa kulttuuriperinnöstä huolehtiminen ja kulttuuriperinnön käyttö on ollut tyypillistä varsinkin kaivos-, teräs-, metsä- ja autoteollisuudelle.<sup>25</sup>

Erityisesti kaksi Riksantikvarieämbetetin tutkimuksessa esille nousutta historian



Vuonna 2013 ruukin voimalaitoksen generaattori sai rinnalleen uuden generaattorin, joka on nimetty Talvikiksi. Taustalla pajarakenus, jossa sijaitsee yhtiön historiasta kertova *Ahlström Voyage* -näyttely. Kuva: Maarit Grahn.

käyttöön vaikuttavaa tekijää näkyvät hyvin juuri Ahlströmin ja Noormarkun ruukin tapauksessa. Ensimmäinen tekijä on yrityksen omistusmuoto. Tutkimuksen mukaan kulttuurihistoriallisten tavoitteiden perustelu saattaa olla pörssi-yhtiöissä vaikeampaa kuin perheyrietyksissä, joissa yritystoimintaa on harjoitettu yhden sukun parissa useiden sukupolvien ajan. Ahlström on yksi Suomen vanhimmista perheyrietyksistä. Perheyrietyksen arvomaailmassa perinteet, jatkuvuus ja sosiaalinen vastuu ovat keskeisiä yrityksen toimintaa ohjaavia elementtejä.<sup>26</sup>

Toinen kulttuuriperinnön käyttöä ohjaava tekijä saattaa olla yrityksen sijainti. Jos yritys on toiminut tietyllä paikkakunnalla pitkään, sen ei ehkä tarvitse korostaa historiaansa henkilökunnalle tai paikallisyhteisölle, koska yrityksen historian tuntevat kaikki. Toisaalta, jos yrityksellä on ollut niin paljon vaikutusvaltaa paikkakunnalla, että sen

historiasta on tullut myös paikan historiaa, yritys voi tuntea velvollisuutta hoitaa kulttuuriperintöään erityisellä huolella.<sup>27</sup>

Ahlström on ollut merkittävä paikallinen toimija 1870-luvulta lähtien. Senkin jälkeen, kun ruukin rooli yrityksen organisaatiossa muuttui, yritys on pyrkinyt säilyttämään ruukkialueen elävänä ja toimivana. Toiminnalliset muutokset ruukissa ovat kuitenkin olleet väistämättömiä. Muutosten hallinnassa on hyödynnetty rakennusperintöä. Käytännössä tämä on tarkoittanut sitä, että samalla kun yritys on huolehtinut rakennusperinnön hoidosta, rakennuksille on mietitty uusia toiminta- ja käyttötapoja, kun vanhat toiminnot ovat väistyneet.<sup>28</sup>

Ruukki on ollut säännöllisesti sukun ja yhtiön käytössä. Ahlströmin suku ei enää asu Noormarkussa, mutta ruukista on muodostunut teollisuussukun yhteinen muistin paikka.<sup>29</sup> Yhtiö on puolestaan käyttänyt ruu-

kin rakennusperintöä koulutus-, kokous- ja majoitustarkoituksiin. Yrityskuvan ja liiketoimintasuhteiden rakentamisessa on aktiivisesti hyödynnetty perheyhtiön historiaa ja siihen kiinnittyvää ruukin rakennusperintöä. Historian ohjaava rooli on näkynyt myös siinä, että konsernin emoyhtiön virallisena kotipaikkana Noormarkku toimi aina 2000-luvun alkuun saakka.<sup>30</sup>

Perheyriityksen historiasta muistuttavat teollisuussuvun asuinrakennukset, pääkonttori, virkailijoiden ja työväen asuinrakennukset sekä vanhat tuotantolaitokset (saha, paja ja voimalaitos) ovat edelleen paikoillaan, ja yritys vastaa niiden säilyttämisestä ja kunnossapidosta. Tuotantolaitoksista vuonna 1914 valmistunut voimalaitos on yhä alkuperäisessä käytössä. Voimalaitos peruskorjattiin vuonna 2004, ja se tuottaa sähköä pääasiassa ruukin alueelle. Vuonna 1875 rakennetun sahan toiminta päättyi 1950-luvun lopussa. Saharakennus toimi lähinnä 1970- ja 1980-luvuilla yhtiön sisäisenä museona. Taonta vuonna 1894 valmistuneessa pajarakennuksessa hiljeni 1940-luvun alku-puolella, ja sen jälkeen rakennusta käytettiin jonkin aikaa varastotilana ja puusepän verstaana. Vuonna 1996 pajan tiloihin perustettiin yhtiön historiasta kertova näyttely *Ahlström Voyage*.<sup>31</sup>

Ruukin entiset työväen ja yhtiön virkailijoiden asuinrakennukset ovat ruukkia kohdanneista muutoksista huolimatta pääosin vielä asuinkäytössä. Asunnot on tosin nykyisin vuokrattu lähinnä yhtiön ulkopuolisille asukkaille. Myös vuonna 1916 valmistunut pääkonttorirakennus on edelleen halintokäytössä.

## TUOTTEISTETTUA KULTTUURIPERINTÖÄ

Ahlström-konsernin jakautumisen yhteydessä vuonna 2001 ryhdyttiin uudelleen pohtimaan Noormarkun ruukin tulevaisuuden suuntaviivoja. Tuolloin perustettu

uusi A. Ahlström Osakeyhtiö sai vastataksaan maa- ja kiinteistöomistuksista, jotka eivät olisi tuoneet lisäarvoa pörssiin. Tässä vaiheessa kulttuuriperinnön hallinnointi siis erotettiin varsinaisesta liiketoiminnasta. Kyse oli perheyhtiön perinteiden hoitamisesta. Uusi tilanne synnytti paljon kysymyksiä paikallisen yksikön tulevaisuudesta ja roolista: Mikä yhtiö oikein oli? Miten yhtiötä ja ruukkia tuli kehittää? Tämän johdosta yhtiössä päätettiin käynnistää tulevaisuutta koskeva suunnitteluprosessi yhteistyössä henkilökunnan ja omistajien kanssa. Yhteistyön pohjalta yhtiön hallitus määritteli yhtiölle arvot ohjaamaan paikallisen toiminnan kehittämistä.<sup>32</sup>

2000-luvun alussa Noormarkun ruukin kaupallinen kehittäminen oli kuitenkin vielä melko maltillista. Ruukin kulttuuriperintöä hyödynnettiin pääasiassa kertaluonteisten, lyhytkestoisten musiikkitapahtumien yhteydessä. Näissä vuosittain järjestetyissä tapahtumissa yhdistettiin musiikkia, arkkitehtuuria ja paikallista historiaa. Noin viikon mittaisten tapahtumaviikkojen aikana yleisöllä oli myös mahdollisuus osallistua ruukissa järjestetyille kävelykierroksille.<sup>33</sup>

Vuotuisia musiikkitapahtumia mittavampi produktio toteutettiin kesällä 2008, kun Antti Ahlströmin elämäntyöstä ja suomalaisen teollisuushistorian syntyvaiheista kertova ooppera *Vierivä kivi* sai kantaesityksensä ruukkialueen tuntumassa. Oopperana toteutettu menneisyyden kuvaus sisälsi piirteitä monumentaalista historian käytöstä, jossa historia nostetaan esimerkiksi ja jossa keskitytään siihen, mikä on ollut suurta ja mahtavaa.<sup>34</sup> Ooppera oli yksi uusi askel kohti perheyhtiön kulttuuriperinnön tuotteistamista, jossa Antti Ahlströmin historiallista henkilöahmoa käytettiin kulttuurisena vetovoimatekijänä. Oopperan toteutusta voidaan tarkastella pyrkimyksenä tuottaa kulttuuriperintöä nykyajan tarpeisiin, liiketoiminnan ja matkailutalouden kehittämisen lähtökohdista.<sup>35</sup>

Yrityksen tavoitteena oli kuitenkin musiikkitapahtumia jatkuvakestoisempi toiminta. Siksi ruukin kehittämisen lähtökohdiksi valittiin kokous-, ravintola- ja majoituspalvelut. Vuonna 2008 käynnistettiin projekti liiketoiminnan kehittämiseksi, ja syksyllä 2009 yhtiö aloitti uusien palvelujen markkinoinnin. Ruukin palvelut on suunnattu pääasiassa yrityksille ja yksityisille tilausryhmille. Ruukin kulttuuriperinnön tuotteistaminen on melko tyyppillinen esimerkki kartano- tai ruukkimatkailusta, jonka toimijat tarjoavat erilaisia konferenssi- ja kokouspalveluja, ravintola- ja juhlapalveluja, loma-aktiviteetteja ja kartanoromantiikkaa. Kokous-, juhla- ja majoituspalvelut ovat myös Noormarkun ruukin uuden liiketoiminnan ydin.<sup>36</sup> Uusi liiketoiminta aloitti ruukissa uudenlaisen aikakauden. Siihen asti lähinnä yhtiön ja suvun käytössä ollut paikka alkoi avautua myös yleisölle.

## RAKENNUSPERINTÖ TOIMINTAYMPÄRISTÖNÄ

*Noormarkun ja Kauttuan mahtavat entisajan rakennukset luovat elämykselliset puitteet ikimuistoisiin hetkiin.*<sup>37</sup>

Edellä olevan, yrityksen internetsivuilta poimitun kuvauksen tavoitteena on luoda asiakkaille tunnelmaa luovia mielikuvia markkinoitavista kohteista. Samalla kuvaus kertoo siitä, miten aineellista kulttuuriperintöä voidaan käyttää liiketoiminnan resurssina.<sup>38</sup>

Yrityksen toimintaympäristö on identiteetin konkreettinen viesti ja yrityskulttuurin ulkoinen ilmaus. Toimintaympäristö on yrityksen ja sen sidosryhmien kohtaamispaikka.<sup>39</sup> Noormarkun ruukin rakennusperintö symboloi yrityksen historiaa ja juuria, mutta samalle se luo uudelle liiketoiminnalle konkreettiset puitteet ja toimii liiketoimin-

nan aineellisena resurssina. Hyvin säilytetty rakennusperintö vahvistaa sidosryhmille viestiä siitä, että perheyritys huolehtii kulttuurihistoriallisesti arvokkaasta kulttuuriperinnöstä.<sup>40</sup>

Kulttuuriperinnön vaaliminen edellyttää aktiivista säilyttämistä, joka ei kuitenkaan tarkoita samana säilymistä.<sup>41</sup> Ruukin uuden liiketoiminnan kehittäminen on yksi tapa säilyttää ruukki elinvoimaisena, mutta samalla se on väistämättä merkinnyt muutoksia. Kyse ei ole ollut yksinomaan korjauksista. Rakennuksia ja niiden käyttötarkoitusta on muutettu uutta liiketoimintaa vastaavaksi. Lähtökohtana on kuitenkin ollut, että liiketoiminnan kehittämisessä kunnioitetaan vanhaa rakennusperintöä. Muutokset eivät koske kaikkia rakennuksia. Valtaosa vanhoista työväen ja virkailijoiden asuinrakennuksista on säilytetty entiseen tapaan asuinkäytössä. Lisäksi Ahlströmin suvulle symbolisesti tärkeä Isotalo pysyy suvun käytössä. Isotalo onkin esimerkki siitä, miten menneisyydestä voi olla jäljellä lähes ”pyhäinjäännöksiä”, joihin ei saa koskea.<sup>42</sup>

1900-luvun alussa valmistunut Havulinna on 1950-luvulta lähtien toiminut pääasiassa yhtiön edustus- ja majoitustilana, ja myös jatkossa rakennus on lähinnä yrityksen ja suvun käytössä. Havulinnaissa aitouden ja kodinomaisuuden säilyttäminen on ollut keskeinen tekijä. Rakennus on haluttu pitää mahdollisimman paljon siinä asussa kuin se oli aikanaan talon toimiessa suuren teollisuusyrityksen johtajan edustuskotina.<sup>43</sup>

Vuonna 1916 valmistunut virkailija-asunto, Villa Ett, saneerattiin syksyllä 2009 yrityksille ja yksityisille asiakasryhmille suunnatuksi kokous- ja juhlatilaksi. Muutokset toteutettiin nykyajan vaatimusten mukaisesti mutta kuitenkin 1900-luvun alun hengessä kalustusta ja tapetteja myöten. Sisustuksessa noudatettiin kestävästä kehityksen periaatteita, sillä lähes kaikki rakennuksen huonekalut hankittiin yhtiön muilla tehdaspaikkakunnilla sijainneista kiinteis-





Entisen metsäkonttorin eli Sahalan saneerausvaihe syksyllä 2009. Julkisivultaan suojeltu rakennus koki sisältä miltei täydellisen muutoksen. Kuva: Maarit Grahn.

töistä. Vuosien varrella yhtiö on myynyt kiinteistöjään tai kiinteistöjen käyttötarkoitus on muuttunut. Samalla kiinteistöistä on kerätty talteen huonekaluja, valaisimia, lasiesineitä ja taidetta myöhempää käyttöä varten. Esimerkiksi rakennuksen yläkerrossa sijaitsevilla ryhmä- ja kokoustiloissa ei ole yhtään uutta kalustetta.<sup>44</sup> Teollinen muotoilu on kuulunut kiinteästi perheyhtiön toimintaan, mikä myös näkyy rakennuksen sisustuksessa: suuri osa huonekaluista on Alvar tai Aino Aallon tuotantoa.<sup>45</sup> Villa Ettin lisäksi 1920-luvun loppupuolella rakennettu, pienempi virkailijatalo Kultala on myös saneerattu uusikäyttöön. Rakennus toimii lähinnä majoitustiloina.

Majoitus- ja kokoustilana toimii myös Alvar Aallon piirustusten mukaan vuonna 1942 remontoitu Vainiola. Vainiola on alun perin valmistunut 1880-luvulla isännöitsijän asuintaloksi ja vieraiden majoituspaikaksi, ja se kuuluu ruukinmäen vanhimpiin raken-

nuksiin.<sup>46</sup> Rakennuksen nykyinen käyttötarkoitus jatkaa siis vanhoja perinteitä.

Suurimman muutoksen sekä käyttötarkoituksen että fyysisten tilojen suhteen on kokenut rakennus, jota kutsutaan Sahalaksi. Tässä vuodelta 1866 peräisin olevassa rakennuksessa on vuosikymmenien kuluessa ollut monenlaista toimintaa. Alkuvaiheessa rakennus toimi sahan konttorina ja asuinrakennuksena, myöhemmin 1960-luvulta lähtien yhtiön metsäosaston konttorina. Nyt rakennus on jälleen saanut uuden käyttötarkoituksen. Vierastoiminnan kehittämisessä yhtenä kulmakivenä oli uusien majoitustilojen hankkiminen. Entinen metsäkonttori katsottiin tähän tarkoitukseen sopivaksi. Vuonna 2009 metsäosaston henkilökunta siirtyi ruukin alueella toisiin toimitiloihin, ja rakennus saneerattiin syksyn 2009 ja kevään 2010 välisenä aikana majoitustiloiksi.<sup>47</sup> Sahalan saneeraukseen liittyi myös yksityiskohta, joka omalla tavallaan osoittaa, että Ahlström-

min teollisuussuku haluaa konkreettisesti osallistua perheyhtiön historiallisen kotipaikan kehittämiseen: joukko suvun naisia oli valitsemassa Sahalan sisustusmateriaaleja.<sup>48</sup>

Ruukkialueella sijaitseva Noormarkun kerho kunnostettiin niin ikään kevään 2010 kuluessa ajanmukaiseksi juhla- ja kokouspaikaksi. Rakennus on rakennettu vuonna 1907 palokunnantaloksi, mutta 1920-luvulla se siirtyi yhtiön klubikäyttöön. Klubi tai virkailijakerho (*tjänstemannaklubb*) oli tyypillinen tehdasyhdyskuntien ilmentymä 1900-luvun alkuvuosikymmeninä. Klubit toimivat tehtaiden ylempien toimihenkilöiden ja heidän perheidensä kokoontumispaikkoina. Työntekijöillä ei ollut pääsyä näihin kerhoihin. Kerhoissa oli yleensä ravintola, kirjasto tai biljardihuone, ja kerhon jäsenille järjestettiin erilaisia juhlia ja muita tapahtumia.<sup>49</sup> Noormarkun kerho on 1980-luvulta lähtien palvellut myös ulkopuolisia asiakkaita. Viimeisimmän uudistuksen myötä paikan nimeksi otettiin jälleen käyttöön alkuperäinen Noormarkun Klubi, joka on jälki menneeltä tehdasyhdyskunta-aikakaudelta.

## PERHEYHTIÖN HISTORIA LIIKETOIMINNAN AINEETTOMANA RESURSSINA

Kulttuuriperinnöstä valikoidaan tietoisesti se osa, joka parhaiten soveltuu tietyn paikan tai kulttuurin esittämiseen ja joka toisaalta parhaiten tuottaa taloudellista hyötyä. Kulttuuriperintö toimii tällöin liiketoiminnan raaka-aineena.<sup>50</sup> Noormarkun ruukin kokous- ja virkistyspalveluiden tuottamisessa perheyhtyrityksen ja teollisuussuvun historia toimii keskeisenä aineettomana resurssina. Palveluita myydään perheyhtiön historiaan liittyvillä mielikuvilla.

Liiketoiminnan kehittämisessä hyödynnetään toisaalta myös sitä statusarvoa, joka on vuosikymmenien kuluessa muodostunut ruukin kulttuuriperinnölle: vuonna 1993 ruukki määriteltiin valtakunnallisesti ar-

vokkaaksi kulttuurihistorialliseksi kulttuuriperintökohteeksi.<sup>51</sup> Suomen suurimpiin teollisuusyhtiöihin kuuluneen perheyhtiön historialla on niin ikään oma statusarvonsa.

Yrityksen esitteissä ja internetsivuilla uudelle liiketoiminnalle rakennetaan kerroman ja valokuvien välityksellä perheyhtiön historiasta ammentava kehyskertomus. Internetsivuilla Noormarkun toimintayksikön historiaa kuvaileva osio on otsikoitu ”*Antti Ahlström – suurmies ja talonpoika*”.<sup>52</sup> Otsikko nostaa Antti Ahlströmin tietynlaiseksi sankarihahmoksi kuten monet muutkin paikallishistoriaa tai yhtiön historiaa käsittelevät representaatiot. Kyse on jälleen kerran monumentaalisesta historian käytöstä. Varsinainen tekstiosio kertoo yhtiön historian tärkeimmistä käännekohdista aina 1870-luvulta 2000-luvulle. Itse Noormarkun ruukin historian kuvailu on jätetty vähäisempään rooliin. Vaikka yhtiön perustaja esiintyy sivun otsikossa ja tekstissä, perustajan kuvaa ei ole hyödynnetty kuvituksessa. Sivulla on käytetty kuvaa, joka esittää flyygelin päälle kerättyä valokuvakokoelmaa muutamasta teollisuussuvun merkkihenkilöstä, kuten Walter ja Lilli Ahlströmistä, Maire Gullichsenista sekä Hans Ahlströmistä<sup>53</sup>. Sivut eivät sisällä sukuhistoriaa. Sukuhistoria on linkitetty yhtiön historiaan ainoastaan kuvallisin keinoin. Sivulta on myös linkit Villa Mairean ja yhtiön historiasta kertovan *Ahlström Voyage* -näyttelyn esittelysivuille.

Matkailun kehittämisessä hyödynnetään paikallisia resursseja. Menneisyyden jälkiä, kuten historiaa, perinteitä ja vanhoja rakennuksia, käytetään kulttuurisena pääomana. Kevin Meethanin mukaan kuviteltujen paikkojen (*imagined places*) tai tilallisten kertomusten (*spatial narratives*) luominen on matkailun kehittämisessä yhtä olennaista kuin itse fyysinen ympäristö.<sup>54</sup> Noormarkun ruukin jokaisella rakennuksella on oma historiansa, ja tarinallisin keinoin vierailijoille annetaan kuva ruukinmäen ja perheyhtiön

historiasta. Menneisyys tulee esille myös rakennusten huoneiden nimissä. Huoneiden nimeäminen on ruukissa vallinnut vanha käytäntö, ja monesti huoneiden nimet juontavat asukkaisiin ja heidän elämäänsä. Muun muassa Isotalon, Havulinna ja Villa Mairean huoneilla on omat nimensä, jotka ovat syntyneet vuosikymmenien aikana. Uuden liiketoiminnan kehittämisen yhteydessä huoneiden nimeämisperinnettä haluttiin jatkaa. Esimerkiksi Sahalan alakerrassa on tukkipomon, kasöörin, insinöörin, kirjanpitäjän, konttoripäällikön, talouspäällikön, sihteerin ja metsäpäällikön huoneet. Yläkerrassa puolestaan on taaplarin, sahurin, ripakissan ja uittomiehen huoneet. Huoneiden nimet liittyvät saha- ja metsäteollisuuteen, joka ollut vahva osa yhtiön ja rakennuksen mutta samalla myös paikallisyhteisön historiaa.<sup>55</sup>

Virkailijatalo Villa Ettissä on aikanaan asunut useita yhtiön johtajia perheineen. Rakennuksella on keskeinen rooli myös paikallishistoriassa, sillä rakennus oli monien muiden ruukin alueen rakennusten tavoin vuoden 1918 kansalaissodan tapahtumien keskiössä. Villa Ettin tuotteistamisessa ei

kuitenkaan ole käytetty rakennuksen omaa historiaa vaan pääasiassa on hyödynnetty ei-paikallisia arvoja, erityisesti yhtiön teollista tunnettuutta. Rakennuksen alakerrassa sijaitseva sali on nimeltään Norrmark-Sali, ja wieniläistyylisesti sisustettu kahvilatila Café Strömfors on nimetty Strömforsin ruukin mukaan. Yläkerrassa sijaitsevat ryhmätyötilat Karhula ja Iittala sekä neuvottelutila Riihimäki ovat saaneet nimensä yhtiön lasiteollisuuspaikkakuntien mukaan.<sup>56</sup>

Virkailijatalon markkinoinnissa käytetty ilmaisu ”*Villassa suomalainen lasiteollisuus, taide ja wieniläiskahvila ovat kaikki sulassa sovussa toivottaen vieraat nauttimaan ja viihtymään*” kuvaa omalta osaltaan pyrkimyksiä hyödyntää yhtiön historiaa.<sup>57</sup> Lasiteollisuuden historia ei ole paikallinen arvo, mutta teollisuussuvun ja yhtiön arvoissa sillä on oma paikkansa. Suvulle läheiset asiat, kuten taide, kulttuuri ja kansainvälisyys, ovat teollisen historian lisäksi olleet innoittavina tekijöinä. Samalla kun vanhan virkailijarakennuksen käyttötarkoitus on uuden liiketoiminnan myötä muuttunut, rakennukselle on ei-paikallisia arvoja hyödyntämällä luotu uusi tilallinen kertomus. Tilallista kertomus-

Kokous- ja juhlatilaksi saneerattu Villa Ett on tyypillinen 1900-luvun alussa rakennettu ylempien toimihenkilöiden asunto. Virkailija-asunnot erottuivat työväenasunnoista muodoltaan ja väritykseltään, ja niitä kutsuttiin yleensä huviloiksi tai villoiksi. Kuva: Maarit Grahn.



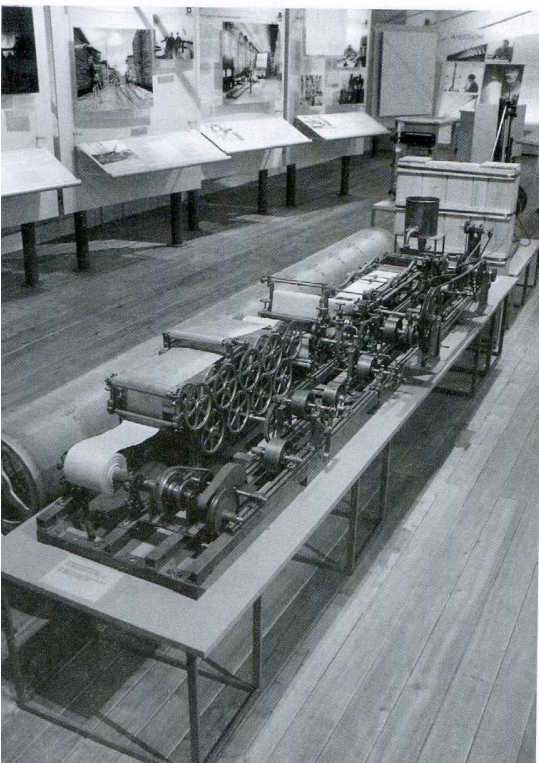
ta vahvistaa rakennuksen sisustuksessa käytetty teollinen muotoilu. Näin yleisölle tarjotaan tulkittavaksi ja omaksuttavaksi uutta tuotettua kulttuuriperintöä, samalla kun yritykselle rakennetaan tietynlaista imagoa ja tavoitellaan taloudellista hyötyä.<sup>58</sup>

Lasiteollisuuden historian valjastaminen liiketoiminnan resurssiksi vahvistaa myös Noormarkun ruukin roolia perheyhtiön muistin paikkana. Yhtiön teollinen toiminta on päätynyt monilla perinteisillä tehdaspaikkakunnilla. Joitakin menneisyyden jäänteitä, lähinnä teollisen muotoilun jälkiä, on haluttu säilyttää ja niitä on siirretty Noormarkkuun. Noormarkussa niiden uuskäytöllä haetaan lisäarvoa uudelle liiketoiminnalle.<sup>59</sup>

Yritysmuseot ja -näyttelyt ovat tyypillisiä yritysten historian käytön muotoja. Yritysmuseoita voivat olla yritysten toimintaan liittyvät museoidut tuotantolaitokset, muut toimintaan liittyvät muistomerkin kaltaiset rakennukset sekä yritysten toimintaa alkuperästä nykyisyyteen kuvaavat pysyvät näyttelyt.<sup>60</sup> Yritysmuseot voivat symbolisen merkityksensä ohella toimia keskeisinä matkailun vetovoimatekijöinä. Myös Ahlström hyödyntää liiketoiminnassaan Noormarkun ruukissa sijaitsevia, yrityksen teollisesta toiminnasta kertovia näyttelyitä.

Ruukin vanhassa pajarakennuksessa sijaitseva perheyhtiön vaiheista kertova näyttely *Ahlström Voyage* on tyypillinen esimerkki siitä, miten yritysmuseo tai näyttely usein si-

*Ahlström Voyage* esittelee perheyhtiön vaiheita aina 1850-luvulta 2000-luvulle. Vasemmalla saksalaisen Kämmererin paperitehtaan höyrykäyttöinen kokeilupaperikone vuodelta 1911. Paperitehdas tuli yhtiön omistukseen 1970-luvulla. Oikealla globaalin Ahlstrom Oyj:n toiminnasta kertova esitys. Kuvat: Maarit Grahn.



joitetaan yrityksen historialliselle kotipaikalle tai esimerkiksi pääkonttorin yhteyteen. Kotipaikka itsessään menneisyyden tapahtumien näyttämönä vahvistaa kävijälle muodostuvaa kuvaa yrityksen juurista, historiasta, jatkuvuudesta ja arvoista.<sup>61</sup> Näyttelyn valmistumisen aikoihin vuonna 1996 yhtiö eli voimakasta kansainvälistymisen aikaa. Siksi näyttelyä ja yhtiön historian aktiivista käyttöä voi tarkastella tietoisena yrityskuvan luomiskeinona.<sup>62</sup>

*Ablström Voyagea* uudistettiin vuonna 2005, kun pajarakenuksen alakerrassa sijaitsevan rekonstruoidun pajan viereiseen tilaan toteutettiin voimalaitosnäyttely. Voimalaitosnäyttely kertoo näyttelyesineiden, valokuvien ja niihin liittyvien tekstien avulla ruukin vuosina 1896 ja 1914 valmistuneiden voimalaitosten vaiheista.<sup>63</sup>

Alun perin *Ablström Voyage* oli yksityinen näyttely, joka oli tarkoitettu lähinnä yhtiön työntekijöille ja sidosryhmille, jotka vierailivat Noormarkussa kokousten, koulutusten tai yritysneuvottelujen merkeissä.<sup>64</sup> Tarkoituksena ei siis ollut toteuttaa suurelle yleisölle suunnattua näyttelyä. 2000-luvulla näyttelyä on avattu myös yleisölle. Näyttely ei kuitenkaan ole säännöllisesti avoinna, vaan vierailijaryhmät voivat tutustua siihen sopimuksen mukaan.

Yhtiön sisäisenä museona toiminut saha on 1990-luvun alkupuolelta lähtien ollut suljettuna. Sahan laitteisto, joka on pääosin 1800-luvun lopulta, on lähes alkuperäisessä tilassa. Museovirasto onkin 1990-luvulla luokitellut saharakenuksen historialliselta taustaltaan, rakennustavaltaan, varustukseltaan ja miljööltään kansainvälisestikin huomattavaksi sahamuistomerkeksi.<sup>65</sup> Vuonna 2013 Noormarkun ruukissa käynnistyi sahamuseohanke, jonka tavoitteena on kunnostaa saharakenus uudelleen museokäyttöön. Kunnostustyöt tullaan saamaan päätökseen vuoden 2014 kuluessa.

## NOORMARKUN RUUKKI JA SUOMALAISTEN RUUKKIKYLIEN TUOTTEISTETTU MENNEISYYS

Suomessa on monia ruukkialueita, jotka on pääasiassa 1990-luvulta lähtien valjastettu matkailun käyttöön tuotteistamalla vanhaa ruukkiperinnettä. Tällaisia ruukkialueita ovat muun muassa Fiskarsin ruukki Raaseporissa, Strömforsin ruukki Loviisan Ruotsinpyhtäällä, Möhkön ruukki Pohjois-Karjalassa, Kauttuan ruukki Eurassa ja Leinperin ruukki Ulvilassa.

1990-luvulla käynnistettiin myös matkailun kehittämiseen tähtäävää ruukkityöteistyötä. Yhteistyö liittyi valtakunnalliseen ruukkikierrös-hankkeeseen, jonka taustalla toimivat Museovirasto ja Suomen Matkailuliitto. Ruukkikierrösta varten julkaistiin opaskirja *Ruukkien retki – Historic ironworks of Finland*, jossa jokainen kierroksessa mukana olleista 26 kohteesta esiteltiin sekä suomeksi että englanniksi. Noormarkun ruukki ei ollut tuolloin mukana kierroksessa, koska alue oli tuohon aikaan vielä kokonaan yhtiön ja suvun omassa käytössä.<sup>66</sup>

Vuonna 1649 perustettu Fiskarsin ruukki on Suomen ensimmäisiä ja ehkä myös tunnetuimpia matkailutarkoitukseen valjastettuja ruukkikyliä. Ruukin toimintojen uudelleen järjestely alkoi 1980-luvulla, kun Fiskarsin tuotantoa siirrettiin Billnäsiin ajanmukaisempiin tiloihin. Teollisuuden muuton myötä myös asukkaat muuttivat pois ja monia kiinteistöjä jäi tyhjilleen. Ruukki on kuitenkin ollut Fiskars Oy:lle tärkeä, ja sen toimintojen kehittämistä varten laadittiin uusia suunnitelmia. *Elävä ruukki*-teemalla aloitettiin uusien asukkaiden ja toimintojen etsiminen. Vuonna 1996 perustettiin Fiskarsin käsityöläisten, muotoilijoiden ja taiteilijoiden osuuskunta, johon kuuluu nykyisin yli 100 jäsentä. Fiskarsissa 1990-luvulta lähtien järjestetyt suomalaisen käsi- ja taideteollisuuden näyttelyt ovat vakiinnut-

taneet paikkansa yhtenä alan suurimmista vuosittaisista tapahtumista Suomessa.<sup>67</sup>

Suomen kulttuurihistoriallisesti arvokkaista ruukkialueista kolme sijaitsee Satakunnassa: Noormarkussa, Kauttualla ja Leineperissä. Näitä ruukkeja on niiden menneisyydessä yhdistänyt se, että ne kaikki ovat olleet A. Ahlström Osakeyhtiön omistuksessa. Noormarkun ruukki on edelleen kokonaan yhtiön omistuksessa, samoin osa Kauttuan ruukista. Kauttualla omistajina ovat myös yksityiset yrittäjät, yksityishenkilöt ja Euran kunta. Leineperin ruukki on nykyisin osaksi Ulvilan kaupungin ja osaksi yksityisten yrittäjien ja yksityishenkilöiden omistama.<sup>68</sup>

Jokaisella Satakunnan ruukilla on omat vahvuutensa. Satakunnan matkailun internetsivuilla Noormarkun ruukin matkailuvahvuuksiksi mainitaan muun muassa Alvar Aallon suunnittelema Villa Mairea, vanhat tuotantolaitokset, työväestön ja virkailijoiden asunnot sekä vanhoissa rakennuksissa sijaitsevat koulutus-, ravintola ja majoitustilat. Kauttuan ruukin vahvuuksia ovat puolestaan rautaruukki- ja paperiteollisuusmiljö, Alvar Aallon monipuolinen arkkitehtuuri sekä lukuisat alueella järjestettävät tapahtumat. Leineperin ruukin etuina ovat ruukkialueen monipuolinen rakennuskanta, erityisesti masuuni ja vasarapaja, lukuisat käsityöläispajat sekä elävä ruukkikylä tapahtumineen.<sup>69</sup>

Matkailun kehittämisen näkökulmasta ruukit ovat kuitenkin toisiinsa verrattuna erilaisessa lähtötilanteessa. Yksi keskeinen tekijä on se, että Noormarkun ja Kauttuan ruukkien kehittämisen taustalla on yksi toimija, jolla on paremmat taloudelliset resurssit panostaa alueiden kehittämiseen kuin Leineperissä, jossa toiminnan kehittäminen on jakautunut monien pienten toimijoiden kesken. Lisäksi ruukit eroavat toisistaan profiileiltaan. Noormarkussa harjoitettava liiketoiminta on tilaustoimintaa, eikä ruukissa ole käsityöläispajoja kuten Leineperis-

sä. Toisin kuin Kauttualla ja Leineperissä, Noormarkun ruukissa ei myöskään järjestetä messu- ja myyntitapahtumia. Leineperin ruukista on sen sijaan lyhyessä ajassa kehittynyt vireä matkailukohde, jossa vieraillee vuosittain yli 35 000 kävijää. Erityisesti Leineperin vuotuiset kevät-, syys- ja joulutorit ovat ruukin toiminnan kannalta ehdottomat kulmakivet. Leineperin ruukin puutteena on kuitenkin majoitustilojen puuttuminen. Noormarkun ja Kauttuan ruukit pystyvät puolestaan tarjoamaan majoituspalveluita.<sup>70</sup> Historialtaan ja nykyisyydeltään erilaiset ruukit ovat alueellisen matkailun kehittämisen näkökulmasta keskeinen voimavara.

## MUUTOSTEN HALLINTAA JA MUUTTUVAA HISTORIAKULTTUURIA

Liiketaloudellisessa kontekstissa kulttuuriperinnöllä on aina strateginen merkitys. Historian avulla yritykset korostavat jatkuvuutta, luotettavuutta, uskottavuutta ja innovatiivisuutta ja näin pyrkivät vahvistamaan legitimitettiään sidosryhmiensä keskuudessa.<sup>71</sup> Historia on liiketoiminnan voimavara, vaikka se ei ole samalla tavalla mitattavissa olevaa pääomaa kuin esimerkiksi tuotantoresurssit.

Noormarkussa säilyneet A. Ahlström Osakeyhtiön ja teollisuussuvun menneisyyden jäljet ovat muistuttamassa yhtiön historiasta mutta samalla myös niistä tavoista, joilla perheyhtiö on tulkinnut ja ymmärtänyt omaa menneisyyttään. Yhtiön omistajat, Ahlströmin teollisuussuku, ovat sitoutuneita huolehtimaan kulttuuriperinnöstä, joka on ollut suvun hallussa jo 1870-luvulta saakka. Kesällä 2008 *Satakunnan Kansalle* antamassaan haastattelussa yhtiön entinen hallituksen puheenjohtaja Johan Gullichsen korosti sitä, että kulttuurimyönteisyys on aina ollut näkyvä osa suvun ja yhtiön toimintaa ja että suvun tehtävänä on kulttuurihistoriallisesti arvokkaan kulttuuriperinnön säilyttäminen.

Gullichsen myös totesi, että ”meidän pitää muistuttaa koko Suomen kansaa, mistä kaikki on alkanut”. Tällä hän ei tarkoittanut yksinomaan Noormarkun ruukkialuetta, vaan hän viittasi kaikkien Suomen ruukkialueiden säilyttämiseen ja kehittämiseen.<sup>72</sup>

Syksyllä 2012 *Talouselämä* puolestaan raportoi Noormarkun ruukin liiketoiminnasta ja tulevaisuuden suunnitelmista. Lehtiartikkelin mukaan ruukkialueelle ja sen ympäristöön oli kymmenessä vuodessa investoitu kymmenen miljoonaa euroa.<sup>73</sup> Noormarkun ruukin kaltaisten kulttuurihistoriallisesti arvokkaiden kohteiden ylläpitäminen ja kehittäminen edellyttääkin huomattavia taloudellisia resursseja. Siksi kulttuuriperinnölle on löydettävä sellaisia uusia käyttötapoja, joista syntyvällä tuloksella pystyttäisiin kattamaan ainakin osa ylläpidosta ja säilyttämisestä syntyvistä kustannuksista.

Kulttuuriperinnön säilyminen edellyttää aktiivista käyttöä. Noormarkun ruukki on esimerkki siitä, miten kulttuuriperintöä käytetään muutostilanteissa sekä tiedon että käytännön toiminnan tasolla. Perheyhtiössä vallinnut tietoisuus ja ymmärrys omasta historiasta on yli sadan vuoden ajan ylläpitänyt vastuuta yrityksen kotipaikasta ja ihmisistä. Säilyttämisen vastuu yrityksen historiallisesta kotipaikasta on muutostilanteissa synnyttänyt uusia tapoja hyödyntää kulttuuriperintöä. Rakennusperinnön uskäytön avulla on turvattu rakennusten aktiivinen käyttö ja säilyminen.

Kulttuuriperinnölle on luonteenomaisista se, että sitä tuotetaan aina uudelleen kunkin aikakauden lähtökohdista. Menneisyyttä käytetään ja menneisyyden tulkintoja tuotetaan nykyisin yhä useammin taloudellisen tuottavuuden lähtökohdista. Hannu Salmi on osuvasti todennut, että ”historia liikkuu paitsi vuosina myös markkoina ja euroina”.<sup>74</sup> Vanhoista ruukkialueista ja kartanoista, kuten Noormarkun ruukista, on viime vuosina tullut alueellisia vetovoimatekijöitä. Perheyhtymien kulttuuriperinnön tuotteis-

tamista voi tarkastella jatkona sille, miten yritys on aikaisemmin ylläpitänyt, tuottanut ja käyttänyt kulttuuriperintöään. Uudessa liiketoiminnassa on samanaikaisesti kyse muutoksen hallinnasta, kulttuuriperinnön säilyttämisestä ja ruukin säilyttämisestä perheyhtymien omistuksessa. Kulttuuriperinnön tuotteistaminen ja ruukin avautuminen yleisölle on myös osoitus siitä, että perheyhtymien historiakulttuuri on muuttunut.

2010-luvulla menneisyyden jäljistä on tullut keskeisiä yrityskulttuurin artefakteja: rakennusperinnön, yhtiön ja teollisuussuvun historiaan liittyvien kertomusten, symbolisten henkilöahmojen ja perheyhtymien liitettävien perinteiden avulla yritys rakentaa uutta liiketoimintaansa. Suurteollisuusyrityksen historiasta on tullut paikallisen liiketoiminnan kehittämisen resurssi.

FT, KTM Maarit Grahnin kiinnostuksen kohteita ovat erityisesti yritysten historian käyttö ja teollinen kulttuuriperintö.

Tämä artikkeli on vertaisarvioitu. *Tekniikan Waiheita* kiittää arvioijia arvokkaista kommentteista.

<sup>1</sup> Herbrand & Röhrig (Hrsg.) 2006.

<sup>2</sup> Symbolinen pääoma tarkoittaa sellaista ominaisuutta, joka muuttuu symbolisesti tehokkaaksi, kun ihmiset tunnistavat sen ja antavat sille arvoa. Symbolinen pääoma voi olla taloudellista, kulttuurista tai sosiaalista. Bourdieu 1998, 99.

<sup>3</sup> Yrityskulttuurilla viitataan yrityksen käyttäytymisnormien, arvojen, toimintatapojen ja muiden vastaavien tekijöiden muodostamaan kokonaisuuteen. Yrityksen identiteetillä tarkoitetaan yrityksen persoonallisuutta eli sitä, mitä yritys todella on ja mikä erottaa sen muista yrityksistä. Identiteetti sisältää yrityksen perusarvot, liikeideat, tavoitteet ja visiot. Yrityksen imago eli yrityskuva taas on sidos- tai kohderyhmien luoma mielikuva yrityksestä. Yrityskulttuuri, yrityksen sisäinen tapa toimia ja elää, kuitenkin omalta osaltaan ohjaa ja vahvistaa halutunlaista yrityskuvaa. Ks. esim. esim. Poikolainen 1994, 26–29, 34; Schein 2004, 11.

<sup>4</sup> Herbrand & Röhrig (Hrsg.) 2006; Ks. myös Grahni 2014.

<sup>5</sup> Anna Sivula on tarkastellut aihetta Porin puuvilla-tehtaan kulttuuriperintöprosesseja tarkastelemissa artikkeleissaan. Ks. esim. Sivula 2010, 2014.

- <sup>6</sup> Antti Ahlströmin (1827–1896) vuonna 1851 perustama perheyrittäjä kasvoi 1900-luvun kuluessa saha- ja paperiteollisuuden kautta yhdeksi Suomen suurimmaksi teollisuuden monialayritykseksi. Ahlström-konserni jakautui kolmeen osaan vuonna 2001. Tuolloin perustettiin Ahlstrom Oyj, Ahlström Capital Oy ja A. Ahlström Osakeyhtiö. Yrityksistä viimeksi mainittu toimii Noormarkussa, ja se on toiminut syksystä 2013 lähtien nimellä A. Ahlström Kiinteistöt Oy.
- <sup>7</sup> A. Ahlström Kiinteistöt Oy. Yhtiö. <http://www.ahlstrom.fi/sivu.aspx?taso-o&id=7>.
- <sup>8</sup> Yrityksen tapoja käyttää kulttuuriperintöään identiteettinsä ja yrityskuvansa rakentamisessa olen tarkastellut laajemmin väitöstutkimuksessani (2014) Perheyhtiö ja paikallisuus. A. Ahlström Osakeyhtiön historian perintö Noormarkussa.
- <sup>9</sup> Sovellan tässä Maths Isacsonin määritelmää teollisuushistoriallisesta perinnöstä (industrihistoriska arvet). Isacson 2005, 50.
- <sup>10</sup> Käsite ”teollinen kulttuuriperintö” viittaa sekä aineellisiin että aineettomiin teollisen toiminnan jälkiin. Ks. esim. Sivula 2010, 23.
- <sup>11</sup> Grant 2005, 139–143.
- <sup>12</sup> Ks. esim. Paalumäki 2004.
- <sup>13</sup> Hatch & Cunliffe 2006, 189.
- <sup>14</sup> Kielitoimiston määritelmä. Ks. Kielitoimiston sanakirja. <http://mot.kielikone.fi.ezproxy.utu.fi:2048/mot/turkuyo/netmot.exe>.
- <sup>15</sup> Isacson 2011, 57.
- <sup>16</sup> Ks. esim. Salmi 2001, 147–148.
- <sup>17</sup> Ks. myös Grahn 2014, 18.
- <sup>18</sup> Ks. esim. Darphin 2002, 13; Johnson 2002, 32–33. Esimerkiksi ruotsalaisen Svenska Cellulosa Aktiebolagetin (SCA) keskusarkisto Merlo arkiv vastaa sekä historiallisen materiaalin säilyttämisestä että nykyiseen, Norrlandin alueella tapahtuvaan toimintaan liittyvän informaation arkistoinnista. SCA on merkittävä alueellinen toimija, minkä vuoksi arkistolla on poikkeuksellisen keskeinen rooli sekä ruotsalaisen metsäteollisuushistorian että Sundsvallin alueen teollisuushistorian säilyttäjänä. Arkisto vastaa muun muassa lähiseudulla sijaitsevan Galtströmin rautaruukin ylläpidosta ja ruukin kehittämisestä teollisuushistorialliseksi museokohteeksi.
- <sup>19</sup> Berg & Kreiner 1992, 57; Ks. myös Mikkonen 2005.
- <sup>20</sup> Yhtiön omistuksessa ovat olleet muun muassa Strömforsin ruukki Ruotsinpyhtäällä, Leineperin ruukki Ulvilassa, Kauttuan ruukki Eurassa sekä Karhulan Hovi Kotkassa. Noormarkun ruukin lisäksi yhtiö omistaa edelleen Karhulan Hovin sekä osan Kauttuan ruukin kiinteistökanasta.
- <sup>21</sup> Tuomola 2000.
- <sup>22</sup> Havulinna oli Walter Ahlströmin (1872–1931) perheen edustuskoti. Walter Ahlström oli Antti ja Eva Ahlströmin vanhin poika, joka toimi yhtiön pääjohtajana 1908–1931. Villa Mairea puolestaan val-

mistui vuonna 1939 Maire (o.s. Ahlström, 1907–1990) ja Harry Gullichsenille (1902–1954). Harry Gullichsen toimi yhtiön pääjohtajana vuosina 1932–1954. Alvar Aallon suunnittelema Villa Mairea on Noormarkun ruukin rakennuksista kansainvälisesti tunnetuin. Ks. esim. Grahn 2009, 35–39.

<sup>23</sup> Ks. Aronsson 2004, 57–67.

<sup>24</sup> Historiakulttuuri tarkoittaa niitä tapoja, joilla menneisyyttä koskevia mielikuvia ja tietoja nykyisyydessä tuotetaan ja käytetään. Historia näyttäytyy nykyhetkessä seuraavilla tavoilla: menneisyys muistina, menneisyys kokemuksena, menneisyys käytäntöinä, menneisyys artefakteina ja menneisyys hyödykkeinä. Salmi 2001, 134–149.

<sup>25</sup> Johnson 2002, 28–29.

<sup>26</sup> Ks. esim. Elo-Pärssinen 2007.

<sup>27</sup> Johnson 2002, 28–29.

<sup>28</sup> Rajala 2009.

<sup>29</sup> Nora 1996, 14–15. Ranskalaisen historiantutkijan Pierre Noran mukaan kulttuuriperinnöksi tunnistettuja menneisyyden jälkiä voidaan pitää muistin paikkoina, jotka kokoavat yhteisön jäsenet muistelemaan ja tulkitsemaan menneisyyttä sekä ylläpitämään ja uudistamaan historiatietoisuuttaan.

<sup>30</sup> Grahn 2014; Ks. myös Rajala 2009, 140–141.

<sup>31</sup> Me Kaikki 1996/4; Ihamäki 2007, 44–46.

<sup>32</sup> Seppo Jukkola 23.11.2010. Seppo Jukkola toimi A. Ahlström Osakeyhtiön toimitusjohtajana vuosina 2002–2008.

<sup>33</sup> Esimerkiksi vuonna 2010 ohjelmassa oli muun muassa viihteellinen konsertti Noormarkun kerholla, Belmannin musiikkia ja teollisuushistoriaa Ahlström Voyagessa sekä taiteilija Jorma Uotisen lauluja Havulinnessa. Noormarkku Festival 3.–9.7.2010.

<sup>34</sup> Nietzsche 1999, 19–24.

<sup>35</sup> Grahn 2014, 231–232; Vierivä kivi -oopperan ohjelma, 2008. Oopperatapahtuman organisointiin ja rahoitukseen osallistuivat A. Ahlström Osakeyhtiö, Antti Ahlströmin Perilliset Oy, Satakuntaliitto, Noormarkun kunta ja Pori Jazz -festivaali.

<sup>36</sup> Grahn 2014, 232–233.

<sup>37</sup> A. Ahlström Kiinteistöt Oy. Palveluliiketoiminta. Juhlat ja edustus. <http://www.vierastoiminta.a-ahlstrom.fi/index.php/juhlat-ja-edustustilaisuudet.html>

<sup>38</sup> Grahn 2014, 234.

<sup>39</sup> Andelmin & Casagrande 1994, 141–143.

<sup>40</sup> Grahn 2014, 234.

<sup>41</sup> Aarnipuu 2008, 223.

<sup>42</sup> Vrt. Andelmin & Casagrande 1994, 141–143.

<sup>43</sup> Grahn 2014, 236.

<sup>44</sup> Vanhan kierto jatkuu. Satakunnan Kansa 22.5.2010; Grahn 2014, 237.

<sup>45</sup> Yhtiön ja Alvar ja Aino Aallon yhteistyö alkoi jo 1930-luvulla. Ks. esim. Korvenmaa 1989.



<sup>46</sup> Ks. Tuomola 2000, 116.

<sup>47</sup> Grahn 2014, 237.

<sup>48</sup> *ibid.*

<sup>49</sup> Ks. lisää tehtaiden klubeista Hackman ym. 2004.

<sup>50</sup> Aarnipuu 2008, 215.

<sup>51</sup> Putkonen 1993, 151.

<sup>52</sup> A. Ahlström Kiinteistöt Oy. Palveluliiketoiminta. Noormarkku. Historia. <http://www.vierastoiminta.a-ahlstrom.fi/index.php/historia.html>.

<sup>53</sup> Hans Ahlström (1904–1960) toimi yhtiön pääjohtajana vuosina 1954–1960. Hans Ahlström oli Antti Ahlströmin pojan, Bertel Ahlströmin (1878–1928), poika.

<sup>54</sup> Meethan 2001, 98.

<sup>55</sup> Taaplarien tehtävänä oli lautatarhassa tapulien kokoaminen. Lautojen ja lankkujen kantamisesta vastasivat yleensä miehet, koska työ oli ruumiillisesti raskasta. Ripakissan tehtävänä oli sahalla huolehtia niistä puun reunoista, joista ei voitu tehdä rimaa. Tällainen puuaines sahattiin metrin pituiseksi ja toimitettiin halkotarhaan polttopuuksi. Ripakissan tehtävissä oli monesti nainen. Ks. Grahn 2006, 17; Grahn 2014, 242.

<sup>56</sup> Yhtiö osti Karhulan tehtaan vuonna 1915 ja litalan lasitehtaan vuonna 1917. Riihimäen Lasi Oy siirtyi A. Ahlström Osakeyhtiön omistukseen vuonna 1985. Ks. esim. Schybergson 1992; Grahn 2014, 242.

<sup>57</sup> A. Ahlström Kiinteistöt Oy. Palveluliiketoiminta. Villa Ett. <http://www.vierastoiminta.a-ahlstrom.fi/index.php/villa-ett.html>.

<sup>58</sup> Grahn 2014, 242.

<sup>59</sup> Grahn 2014, 243.

<sup>60</sup> Jotta voidaan puhua yritysmuseosta, erotuksena julkisen sektorin omistamiin museoihin, museon tulee olla yrityksen perustama, omistama ja ylläpitämä. Hölschen 2005, 22–23; Mikus 1997, 14–16.

<sup>61</sup> Vrt. Völker 2006, 437.

<sup>62</sup> Grahn 2014, 159.

<sup>63</sup> Me Kaikki 1996/4. Turun yliopiston, kulttuurituttannon ja maisemantutkimuksen laitoksen opiskelija Pirjo Ihamäen pro gradu -työhön sisältyi voimailoksesta kertovan näyttelyn aineiston, kuten kuvien ja esineiden valitseminen ja esillepano sekä tekstien laatiminen. Lisää voimailoksesta näyttelystä ks. Ihamäki 2007, 44–64.

<sup>64</sup> Me Kaikki 1996/4.

<sup>65</sup> Kantonen 1996, 21, 35–36. Kehäsahat ovat vuodelta 1882, tukkivaunut vuodelta 1880 ja pientavaran valmistukseen käytetty kaksoiskimpisaha on vuodelta 1889.

<sup>66</sup> Turunen (toim.) 1998. Satakunnan alueelta mukana olivat tuolloin Kauttuan ja Leineperin ruukit sekä Harjavallan Outokumpu Oy:n tehtaat. Ruukkierros tutustutti entisaikojen ja nykyajan rautaruukkien toimintaan. Mukana kierroksessa oli myös Harjavallassa sijaitseva Emil Cedercreutzin museo.

<sup>67</sup> Fiskarsin ruukki. Kulttuuri. Historia. <http://www.fiskarsvillage.fi/fi/kulttuuri/historia>.

<sup>68</sup> Yhtiö luopui Leineperin ruukista 1970-luvulla. Tämän jälkeen ruukki rapistui pahasti. Ruukin kunnostustyöt aloitettiin 1980-luvun lopulla Museoviraston toimesta. Korjaustyöt valmistuivat vuonna 1994. Leineperin rautaruukki, Ulvila. <http://museovirastorestauroi.nba.fi/teollisuuskohteet/leineperin-rautaruukki>.

<sup>69</sup> Satakunta – on enemmän. Rakennukset ja kulttuuriympäristöt. <http://www.satakunta.fi/rakennettu-satakunta-o>.

<sup>70</sup> Ruukissa aistii mennyttä aikaa. Wattiviesti 4/2010, 6–7; Satakunnan kolme ruukkialuetta mainioita matkailuvaltteja. Satakunnan Kansan 13.4.2010.

<sup>71</sup> Feldenkirchen 2006, 267, 274–275.

<sup>72</sup> Satakunnan kansa 12.7.2008. 'Antti Ahlströmin jälkeläiset haluavat säilyttää ruukkiperintöä'. Johan Gullichsenin haastattelu. Johan Gullichsen on Ahlströmin suvun neljännen polven edustaja. Hänen vanhempansa olivat Maire ja Harry Gullichsen.

<sup>73</sup> Lundén 2012, 48.

<sup>74</sup> Salmi 2001, 149.

## LÄHTEET

### Haastattelut:

Seppo Jukkolan haastattelu, Grahn 23.11.2010. Muisiinpanot tekijän hallussa.

### Kirjallinen aineisto:

A. Ahlström Kiinteistöt Oy. <http://www.a-ahlstrom.fi/>. Luettu 9.4.2014.

Fiskarsin ruukki. Kulttuuri. Historia. <http://www.fiskarsvillage.fi/fi/kulttuuri/historia>. Luettu 9.4.2014.

LUNDÉN, Kimmo. Tervetuloa, maksavat asiakkaat. *Talouselämä* 2012/35, 48.

MOT Dictionaries. MOT Kielitoimiston sanakirja 2.0. <http://mot.kielikone.fi.ezproxy.utu.fi:2048/mot/turkuyo/netmot.exe>. Luettu 9.4.2014.

Museovirasto restauroi – teollisuuskohteet. <http://museovirastorestauroi.nba.fi/teollisuuskohteet/leineperin-rautaruukki>. Luettu 9.4.2014.

Noormarkku Festival 3.–9.7.2010. Esite.

RAJALA, Tiina. A. Ahlström ja kulttuuriympäristö yrityksen arvoissa. – Uusi-Seppä, Nina (toim.), *Satakunnan kulttuuriympäristöohjelma 2009–2015*. Lounais-Suomen ympäristökeskuksen raportteja 7 (2009), 140–141. Lounais-Suomen ympäristökeskus, Turku.

Satakunta – on enemmän. Rakennukset ja kulttuuriympäristöt. <http://www.satakunta.fi/rakennettu-satakunta-o>. Luettu 9.4.2014.

Vierivä kivi -oopperan käsiohjelma 2008.

**Painamattomat lähteet:**

GRAHN, Maarit. *Sahatavaran tuotantoa ja kausityötä. Makkarakosken sahan vaiheita Noormarkussa 1871–1956*. Pro gradu -tutkielma. Turun yliopisto, Kulttuurituotannon ja maisemantutkimuksen laitos, Pori 2006.

IHAMÄKI, Pirjo. *Muutoksia A. Ahlström Osakeyhtiön Noormarkun ruukin voimalaitoksilla 1896–2004*. Pro gradu -tutkielma. Turun yliopisto, Kulttuurituotannon ja maisemantutkimuksen laitos, Pori 2007.

TUOMOLA, Satu-Miia. *Elämää Noormarkun ruukimäellä. Paikallisen teollisuusyhdyksunnan elinkaari 1800-luvun alusta nykypäivään*. Pro gradu -tutkielma. Turun yliopisto, Turku 2000.

**Lehdet:**

*Me Kaikki* 1996.

*Satakunnan Kansa* 2008, 2010.

*Wattiviesti* 2010.

**Tutkimuskirjallisuus:**

AARNIPUU, Petja. *Turun linna kerrottuna ja kertovana tilana*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 1162, Tiede. SKS, Helsinki 2008.

ANDELMIN, Marja-Leena & CASAGRANDE, Ulla. Toimintaympäristö. – Poikolainen, Liisa et al. (toim.), *Design Management. Yrityskuvasta kilpailuvaltti*, 141–194. Kustannusosakeyhtiö Otavan painolaitokset, Keuruu 1994.

ARONSSON, Peter 2004. *Historiebruk – att använda det förflutna*. Studielitteratur, Lund 2004.

BERG, Per Olof & KREINER, Kristian. Corporate Architecture. Turning Physical Settings into Symbolic Resources. – Gagliardi, Pasquale (ed.), *Symbols and Artifacts: Views of the Corporate Landscape*, 41–67. Aldine de Gruyter, New York 1992.

BOURDIEU, Pierre. *Järjen käytännöllisyys*. Suom. Mika Siimes. WSOY, Juva 1998.

DARPHIN, Jean-Paul. *Företagen och kulturarvet*. – Westin, Helena, Strandängler, Mikael, Darphin, Jean-Paul & Johnson, Anders (reds.), *Företagens kulturarv – lönsamt i längden*. Kunsapsavdelningen. Rapport Nr 1 (2002). Riksantikvarieämbetet, Stockholm.

ELO-PÄRSSINEN, Krista. *Arvot ja yhteiskunta-vastuullinen toiminta suurissa suomalaisissa yrityksissä. Omistajan näkökulma*. Jyväskylä Studies in Business and Economics 61. Jyväskylän yliopisto, Jyväskylä 2007. <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/18622/9789513931001.pdf?sequence=1>. Luettu 14.5.2014.

FELDENKIRCHEN, Wilfried. Kontinuität und Wandel. Geschichte als Element der Marken- und Unternehmensidentität der Siemens AG. – Herbrand, Nikolai O. & Röhrig, Stefan (Hrsg.), *Die Bedeutung der Tradition für die Markenkommunikation. Konzepte und Instrumente zur ganzheitlichen Ausschöpfung des erfolgspotenzials Markenhistorie*, 267–285. Edition Neues Fachwissen GmbH, Stuttgart 2006.

GRAHN, Maarit. Rakennusperintöä ja perheyhtiön historiaa. – Häyrynen, Maunu (toim.), *Tiede ja kulttuuriperintö*. ICOMOS 2 (2009), 35–40.

GRAHN, Maarit. *Perheyhtiö ja paikallisuus*. A. Ahlström Osakeyhtiön historian perintö Noormarkussa. Turun yliopiston julkaisuja. Sarja C, Osa 374. Turun yliopisto, Turku 2014.

GRANT, Robert M. *Contemporary Strategy Analysis*. Fifth Edition. Blackwell Publishing Ltd., Malden 2005.

HACKMAN, John, SCHREIBER, Heidi, WESSBERG, Lotta & ÅSTRÖM, Anna-Maria (toim.). *Min bruksmiljö. Hägkomster från finländska bruk*. Etnologi vid Åbo Akademi. Rapport 10. Åbo Akademi, Åbo 2004.

HATCH, Mary Jo & CUNLIFFE, Ann L. *Organizational Theory. Modern, Symbolic, and Postmodern Perspectives*. Second edition. Oxford University Press, Oxford 2006.

HERBRAND, Nikolai O. & RÖHRIG, Stefan (Hrsg.). *Die Bedeutung der Tradition für die Markenkommunikation. Konzepte und Instrumente zur ganzheitlichen Ausschöpfung des erfolgspotenzials Markenhistorie*. Edition Neues Fachwissen GmbH, Stuttgart 2006.

HÖLSCHEN, Barbara. *UnternehmensMuseen – eine Analyse über Inhalte, Aufgaben, Ziele und Potentiale*. Fachbereich Gesellschaftswissenschaften und Philosophie der Philipps-Universität, Marburg 2005.

ISACSON, Maths. Brottingar med industriearvsbegreppen. – Alzén, Annika & Burell, Birgitta (reds.), *Otydligt. Otympligt. Otagligt. Det industriella kulturarvets utmaningar*, 44–54. Carlsons, Stockholm 2005.

ISACSON, Maths. The Reuse of Large-scale Industrial Areas. – Hinnerichsen, Miia (toim.), *Reusing the Industrial Past by the Tammerkoski Rapids. Discussions of the Value of Industrial Heritage*, 53–60. City of Tampere, Museum Services, Pirkanmaa Provincial Museum, Tampere 2011.

JOHNSON, Anders. Den lönsamma historien. – Westin, Helena, Strandängler, Mikael, Darphin, Jean-Paul & Johnson, Anders (reds.), *Företagens kulturarv – lönsamt i längden*. Kunsapsavdelningen. Rapport Nr 1 (2002). Riksantikvarieämbetet, Stockholm.

- KANTONEN, Timo. *Satakunta sahaa Suomessa. Kulttuurihistoriallisesti merkittäviä saharakennuksia ja -ympäristöjä*. Museoviraston rakennushistorian osaston julkaisuja 18. Museovirasto, Helsinki 1996.
- KORVENMAA, Pekka. *Kauttua. Tuotanto ja ympäristö 1689–1989*. A. Ahlström Osakeyhtiö, Kauttua 1989.
- MEETHAN, Kevin. *Tourism in Global Society. Place, Culture, Consumption*. Palgrave, New York 2001.
- MIKKONEN, Tuija. *Corporate Architecture in Finland in the 1940's and 1950's. Factory Buildings as architecture, investment and image*. Suomalaisen Tiedeakatemian toimituksia. Humaniora 337. Bookstore Tietokirja, Helsinki 2005.
- MIKUS, Anne. *Firmenmuseen in der Bundesrepublik. Schnittstelle zwischen Kultur und Wirtschaft*. Berliner Schriften zur Museumskunde. Leske + Budrich, Opladen 1997.
- NIETZSCHE, Friedrich. *Historian hyödystä ja haitasta elämälle*. Jyväskylän yliopiston kirjasto, Jyväskylä 1999.
- NORA, Pierre. *Realms of Memory. Rethinking the French Past*. Volume 1: Conflicts and Divisions. Edited with Lawrence D. Kritzman. Columbia University Press, New York 1996.
- PAALUMÄKI, Anni. *Keltaisella johdetut. Artefaktit, johtaminen ja organisaation kulttuurinen identiteetti*. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja. Turun kauppakorkeakoulu, Turku 2004.
- POIKOLAINEN, Liisa. *Johdatus Design Management -ajatteluun*. – Poikolainen, Liisa et al. (toim.), *Design Management. Yrityskuvasta kilpailuvalltti*. Kustannusosakeyhtiö Otavan painolaitokset, Keuruu 1994.
- PUTKONEN, Lauri. *Rakennettu kulttuuriympäristö. Valtakunnallisesti merkittävät kulttuurihistorialliset ympäristöt*. Rakennushistorian osasto julkaisu 16. Museovirasto, Helsinki 1993.
- SALMI, Hannu. *Menneisyyskokemuksesta hyödykeisiin – historiakulttuurin muodot*. – Kalela, Jorma & Lindroos, Ilari (toim.), *Jokapäiväinen historia*, Tietolipas 177, 134–149. SKS, Helsinki 2001.
- SCHEIN, Edgar H. *Organizational Culture and Leadership*. JosseyBass, A Wiley Imprint, San Francisco 2004.
- SCHYBERGSON, Per. *Työt ja päivät. Ahlströmin historia 1851–1981*. A. Ahlström, Helsinki 1992.
- SIVULA, Anna. *Työn paikasta teollisen kulttuurin perinnöksi*. Porin puuvillatehdas 1898–2010. – *Tekniikan Waiheita* 3 (2010), 21–46.
- SIVULA, Anna. *Corporate History Culture and Useful Industrial Past . A Case Study on History Management in Finnish Cotton Factory Porin Puuvillatehdas Oy*. *Folklore. Electronic Journal of Folklore* 57 (2014), 29–54. <http://www.folklore.ee/folklore/vol57/sivula.pdf>. Luettu 14.5.2014.
- TURUNEN, Mirja (toim.). *Ruukkien retki. Historic Ironworks of Finland*. Museovirasto ja Suomen Matkailuliitto, Helsinki 1998.
- VÖLKER, Julia. *Museen als Erlebniswelten der Markentradition. Potenzial und Entwicklung von Museen am Beispiel des neuen Mercedes-Benz Museum*. – Herbrand, Nikolai O. & Röhrig, Stefan (Hrsg.), *Die Bedeutung der Tradition für die Markenkommunikation. Konzepte und Instrumente zur ganzheitlichen Ausschöpfung des Erfolgspotenzials Markenhistorie*. Edition Neues Fachwissen GmbH, Stuttgart 2006.

## SAUNOJIA JA AITouden IHANTEITA KIUKAAT MAINOKSISSA TEOLLISEN KULTTUURIPERINNÖN TUOTTEINA

Laura Puromies

Kiukaiden teollinen valmistaminen ja niiden mainonnan alku liittyy Suomessa jälleenrakentamisen ja maalta muuton aikaan. Artikkelissa tarkastellaan kiukaiden mainonnan muutoksia 1950-luvulta 2010-luvulle. Tarkastelun keskiössä on ihmisen esittäminen mainoksissa ja aitouden käyttäminen argumenttina. Mainokset ilmentävät omaa aikaansa ja hyödyntävät arvojen ja asenteiden tiivistymiä. Kiuasmainosten kuvituksessa nainen on asettunut pääkuvaan vasta 2000-luvulla. Samaten aitouden käsite pääargumenttina on tullut voimallisesti käyttöön samoihin aikoihin. Perinne velvoittaa mainontaa, mutta myös mahdollistaa elämyksellisen ja arvokkaan mielikuvan luomisen.

### MAINOKSET MENNEISYYDEN JÄLKINÄ

Vaikka mainoksilla on selkeästi rajattu tehtävänsä viesteinä, ilmentävät ne aina omaa aikaansa, sen arvoja, asenteita ja ihanteita. Ne rakentuvat stereotyyppien varaan käyttämällä ja toistamalla kaavamaisesti kulttuurille yhteisiä aiheita.<sup>1</sup> Mainosten ensisijainen konnotaation taso on myynninedistämiseen liittyvä viestintä, mutta tähän liittyen ja tämän lisäksi ne ovat aina tunteisiin vetoavaa, arvoihin perustuvaa ja ympäröivää kulttuuriaan ja mentaliteettia ilmentävää viestintää. Mainonnan tekijöiden tavoitteena ei ole muuttaa ympäröivää kulttuuriaan ja yhteiskuntaa luomalla siihen uusia ajatustapoja. Käyttämällä hyväkseen ympäröivän kulttuurin elementtejä mainokset luovat viestin, joka saa vastakaikua kuluttajissa, mutta erottuu kilpailijoista.<sup>2</sup> Mainoksia voidaan käyttää lähteinä tarkasteltaessa kulttuurissa ilmentyviä arvoja, asenteita ja tunteita sekä tavaroihin, teollisuuteen ja kulutukseen liitettyjä tavoitteita. Mainokset ovat sosiaalista

viestintää, joissa ihmiset, tuotteet ja hyvä olo liitetään yhteen.<sup>3</sup>

Mainokset yhdistävät tavaroita ja ihmisiä. Ne luovat kuvia ihmisten motiiveista ja haluista. Ne myös tiivistävät haluja ja merkityksiä ja lähentävät tuottajan ja kuluttajan suhdetta.<sup>4</sup>

Menneisyyden jälkeen mainokset ovat problemaattisia monestakin syystä. Niiden välittämät viestit ovat hyvin fragmentaarisia ja niiden tulkinta vaatii monitahoista kontekstin huomioimista. Mainosten tulkitsijan vastuulle jää ajoittaa mainos oikeaan ilmestymisajankohtaan, sillä mainoksissa ei yleensä kerrota niiden ilmestymisvuotta. Mainokset ovat myös sidottuja aikaansa ja kontekstiinsa senkin suhteen, että irrotettuina alkuperäisestä yhteydestään ja ajastaan ne helposti muuttuvat itseään vastaan viestiviksi koomisiksi esityksiksi. Käytettäessä mainoksia menneisyyden lähteenä täytyykin huomioida niiden konteksti erityisen huolellisesti. Ne välittävät tietoa aikakautensa tunteista ja kokemuksista, koska ne ovat

omana aikanaan laadittu juuri näiden tiivistymiksi.<sup>5</sup>

Mainokset ovat muuttuneet. Aluksi ne ovat olleet lyhyitä ja informatiivisia tiedonantoja, mutta pikkuhiljaa niiden argumentaatio on siirtynyt tunteikkaammalle tasolle luoden enemmän mielikuvia kuin jakaen tietoa. Käyttämäni aineistoon kuuluu pelkästään painettuja kiuasesitteitä, jotka ovat säilyttäneet informatiivisen luonteensa. Mielikuvien esiinmarssi on selvemmin esillä mediamainonnassa – painetussa sanoma- ja aikakauslehdissä julkaistussa mainonnassa sekä televisiomainonnassa. Esitteet ovat säilyttäneet informatiivisen luonteensa mielikuvien luomisen ohella. Kiuasmainoksia – tai -esitteitä – vertaillessa onkin mahdollista kiinnittää huomiota myös informaation luonteen eroihin eri aikakausina.

Olen kerännyt saunamainosten aineistoa useammasta lähteestä: Suomen Saunaseuran julkaisemasta *Sauna*-lehdestä, kiuasvalmistajien arkistoista, jälleenmyyjiltä 2010-luvun aikana, ja käytössäni on myös *Sauna kautta aikojen* -kirjan kirjoittajan Martti Vuorenjuuren kirjansa taustamateriaaliksi

keräämä ja hänen perikuntansa lahjoittama kokoelma mainoksia ja esitteitä. Nämä ovat pääosin 1960- ja 1970-luvulta. Vanhan mainosmateriaalin kerääminen ei ole aina helppoa. Yritykset eivät välttämättä arkistoi markkinointimateriaaliaan johdonmukaisesti kattavaan kronologiseen järjestykseen. Jotkut valmistajat ovat sanoneet, ettei heillä ole arkistoa ollenkaan ja yhden arkisto on palanut. Saunatutkimuksen lähteet – tutkitaanpa sitten rakennuksia tai teollista kulttuuriperintöä – tuntuvat aina olevan palonarkoja.

Tässä artikkelissa käyttämäni aineisto koostuu 90 kiuasmainoksesta tai -esitteestä 1960-luvulta 2010-luvulle. Olen jakanut mainosaineiston kahteen ajalliseen luokkaan: 1960–1980-lukujen mainoksiin ja 1990–2010-lukujen mainoksiin. Tarkastelen mainoksia argumentaation ja lähiluvun näkökulmista nostoen esille erityisesti kaksi teemaa: kuvien saunojat ja aitouden ihanteet argumentoinnissa sekä näiden teemojen muuttumisen kuudenkymmenen vuoden aikana.

AIHE	1960–1980-luku	1990–2010-luku
Kiuas	56	34
Lämmitystekniikka:		
Sähkö	23	11
Puu	27	11
Sähkö ja puu	4	11
Pääkuva:		
Kiuas	49	29
Muut kuvat:		
Maisema	1	33
Interiööri	3	18
Saunoja/saunoja	12	55
Yksinäinen nainen	0	25
Nautinnollinen poissaoleva katse/ silmät kiinni	5	17
Alasti	21	10
Osittain verhottu	2	54

## MAINOSTEN KUVITUSTA: KIUKAITA JA KEHOJA

Kiuasmainosten kuvitukseen on vaikuttanut kulloisenkin mainoksen julkaisuajankäytössä ollut tekniikka ja aikakauden ihanteiden muovaama kuvaustyyli. Näistä seikoista huolimatta kiuasmainokset esittävät kaikin tarkasteltavinani kuutena vuosikymmenenä suhteellisen suorasukaisesti mainostettavaa tuotettaan kiuasta. Pääkuvassa on usein studiovalaistuksessa kuvattu kiuas ilman taustaa tai luonnollista ympäristöään. Kuvia, joissa näkyisi koko saunainterioöri, on suhteellisen vähän. Useimmin taustaton studiokuva kiukaasta on voitu liittää toisen kuvan päälle esimerkiksi maisemaan tai utuisesti esitettyyn ihmiskehoon. Suurin osa kuvitusten pääkuvista on valokuvia. Näiden lisäksi käytetään paljon teknisiä piirustuksia kerrottaessa tarkemmin kiukaiden yksityiskohdista. Kun esitetään saunan maisemaa, on siinä useammin kesä kuin talvi. Maisemaa suositumpia, mutta luontoon liittyviä kuvitusaiheita, ovat yksityiskohtaiset lähikuvat kivistä ja tulesta ja halkopinosta. Liekin kuvaa käytetään, vaikka puhuttaisiinkin sähkökiukaista.

Monessa mainoksessa tai esitteessä ei saunojaa esitetä ollenkaan. Interioöriäkin voidaan kuvata tyhjänä ja näyttää vain jokin saunojalle kuuluva esine; pyyhe, kauha, vihta. Tästä syntyy monumentaalinen tunnelma, joka esittämistapana on tuttua menneisyyden ja kulttuuriperinnön esittämisessä. Kulttuuriperinnön tai kansallisen kulttuurin symbolisessa asemassa olevaan ilmiöön suhtaudutaan tietyllä kunnioituksella ja vakavuudella, ja tämän takia saunamainontakin on pääpiirteissään vähäeleistä ja turvautuu enemmän perusteelliseen argumentaatioon kuin heittäytyy pelaamaan vahvoilla emotionaalisilla elementeillä.

1960–1980-lukujen mainoksissa aineistossa on suuri hajonta siinä ketä esitetään, kun esitetään saunojaa. Uudemmassa ai-

neistossa taas ehdottomaksi pääesiintyjäksi kiuasmainosten kuvissa on noussut yksinäinen nainen. Vanhoissa mainoksissa nainen ei koskaan sauno yksin eikä mies lasten kanssa. Uudemmassakaan aineistossa mies ja lapsi tai lapset eivät koskaan esiinny yhdessä ilman naista. Mies ja lapset kuuluvat samaan kuvaan vain naisen kanssa, jolloin esitetään perhettä ja saunaa perheen yhteisenä ajanviettona. Nainen voi esiintyä saunomassa yksin lasten kanssa, mutta miehen esitetään saunovan yksin, naisen kanssa, osana perhettä tai harvemmin toisen miehen seurassa.

Tämä saunojan esiintyminen kiuasmainoksissa myötäilee osittain yleistä mainosten kehityskaarta Suomessa ja subjektin, sukupuolen ja kehollisuuden esittämistä niissä. Mainosten esittämät sukupuolet ovat yleensä vahvasti stereotyyppisiä. Osittain tämä johtuu mainosviestien luonteesta: ne ovat sanomaltaan tiiviitä ja suosivat symbolien hyväksikäyttöä ja niissä esiintyvät henkilöt nähdään pikemminkin stereotyyppisinä ja myyttisinä kuin todellisina.<sup>6</sup> Kiuasmainosten pääesiintyjiksi tulleet naiset voisivat muuttaa koko kiuasmainonnan viestinnällistä luonnetta, mutta pääroolistaan huolimatta mainosten argumentaatio käydään kuitenkin järkeen vedoten esittelemällä tarkasti teknisiä yksityiskohtia. Arveltavaksi myös jää, ovatko kiuasmainosten naiset kuvissa naisten vai miesten katseen vuoksi. Ovatko ne samaistumisen kohteita, subjekteja, joiden mukaan voi solahtaa, vai objekteja, jotka myyvät asettamalla tuotteen ja kehon symboliseen liittoon. Kiuasvalmistaja, joka mainonnassaan käyttää erityisen paljon naisia kuvissa, määrittelee tärkeimmäksi kohderyhmäkseen naiset, jotka nykyään päättävät kodin sisustamisen lisäksi myös rakentamiseen liittyvistä asioista perheessä.<sup>7</sup> Tälle kohderyhmälle nainen esitettäisiin siis samaistumisen kohteena, vaikka stereotyyppisesti nainen kiuasmainosten kuvissa voitaisiin nähdä pehmentämässä viestiä, jota

**suomalainen saunaperinne parhaimmillaan**

Oy RENLUND Ab  
Rakennustarvike

kiuas  
jonka maine  
on kiirinyt  
kauas

**AITO KIUAS**



1960–1980-luvuilla mainoksissa saunottiin vielä rehvakkaan miehekkäästi. Löylyä lyötiin, vihdottiin ja kuumuutta riitti. Miehet saivat mainoksissa myös koomisia piirteitä. Aito-kiukaan mainos arviolta 1970-luvulta.

tekstin argumentaatiossa ei tehdä, tai luomassa kiuasmainontaan hedonistista nautiskelun kulttuuria.

Sukupuolta on kulutuksen ja mainonnan historian tutkimuksessa määritelty stereotyypisesti, jolloin naiseuteen liitetään tunteet<sup>8</sup>, pehmeys, koti ja naista on 1960-luvulta näytetty hedonistisena, nautinnonhaluisena ja itsenäisenä kuluttajana.<sup>9</sup> Saunamainontaan tämä nautiskeleva ja itsenäinen nainen näyttäisi tulleen vasta 2010-luvulla,

mutta samalla hän näyttäytyy myös vanhoista stereotyypeistään vapautuneena. Hän ei ole enää pelkkä hoivaaja, seuralainen, vaan itsenäinen ja vapaa nautiskelija.<sup>10</sup>

Nainen esittää kiuasmainoksissa nautintoa, kun taas mies on nykyään enemmän seuralainen saunassa: perheen isä tai naisen seuralainen. Kiukaiden teollisen kulttuuriperinnön elinkaaren keskivaiheille 1970-1980-luvuille sijoittuva mainonta esittää miestä myös koomisessa roolissa. Nai-

nen ei ole kuudenkymmenen vuoden aikana kiuasmainonnassa saanut koskaan koomista roolia. Mies on mainonnassa yleisemminkin voinut esiintyä koheltavana antisankarina. Saunamainoksen koominen mies voi esimerkiksi rehvastella saunastaan makkaral liekki kaulassa tai irvistellä kovissa löylyissä.<sup>11</sup> Nauru mainoksissa suuntautuu yleensä aina mieheen.<sup>12</sup>

Naisen rooli ja esiintyminen saunamainoksissa miestä enemmän myötäilee mainonnan yleisiä tottumuksia käyttäen naista kuvituksessa. Nainen vetoaa katsojaan<sup>13</sup> ja naista käytetään mainoskuviissa miestä enemmän.<sup>14</sup> Kiuasmainosten naiset kuvitavat mainoksia ja esitteitä, jotka muuten jakavat hyvin teknistä informaatiota. Naisen rooli näissä kuvissa onkin kysymyksiä herättävä. Saunovat naiset esiintyvät melko luonnollisina, kuvissa on poseerausta, mutta tilanne on aitoa saunomistilannetta vastaava. Naista ei esitetä passiivisena objektina, vaan päinvastoin nainen kuvissa pikemminkin aktiivisesti provosoi ja esittää uudenlaista nautinnollista saunomistapaa. Hän voi maata, rentoutua ja vaipua omiin ajatuksiinsa silmät kiinni. Naisen esittämä sauna luo kiukaalle mielihyvän, nautinnon ja pehmeiden assosiaatioita. Saunaa ei enää 2000-luvulla haluta esittää miehisenä kilpailun ja vitsailun näyttämönä vaan tavallisena, yksityisenä rauhan työssijana.

1960–1980-lukujen mainoksissa saunotaan useimmin alasti, kun taas uudemmista mainoksista saunoja – siis useimmiten nainen – on saanut yllään pyyhkeen, johon kääriytyä. Uusien kiuasmainosten naissaunoja useimmiten rentoutuu ja harvemmin hän istuu voimakkaassa etunojassa löylyn lyömänä. Hän on passiivisesti nauttimassa saunasta. Vanhojen mainosten saunoja, joka on mies, on useimmiten seurassa ja katsoo kansasaunoja. Hän ilmaisee sosiaalista iloa saunaseurassaan. Hän istuu suorassa tai voi myös kärvistellä kovia löylyjä voimakkaassa etunojassa. Kiuasmainosten esittämä sauna

on saunojen kuvaamisen osalta muuttunut miehekkäästä rehvastelusta naiselliseksi nautiskeluksi.

## AITOA VAI UUTTA? SAUNA-MAINOSTEN ARGUMENTOINTIA

Mainonta on suostutteluun perustuvaa retoriikkaa.<sup>15</sup> Mainonnan suostuttelu rakentuu sekä faktoihin perustuvaan tiedon jakamiseen että tunteisiin vetoavaan mielikuvien luomiseen.<sup>16</sup>

1960–1980-lukujen mainoksissa argumentaationa käytetään paljon helppoutta, vaivattomuutta ja taloudellisuutta. Sähkölämmitteiset kiukaat edustivat monelle suomalaiselle saunojalle vielä innovaatiota 1960–1980-luvuilla. Aluksi sähköä lämmitysmuotona on argumentoitu tämän takia turvallisuuden kautta: ”*Kiukaisiin on sijoitettu lämpötilanrajoitin. Ei enää koskaan kiukaan ylikuumentumista!*”<sup>17</sup> Kun sähkölämmiteinen kiuas on tullut tutummaksi suuremmalle yleisölle, argumentaatio on voinut siirtyä korostamaan muita puolia. Näitä ovat olleet helppous ja nopeus. ”*Ilmastoiva Leino-Air löylyttää kuumasti mutta miellyttävästi. Haluattehan kiukaaltanne käyttövarmuutta, taloudellisuutta, helppoboitoisuutta.*”<sup>18</sup>

1970-luvulta alkaen myös elämäntapa nousee esille saunamainonnan argumentoinnissa. Vaivattomasti lämpenevä sauna auttaa kiireistä modernia ihmistä, se lieventää stressiä ja luo nautintoa: ”*Saunomisen uusi suunta – terveellisempi, nautinnollisempi. Sauna on nykyään yhä useamman kaupunkiperheenkin ja etenkin miehen – menevän tai tavallisen – nautinnollinen jännityksen lieventäjä[...].*”<sup>19</sup> Mainokset ovat vielä selvästi suunnattuja miehille. Niissä voidaan puhua menevistä miehistä ja kuvituksessa käytetään usein pelkkää miestä, jolloin tekstissä voidaan viitata hieman kaksimielisestäkin haluun tai nautintoon: ”*Kun mielesi tekee... Liiallinen paine töissä tai opinnoissa, joka paikkaan tunkeutuva melu ja levoton elämisen rytmi aiheuttavat stressin, joka*



nykyisin on hyvin yleinen ilmiö. Se näkyy useimmiten lihasjännityksenä, josta on vaikea vapautua. Seurauksena on hermostuneisuus, huonotuulisuus ja unettomuus. Saunan tasainen lämpö laukaisee lihasjännityksen [...] Tasalämpöinen Helo-kiuas on kärsivällisin perheenjäsenenne. Säädätte lämmön haluamaksenne ja helo säilyttää sen tasaisena niin kauan kuin haluatte. Helo-kiuas kuuntelee murbeitanne – ja laukaisee jännityksen.”<sup>20</sup>

Argumentoinnin pääsanoma on siirtynyt mainostettavan tuotteen, kiukaan, ominaisuuksista sen käyttäjään ja itse saunomiseen. Enää ei myydä kiuasta, vaan sen luomaa saunautintoa. Kiuasta myös personoidaan argumentoinnissa ja sen henkinenkin puoli tuodaan esille luomatta saunan ympärille kuitenkaan sen suurempaa mystisyyttä.

1960–1980-lukujen mainosaineistossa aitoutta argumentoidaan vielä varsin vähäisesti, mutta sähkökiuasta voidaan kuitenkin verrata vanhaan savusaunaan ja perustella sen luovan suomalaisen saunan aitoa tunnelmaa: ”Finnleo-sähkökiuas on pitkän ja huolellisen suunnittelutyön tulos. Ilahduttava uutuuks kaikille hyvän saunan ystäville. Yhdessä oikein toteutetun ilmanvaihdon kanssa Finnleo-kiuas luo suomalaisen saunan aidon tunnelman. Finnleo toimii samaan tapaan kuin vanha kunnan savusauna: ensiksi lämpenevät kivet, jotka puolestaan lämmittävät saunan ilman.”<sup>21</sup>

2010-luvun saunamainonnassa aitous saa suuren roolin. Hyvin suunniteltujen kiukaiden päämääränä on tuottaa aito saunaelämys: ”Meitä motivoi halu tuottaa asiakkaillemme se kaikkein paras, aito saunaelämys.”<sup>22</sup> Kun tuotekehittäminen on edennyt tarpeeksi pitkälle, ei aidosta saunasta ja kiukaasta enää voida puhua, mutta niiden tuottama saunakokemus voi olla aito. Aitous liitetään alkuperäiseen saunaan samoin kuin saunan sielu. Suunnittelu tuntuu olevan velkaa historialle ja sen tulee säilyttää mennyt, vaikka se tuottaakin jatkuvasti uusia innovaatioita. Kehittelytyön on oltava siis varovaista: *Päivitämme ja vaalimme [...]aitoa saunakokemusta – sen tu-*

*lee elää tässä päivässä, menettämättä silti koskaan sieluaan.*<sup>23</sup> Elämyksen ja kokemuksen lisäksi aidoksi nimitetään rentoutuminen, ilmapii-ri, nautinto ja jopa lämpö. Aitous kuuluu alkuperäiseen saunaan, joka mainonnassa voidaan kuvaillakin ja määritellä tarkemmin ”suomalaisen elämäntavan kulmakiveksi”<sup>24</sup>, tai se muistuttaa menneisyydestä – ”entisaikoina sauna oli yksinkertainen erillinen mökki”<sup>25</sup>. Teollinen kulttuuriperinnön tuote kiuas kuitenkin voi mainosten argumentaation mukaan ”siirtää”<sup>26</sup> menneisyyden nykypäivään; tai mainoksen sanoin: ”...parhaat puolet moderniin, teknologisesti kehittyneeseen muotoon.”<sup>27</sup>

Aitouden argumentointiin liittyy myös mystifioitu luonto ja sen elementtien kiven ja tulen alkuperäisyys. Menneisyyteen viit- taavassa argumentoinnissa mennään talonpoikaista saunakulttuuria kauemmaksi, kun tulta ja kiveä mystifioidaan. Tulen tekemisen sanotaan yhdessä kiuasesitteessä olevan jokamiestaito, mutta sen vaalimisen mainitaan olevan lähes taidetta.<sup>28</sup> Saunaan kuuluvia luonnon peruselementtejä mystifioi- daan, romantisoidaan ja jopa personoidaan. Samalla luodaan mielikuvia ajattomuudesta ja saunomiskokemuksesta, joka luo ”yhteyden alkukantaiseen itseemme”.<sup>29</sup> Kiven sanotaan olevan ”kaiken alku, ajan peili ja ikuisuuden symboli”.<sup>30</sup> Ja edelleen sen kerrotaan muuttavan ”palon energian raukeaksi lämmöksi, veden pehmeäksi höyryksi, kirkuvan hehkun levollisiksi varjoiksi”.<sup>31</sup> Samalla kuitenkin korostetaan kiukaiden moderneja teknologisia innovaatioita, jotka vain auttavat tämän alkukantaisen tunnelman saavuttamisessa. Kiuasmainokset esittävät, että aito ja perinteinen – jopa alkukantainen – nautinto on mahdollista saavuttaa juuri modernin teknologian turvin.

## KUVAN JA TEKSTIN LIITTO

Mainoksissa tuotteisiin liitetään elämäntapaan, arvoihin ja unelmiin liittyviä ilmaisuja.<sup>32</sup> Kiuasmainosten argumentit ovat



## Vega

Huippuluokan peruskiuas.

1990–2010-luvuilla kiuasmainoksiin ilmestyy pääesiintyjäksi yksinäinen nainen, joka kuvataan usein nautinnollisissa asennoissa pyyhkeeseen verhottuna. Kuva Harvia-esitteestä vuodelta 2011.

sidoksissa ilmestymisajankohtansa kontekstiin. Mainonta pelaa aina olemassa olevilla tarpeilla. Se hyödyntää kulttuurin ytimessä olevia merkityksiä.<sup>33</sup> 1960- ja 1970-luvuilla korostettiin sähkökiukaiden turvallisuutta, helppoutta ja tehokkuutta. Olipa sitten kyse sähkö- tai puulämmitteisestä kiukaasta, taloudellisuus oli tärkeä argumentti. Tuotokeskeisestä mainonnasta irtauduttiin 1960- ja 1970-lukujen taitteessa. Saunasta puhuttiin ensin modernille kiireiselle ihmiselle – tai miehelle – soveltuvana stressiin poistajana, ja kun teollisesti tuotettu sähkö-

kiuas innovaationa oli tullut tutuksi, pystyi yhä mieskeskeinen mainonta käyttämään huumoria hyväkseen. 2000-luvun kiuasmainonnassa korostuvat aitouden ja mystisen menneisyyden puolet. Sauna on muuttunut arkipäiväisen peseytymispaikan lisäksi elämykselliseksi autenttisuuden ja alkukantaisuuden kokemisen muodoksi.

Suomalaisen mainonnan historiassa voidaan erottaa kehityskaaria, jotka ovat havaittavissa myös kiukaiden mainonnassa. Kiukaita alettiin Suomessa mainostaa sotien jälkeisellä jälleenrakentamisen kaudella.

Mainosmäärä kasvoi, mediat monipuolistuivat ja mainoksien tekninen laatu kuvineen ja argumentteineen yhtenäistyi. Mainosten historiassa on myös määriteltävissä linjoja niiden käyttämien teemojen, elementtien ja strategioiden suhteen.<sup>34</sup> Näitä ovat mm. hyötynäkökulma, tuotteiden symbolisuuden esiin nostaminen, personointi, elämäntyylin korostaminen, perheen, glamourin tai vapaa-ajan esittäminen. Temaattiset ja strategiset suuret linjat mainonnan historiassa ovat myös löydettävissä kiuasmainoksissa, vaikkakin voimakkaasti kulttuuriperintöön liitetty sauna ja ovat edellyttäneet mainonnalta varovaisuutta.

Tekstin tasolla tarkasteltuna voidaan nähdä eroja kiuasmainosten suostuttelussa ja argumentoinnissa kiuasmainonnassa kuudenkymmenen vuoden aikana. Erityisesti innovaatioiden lanseeraamisessa ja aitouden esiin nostamisessa on nähtävissä eroja ja havaittavissa on kehityskaari arkipäivän tarpeita tyydyttäneestä teollisuuden haarasta kohti tämän päivän moninaista elämyksellistä saunakulttuuria, jossa teollisesti valmistettu kiuas on jo itsestäänselvyys.

Kiuasmainosten kuvat esittävät useimmiten ympäristöstään irrotettua kiuasta. Kuvittaessaan laajemmin kiuasta ja saunaa ne esittävät useimmiten julkaisuajankohtansa määrittelemätöntä nykyaikaa. Aitouden ja alkuperäisyyden ihanteet tuodaan esille tekstien argumenteissa, mutta harvoin ne ovat kuvituksen pääsisältö. Menneisyys ja perinteet voivat kuvissa olla mukana pieninä yksityiskohtina esim. tuohivirsut lauteilla. Perinteiden korostamisen suhteen mainosten kuvat ja tekstin argumentaatio ovat harvoin toisiaan täydentävässä dialogissa. Jos tekstissä korostetaan perinteitä, kuva ei linkity menneisyyteen, tai jos kuvassa on jokin perinteinen elementti, ei teksti argumentoi aitouden ja tradition puolesta. Helposti samaistuttavalla nykyaikaan sidotulla kuvituksella, jossa esitetään nautiskelevaa naissaunojaa, luodaan mainonnassa saunan

ympärihalun ilmapiiri, joka argumenteissa sidotaan aitouteen ja niiden vaalimiseen kiuasteologian kehityksessä.

## PERINNE VELVOITTA JA MAHDOLLISTAA

Kiukaat teollisen kulttuuriperinnön tuotteina ja saunaperinteen mahdollistajina nykyaikana ovat sekä perinteen säilyttäjiä että uudistajia. Kiuasteollisuuden mainonta nojaa aitoihin arvoihin, tuttuun ja totuttuun saunomiskulttuuriin, mutta kiuasteollisuuden tehtävä on myös uudistaa ja kehittää tätä saunomiskulttuuria. Tätä uudistamista tehdään varovaisesti. Mitä uudemmassa teknologiasta on kyse, sitä enemmän korostetaan sen luoman tunnelman, kokemuksen, elämyksen, nautinnon ja lämmön aitoutta.

Elävä saunaperinne mahdollistaa koko teollisuudenhaaran ja kiuasteollisuus varovasti uudistaa tätä voimavaraa, josta se itsekin mainonnassaan puhuu: ”Suomalaisilla on ollut rakkaussuhde saunaan jo yli 1000 vuoden ajan. Kuka siis voisikaan paremmin johtaa modernien saunakiukaiden innovaatioita ja suunnittelua?”<sup>35</sup> Perinnettä ei nähdä mainoksissa velvollisuutena tai taakkana vaan mahdollisuutena. Ja kiukaiden teollinen kulttuuriperintö tuntee olevansa tiennäyttäjä perinteen ja tulevaisuuden rajalla. ”Perinne voi olla raskas kaapu tai tulevaisuuteen osoittava valo”. Ja edelleen sama esite mainitsee tukeutuvansa jälkimmäiseen ”vaalien ja kehittämisen tulon kehyttämisen jaloa taitoa yhä monimuotoisemmaksi. Upean alkukantaisuuden säilyttäen. Kuitenkin kehityksen kärjessä.”<sup>36</sup>

Kiukaiden tuotesuunnittelu on 1950-luvulta lähtien toiminut perinteiden ja tulevaisuuden välimaastossa. ”Saunan tulevaisuus on meille yhtä tärkeä kuin sen historia”.<sup>37</sup> Saunan rooli suomalaisena kulttuuriperintönä tuo varovaisuutta innovaatioiden ja uuden muotoilun käyttöön kiuasteollisuudessa. Mainonnassa tämä näkyi totuttujen arvo-

jen korostamisena ja asiasisältöpainotteisena mainontana. Perinteet ja aitous ovat argumentti, mutta niitä ei juurikaan käytetä emotionaalisisena kiinnekohtana ja tunteisiin vetoavina mielikuvina. Kuvat ovat kiinnittyneet nykyaikaan ja tavalliseen jokapäiväiseen saunomiseen. Perinne ja aitous esitetään faktana. Perinne on kuitenkin tervetullut muusa kiuasteollisuudelle ja sen markkinoinnille. Aitous on helppoa, painat vain nappia, ja menneisyyden kokemukset ovat tavoitettavissasi.

FM Laura Puromies valmistelee sauna-aiheista väitöskirjaa Turun yliopiston Porin yksikössä kulttuurituotannon ja maisemantutkimuksen koulutusohjelmassa.

Tämä artikkeli on vertaisarvioitu. *Tekniikan Waiheita* kiittää arvioijia arvokkaista kommentteista.

- <sup>1</sup> Niskanen 1996, 19.
- <sup>2</sup> Kortti 2007, 123.
- <sup>3</sup> Leiss, Kline & Jhally 1990, 5.
- <sup>4</sup> McLuhan 1969, 254.
- <sup>5</sup> Katso esim. McLuhan 1969, 256–257.
- <sup>6</sup> Kortti 2007, 105–106.
- <sup>7</sup> Haastattelu 16.4.2012.
- <sup>8</sup> Heinonen 1999, 92.
- <sup>9</sup> Kortti 2007, 121.
- <sup>10</sup> Vrt. Kortti 2007, 127.
- <sup>11</sup> Esim. Harvia 1989 ja Aito-mainos oletettavasti 1970-luvulta.
- <sup>12</sup> Sarpavaara 2004, 132–133.
- <sup>13</sup> Niskanen 1996, 106.
- <sup>14</sup> Määttä 1991, 48–49.
- <sup>15</sup> Ryynänen 2007, 21.
- <sup>16</sup> Katso myös Malmelin 2003, 87.
- <sup>17</sup> Aito-sähkökiuasesite, ei vuosilukua, arviolta 1960-luvulta.
- <sup>18</sup> Leino-Air-sähkökiuasmainos, ei vuosilukua, arviolta 1960-luvulta.
- <sup>19</sup> Finnleo-sähkökiuasesite, ei vuosilukua, arviolta 1970-luvulta.
- <sup>20</sup> HELO-esite 1971, Misa-mainos 1971.
- <sup>21</sup> Finnleo-sähkökiuasesite, ei vuosilukua, arviolta 1970-luvulta.
- <sup>22</sup> Helo-tuotekuvasto, 2011.
- <sup>23</sup> Helo-tuotekuvasto, 2011.
- <sup>24</sup> Ibid.

<sup>25</sup> Ibid.

<sup>26</sup> Ibid.

<sup>27</sup> Ibid.

<sup>28</sup> Kastor-esite 2010.

<sup>29</sup> Ibid.

<sup>30</sup> Ibid.

<sup>31</sup> Ibid.

<sup>32</sup> Aikasalo 2000, 29.

<sup>33</sup> Heiskala 1991, 41.

<sup>34</sup> Mainonnan historian periodisointia ovat määrittelleet yhdysvaltalaiset Leiss, Kleine ja Jhally. Visa Heinonen ja Hannu Konttinen tarkastelevat tämän periodisoinnin soveltuvuutta Suomeen kirjassaan *Nyt uutta Suomessa! Suomalaisen mainonnan historia*. Heidän mukaansa samat teemat ovat löydetävissä suomalaisesta mainonnasta, mutta niiden synty, kesto ja vahvuus vaihtelevat verrattuna yhdysvaltalaisen mainonnan historiaan. Katso Leiss, Kleine & Jhally 1990, 6 sekä Heinonen & Konttinen 2001, 304–309.

<sup>35</sup> Helo-esite, 2011.

<sup>36</sup> Kastor-esite, 2012.

<sup>37</sup> Helo-esite, 2011.

## LÄHTEET

### Kiuasmainokset:

Aito, ei vuotta

Leino-Air sähkökiuas, ei vuosilukua

Misa sähkökiuas, ei vuosilukua

Finn Leo, ei vuosilukua

Metos-sisu, vuosilukua

Leino-Air, ei vuosilukua

Veto-kiuas, ei vuosilukua

Porin kiuas, ei vuosilukua

Veto-kiukaat, ei vuosilukua

Veto-saunanuuni, ei vuosilukua

Imatra-kiuas, ei vuosilukua

Helo hinnasto, ei vuosilukua

Misa-tuote, ei vuosilukua

Norpe sähkökiuas, ei vuosilukua

Veto elektro, ei vuosilukua

Kiuasluettelo Renlund, ei vuosilukua

Norpe sähkökiukaat, ei vuosilukua

Helo-sähkökiuas, ei vuosilukua

SS Sahara kiukaat, ei vuosilukua

Aito, ei vuosilukua

Haato-variant, ei vuosilukua

Kota L, ei vuosilukua

Aitokiuas, ei vuosilukua

Helo, ei vuosilukua  
 Harvia Feelings, ei vuosilukua  
 Harvia Seitä-kiuas, ei vuosilukua  
 Harvia ...feel so good..., ei vuosilukua  
 Harvia, puulämmitteiset kiukaat, ei vuosilukua  
 Harvia hyvän löylyn salaisuus, ei vuosilukua  
 Mondex, ei vuosilukua  
 Kajo sähkökiukaat, ei vuosilukua  
 Rautia, ei vuosilukua  
 Vuolux, ei vuosilukua  
 Slev-saunamatic , 1966  
 Imatra-kiuas 1966  
 HAR-VE, 1970  
 Kastor, 1971  
 Helo 1971  
 Upo-sähkökiuas 1973  
 Metos-sähkökiuas, 1975  
 Saunapiika, nestekaasukiuas, 1975  
 HAR-VE, 1976  
 Ärjy, 1984  
 Harvia, 1989  
 Sydän-kiuas, 2010  
 Kastor Suomi 2010  
 Harvian puulämmitteiset tuotteet, 2011  
 Harvia-sähkökiukaat 2011  
 Helo tuotekuvasto 2011  
 Helo tuoteluettelo 2012  
 Misa tuotekuvasto 2012  
 Harvia Globe -sähkökiuas, 2012  
 Narvi tuotemallisto 2012  
 Kastor puukiukaat & takat 2012  
 Kota, 2012  
 Aurinkokiuas 2012  
 Harvia-sähkökiukaat, 2013  
 Aito, puu- ja sähkölämmitteiset tuotemallisto, 2013  
 AK-kiukaat, 2013  
 Harvian puulämmitteiset tuotteet 2013

#### Sähköiset aineistot

[www.helo.fi/helo/perinteet-velvoittavat/](http://www.helo.fi/helo/perinteet-velvoittavat/). Haettu 8.4.2014  
[http://www.kastor.fi/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3&Itemid=11](http://www.kastor.fi/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=11). Haettu 8.4.2014.  
<http://www.harvia.fi/content/fi/1/19/Historia.html>. Haettu 8.4.2014.  
<http://www.narvi.fi/fi/yritys-/yritys.html>. Haettu 8.4.2014.

#### Lehtiartikkelit

Sauna-lehti. Julkaisija Suomen Saunaseura. 3/1968.

#### Haastattelut

Harvia Oy:n markkinointipäällikkö Kullervo Harvian haastattelu 16.4.2012.

#### Tutkimuskirjallisuus

AIKASALO, Päivi: Seuratkaamme järkevää ja terveellistä muotia. Kansatieteellinen arkisto 47, Helsinki 1991.  
 HEINONEN, Visa: Niukkuuden ja kulutuksen mentaali-teetit modernisoituvassa Suomessa. Teoksessa Tunteiden sosiologiaa II. Toimittanut Sari Näre. SKS. Helsinki 1999.  
 HEINONEN, Visa & KONTTINEN, Hannu. Nyt uutta Suomessa! Suomalaisen mainonnan historia. Mainostajien liitto, Helsinki 2001.  
 HEISKALA, Risto: Miten mainos puhuu kulttuuria? Teoksessa mainoskuva – mielikuva. Toimittaneet Kimmo Lehtonen. VAPK-Kustannus, Helsinki 1991.  
 KORTTI, Jukka: Sukupuoli mainonnan ja mainonnan tutkimuksen historiassa. Teoksessa Vaikuttamista ja valintoja. Monitieteisiä näkökulmia mainontaan ja kulutukseen. Toimittaneet Visa Heinonen ja Jukka Kortti. Gaudeamus, Helsinki 2007.  
 LEISS, William & KLINE, Stephen & JHALLY, Sut. Social Communication in Advertising. Persons, Products an Images of Well-being. Scarborough (Ontario), Routledge 1990.  
 McLUHAN, Marshall. Ihmisen uudet ulottuvuudet. Toinen painos. WSOY, Helsinki 1969.  
 MÄÄTTÄ, Kaarina 1991: Mainonnan välittämät nais- ja mieskuvat aikakauslehdissä. Suomen kuluttajaliiton tutkimuksia 2/91. Helsinki 1991.  
 NISKANEN, Riitta: Ihmiskuva 1950-luvun suomalaisissa julisteissa. Tiedettä naista syleilevästä miehestä. Kulutusosuuskuntien Keskusliiton kokoelmat 1949–1957. SKS, Helsinki 1996.  
 RYNNÄNEN, Toni: Kuinka mainonta suostuttelee? Teoreettisia suuntauksia sekä kuluttajan ja suostuttelun suhteita. Teoksessa Vaikuttamista ja valintoja. Monitieteisiä näkökulmia mainontaan ja kulutukseen. Toimittaneet Visa Heinonen ja Jukka Kortti. Gaudeamus, Helsinki 2007.  
 SARPAVAARA, Harri: Ruumiillisuus ja mainonta. Diagnoosi tv-mainonnan ruumiillisuusrepresentaatioista. Tampere University Press. Tampere 2004.  
 SÄRKIKOSKI, Tuomo: Kiukaan kutsu ja löylyn lumo. Suomalaisen saunomisen vuosikymmeniä. Gummerus, Helsinki 2012.  
 VUORENJUURI, Martti: Sauna kautta aikojen. Otava. Helsinki 1967.

## SUUNNITELTU VANHENTAMINEN TUOTTEIDEN OMINAISUUTENA

Lilli Sihvonon

Artikkeli käsittelee suunniteltua vanhentamista (*planned obsolescence*), joka tarkoittaa jonkin tuotteen tai palvelun käyttöiän tarkoituksellista lyhentämistä. Artikkelin tavoite on havainnollistaa esimerkkien avulla suunnitellun vanhentamisen toteutumista tuotteissa sekä koota käsitteistöä, jonka avulla ilmiön tunnistaminen helpottuu. Suunniteltu vanhentaminen liittyy fyysisten tuotteiden dematerialisoitumiseen, minkä vuoksi artikkeli nostaa esille kysymyksen materian merkityksestä. Artikkelin tarjoaa myös ehdotuksia, miten vanhentamista voisi tutkia tulevaisuudessa.

### LUONNOLLISTA JA KEINOTEKOISTA

*"Planned obsolescence is the catch-all phrase used to describe the assortment of techniques used to artificially limit the durability of a manufactured good in order to stimulate repetitive consumption."*<sup>1</sup>

Kanadalainen tutkija ja kirjailija Giles Slade tarkasteli suunniteltua vanhentamista teoksessaan *Made to break – Technology and Obsolescence in America*. Tuotteiden kestävyuden tarkoituksellinen rajoittaminen on Sladen mukaan amerikkalainen keksintö. Se alkoi Fordin ja General Motorsin (GM) välisessä kilpailutilanteessa 1920-luvulla. General Motors otti tavakseen muuttaa vuosittain autojen ulkoista tyyliä. Ford piti aluksi autojen kestävyyttä ja toimivuutta tyyliä tärkeämpinä ominaisuuksina, mutta omaksui tappioita kärsittyään suunnitelmallisen vanhentamisen käytännön. Tyylin päivittäminen toi asiakkaita ja oli muita tuotteen uudistamisen tapoja halvempaa. Lisäksi naiset ostivat viimeistä tyyliä edustavia autoja.<sup>2</sup>

Suunniteltu vanhentaminen tulee englannin kielen sanoista *planned obsolescence*.

Käytän suomennosta *vanhentaminen*, sillä se tekee intentionaalisen toimijan näkyväksi. Joku vanhentaa tuotetta tarkoituksellisesti. Suunnitellusti vanhennettu tuote menettää käyttökelpoisuutensa ennen kuin kuluttaja on käyttänyt sen loppuun. Tuotteiden ei aina tarvitse mennä rikki.

Tämä artikkeli perustuu vuonna 2014 valmistuneeseen pro gradu -tutkimukseeni, jossa tutkin suunniteltua vanhentamista yhtenä osana kulttuurituotteen kierrätystä. Artikkelissa esittelen käsitettä, vanhentamisen historiaa ja näkökulmia vanhentamisen merkityksestä tutkimuksen kohteena.

### YHDEN TUOTTEEN VANHENTUMINEN

Suunniteltu vanhentaminen liittyy kulutustuotteisiin. Tutkin pro gradu -työssäni elokuvan katseluformaattien eli VHS:n, DVD:n, Blu-rayn ja Vod-palvelun<sup>3</sup> suunniteltua vanhentamista. Videonauhuri oli ja on edelleen Brian Winstonin mukaan yksi merkittävimmistä uusmediateknologioista. Ensimmäiset kuluttajien käyttöön tarkoi-

tetut videokasetit ilmestyivät 1960-luvun lopulla, mutta varsinainen nousukausi sijoittuu 1970- ja 1980-luvuille. VHS eli videokasetti on vain yksi esimerkki monista teknologisista tuotteista, joiden elinikää on rajattu.<sup>4</sup>

Videokasetin, erityisesti JVC:n kehittämän VHS-formaatin, yleistymisen ei tapahtunut ilman saman tallenneformaatin eri versioiden välistä kilpailua ja toisen syrjäyttämistä. 1970-luvulla Sonyn Betamax ja JVC:n VHS kilpailivat keskenään. VHS voitti, sillä sen nauha oli pidempi kuin Betamax-kaseteissa. JVC myös lisensoi VHS:iä muille laitevalmistajille. Vaikka Betamax oli teknisesti muuten parempi kuin VHS, se katosi 1980-luvulla.<sup>5</sup> Videokasettiformaatin välisessä taistelussa oli kyse kuluttajalle hyödyllisen ominaisuuden voitosta.

Valtataistelun päätyttyä videokasetit yleistyivät myös Suomessa. Video teki mahdolliseksi televisio-ohjelmien nauhoittamisen, minkä ansiosta kuluttajat eivät olleet enää riippuvaisia ohjelma-aikatauluista ja vuokraelokuvat olivat suosittuja.<sup>6</sup> Videokasetti vakiinnutti asemansa kodeissa. Japanissa vuonna 1996 (Suomessa 1997) ilmestyneet DVD-levyt syrjäyttivät lopulta videokasetin. Tietyt ominaisuudet hidastivat aluksi DVD:n yleistymistä. Tietokirjailija Petteri Järvinen muistuttaa, että DVD-tekniologiaa pidettiin kalliina ja vain elokuvien katseluun tarkoitettuna. Sillä ei pystynyt ”nauhoittamaan”.<sup>7</sup>

DVD-levyä ei kuitenkaan tarvinnut keltata, ja sen kuvalaatu oli parempi kuin videokasetin. Videokasetit olivat herkempiä fyysikaalisille häiriöille kuin digitaaliset formaatit. Nauhojen sotkeutuminen laitteisiin vaurioitti kasetteja. Kasetit ja nauhurit olivat myös kömpelömpiä kuin DVD-levyt ja -laitteet. Videokasetin syrjäyttäminen onnistui lopullisesti vasta, kun markkinoille ilmestyi tallentavia DVD-soittimia.<sup>8</sup> Videokasetti on vähitellen katoamassa kotitalouksista, ja JVC on lopettanut nauhurien val-

mistuksen.<sup>9</sup> Videokaseteista ja -nauhureista on tulossa jätettä ja niiden sisältö katoaa, sillä nauhojen luettavuus heikentyy materiaalien kulumisen takia.

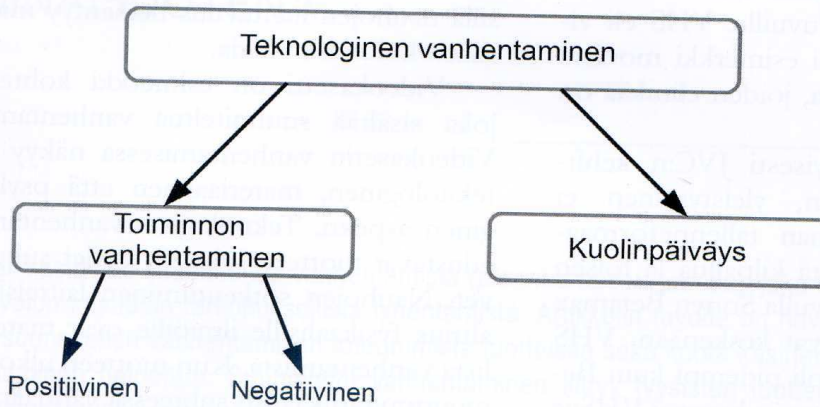
Videokasetti on esimerkki kohteesta, joka sisältää suunniteltua vanhentamista. Videokasetin vanhentamisessa näkyy sekä teknologinen, materiaallinen että psykologinen aspekti. Teknologista vanhentamista edustavat tuotteen lukuisat uudet sukupolvet. Nauhojen sotkeutuminen laitteisiin ja alttius fyysikaalisille ilmiöille ovat materiaalista vanhentamista. Kun tuotteen ulkonäkö muuttuu radikaalisti suhteessa vanhaan, sen uutuusarvo voimistuu ja tämä psykologinen vanhentaminen johtaa uusiin kulutus päätöksiin.

## VANHENTAMISEN VAIHEET JA KEINOT

Vanhentamisen ensimmäinen vaihe ajoittuu Sladen mukaan vuoteen 1913, jolloin ilmestyivät ensimmäiset sähkökäynnisteiset autot. Nämä uudet autot olivat helppokäyttöisiä, ja ne vanhensivat nopeasti kammeten käynnistetyt autot. Slade kutsuu tätä vaihetta *teknologiseksi* vanhentamiseksi.<sup>10</sup> Nathan Rosenberg huomauttaa, että Charles Babbage kirjoitti teknologisesta vanhentamisesta jo 1800-luvulla teoksessaan *On the Economy of Machinery and Manufactures*. Babbage kuvaili vanhentamista teknologisen vallankumouksen luomaksi luontaiseksi ilmiöksi. Koneistot eivät siis kuluneet, vaan ne korvautuivat jatkuvasti uusilla.<sup>11</sup>

Autojen tyylien muutokset omaksuttiin naisten vaatemuodista. Sladen mukaan suunnitellun vanhentamisen toinen vaihe ajoittuu vuoteen 1923, jolloin GM julkaisi tyyllisesti uudistetun Chevroletin. Tyylin muutos sai kuluttajat vaihtamaan autonsa uuteen aiempaa useammin. Slade kutsuu toista vaihetta *psykologiseksi*, progressiiviseksi tai dynaamiseksi vanhentamiseksi.<sup>12</sup>

Kuva 1. Teknologinen vanhentaminen. Lähde: Sihvonen 2014, 52.



Kolmas vaihe sijoittuu 1920-luvun loppulla alkaneeseen lamaan, jonka aikana hyvien valmistusmateriaalien saatavuus heikentyi. Tämä pakotti tuottajat valmistamaan tuotteensa huonoista materiaaleista ja siten *vesittämään* tuotetta. Vesittäminen (*adulteration*) tarkoittaa Sladen mukaan tuotteen laadun heikentämistä yksinkertaisilla prosesseilla – kuin laimentaisi alkoholia vedellä. Käytäntö jäi eloon laman jälkeen.<sup>13</sup>

Toimittaja Vance Packard ei kartoita suunnitellun vanhentamisen eri vaiheita, mutta tunnistaa keinoja, joilla tuotteiden käyttöä voi rajoittaa. Packard esittää vanhentamisen keinoiksi toiminnon, laadun ja haluttavuuden vanhentamiset. Toiminnon vanhentaminen tarkoittaa, että tuotteen korvaa uusi, vanhaa paremmin toimiva tuote. Jos tuote hajoaa tai kuluu ennen aikojaan, on kyse laadun vanhentamisesta. Haluttavuuden vanhentamisessa on puolestaan tarkoitus, että tuote vanhenee kuluttajan mielessä.<sup>14</sup>

Olen yhdistänyt ja soveltanut Sladen ja Packardin vaiheita pro gradu -tutkimuksessani. Tarkoitan suunnitellulla vanhentamisella jonkin tuotteen tai palvelun käyttöään tahallista lyhentämistä teknologisin, materiaalisin ja/tai psykologisin keinoin. Teknologinen vanhentaminen tarkoittaa tuotteen,

palvelun tai systeemin käytettävyyden vanhentamista teknologisin keinoin.<sup>15</sup> Käytettävyyden lisäksi myös kokemus tuotteen käytöstä voi vanhentua. Esimerkiksi älypuhelimet ovat muuttaneet käyttäjien kokemusta matkapuhelimista.

Teknologisen systeemin vanhentamisessa saattaa vanhentua kerralla useita tuoteryhmiä tai palveluja. Kärjistettynä tämä tarkoittaa sitä, että tulevaisuudessa öljyn loppuessa bensiinikäyttöiset autot vanhenevat. Systeemien vanhentuminen on koskettanut suomalaisia kuluttajia esimerkiksi 2000-luvulla, kun televisiokanavat siirtyivät digitaalisille signaaleille ja vanhat analogiset kuvaputkitelevisiot vanhentuihin ilman digisovitinta.<sup>16</sup> Joel Mokyr huomauttaakin, että teknologinen kehitys aiheuttaa ongelmia aina sellaisille, jotka ovat sijoittaneet tai muulla tavoin panostaneet vanhaan teknologiaan.<sup>17</sup>

Käsittelen tuotteen teknologista vanhentamista (kuva 1) toiminnon vanhentamisena ja kuolinpäiväämisinä. Toiminnon vanhentaminen jakautuu positiiviseen ja negatiiviseen. Jako perustuu siihen, tuottaako toiminnon vanhentaminen kuluttajalle aitoa hyötyä vai onko toimintojen kehittyminen vain näennäistä.<sup>18</sup> Packard ei pidä toiminnon vanhentamista huonona asiana:



kyse on hänen mielestään vain teknologian kehityksestä.<sup>19</sup> Negatiivisen toiminnon vanhentamisen tarkastelu on kuitenkin tarpeen, sillä esimerkiksi puhelimista ilmestyy jatkuvasti uusia versioita, joissa perusominaisuudet kuten soittaminen eivät välttämättä ole kehittyneet aiempia versioita paremmiksi.

Teknologiseen vanhentamiseen liittyy silti usein innovaatioita ja kehitystä. Kun kuluttaja hyötyy uudesta tuotteesta enemmän kuin vanhasta, on toiminnon vanhentaminen positiivista. Evolutionaarisen taloustieteen näkökulmasta kyse on radikaaleista innovaatioista ja parannuksista, mutta kaikki parannusideat ja keksinnöt eivät aina toimi halutulla tavalla.<sup>20</sup> Mokyr tulkitsee, että jos luonnossa mutaatiot ja uudelleenyhdistelyt voivat epäonnistua, ne voivat epäonnistua myös keksinnöissä.<sup>21</sup> Esimerkiksi väristimellä varustettua ripsiväriä voi pitää yhtenä epäonnistuneena keksintönä, jossa olemassa olevan tiedon yhdistäminen uudella tavalla ei sinänsä tuottanut huonosti toimivaa tuotetta vaan tarpeettoman innovaation.

Negatiivinen toiminnon vanhentaminen tuottaakin lähinnä jätettä eikä lisähyötyä kuluttajalle. Uuden ja vanhan tuotteen välillä ei ole toiminnollisia eroja, vaikka elektroniikkalaitteissa uusi laite on usein vanhaa hieman nopeampi. Muun muassa Jonathan Sterne viittaa teknologisen vanhentamisen yhteydessä Mooren lakiin, jonka mukaan esimerkiksi tietokoneiden teho kaksinkertaistuu joka vuosi. Uusia ja oletettavasti tehokkaita koneita ilmestyy jatkuvasti. Koneet kuitenkin vanhentuvat nopeasti. Sterne nimittää tällaista Arnold Pacey'n tavoin *puoliväliteknologiaksi*. Hyödykkeen tarjonta on tuotannon keskiössä – ei käyttäjä.<sup>22</sup>

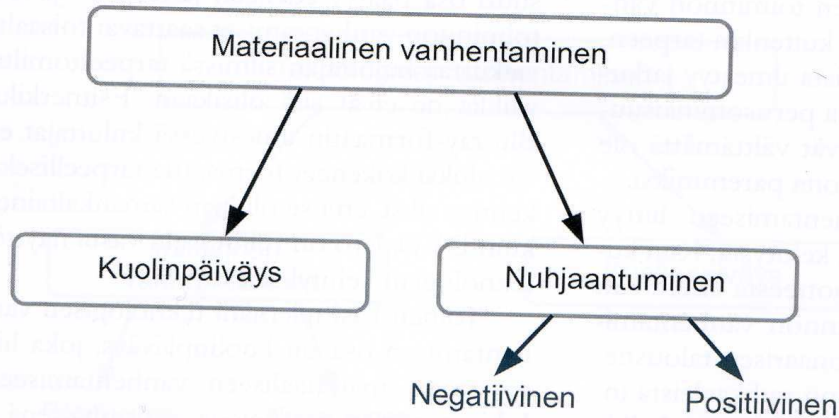
Elektroniikkajäte tai e-jäte on teknologisen vanhentamisen seuraus. Näennäisinnovaatiot ja hyödyttömät muutokset rohkaisevat kuluttajia tuotteiden jatkuvaan korvaamiseen. Sternen mukaan tietokoneellisuus luo jatkuvasti uusia koneita, jotka syrjäyttävät vanhoja laitteita. Vaikka osa

vanhoista tietokoneista tulee kierrätetyiksi, suuri osa päättyy edelleen jätteeksi.<sup>23</sup> Jotkin toiminnon vanhentamiset saattavat toisaalta vaikuttaa kuluttajan silmissä tarpeettomilta, vaikka ne eivät sitä olisikaan. Esimerkiksi Blu-ray-formaatin ilmestyessä kuluttajat eivät aluksi kokeneet formaattia tarpeelliseksi kenties siksi, että se oli liian samankaltainen kuin DVD. Ero on tullut esiin vasta näyttöteknologian kehityksen myötä.<sup>24</sup>

Toinen käsittelemäni teknologisen vanhentamisen osa on kuolinpäiväys, joka liittyy myös materiaaliseen vanhentamiseen. Jokin tuotteen osa hajoaa ensimmäisenä ja tekee tuotteesta käyttökelvottoman ja vaikean korjata. Kyse voi olla pienen muistikortin kaltaisesta esineestä, joka lopettaa laitteen toiminnon tietyn rajan jälkeen. *Hehkulamppuhuijaus*-dokumentissa<sup>25</sup> esiteltiin esimerkkinä tulostimen vanhentamista, jossa pieni siru rajasi tulostusten määrän. Materiaalisesta näkökulmasta tarkasteltuna kuolinpäiväys näkyy kuluttajan elämässä esimerkiksi silloin, kun kuulakärkikynän mekaaniset muoviset osat hajoavat.

Materiaalinen vanhentaminen (kuva 2) tarkoittaa heikkojen valmistusmateriaalien käyttöä. Tuote hajoaa tai nuhjaantuu ennenaikaisesti. Niin analogisten kuin digitaalisten tallenneformaattien kohdalla materiaalinen vanhentaminen näkyy vahingoittumisherkyytenä. Tallenteiden luettavuus heikentyy välittömästi pienistäkin naarmuista. Nuhjaantuminen puolestaan voi olla sekä negatiivista että positiivista. Negatiivinen nuhjaantuminen johtaa siihen, että kuluttaja hylkää tuotteen, koska tuotteen ulkonäkö ei enää miellytä. Tuote on ruma ja kulunut. Nuhjaantuminen voi olla myös positiivista ja tarkoituksella tuotettua. Esimerkiksi farkut ovat usein jo valmiiksi kuluneen näköisiä.<sup>26</sup> Samalla tavoin myös huonekalut ja kodin sisustusesineet voivat olla tarkoituksella nostalgisesti patinoituneita. Suunniteltu vanhentaminen ei siis pelkästään vanhenna tuotteita käyttökelvottomiksi, vaan

Kuva 2. Materiaalinen vanhentaminen. Lähde: Sihvonen 2014, 57.



se liittyy myös siihen, kuinka jotkin tuotteet voivat olla valmiiksi vanhan näköisiä.

Psykologinen vanhentaminen (kuva 3) tarkoittaa, että tuote vanhenee kuluttajan mielessä menemällä esimerkiksi pois muodista. Kun tilalle ilmestyy korvaavia tuotteita, ne ovat muotoilultaan, materiaaleiltaan ja/tai toiminnoiltaan uusia. Teknologista ja materiaalista vanhentamista voi siis pitää psykologisen vanhentamisen keinoina.<sup>27</sup> Psykologisessa vanhentamisessa on kyse siitä, ettei vanha tuote enää kohota omistajansa statusta vaan tuottaa häpeää. Slade huomauttaa, että uudella tuotteella on aina oltava parempi väri tai ominaisuus kuin vanhalla tuotteella, jotta häpeän tunne syntyy.<sup>28</sup> Esimerkiksi elokuvaformaattit syrjäyttävät toinen toisiaan myös tyyllillisin keinoin, kun ne siirtyvät entistä sirompiin muotoihin ja pienempiin kokoihin.

Psykologinen vanhentaminen tai negatiivinen nuhjaantuminen eivät aina toimi. Esimerkiksi Jaakko Suominen kirjoittaa, että teknologiset laitteet voivat saada sekundaariaseman näkyvistä kuolonmerkeistä huolimatta. Käyttäjä saattaa joissain tapauksissa kokea häpeää omasta laitteestaan, jos se on vanhaa verrattuna muiden ympärillä olevien käyttäjien laitteisiin. Toisaalta taas parakronistit käyttävät vanhaa tai väärää

teknologiaa avoimesti ja vaihtavat vanhat laitteet uusiin vasta pakon edessä.<sup>29</sup>

Christoph Behrends tarkastelee suunnitellun vanhentamisen välittymistä kuluttajille mainonnan kautta. Vaikka Behrends ei nimeä vanhentamisen keinoja, psykologinen vanhentaminen välittyy mainoksissa selkeämmin kuin teknologinen tai materiaallinen vanhentaminen. Brändit antavat tuottajalle oikeuden ohittaa mainoksissa sellaiset seikat kuin tuotteen kestävyys ja valmistusmateriaalit.<sup>30</sup>

Packard piti aiemmin kaikkea suunniteltua vanhentamista luonteeltaan psykologisena.<sup>31</sup> On kuitenkin tärkeää erottaa suunnitellun vanhentamisen eri lajeja toisistaan, sillä kaikkea vanhentamista ei voi suunnata kuluttajan mieleen. Tuotteen hajotessa kuluttajalle ei välttämättä synny psykologista tarvetta korvata sitä. Suunniteltu vanhentaminen on käsitteenä väljä, minkä ansiosta käsitteiden monipuolistaminen on tulevaisuudessakin mahdollista.

## HAJOAVIKSI LUODUT TUOTTEET JA KATOAVA MATERIA

Slade käsittelee suunnitellun vanhentamisen historiaa osana amerikkalaista kulutuskultuuria ja nostaa esiin lukuisia esimerkkejä

siitä, miten vanhentamista voi toteuttaa eri tuotteissa. Suunniteltu vanhentaminen on nykyisin osa niin videopelejä, tietokoneita ja elokuvaformaatteja kuin myös muita kulttuurituotteita, muotia ja palveluja. Viime aikoina on lisääntynyt keskustelu fyysisten tuotteiden katoamisesta ja dematerialisoitumisesta. Tiedon siirtyminen digitaaliseen muotoon on ollut sekä uhka että mahdollisuus. Tuotteenkin voi ajastaa katoamaan digitaalisin keinoin. Hyvänä esimerkkinä ovat tietokonepelit.

James Newman esittää, että yksittäiset video- ja tietokonepelit katoavat markkinoilta nopeasti. Newman on kiinnittänyt huomiota siihen, ettei joistakin klassikkopeleistä löydy enää alkuperäistä versiota vaan erilaisia muunnelmia ja päivitettyjä versioita. Laiton kopiointi on joskus ainoa mahdollisuus tavoittaa kadonneita pelejä. Pelit eivät vanhene pelkästään siksi, että ne korvautuvat uusilla, vaan myös siksi, että tuotteet hajoavat ja menevät huonoon kuntoon. Tuotteisiin jää näkyviä merkkejä käytöstä. Lisäksi pelien ja elokuvienkin levyt ovat alttiita pronssiutumislle.<sup>32</sup>

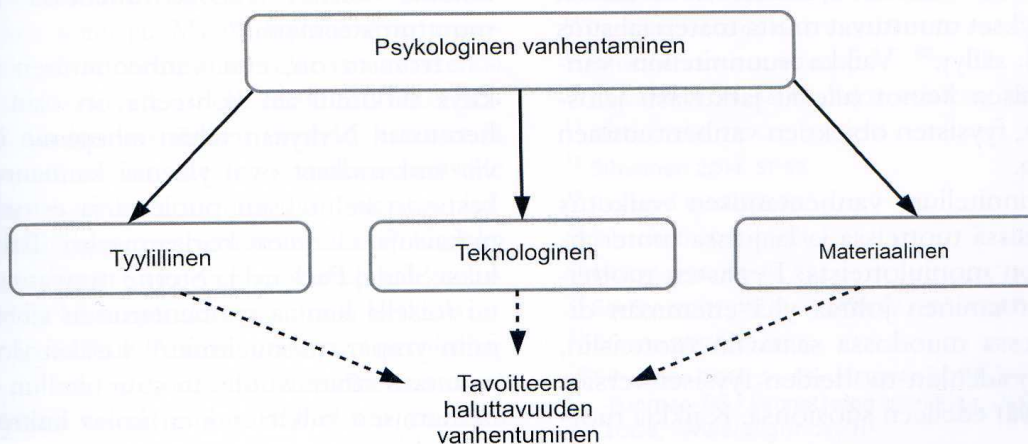
Bittimätä (engl. *bitrot*) tarkoittaa datan katoamista. Data on riippuvainen laitteesta ja fyysisestä levystä, minkä vuoksi on mahdollista, että fyysisten objektien hajotessa

tietoa ei pysty enää lukemaan. Bittimätä riippuu formaatin kestävydestä ja altistumisesta fyysikaalisille ilmiöille. Tiedon voi menettää myös siksi, ettei enää ole laitteita, joilla tietoa voisi lukea.<sup>33</sup> Tiedon luettavuuden menettäminen on ongelma esimerkiksi museoille, joiden tulee säilyttää tietoa tulevia sukupolvia varten.

Newman huomauttaa, että pelit kokevat myös luonnollisia kuolemia, mutta niiden poismeno kiihtyy kaupallisista syistä. Kehittäjä ei tarjoa peliä ikuisesti. Tuottajat rajoittavat pelien saatavuutta esimerkiksi julkaisujen määräaikaishuoksuilla, asennuskerroilla ja salasanoilla.<sup>34</sup> Pelaajalle tuotetaan mielikuva viimeisestä mahdollisuudesta pelata. Tuottajat korostavat tuotteiden katoamista ja dematerialisoitumista mainoksissa. ”Saatavilla vain rajoitetun ajan” -leima näkyy hyvin usein esimerkiksi Disney-yhtiön tuotteissa.<sup>35</sup>

Samalla kun pelko tiedon ja fyysisten esineiden katoamisesta on kasvanut, myös niiden säilyttäminen on saanut lisää merkitystä. Pyrkimys säilyttää pelejä ja niiden pelattavuutta on aktivoitunut vähitellen. Pelien säilyttämiseen vaikuttavat erityisesti pelaajien kiinnostus ja vanhojen pelien arvostus. Toistaiseksi emulointi/jäljittely vaikuttaa ainoalta mahdollisuudelta säilyttää historial-

Kuva 3. Psykologinen vanhentaminen. Lähde: Sihvonen 2014, 59.



lisiä pelejä.<sup>36</sup> Nykyinen kehitys vie silti pelejä kohti Internetistä ladattavia versioita. Fyysiset kopiot vanhentuvat, koska formaatit dematerialisoituvat. Suunta ei kuitenkaan ole aivan yksioikoinen.

Saara Toivonen ja Olli Sotamaa ovat tutkineet digitaalisten pelien merkitystä kodin esineinä. Vaikka pelien lataaminen on yleistynyt nopeasti, monilla pelaajilla on silti vahva sitoutuminen pelien fyysisiin kopioihin. Osaksi syynä ovat fyysisten versioiden varma olemassaolo, käsin kosketeltavuus ja omistaminen. Aineettoman sisällön omistaminen on epäselvempää kuin fyysisen kopion. Ladattavan pelin voi menettää helposti tai se voidaan ottaa käyttäjältä pois. Fyysisillä peleilläkin on huonoja puolia kuten levyjen naarmuuntuminen, pölyntyminen ja hajoaminen. Ne ovat kuitenkin pelaajille osa kodin sisustusta, taide-esineistöä, keräilyn merkkejä ja oman identiteetin rakennusmateriaalia. Niihin liittyy arvoja, joita ladattavilla peleillä ei välttämättä ole. Toivonen ja Sotamaa huomauttavatkin, ettei digitaalinen jakelu ole täysin looginen kehityssuunta.<sup>37</sup>

Virve Peteri, Jari Luomanen ja Pertti Alasuutari ovat tutkineet digitaalisten ympäristöjen materiaalisuutta ja todenneet esimerkiksi, ettei dematerialisoituminen välttämättä tarkoita materiaalisuuden vähentyvää merkitystä. Keräily ja esineiden liittyminen osaksi elämäntarinoita ylläpitävät materiaalisuutta. Esineistä ja tuotteista tulee osa kotia ja persoonallisuutta, minkä vuoksi niiden merkitykset muuttuvat mutta materiaalisuus sinänsä säilyy.<sup>38</sup> Vaikka suunnitellun vanhentamisen keinot tulevat jatkuvasti jalostumaan, fyysisten objektien vanhentuminen ei katoa.

Suunnitellun vanhentamisen vaikutus yksittäisissä tuotteissa ja laajoissa tuoteryhmissä on moniulotteista. Fyysisten tuotteiden katoaminen johtaa yhä enemmän digitaalisessa muodossa saataviin tuotteisiin, vaikka joidenkin tuotteiden fyysiset versiot säilyttävät edelleen suosionsa. Kaikkia tuot-

teita ei voi korvata digitaalisilla versioilla, minkä vuoksi niiden vanhentaminen on fyysistä ja tuote muuttuu jossain vaiheessa lopulta roskaksi. Tulevaisuudessa on kuitenkin mahdollista, että tuottajat kehittävät kriteerit sille, mitä julkaistaan fyysisessä muodossa ja mitä digitaalisesti. Esimerkiksi pelien ja elokuvien kohdalla niiden menestys saattaa olla yksi merkittävä kriteeri.

#### VANHENTAMISEN MERKITYKSESTÄ TUTKIMUKSEN KOHTEENA

Vanhentamisen keinot ovat osittain päällekkäisiä ja harvoin yksiselitteisiä. Olen pyrkinyt tarjoamaan raamit ilmiön teoreettiselle haltuunotolle. Oma tutkimukseni käsittelee suunniteltua vanhentamista sekä erillisenä ilmiönä että osana laajempaa kulttuurituotteiden kierrätyksen kokonaisuutta. Suunniteltu vanhentaminen on kiinnostava tutkimuskohde, koska se muodostaa yhdessä suunnitellun henkiinherättämisen (*planned revivification*<sup>39</sup>) kanssa uustuotantoprosessin. Uustuotantoprosessi tarkoittaa näiden kahden ilmiön vuorottelevaa käyttöä samassa kulttuurituotteessa. Suunniteltu vanhentaminen passivoi uustuotantoprosessin lepovaiheeseen, jolloin tuote ei ole saatavilla markkinoilla. Henkiinherättäminen puolestaan aktivoi prosessin tuomalla tuotteen jälleen kuluttajien/yleisön saataville. Tällä tavoin yksi ja sama tuote voi ilmestyä markkinoille kerran vuosikymmenessä lähes muuttumattomana.<sup>40</sup>

Ironista on, että vanhentamisen merkitys tutkimuksen kohteena on osin vanhentunut. Nykyään tähän aihepiiriin liittyvät tutkimukset ovat yleensä kannanottoja kestäväen kehityksen puolesta ja esittelevät ratkaisuja tilanteen korjaamiseksi. Esimerkiksi Slade, Packard ja Sterne ottavat tavalla tai toisella kantaa vanhentamisen aiheuttamiin ympäristöongelmiin.<sup>41</sup> Lisäksi yleinen suuntaus näyttäisi olevan suunnitellun vanhentamisen tulkitseminen koko kulttuuril-

le leimalliseksi ilmiöksi: Esimerkiksi Slade huomauttaa, että 1960-luvulla suunniteltu vanhentaminen sai abstrakteja muotoja, kun ihmisten tiedot ja taidot vanhentuivat tietoyhteiskunnan syntyessä. Ihmissuhteet alkoivat puolestaan vanhentua 1970-luvulla.<sup>42</sup>

Suunniteltua vanhentamista kannattaa tulevaisuudessa tutkia pelkkiä tuotteita laajemmassa kontekstissa. Tutkimuskohde on laajennettava palveluihin, kulttuuriin ja taiteeseen. Vanhentamisen ja henkiinherättämisen vaikutus kulttuurituotteiden kiertätyksessä johtaa siihen, että myös korkeakulttuurin tuotteet vanhenevat ja heräävät henkiin.<sup>43</sup> Pysyäkseen pinnalla tuottajien ja taiteilijoiden on uusittava itseään tai pyrittävä kierrättämään tuotteitaan.

Suunnitellun vanhentamisen tutkimus on pitkälti keskittynyt tarkastelemaan kuluttajaa uhrina. Mielenkiintoista olisi kohdistaa katse tuottajaan. Millaisia vaatimuksia ja eettisiä kysymyksiä vanhentaminen asettaa tuotteiden suunnittelulle ja tuotannolle? Miten tuottajat käsittävät suunnitellun vanhentamisen? Miten tuottajat viittaavat siihen ja, ennen kaikkea, onko sen olemassaoloa tunnustettu?

Vanhentamisen tutkimus vaatii tulevaisuudessa täsmällistä ja silti joustavaa käsitteistöä. Kulttuurin ja samalla sen tuottamisen artefaktien muuttuessa myös ilmiön on muututtava. Tutkimuksen tulisi laajentua digitaalisen jakelun kohteena oleviin tuotteisiin, sillä niihin käytetään erilaisia vanhentamisen keinoja. Myös digitaalisessa muodossa olevat, eivät niin selkeästi tuotteiksi määriteltävät julkaisualustat kuten Internet-sivut, blogit, sosiaalisen median kanavat ja muut julkaisualustat ovat vanhentumiselle alttiita. Kuinka suunniteltua tällaisten julkaisualustojen vanhentaminen on? Kuinka mones uudistettu versio Facebook-sivustosta on käyttäjien käytössä tällä hetkellä?

James Newmanin tutkimat tietokonepelit ja niiden suunniteltu vanhentaminen sisältävät jo viitteitä tutkimuksen uudesta

suunnasta. Uutta suuntausta edustaa myös Katheen Fitzpatrickin tutkimus tieteellisen julkaisemisen vanhentamisesta ja korkeakoulujen tulevaisuudesta. Kiristyneet julkaisukriteerit ajavat tutkijat yhä useammin julkaisemaan artikkelinsa Internetissä. Teknologian kehittyessä digitaalisetkaan julkaisut eivät ole turvassa vanhentumiselta, vaikka blogeja Fitzpatrick pitää kestävinä julkaisualustoina.<sup>44</sup> Seuraava tavoite on siirtää suunnitellun vanhentamisen suomalaisen tutkimus samalle tasolle.

Lilli Sihvonen on Turun yliopistosta valmistunut filosofian maisteri, joka suunnittelee parhaillaan jatko-opintoja uustuotantoprosessi-tutkimuksen parissa.

Tämä artikkeli on vertaisarvioitu. *Tekniikan Waiheita* kiittää arvioijia arvokkaista kommentteista.

<sup>1</sup> Slade 2006, 5.

<sup>2</sup> Slade 2006, 3, 33-36.

<sup>3</sup> Vod eli Video On Demand tarkoittaa internetistä ladattavaa tilausvideota ja tilausvideopalvelua.

<sup>4</sup> Winston 1998, 126-128.

<sup>5</sup> Järvinen 2007, 227; Winston 1998, 128-129.

<sup>6</sup> Winston 1998, 126-129; Kortti 2007, 153-160.

<sup>7</sup> Järvinen 2007, 21-23, 149, 154-158; Kortti 2007, 159-160.

<sup>8</sup> Järvinen 2007, 149.

<sup>9</sup> Sulopuisto, Olli: Viimeinenkin nauhureiden valmistaja antoi periksi, Digitoday 30.10.2008, <www.digitoday.fi>.

<sup>10</sup> Slade 2006, 4, 35.

<sup>11</sup> Rosenberg 1994, 25-35. Ks. myös Slade 2006, 263;

<sup>12</sup> Slade 2006, 4-5.

<sup>13</sup> Slade 2006, 5, 77-79, 164-165.

<sup>14</sup> Packard 1960, 66-67.

<sup>15</sup> Sihvonen 2014, 3, 50-51.

<sup>16</sup> Sihvonen 2014, 56; Ks. Kortti 2007, 197-201.

<sup>17</sup> Mokyr 1996, 77.

<sup>18</sup> Sihvonen 2014, 51-53.

<sup>19</sup> Packard 1960, 66-68.

<sup>20</sup> Sihvonen 2014, 51-54.

<sup>21</sup> Mokyr 1996, 69-72, 79.

<sup>22</sup> Sterne 2007, 19, 21, 23; Pacey 1996, 35-37, 43-44.

<sup>23</sup> Sterne 2007, 18, 26.

<sup>24</sup> Sihvonen 2014, 54-55; Järvinen 2007, 159; Linna-ke, Tuomas: PS3 kannattelee blu-rayta, Digitoday 7.8.2008, <www.digitoday.fi>.

- <sup>25</sup> Sihvonen 2014, 56, 58; Ks. Hehkulamppuhuijaus (The Light Bulb Conspiracy) 2010.
- <sup>26</sup> Sihvonen 2014, 56-58.
- <sup>27</sup> Sihvonen 2014, 51, 59.
- <sup>28</sup> Slade 2006, 49-51.
- <sup>29</sup> Suominen 2011, 22-26.
- <sup>30</sup> Behrends 2004, 6-10.
- <sup>31</sup> Slade 2006, 160-161.
- <sup>32</sup> Newman 2012, 3-4, 8-9, 15, 18. Pronssiutuminen eli bronzing on eräänlainen korroosion muoto, joka vaikuttaa levyn luettavaan pintaan. Levy muuttuu vähitellen ruskeahkoksi.
- <sup>33</sup> Newman 2012, 11, 16-18, 25.
- <sup>34</sup> Newman 2012, 23-25.
- <sup>35</sup> Bryman 1995, 44-45.
- <sup>36</sup> Newman 2012, 21-29.
- <sup>37</sup> Toivonen & Sotamaa 2011, 13-18, 20.
- <sup>38</sup> Peteri, Luomanen & Alasuutari 2013.
- <sup>39</sup> Davis 1979, 133.
- <sup>40</sup> Sihvonen 2014, 82-89.
- <sup>41</sup> Ks. Packard 1960; Slade 2006; Sterne 2007.
- <sup>42</sup> Slade 2006, 187, 227-228.
- <sup>43</sup> Sihvonen 2014, 123-124.
- <sup>44</sup> Fitzpatrick 2011, 1-14.
- LÄHTEET**
- Elokuvat**
- The Light Bulb Conspiracy (Hehkulamppuhuijaus).  
Sk: Cosima Dannoritzer. O: Cosima Dannoritzer.  
T: Arte France, Article Z, Media 3.14, Televisió de Catalunya ja Televisión Española / Patricia Barrat ja Joan Úbeda. E: 16.10.2010. Kesto 75 minuuttia.
- Verkoartikkelit**
- Linnake, Tuomas: *PS3 kannattelee Blu-rayta*, *Digitoday* 7.8.2008, <[www.digitoday.fi/bisnes/2008/08/07/ps3-kannattelee-blu-rayta/200820454/66](http://www.digitoday.fi/bisnes/2008/08/07/ps3-kannattelee-blu-rayta/200820454/66)>.
- Sulopuisto, Olli: *Viimeinenkin vhs-nauhureiden valmistaja antoi periksi*, *Digitoday* 30.10.2008, <[www.digitoday.fi/bisnes/2008/10/30/viimeinenkin-vhs-nauhureiden-valmistaja-antoi-periksi/200828243/66](http://www.digitoday.fi/bisnes/2008/10/30/viimeinenkin-vhs-nauhureiden-valmistaja-antoi-periksi/200828243/66)>.
- Kirjallisuus**
- BEHRENDTS, Cristoph. *Consequences of planned obsolescence for consumer culture and the promotional self - Analyzing ads. Essay*. GRIN Verlag, Nordstedt Germany 2004.
- BRYMAN, Alan. *Disney and His Worlds*. Routledge, London 1995.
- DAVIS, Fred. *Yearning for Yesterday. A Sociology of Nostalgia*. The Free Press, New York 1979.
- FITZPATRICK, Kathleen. *Planned Obsolescence. Publishing, Technology, and the Future of the Academy*. New York University Press, New York 2011.
- JÄRVINEN, Petteri. *Kodin digitekniikka - Kuva, ääni, laitteet & mahdollisuudet*. WSOY-pro, Jyväskylä 2007.
- KORTTI, Jukka. *Näköradiosta digiboksiin. Suomalaisen television sosiokulttuurinen historia*. Gaudeamus, Helsinki 2007.
- LEMOLA, Tarmo. *Evolutionaarinen taloustiede*. Teoksessa Toim. Tarmo Lemola. *Näkökulmia teknologiaan*. Gaudeamus, Helsinki 2000, 149-175.
- MOKYR, Joel. *Evolution and Technological Change: A New Metaphor for Economic History?* Teoksessa Toim. Robert Fox. *Technological Change*. Routledge, New York 1996, 63-83.
- NEWMAN, James. *Best before: Videogames, Supersession and Obsolescence*. Routledge, London & New York 2012.
- PACEY, Arnold. *The Culture of Technology*. Kahdeksas painos, alun perin ilmestynyt 1983. Blackwell, Oxford 1996.
- PACKARD, Vance. *The Waste Makers*. Ig Publishing, New York 1960.
- PETERI, Virve & LUOMANEN, Jari & ALASUUTARI, Petri. *Materiality of Digital Environments*. Toim. Outi J. Hakola. *Widerscreen* 1/2013, <<http://widerscreen.fi/numerot/2013-1/materiality-of-digital-environments/>>.
- ROSENBERG, Nathan. *Exploring the Black Box. Technology, Economics and History*. Cambridge University Press, Cambridge 1994.
- SIHVONEN, Lilli. *Kulttuurituotteen suunniteltu vanhentaminen ja henkiinherättäminen - Esimerkinä Disneyn Lumikki ja seitsemän kääpiötä*. Turun yliopisto, 2014.
- SLADE, Giles. *Made to Break - Technology and Obsolescence in America*. Harvard University Press, Cambridge 2006.
- STERNE, Jonathan. *Out with the Trash: On the Future of the New Media*. Teoksessa Toim. Charles R. Acland. *Residual Media*. University of Minnesota Press, Minneapolis 2007, 16-31.
- SUOMINEN, Jaakko. *Hurma, himo, häpeä ja hylkääminen - kaarroksia konesuhteissa*. *Digirakkaus* 2.0. Toim. Petri Saarikoski, Ulla Heinonen ja Riikka Turtiainen. Turun yliopisto, kulttuurituotannon ja maisemantutkimuksen julkaisut 31, Pori 2011, 17-32.
- TOIVONEN, Saara & SOTAMAA, Olli. *Digitaaliset pelit kodin esineinä*. *Pelitutkimuksen vuosikirja 2011*, Toim. Jaakko Suominen (päätoimittaja), Raine Koskimaa, Frans Mäyrä, Olli Sotamaa ja Riikka Turtiainen, 12-21, <<http://www.pelitutkimus.fi/vuosikirja2011/ptvk2011-02.pdf>>.
- WINSTON, Brian. *Media Technology and Society - A History: From the Telegraph to the Internet*. Routledge, London and New York 1998.

## HISTORIALLISEN PALOKALUSTON KULTTUURIPERINTÖPROSESSI TAPAUSTUTKIMUS PORIN VPK:N ENSIMMÄISESTÄ PALOAUTOSTA

Anni Ruohomäki

Tämä katsaus perustuu artikkeliin, jonka kirjoitin vuonna 2013 julkaistuun Porin VPK:n 150-vuotisesta historiasta kertovaan teokseen *Karhu, kirves ja punainen kukko*. VPK:n historiaa kirjoittaessani havaitsin, että yksi paloauto jätti varjoonsa muun sammutuskaluston. Tämä Benz Gaggenau -merkkinen paloauto komeili Porin VPK:n vanhan paloaseman ikkunassa näytteillä ja se oli vuosittain mukana palokunnan yleisöta-pahtumissa. Siitä puhuttiin ja sitä ihailtiin. Tällä Suomen vanhimmalla ajokuntoisella paloautolla oli Porin VPK:lle ja sitä ympäröivälle kaupunkilaisten yhteisölle erityinen merkitys. Tässä katsauksessa kerron erään suomalaisen paloauton elämäntarinan ja kuvaan, miten Porin VPK:n Benz muuttui palonsammutusvälineestä kulttuuriperinnöksi.

### BENZ GAGGENAUN HARTAASTI HARKITTU HANKINTA

Paloautot syntyivät, kun keksittiin yhdistää palopumppu auton moottoriin. Tehokas, kevyt ja nopea sammutusväline, jolla palokunnat pystyivät myös kuljettamaan miehistöä ja kalustoa, mullisti palokuntien toiminnan. Manner-Euroopassa palokunnat ottivat paloautot käyttöönsä 1910-luvulla. Suomen ensimmäisen paloauton<sup>1</sup> hankki Helsingin vakinainen palokunta vuonna

1909. Se oli maan ainoa paloauto vuoteen 1917 asti.<sup>2</sup>

Ennen vuotta 1917 suomalaisilla palokunnilla oli käytössään kaikkiaan noin 50 höyryruiskua, kaksi moottoriruiskua ja yksi autoruisku.<sup>3</sup> Porin VPK:n jäsenien keskuudessa paloauton hankkiminen ei ainakaan virallisten asiakirjojen mukaan vielä 1910-luvulla ollut ajankohtainen kysymys. Sen sijaan runsaasti keskustelua VPK:n kokouksissa herättivät palohälytyksen parantaminen ja vesijohtoverkon rakentaminen kaupunkiin.<sup>4</sup>

Autojen maahantuonti tyrehtyi sodan syttyessä vuonna 1914. Autojen käyttöä rajoitettiin polttoainepulan vuoksi.<sup>5</sup> Niin paloautojen kuin muunkin autoliikenteen varsinainen läpimurto tapahtui Suomessa vasta 1920-luvulla.<sup>6</sup> Samaa tahtia paloautojen kanssa yleistyivät polttomoottoriruiskut, joita palokunnat kuljettivat hevosilla tai autoilla. Ensimmäisenä Suomessa moottoriruiskun hankki Uusikaupunki vuonna 1908.<sup>7</sup>

Porin VPK alkoi suunnitella moottoriruiskun hankkimista vuonna 1919. Palokunta harkitsi vielä tuolloin, ostaisiko se hevosella vai autolla kuljetettavan ruiskun. Hankintaa varten palokunta perusti pohjarahaston, jota se kartutti mm. oman klubitoimikuntansa järjestämien iltamien avulla.<sup>8</sup> Alkuvuodesta 1920 VPK:n hallitus keskusteli kokouksissaan moottoriruiskun hankkimisesta, mutta lykkäsi ostoa mm. siksi, että se halusi odottaa rahakurssin laskemista.<sup>9</sup> Lokakuussa kauppias Lauri Lindroos esitteli VPK:n hallitukselle sekä autoruiskun että hevosilla kuljetettavan moottoriruiskun piirustuksia. Autoruisku oli tulossa Helsinkiin Benzin tehtaasta Saksasta. Sen vesiteho oli 1000 minuuttilitraa ja hinta 175 000 markkaa. Koska VPK:lla ei ollut varoja kummankaan ruiskun hankkimiseen, palokunnan hallitus päätti kääntyä asiassa kaupungin palotoimikunnan puoleen.<sup>10</sup> Kaupunginvaltuusto myönsi VPK:n moottoriruiskurahas-



VPK:n jäsenet yhteiskuvassa Benzin kanssa Palokunnantalon edustalla vuoden 1922 tienoilla.  
Kuva: Satakunnan Museon kokoelmat.

toon vuosittain 10 000 markkaa seuraavina viitenä vuotena.<sup>11</sup>

Kesällä 1921 VPK:n hallitus oli päätenyt siihen, että se halusi ostaa nimenomaan paloauton eikä hevosilla kuljetettavaa moottoriruiskua. Kaupungin myöntämä avustus ei yksin riittänyt kalliiseen hankintaan, joten Porin VPK:n hallitus alkoi neuvotella autoruiskun ostosta yhdessä Porin kaupungin kanssa. Kaupungin rahatoimikamari päätti, että autoruisku ostettaisiin kaupungin omistukseen, mutta annettaisiin Porin VPK:n käyttöön.<sup>12</sup> Kaupunginvaltuusto varasi tarkoitukseen 200 000 markkaa. Summaan sisältyi valtuuston VPK:n moottoriruiskurahastoon myöntämä 50 000 markkaa sekä VPK:n rahastoon keräämä 7500 markkaa. Lisäksi summaan sisältyivät lahjoitukset, jotka VPK saisi paloapuyhtiöiltä ja mahdollisesti muualtakin.<sup>13</sup>

Porin VPK:n hallitus ja kaupungin palotoimikunta saivat tehtäväkseen hankkia hintatarjouksia sopivista autoruiskuista.<sup>14</sup> Kolmihenkinen komitea, jossa oli VPK:n hallituksen, kaupungin palotoimikunnan ja rahatoimikamarin edustajat, matkusti Helsinkiin tutustumaan erilaisiin paloautoihin.<sup>15</sup> Toiminimi Hans Koch & Co tarjosi komitealle samanlaista Benz-ruiskua, jota se oli aikaisemmin tarjonnut VPK:lle. Ruisku oli nyt saatavana 1000 metrin letkuineen 200 000 markalla. Helsingin VPK antoi siitä komitealle hyvät suositukset. Vaihtoehtona komitea harkitsi myös Daimler-Mercedes -merkkistä autoruiskua, mutta totesi sen Porin oloihin liian suureksi ja kalliiksi. VPK:n hallituksen, rahatoimikamarin ja palotoimikunnan yhteinen kokous päätti tehdä kaupan Benz-ruiskusta. Hankintaa avustivat Kaupunkien Yleinen Paloapuyhtiö,



palovakuutusyhtiöt Fennia ja Pohjola sekä Teollisuuden harjoittajain Paloapuyhtiö. Palovakuutusyhtiö Imatra lupautui antamaan Porin VPK:lle 50 000 markan lainan, jonka takaaajaksi tulisi Porin kaupunki.<sup>16</sup>

Benz Gaggenau saapui Poriin tavarajunalla Helsingistä 17.10.1921.<sup>17</sup> *Satakunnan Kansa* uutisoi paloautolle muutama päivä myöhemmin tehdystä tarkastuksesta: ”Ruisku, joka on tunnetun saksalaisen Koebe-tehtaan tekoa, suoritti kokeensa erinomaisen hyvin, jopa yli odotustenkin. Ensimmäin kokeiltiin 50 metrin letkupituudella ja saavutti vesisuibku tällöin 40 mtr. korkeuden. Wedenpaine oli niin voimakas, että tarvittiin 3 miestä ennenkuin saatiin suihkuputki pysymään kurissa. Myöhemmin kokeiltaessa 1000 metrin pituisella letkulla oli suihkun pituus 23 metriä. Ruisku on viimeisintä mallia ollen se varustettu sähkövalolla, lämmityslaitteella, mikä talvellaakin pitää sen lämpimänä, y.m. mukavuuksilla.”<sup>18</sup> Tarkastajien mukaan paloauto täytti

sille asetetut ehdot, joten kauppa sai lopullisen vahvistuksen.<sup>19</sup> Benz ostettiin VPK:n nimiin, mutta kaupungin omistukseen.<sup>20</sup> Lopullisen välikirjan eli Benziä koskevan keskinäisen sopimuksensa kaupungin rahatoimikamari ja Porin VPK allekirjoittivat 26.6.1923.<sup>21</sup>

### BENZ SAA SEURAA – 1920-LUVUN AUTOHUUMA TAVOITTAAPALOKUNTALAISET

Porin VPK perusti Benziä varten autoruiskukomppanian, jonka päälliköksi tuli Lauri Lindroos. Lindroos valitsi komppaniaan miehiä, joille auton käyttö oli ennestään tuttua. Vuoden 1921 lopulla komppaniaan kuului 20 jäsentä. Autokomppanian miehet pääsivät tositoimiin Benzin kanssa ensimmäisen kerran marraskuussa, kun kauppias

Kolmannet yleiset palopäällikkökurssit järjestettiin Porissa 26.6.–6.7.1929. Benz on kuvassa oikealla ja vasemmalla on Porin kaupungin ostama hiilihapporuiskulla varustettu Ford. Kuva: Satakunnan Museon kokoelmat.



Wahlroosin talo syttyi tuleen. Rakennus ehti palaa melkein kokonaan, sillä sammutustöitä hidasti vedenpuute. Palomiehet onnistuivat kuitenkin suojelemaan ympärillä olleet rakennukset tulelta, kun he saivat Benzin toimimaan vedennostokoneena Kokemäenjoen rannassa.<sup>22</sup> Seuraavana vuonna palokunta käytti Benziä ainakin palossa, joka sattui apteekkarin leski Lempi Widblomin talossa. VPK:n vuosikertomuksen kirjoittaja kuvaili Benzin osuutta palon sammutuksessa lyhyesti ja ytimekkäästi: ”W.P.K:n automobiiliruisku oli sammutustyössä hyvin tehokas tekijä.”<sup>23</sup>

Porissa ei ollut vielä 1920-luvullakaan kunnallista vesijohtoverkkoa. Paloautossa täytyi olla paljon letkua, jotta saatiin vettä palopaikalle lähimmästä palokaivosta tai

joesta. Autoon rakennutettiin vuonna 1922 erityinen letkulaatikko, joka asennettiin auton ylle telineiden varaan.<sup>24</sup> VPK:n pitkäaikainen jäsen Kalevi Lampioinen muisteli 1980-luvulla Satakunnan Kansalle antamassaan haastattelussa Benzin kanssa tehtyjä palonsammutustöitä: ”Saattoi siellä olla kaksikin kilometriä kolmen tuuman letkua välillä ja hyvin jaksoi Gaggenauin pumppu syöttää.”<sup>25</sup>

Porin kaupunki päättiksesäällä 1924 hankkia VPK:n käyttöön hiilihappopaineella toimivalla vesisäiliöllä varustetun paloauton.<sup>26</sup> Palokunta sai Ford-merkkisen paloauton käyttöönsä seuraavana vuonna. VPK:n vuosikertomuksen mukaan uusi paloauto vastasi hyvin sille asetettuja odotuksia: ”3. päivä joulukuuta k:lo puoli 12 ei ollut hälytystä, mutta kylläkin tulipalo. Tuli oli syttynyt kauppias Yrjö

VPK:lla oli vuonna 1929 jo neljä paloautoa. Lisäksi käytössä oli edelleen vuonna 1901 hankittu höyryruisku. Kuva: Porin VPK:n kokoelmat.



*Tuuloksen liikkeessä ubaten jo häätää väen pibal-  
le, mutta kauppias Tuulos, ollen autokomppanian  
varapäälikkö, toimitutti nopeasti paikalle hii-  
libapposäiliöruiskun, eikä sen jälkeen punainen  
kukko enää kauaa asioinut siinä liikkeessä. Näin  
autokomppanian miehet häätävät itse tubolaisen  
nurkistaan.”<sup>27</sup>*

Myös VPK:n pelastusosaston III komppania olisi halunnut käyttöönsä auton vuonna 1924, mutta asia ei edennyt keskustelua pidemmälle.<sup>28</sup> Helmikuussa 1926 asia nousi uudelleen esiin VPK:n hallituksen kokouksessa. Kokouksen sihteeri merkitsi pöytäkirjaan: ”Muuten katsoi ballinto ajanvaimukset nykyaikana kehittyneen siihen mittaan, että hevosten vetämistä palosammutusvälineistä on jo aika kääntynä voimavaunujärjestelmään joten komppanian ehdoittama voimavaunu hankitaan jo kuluvan vuoden aikana, jos se vaan raha-asioin vuoksi suinkin on mahdollista.”<sup>29</sup> Merkintä kuvastaa hyvin 1920-luvulle ominaista autokuumetta: 1920-luvun kuluessa autojen lukumäärä kasvoi yli 30 000:n.<sup>30</sup> Ihmiset kokivat autoliikenteen kasvun väijäämättömästi eteneväksi prosessiksi: auto oli tulevaisuuden liikenneväline.<sup>31</sup>

Sammutusosaston III komppania sai luopua vanhasta käsiruiskustaan syksyllä 1927. VPK hankki komppanian käyttöön Ford-merkkisen autoruiskun ja varusti sen G. A. Serlachius Oy:n Mäntän tehtaan valmistamalla keskipakoispuhulla.<sup>32</sup> Vuonna 1929 VPK osti Lauri Järvelinin autokorjaimolta Tampereelta International-merkkisen autoruiskun.<sup>33</sup> Siinä oli 45 hv:n moottori ja kiinteä pumppu, jonka teho oli 1100–1400 litraa minuutissa. VPK teetti autoon Waseniuksen palokalustotehtaalla hiilihappopaineella varustetun 550 litraa vetävän vesisäiliön. Korin valmisti Tampereen autokoritehdas.<sup>34</sup> Uusien ja tehokkaiden palokuntojen hankkimisesta huolimatta Benz oli edelleen VPK:lle tärkeä sammutusväline. Esimerkiksi vuonna 1929, kun Kiilholman sahalla sattui uhkaava tulipalo, VPK:n miehet riensivät paikalle Benzillä ja saivat sam-

mutetuksi valtavan lautatarhapalon.<sup>35</sup>

Vuosien 1929 ja 1930 vaihteessa VPK teetti Benziin monia kauan kaivattuja uudistuksia. Autoon hankittiin nosturi, kolmet jatkotikkaat, tuulilasi ja tuulilasinpyyhkijät. Ruiskun moottori korjautettiin ja umpikumirenkaat vaihdettiin ilmakumirenkaisiin.<sup>36</sup> Täysin sileät umpikumirenkaat olivat olleet todella liukkaat lumisilla ja jäisillä teillä. Takapyöriin laitettavat vahvat lumiketjut olivat parantaneet ajettavuutta jonkin verran. Ilmakumirenkaiden asentaminen toi huomattavan parannuksen auton ajettavuuteen. Entinen palomies Jorma Kallionpää kommentoi renkaiden vaihtoa muistelmissaan vuonna 1994: ”Operaatio kannatti. Benz oli täysin muuttunut täryjyrästä autoksi”.<sup>37</sup>

Sammutusosaston II komppania sai auton käyttöönsä maaliskuussa 1930, kun Kaupunkien Yleinen Paloapuyhdistys lahjoitti VPK:lle Chevrolet-merkkisen letkujen- ja miehistönkuljetusauton.<sup>38</sup> Kaksi vuotta myöhemmin Porin VPK:n autojen määrä nousi jo kuuteen, kun palokunta osti tullihuutokaupasta käytetyn Chevrolet kuorma-auton ja hankki siihen kannettavan Esa-moottoriruiskun.<sup>39</sup> Vuonna 1935 kaupunkiin saatiin vihdoin kunnallinen vesijohtoverkko, mikä helpotti palokunnan työtä merkittävästi. Myös Benzin ajettavuus parani, kun sen painava letkulaatikko voitiin tarpeettomana poistaa.<sup>40</sup>

Talvisodan alkaessa Porin sodan ajan palokunta otti Benzin käyttöönsä. Sodan ajan palokunta oli muodostettu lähialueiden vapaaehtoisten palokuntien miehistöstä ja kalustosta, jotka oli jaettu viidelle paloasemalle ja kolmelle apuasemalle. Sen käytössä oli yhteensä noin 100 autoa.<sup>41</sup> Benz kuului paloasema III kalustoon. Aseman toimialuetta olivat kaupungin 6. ja 10. osa ja sen päällikkönä toimi Porin VPK:n jäsen Väinö V. Kyhä.<sup>42</sup> Myös jatkosodan aikana Benz oli osa paloasema III kalustoa.<sup>43</sup> Sodan päätyttyä Porin VPK sai Turun ja Porin läänin Palokuntain Lääninliitolta lahjoituk-



Autoruukkiyhtiön miehet poseerasivat Benzin kanssa paloaseman edustalla 1930-luvulla.  
Kuva: Satakunnan Museon kokoelmat.

senä kuorma-auton, jonka kalustoon kuului auton perään kiinnitettävä Api-merkinen moottoriruisku ja kannettava moottoriruisku sekä paineletkua, pystyputkia, jakoliittimiä, suihkuputkia ym. kalustoa.<sup>44</sup>

#### AUTOTALLIN PERUKOILTA NÄYTEIKKUNALLE – BENZIN MATKA TARPEETTOMAKSI JÄÄNEESTÄ PALONSAMMUTUSVÄLINEESTÄ TÄRKEÄKSI OSAKSI YHTEISÖN KULTTUURIPERINTÖÄ

1940-luvun lopulla Porin VPK käytti Benziä yhä harvemmin. Palomiehet ottivat sen mukaansa ainoastaan suurpalojen sammutuksiin.<sup>45</sup> Myöskään Porin vakinainen palokunta ei tarvinnut Benziä, vaikka koko VPK:n kalusto oli periaatteessa sen käytössä vuonna 1936 tehdyn sopimuksen<sup>46</sup> nojalla.<sup>47</sup> 1950-luvun puolivälissä Porin VPK:n ja vakinaisen palokunnan yhteisessä autotallissa alkoi olla ahdasta ja paloautot siirrettiin uuteen järjestykseen. Benz joutui

tallin perälle pylvään taakse. Sen sieltä ulos ajaminen oli hankalaa ja mahdollista vasta sen jälkeen, kun kaikki muu kalusto oli ajettu edestä pois.<sup>48</sup> Viimeinen tulipalo, jonka sammutukseen Benz otti osaa, sattui Porin Paperitehtaalla elokuussa 1955.<sup>49</sup> Tämän jälkeen Benziä ei enää mainita VPK:n hälytyskertomuksissa.

Vuonna 1956 VPK osti uuden Ford-merkkisen paloauton, joka viimeistään teki Benzin tarpeettomaksi.<sup>50</sup> Seuraavan vuoden keväällä Porin kaupunki luovutti Benzin Porin VPK:n omistukseen virallisessa luovutustilaisuudessa Porin paloasemalla.<sup>51</sup> Luovutus merkitsi käytännössä sitä, että Benzin säilyttäminen ja kunnossapito jäivät VPK:n vastuulle.<sup>52</sup>

Kolme vuotta luovutustilaisuuden jälkeen Benzin kohtalo oli vaakalaudalla, kun VPK:n hallituksen puheenjohtaja otti yhteyttä Mercedes Benz -maahantuojaliikkeeseen ja tiedusteli sen kiinnostusta Benzistä tehtävään vaihto- tai muuhun kauppaan.<sup>53</sup> Samaan aikaan VPK:n hallitus suunnitteli

myös höyryruiskun myymistä<sup>54</sup>, mutta kauppoja ei lopulta syntynyt kummastakaan ruis-kusta. VPK:n hallituksen halukkuus Benzin myymiseen selittyi taloudellisten syiden lisäksi sillä, että 1950- ja 1960-lukujen vaihteessa 1920- ja 1930-luvulla valmistuneita autoja ei juuri arvostettu ainakaan muualla kuin pienissä asiaan vihkiytyneissä harrastajapiireissä.<sup>55</sup> Auto alkoi 1960-luvulla jo olla suurten massojen liikenneväline.<sup>56</sup> VPK:n hallitus piti Benziiä arkisena ja tarpeettomana tavarana, joka voitiin myydä pois.

1960-luvun lopulla Benzille alkoi kuitenkin olla uudenlaista kysyntää. Vuonna 1969 se vuokrattiin kuljettajineen 100 markalla Satakunnan Osuuskaupan mainosajoon.<sup>57</sup> Vuonna 1974 VPK:n hallitus käsiteli A. Pakulan kirjelmän, jossa hän tarjoutui ostamaan Benzin 12000 markalla. Hallitus hylkäsi tarjouksen summan pienuuden takia.<sup>58</sup> Seuraavana vuonna VPK harkitsi marraskuun kokouksessaan Benzin vaihtoa uuteen Mercedes Benz sammutusautoon. Kokous hyväksyi vaihdon yksimielisesti.<sup>59</sup>

Jälkeenpäin päätös aiheutti kuitenkin vastustusta VPK:n jäsenien keskuudessa. Esimerkiksi soittokunnan jäsen Aarne Kekki piti VPK:n kokouksessa puheenvuoron, jossa hän painotti, että Benziiä ei saanut missään tapauksessa myydä.<sup>60</sup> Symboliarvo oli alkanut muodostua.

Teollista kulttuuriperintöä tutkineen Anna Sivulan mukaan monien vanhojen teollisuusympäristöjen kulttuuriperintöprosessin sysäsi 1970-luvulla liikkeelle pelko teollisuushistorian muistomerkkien häviämisestä. Vanhoja tuotantorakennuksia alettiin hyväksyä julkisesti tunnustettujen suojelukohteiden joukkoon 1970-luvun puolivälissä.<sup>61</sup> Palokuntalaiset olivat havahtuneet siihen, että olivat vaarassa menettää yhteisön menneisyydestä muistuttavan historiallisen esineen. Benz muistutti palokuntalaisia pelkällä olemassaolollaan siitä, millaista palomiesten työ oli ollut 50 vuotta aikaisemmin.

Benzin tapauksessa on kyse paikallisesta ja pienimuotoisesta kulttuuriperintöprosessista, jossa valintoja teki pieni yhteisö.



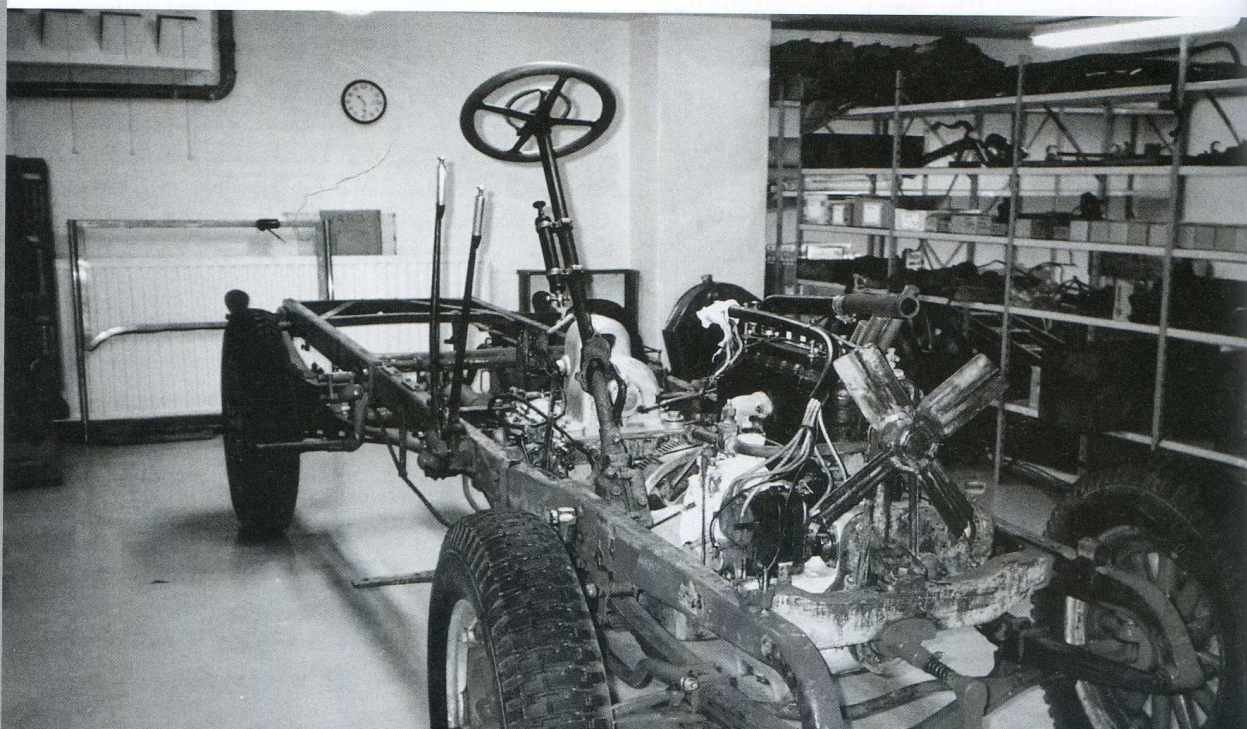
Benz oli 1990-luvulla mukana myös Anttilan mainosajossa. Etualalla joulupukin seurassa on VPK:n jäsen Matti Kraapo. Kuva: Porin VPK:n kokoukset.

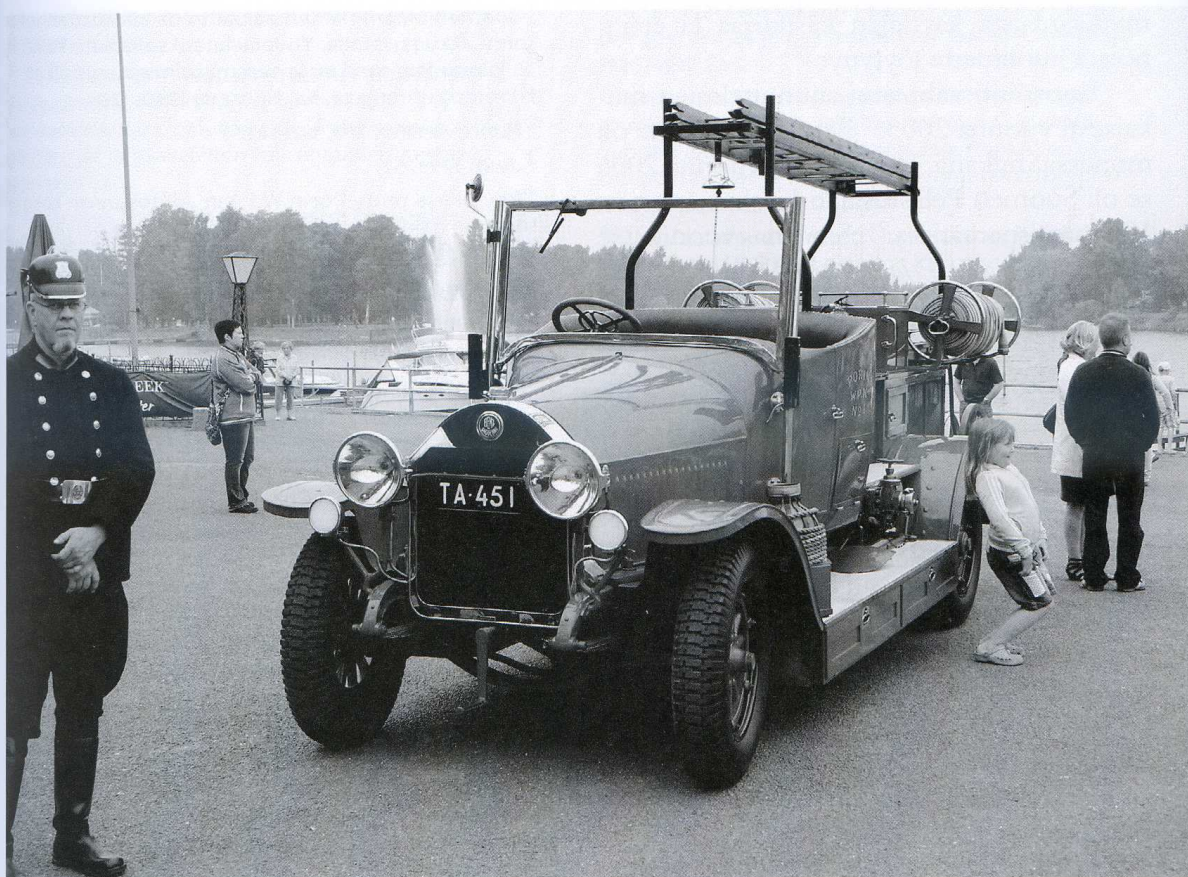
Yksityisten kulttuuriperintöprosessien käyttövoimana ovat ihmisten tunteet, muistot ja kokemukset.<sup>62</sup> Tuskin kovin monella Benzin myymistä vuonna 1975 vastustaneista palokuntalaisista oli omakohtaisia kokemuksia kyseisen paloauton käytöstä, mutta heistä useimmat tunsivat varmasti ainakin siihen liittyviä tarinoita. Yksi tällainen tarina kertoo VPK:n iskujoukon lähdöstä paloasemalta palonsammutukseen: ”Yrjö Jyrämä saapui ensin paloasemalle, sitten Verner Söderling ja muutama muu, joten Benz saatiin miehitettyä. Jyrämä oli kuskina ja Söderling, jonka lempinimi oli Venkku, istui pelkääjän paikalla. Auto laitettiin käyntiin ja lähdettiin ajamaan. Noin kymmenen metriä eteenpäin päästyä Benzin moottori teki lakon ja auto pysähtyi. Sekunnin kuskit katsoivat toisiaan. Venkku tunnetulla kovalla äänellään kysyi Jyrämältä: *Avasiks sää benssiinikraanan? Avasin, kuului vastaus. Venkku hyppäsi alas autosta, huusi mennessään: Mää avasin kans, ja*

*loikkasi auton sivulaatikolle ja aukaisi jälleen mainitun banan, jossa oli vain kaksi asentoa. Sitteen lähdettiin.”*<sup>63</sup>

Vuonna 1976 VPK:n naisosaston palokuntalaisille teettämiin t-paitoihin painettiin Benzin kuva.<sup>64</sup> Autovanhuksesta oli tullut yhteisön identiteettiä, yhteenkuuluvuutta ja historiatietoisuutta vahvistava symboli. 1990-luvulle tultaessa Benz oli jo vakiinnuttanut asemansa. Kukaan ei enää ehdotellut sen myymistä, päinvastoin. Vuonna 1994 VPK muutti Benzin museoajoneuvoksi<sup>65</sup> ja lainasi sitä Satakunnan Mobilistien näyttelyyn.<sup>66</sup> Satakunnan Mobilistit tekivät Benziin talkootyönä mittavan moottoriremontin.<sup>67</sup> Kesällä 2000 VPK:n hallitus päätti, että Benz entisöitäisiin.<sup>68</sup> Tavoitteena oli saada autovanhus kuntoon VPK:n 140-vuotisjuhlaan mennessä.<sup>69</sup> Porin VPK oli hyvin tyypillinen yhteisö siinä mielessä, että 2000-luvun alussa sekä julkisyhteisöt

Entisöinnin yhteydessä selvisi Benzin monien tankkien salaisuus. Yhtä tankkia oli luultu öljytankiksi, mutta sinne pitikin laittaa moottorin käynnistämiseen tarvittavaa bensiiniä. Polttoaineena Benzissä käytettiin petroolia. Auto oli varustettu alkuperäisillä 12 voltin sähkölaitteilla ja siinä oli sekä akku että magneettosytytys. Jarrut vaikuttivat ainoastaan takapyöriin. Kuva: Porin VPK:n kokoelmat.





Benz herätti ihastusta Porin VPK:n ruiskunäytöksessä 5.6.2013 palokunnan 150-vuotisjuhlaviikolla Porin Etelärannassa. Vasemmalla VPK:n isännöitsijä Petri Vinberg. Kuva: Florin Baci. Anni Ruohomäen kokoelma.

että erilaiset etniset ja ammatilliset ryhmät, yhteisöt ja yhdistykset säilyttivät aktiivisesti omaa identiteettiään tukevaa aineellista ja aineetonta todistusaineistoa omasta historiastaan.<sup>70</sup>

Ennen entisöinnin aloittamista Satakunnan Mobilistien Veikko Pykilä ja Matti Vihervirta kunnostivat Benzin moottorin. Entisöintiprojektiin osallistuivat Porin VPK:n jäsenistä Petri Vinberg ja Matti Kraapo sekä Porin palolaitokselta Jarmo Haapainen, Ismo Uusitalo, Ilkka Vastamaa, Kauko Sarekivi, Pentti Mattila, Esa Raisio ja Ilkka Koski.<sup>71</sup> Ensimmäiseksi työkseen entisöijät purkivat Benzin osiin. He hiekkapuhalsivat auton alustan ja osat, suojasivat ne ruos-

teenestomaalilla ja maalasivat ne mahdollisimman tarkoin alkuperäistä punaista väriä vastaaviksi. He kävivät auton tekniikan läpi ja kunnostivat sitä tarvittavilta osin. Kallein osa uusitussa Benzissä oli jäähdyttävä, joka teetettiin Englannissa. Kunnostettuaan Benzin pumpun, entisöijät kokeilivat sitä ja totesivat sen tehoksi 800 minuuttilitraa. Se vastasi monien vuonna 2010 käytössä olleiden moottoriruiskujen tehoa. Lopuksi vuorossa oli vielä hytin maalaus ja kumipalotoimisen torven paikoilleen laittaminen. Alkuperäinen torvi oli kadonnut, mutta Ilkka Vastamaa löysi vastaavan pariisilaiselta kirpputorilta. Benzin alkuperäiset työkalut ja lääkelaukku olivat säilyneet tallella, mutta

minkäänlaista käyttäjän käsikirjaa ei etsinnöistä huolimatta löytynyt.<sup>72</sup>

Entisöinti valmistui suunnitelmien mukaisesti vuonna 2003.<sup>73</sup> Sen jälkeen Benz oli monessa mukana. Esimerkiksi vuonna 2006 se oli Suomen Pelastusalan Keskusjärjestön 100-vuotisparaatissa.<sup>74</sup> Samana vuonna se ylsi hopeasijalle *Pelastustieto*-lehden lukijoilleen järjestämässä kaikkien aikojen paloautoäänestyksessä.<sup>75</sup> Benz on päässyt mukaan myös esimerkiksi VPK:n jäsenen hääkuviin.<sup>76</sup> Lisäksi se on ollut mukana joka viides vuosi järjestettävässä VPK:n juhlaparaatissa ja sään salliessa myös VPK:n jokavuotisella laskiaismarssilla.<sup>77</sup> Vuonna 2007 VPK remontoi vanhan paloaseman tiloja ja otti niistä yhden kolmasosan omaan käyttöönsä. Remontin valmistuttua helmikuussa 2008 Benz sai säilytyspaikan tallin paraatipaikalta suuren ikkunan edestä. VPK nimesi tallin päätähtensä mukaan Benzin Talliksi ja asensi ikkunan yläpuolelle kohdevalaisimet, jotta Benz olisi pimeälläkin ohikulkijoiden ihailtavissa.<sup>78</sup>

Se, että Benz päätyi osaksi Porin VPK:n kulttuuriperintöä, on osittain sattumaa. Jos joku olisi 1960-luvulla tai 1970-luvun alussa tarjonnut autosta riittävän paljon, se olisi myyty pois. 1970-luvun puolivälissä tapahtui kuitenkin käänne, kun palokuntalaiset havahtuivat siihen, että palokunnan menneisyydestä muistuttava vanha paloauto oli ainutlaatuinen ja säilyttämisen arvoinen. Menetyksen pelko sysäsi liikkeelle prosessin, jossa vanha palonsammutusväline ja siihen liittyvät tarinat kietoutuivat yhteisön sisäisten neuvottelujen tuloksena yhä tiukemmin sen identiteettiin ja tietoisuuteen omasta menneisyydestään. Myös minä osallistuin tähän prosessiin tutkijana, kun kirjoitin Benzistä artikkelin palokunnan historia-tookseen.

Anni Ruohomäki, FM, työskentelee projektitutkijana Turun yliopiston Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitoksen *Merikarvialaisten historiaa 1800-luvun lopulta 2000-luvulle* -hankkeessa.

<sup>1</sup> Suomen ensimmäinen paloauto oli sähköauto, joka toimi akkuparistolla. Yhdellä latauksella auto kulki 25 kilometrin matkan ja sen maksiminopeus oli 35 kilometriä tunnissa. Ks. Nuoreva 1980, 120.

<sup>2</sup> Nuoreva 1980, 120, 122–123.

<sup>3</sup> Juuti 1993, 57.

<sup>4</sup> Pöytäkirja tehty Porin W.P.K:n Johtokunnan kokouksessa palokunnan talolla helmikuun 24 päivänä 1914, PvpkA, Johtokunnan pöytäkirjat 1908–1921 Cb:1.

<sup>5</sup> Nuoreva 1980, 122–123.

<sup>6</sup> Saarinen 1972, 362–363; Nuoreva 1980, 23.

<sup>7</sup> Juuti 1993, 57.

<sup>8</sup> Pöytäkirja tehty Porin W.P.K:n Johtokunnan kokouksessa elokuun 20 päivänä 1919; Pöytäkirja tehty Porin W.P.K:n Hallinnon kokouksessa palokunnan talolla tammikuun 4 p:nä 1920, PvpkA, Johtokunnan pöytäkirjat 1908–1921 Cb:1.

<sup>9</sup> Pöytäkirja tehty Porin W.P.K:n Hallinnon kokouksessa Palokunnantalolla helmikuun 10 päivänä 1920; Pöytäkirja tehty Porin W.P.K:n Hallinnon kokouksessa maaliskuun 12 päivänä 1920, PvpkA, Johtokunnan pöytäkirjat 1908–1921 Cb:1.

<sup>10</sup> Pöytäkirja tehty Porin V.P.K:n Hallinnon kokouksessa kaupungin Raatihuoneella lokakuun 21 p:nä 1920, PvpkA, Johtokunnan pöytäkirjat 1908–1921 Cb:1.

<sup>11</sup> Pöytäkirja tehty Porin V.P.K:n Hallinnon kokouksessa Palokunnantalolla tammikuun 10 p:nä 1921, PvpkA, Johtokunnan pöytäkirjat 1908–1921 Cb:1.

<sup>12</sup> Pöytäkirja 3.6.1921, PoriA, Porin Rahatoimikamarin pöytäkirjat 1921 I.

<sup>13</sup> Pöytäkirja 21.6.1921. Liite: 23, PoriA, Porin Rahatoimikamarin pöytäkirjat 1921 I.

<sup>14</sup> Pöytäkirja 21.6.1921. Liite: 23, PoriA, Porin Rahatoimikamarin pöytäkirjat 1921 I.

<sup>15</sup> Pöytäkirja 8.7.1921, PoriA, Porin Rahatoimikamarin pöytäkirjat 1921 II.

<sup>16</sup> Pöytäkirja Porin kaupungin Rahatoimikamarin, Palokomissionin ja Vapaaehtoisen palokunnan Hallinnon yhteisestä kokouksesta 13.7.1921, PoriA, Porin Rahatoimikamarin pöytäkirjat 1921 II.

<sup>17</sup> Pöytäkirja tehty Porin W.P.K:n Hallinnon kokouksessa lokakuun 17 p:nä 1921, PvpkA, Johtokunnan pöytäkirjat 1908–1921 Cb:1.

<sup>18</sup> Satakunnan Kansa 20.10.1921 Poriin ostettu auto-ruiisku.

<sup>19</sup> Pöytäkirja Porin kaupungin Rahatoimikamarin, Palokomissionin ja Vapaaehtoisen palokunnan Hallinnon yhteisestä kokouksesta 20.10.1921, PoriA, Porin Rahatoimikamarin pöytäkirjat 1921 II.

<sup>20</sup> Pöytäkirja tehty Porin W.P.K:n Hallinnon kokouksessa kesäkuun 16 päivänä 1922, PvpkA, Hallinnon pöytäkirjat 1922–1927 Cb:2; Pöytäkirja 18.6.1923, PoriA, Porin Rahatoimikamarin pöytäkirjat 1923.

<sup>21</sup> Pöytäkirja tehty Porin W.P.K:n hallinnon kokouksessa 8 päivä tammikuuta 1932, Liite: Välikirja



- 26.6.1923 (jäljennös), PvpkA, Hallinnon pöytäkirjat 1930-1932 Cb:4.
- <sup>22</sup> Kertomus Porin Wapaaehtoisen Palokunnan vaikutuksesta toimivuonna tammikuun 1. päivästä 1921 tammikuun 1. päivään 1922, PvpkA, Kokousten pöytäkirjat ja osastoiden toimintakertomukset 1913-1926 Ca:1.
- <sup>23</sup> Kertomus Porin Wapaaehtoisen Palokunnan vaikutuksesta toimivuonna tammikuun 1. päivästä 1922 tammikuun 1. päivään 1923, PvpkA, Kokousten pöytäkirjat ja osastoiden toimintakertomukset 1913-1926 Ca:1.
- <sup>24</sup> Pöytäkirja tehty Porin W.P.K:n Hallinnon kokouksessa Palokunnan talolla heinäkuun 25 päivänä 1922, PvpkA, Hallinnon pöytäkirjat 1922-1927 Cb:2.
- <sup>25</sup> Satakunnan Kansa 3.6.1988 VPK:lainen tulta päin vaikka pyhävaatteissa.
- <sup>26</sup> Satakunnan Kansa 17.11.1929 Porissa on palosammutustoimi lyhyessä ajassa kehittynyt ripeästi ja on nyt korkealla tasolla.
- <sup>27</sup> Kertomus Porin Wapaaehtoisen Palokunnan toiminnasta tammikuun 1. päivästä 1925 tammikuun 1. päivään 1926, PvpkA, Kokousten pöytäkirjat ja osastoiden toimintakertomukset 1913-1926 Ca:1.
- <sup>28</sup> Pöytäkirja tehty Porin W.P.K:n Hallinnon kokouksessa 20 p:nä maaliskuuta 1924 kunnan talolla, PvpkA, Hallinnon pöytäkirjat 1922-1927 Cb:2.
- <sup>29</sup> Pöytäkirja tehty Porin W.P.K:n Hallinnon kokouksessa 5 päivä helmikuuta 1926, PvpkA, Hallinnon pöytäkirjat 1922-1927 Cb:2.
- <sup>30</sup> Försti 2010, 282.
- <sup>31</sup> Bergholm 2001, 73.
- <sup>32</sup> Kertomus Porin W.P.K:n toiminnasta vuoden 1927 tammikuun 1 päivästä vuoden 1928 tammikuun 1 päivään, PvpkA, Kokousten pöytäkirjat ja osastoiden toimintakertomukset 1926-1932 Ca:2.
- <sup>33</sup> Pöytäkirja tehty Porin W.P.K:n keskustelukokouksessa 11 päivä lokakuuta 1929, PvpkA, Kokousten pöytäkirjat ja osastoiden toimintakertomukset 1926-1932 Ca:2.
- <sup>34</sup> Kertomus Porin W.P.K:n toiminnasta vuoden 1929 tammikuun 1:stä p:stä vuoden 1930 tammikuun ensimmäiseen päivään, PvpkA, Kokousten pöytäkirjat ja osastoiden toimintakertomukset 1926-1932 Ca:2.
- <sup>35</sup> Kertomus Porin W.P.K:n toiminnasta vuoden 1929 tammikuun 1:stä p:stä vuoden 1930 tammikuun ensimmäiseen päivään, PvpkA, Kokousten pöytäkirjat ja osastoiden toimintakertomukset 1926-1932 Ca:2.
- <sup>36</sup> Kertomus Porin Wapaaehtoisen Palokunnan toiminnasta vuoden 1930 tammikuun 1 päivästä vuoden 1931 tammikuun 1 päivään, PvpkA, Kokousten pöytäkirjat ja osastoiden toimintakertomukset 1926-1932 Ca:2.
- <sup>37</sup> Jorma Kallionpään muistelmia 1994, PvpkA.
- <sup>38</sup> Kertomus Porin Wapaaehtoisen Palokunnan toiminnasta vuoden 1930 tammikuun 1 päivästä vuoden 1931 tammikuun 1 päivään, PvpkA, Kokousten pöytäkirjat ja osastoiden toimintakertomukset 1926-1932 Ca:2.
- <sup>39</sup> Kertomus Porin Wapaaehtoisen Palokunnan toiminnasta vuoden 1932 tammikuun 1 päivästä vuoden 1933 tammikuun 1 päivään, PvpkA, Kokousten pöytäkirjat ja osastoiden toimintakertomukset 1932-1940 Ca:3.
- <sup>40</sup> Matti Kraapon haastattelu 16.11.2010; Pöytäkirja tehty Porin W.P.K:n hallinnon kokouksessa 13 päivä toukokuuta 1935, PvpkA, Hallinnon pöytäkirjat 1932-1936 Cb:5. Jorma Kallionpää ja Matti Kraapo keskustelevat valokuvista 6.3.1996, PvpkA.
- <sup>41</sup> Vuosikertomus Porin V.P.K:n 77 vuotistoimikaudelta 1/1 - 31/12 1940, PvpkA, Kokousten pöytäkirjat ja osastoiden toimintakertomukset 1940-1949 Ca:4; Kertomus Porin sodan ajan palokunnan toiminnasta 13/10.1939-13/3.1940, PoriA, Palotoimen asiakirjoja:sisältää ohjeita, henkilöstö-, kalusto- ja tililistoja, sopimuksia, pöytäkirjoja jne. 1850-1940: Porin sodan ajan palontorjuntaesikunnan pöytäkirjat liitteineen 13.10.1939-13.3.1940 Hb:1.
- <sup>42</sup> Palolautakunta [Luovutuskirja] Porissa 31.10.39, PoriA, Porin Palolautakunnan pöytäkirjat 1938-8/11-1941.
- <sup>43</sup> Karlsson 1983, 90-91.
- <sup>44</sup> Kertomus Porin Vapaaehtoisen Palokunnan toiminnasta 1 p:stä tammikuuta 31 p:ään joulukuuta 1944, PvpkA, Kokousten pöytäkirjat ja osastoiden toimintakertomukset 1940-1949 Ca:4.
- <sup>45</sup> Pöytäkirja Porin VPK:n päällikkökunnan kokouksesta 24.1.1949, PvpkA, Kokousten pöytäkirjat ja osastoiden toimintakertomukset 1940-1949 Ca:4.
- <sup>46</sup> Vuonna 1933 säädetyin palolain mukaan kaupungilla oli oltava tietty valmius tulipalojen sammuttamiseen. Porin kaupunki teki Porin VPK:n kanssa vuonna 1936 sopimuksen, jossa VPK sitoutui toimimaan kaupungin sopimuspalokuntana määrättyillä ehdoilla määrättyä korvausta vastaan. Sopimuksen mukaan vakinainen palokunta oli oikeutettu käyttämään harjoituksissa ja tulipaloissa Porin VPK:n sammutuskalustoa. Ks. Pöytäkirja tehty Porin W.P.K:n hallinnon kokouksessa 17 päivä huhtikuuta 1936, Liite: Sopimus (jäljennös), PvpkA, Hallinnon pöytäkirjat 1932-1936 Cb:5.
- <sup>47</sup> Kertomus Porin Vapaaehtoisen Palokunnan toiminnasta 1 p:stä tammikuuta 31 p:ään joulukuuta 1946; Pöytäkirja tehty Porin VPK:n iskujoukon kokouksessa 12.3.1947; Kertomus Porin Vapaaehtoisen Palokunnan toiminnasta 1 p:stä tammikuuta 31 p:ään joulukuuta 1947, PvpkA, Kokousten pöytäkirjat ja osastoiden toimintakertomukset 1940-1949 Ca:4.
- <sup>48</sup> Pöytäkirja tehty Porin V.P.K:n hallinnon kokouksessa 15.2.1955, PvpkA, Hallinnon pöytäkirjat 1950-1955 Cb:8.
- <sup>49</sup> Kertomus Porin Vapaaehtoisen Palokunnan toiminnasta vuodelta 1955, Liite: Selitys iskujoukon toiminnasta 1955, PvpkA, Kokousten pöytäkirjat ja

- osastoiden toimintakertomukset 1949-1956 Ca:5.
- <sup>50</sup> Kertomus Porin Vapaaehtoisen Palokunnan toiminnasta vuodelta 1956, PvpkA, Kokousten pöytäkirjat ja osastoiden toimintakertomukset 1957-1963 Ca:6.
- <sup>51</sup> Pöytäkirja tehty Porin VPK:n hallinnon kokouksessa 21.5.1957 klo 19, PvpkA, Hallinnon pöytäkirjat 1955-1958 Cb:9.
- <sup>52</sup> Matti Kraapon haastattelu 16.11.2010.
- <sup>53</sup> Pöytäkirja tehty Porin VPK:n hallinnon kokouksessa 26.7.1960 klo 18; Pöytäkirja tehty Porin VPK:n hallinnon kokouksessa 29.9.1960; Pöytäkirja tehty Porin VPK:n hallinnon kokouksessa 20.10.1960, PvpkA, Hallinnon pöytäkirjat 1959-1961 Cb:10.
- <sup>54</sup> Pöytäkirja tehty Porin VPK:n hallinnon kokouksessa 22.11.1960, PvpkA, Hallinnon pöytäkirjat 1959-1961 Cb:10.
- <sup>55</sup> Kosma 2009, 90.
- <sup>56</sup> Toiskallio 2001, 11.
- <sup>57</sup> Pöytäkirja Porin VPK:n hallinnon kokouksesta 23.11.1969 klo 11, PvpkA, Hallinnon pöytäkirjat 1966-1973 Cb:12.
- <sup>58</sup> Pöytäkirja Porin VPK:n hallinnon kokouksesta 17.11.1974 klo 10.00, PvpkA, Hallinnon pöytäkirjat 1974-1978 Cb:13.
- <sup>59</sup> Pöytäkirja Porin Vapaaehtoisen Palokunnan marraskuun kokouksesta, joka pidettiin ravintola Puistokeskuksessa sunnuntaina 30.11.1975 kello 11, PvpkA, Kokousten pöytäkirjat ja osastoiden toimintakertomukset 1963-1978 Ca:7.
- <sup>60</sup> Petri Vallin: suullinen tiedonanto, kuvantunnistuskokous VPK-talolla 14.5.2012.
- <sup>61</sup> Sivula 2013, 171-172.
- <sup>62</sup> Sivula 2013, 171.
- <sup>63</sup> Jorma Kallionpään muistelmia 1994, PvpkA.
- <sup>64</sup> Pöytäkirja Porin VPK:n hallinnon kokouksesta 18.5.1976 klo 18.00, PvpkA, Hallinnon pöytäkirjat 1974-1978 Cb:13.
- <sup>65</sup> Museoajoneuvo on vähintään 30 vuotta vanha, asianmukaisesti entistetty tai alkuperäistä vastaavassa kunnossa säilynyt ajoneuvo, joka on hyväksytty valtakunnallisen harrastusjärjestön suorittamassa museoajoneuvotarkastuksessa ja josta on kirjoitettu museoajoneuvotarkastuslausunto. Ajoneuvo pitää myös tarkastuksen jälkeen rekisteröidä katsastustoimipaikassa museoajoneuvoksi. Museoajoneuvolle voidaan myöntää erityinen museoajoneuvon liikennevakuutus, joka oli normaalia vakuutusta halvempi. Museoajoneuvoa saa käyttää korkeintaan 30 päivänä vuodessa. Suomen Autobiili-Historiallinen Klubi ry <<http://www.sahk.fi/museoajoneuvo.htm>>. 6.12.2011.
- <sup>66</sup> Pöytäkirja Porin VPK:n hallituksen kokouksesta 10.8.1994; Pöytäkirja Porin VPK:n hallituksen kokouksesta 7.9.1994, PvpkA, Hallituksen pöytäkirjat 1979-1994 Cb:14.
- <sup>67</sup> Kertomus Porin Vapaaehtoinen Palokunta ry:n toiminnasta vuonna 1994, PvpkA, Kokousten pöytäkirjat ja osastoiden toimintakertomukset 1995-2009 Ca:9.
- <sup>68</sup> Matti Kraapon haastattelu 16.11.2010.
- <sup>69</sup> Pöytäkirja Porin VPK:n hallituksen kokouksesta 5.7.2000, Liite: Muistio Benz- ja höyryruiskuprojekti. 19.6.2000, PvpkA, Hallituksen pöytäkirjat 1995-2009 Cb:15.
- <sup>70</sup> Sivula 2010, 23.
- <sup>71</sup> Petri Vinberg: kirjallinen tiedonanto, kuvantunnistuskokous VPK-talolla 14.5.2012.
- <sup>72</sup> Satakunnan Kansa 16.9.2001 Benz pesee kasvojaan, Matti Kraapon haastattelu 16.11.2010.
- <sup>73</sup> Pöytäkirja Porin VPK:n hallituksen kokouksesta 4.6.2003, PvpkA, Hallituksen pöytäkirjat 1995-2009 Cb:15.
- <sup>74</sup> Pöytäkirja Porin VPK:n hallituksen kokouksesta 3.5.2006, PvpkA, Hallituksen pöytäkirjat 1995-2009 Cb:15.
- <sup>75</sup> Pöytäkirja Porin VPK:n hallituksen kokouksesta 1.11.2006, PvpkA, Hallituksen pöytäkirjat 1995-2009 Cb:15.
- <sup>76</sup> Pöytäkirja Porin VPK:n hallituksen kokouksesta 13.6.2007, PvpkA, Hallituksen pöytäkirjat 1995-2009 Cb:15.
- <sup>77</sup> Matti Kraapon haastattelu 16.11.2010.
- <sup>78</sup> Pöytäkirja Porin VPK:n hallituksen kokouksesta 27.12.2007; Pöytäkirja Porin VPK:n hallituksen kokouksesta 23.1.2008; Pöytäkirja Porin VPK:n hallituksen kokouksesta 1.10.2008, PvpkA, Hallituksen pöytäkirjat 1995-2009 Cb:15.

## LÄHTEET:

## Arkistolähteet

Porin Vapaaehtoisen Palokunnan arkisto (PvpkA), Pori.

Hallinnon pöytäkirjat 1922-1927 Cb:2.

Hallinnon pöytäkirjat 1930-1932 Cb:4.

Hallinnon pöytäkirjat 1932-1936 Cb:5.

Hallinnon pöytäkirjat 1950-1955 Cb:8.

Hallinnon pöytäkirjat 1955-1958 Cb:9.

Hallinnon pöytäkirjat 1959-1961 Cb:10.

Hallinnon pöytäkirjat 1966-1973 Cb:12.

Hallinnon pöytäkirjat 1974-1978 Cb:13.

Hallinnon pöytäkirjat 1979-1994 Cb:14.

Hallinnon pöytäkirjat 1995-2009 Cb:15.

Johtokunnan pöytäkirjat 1908-1921 Cb:1.

Kokousten pöytäkirjat ja osastoiden toimintakertomukset 1913-1926 Ca:1.

Kokousten pöytäkirjat ja osastoiden toimintakertomukset 1926-1932 Ca:2.

Kokousten pöytäkirjat ja osastoiden toimintakertomukset 1932-1940 Ca:3.

Kokousten pöytäkirjat ja osastoiden toimintakertomukset 1940–1949 Ca:4.

Kokousten pöytäkirjat ja osastoiden toimintakertomukset 1949–1956 Ca:5.

Kokousten pöytäkirjat ja osastoiden toimintakertomukset 1957–1963 Ca:6.

Kokousten pöytäkirjat ja osastoiden toimintakertomukset 1963–1978 Ca:7.

Kokousten pöytäkirjat ja osastoiden toimintakertomukset 1995–2009 Ca:9.

Porin kaupunginarkisto (PoriA), Pori.

Palokomissioni, palotoimikunta, palolautakunta:

Palotoimen asiakirjoja: sisältää ohjeita, henkilöstö-, kalusto- ja tililistoja, sopimuksia, pöytäkirjoja jne. 1850-1940: Porin sodan ajan palontorjuntaesikunnan pöytäkirjat liitteineen 13.10.1939-13.3.1940 Hb:1.

Palotoimikunta/palolautakunta:

Porin Rahatoimikamarin pöytäkirjat 1921 I.  
Porin Rahatoimikamarin pöytäkirjat 1921 II.  
Porin Rahatoimikamarin pöytäkirjat 1923.

#### Äänitteet

Jorma Kallionpään muistelmia 1994 (nauhoite). Pvpka, Pori.

Jorma Kallionpää ja Matti Kraapo keskustelevalta valokuvista 6.3.1996 (nauhoite). Pvpka, Pori.

#### Haastattelut ja tiedonannot

Kraapo, Matti 16.11.2010. (Haastattelija Anni Ruohomäki, nauhoite tekijän hallussa).

Vallin, Petri 14.5.2012. Suullinen tiedonanto Anni Ruohomäelle.

Vinberg, Petri 22.11.2012. Kirjallinen tiedonanto Anni Ruohomäelle.

#### Kuvat

Anni Ruohomäen kokoelma.

Porin Vapaaehtoisen Palokunnan kokoelmat.

Satakunnan Museon kokoelmat.

#### Aikalaislähteet

Karlsson, Kurt K.: *Pori sodan varjossa 1939-1944: väestönsuojelupäällikön muistelmia*. Satakunnan kauppakamari, Pori, 1983.

#### Sanomalehdet

Satakunnan Kansa, Pori 1921; 1929; 1988; 2001.

#### Tutkimuskirjallisuus

BERGHOLM, Tapio: Suomen autoistumisen yhteiskuntahistoriaa. *Viettelyksen vaunu. Autoilukulttuurin muutos Suomessa*. Toim. Kalle Toiskallio. SKS, Helsinki, 2001.

FÖRSTI, Teija: Vauhtikauden vaunut ja vaatekerrat. Auto ja sukupuoli 1920-luvun Suomessa. *Esine ja aika. Materiaalisen kulttuurin historiaa*. Toim. Maija Mäkikalli ja Riitta Laitinen. SKS, Helsinki, 2010.

JUUTI, Petri: *Suomen palotoimen historia*. Yliopistopaino, Helsinki, 1993.

KOSMA, Jari: Suomi nousee kumipyörille. Autonomian ajan perintö. *Annetaanpa välikaasua! 50 vuotta autohistoriallista osaamista*. Toim. Ilkka Heikinheimo. Suomen Harrasteajoneuvot Oy, Helsinki, 2009.

Museoajoneuvo. Suomen Autobiili-Historiallinen Klubi ry. <http://www.sahk.fi/15>. 6.12.2011.

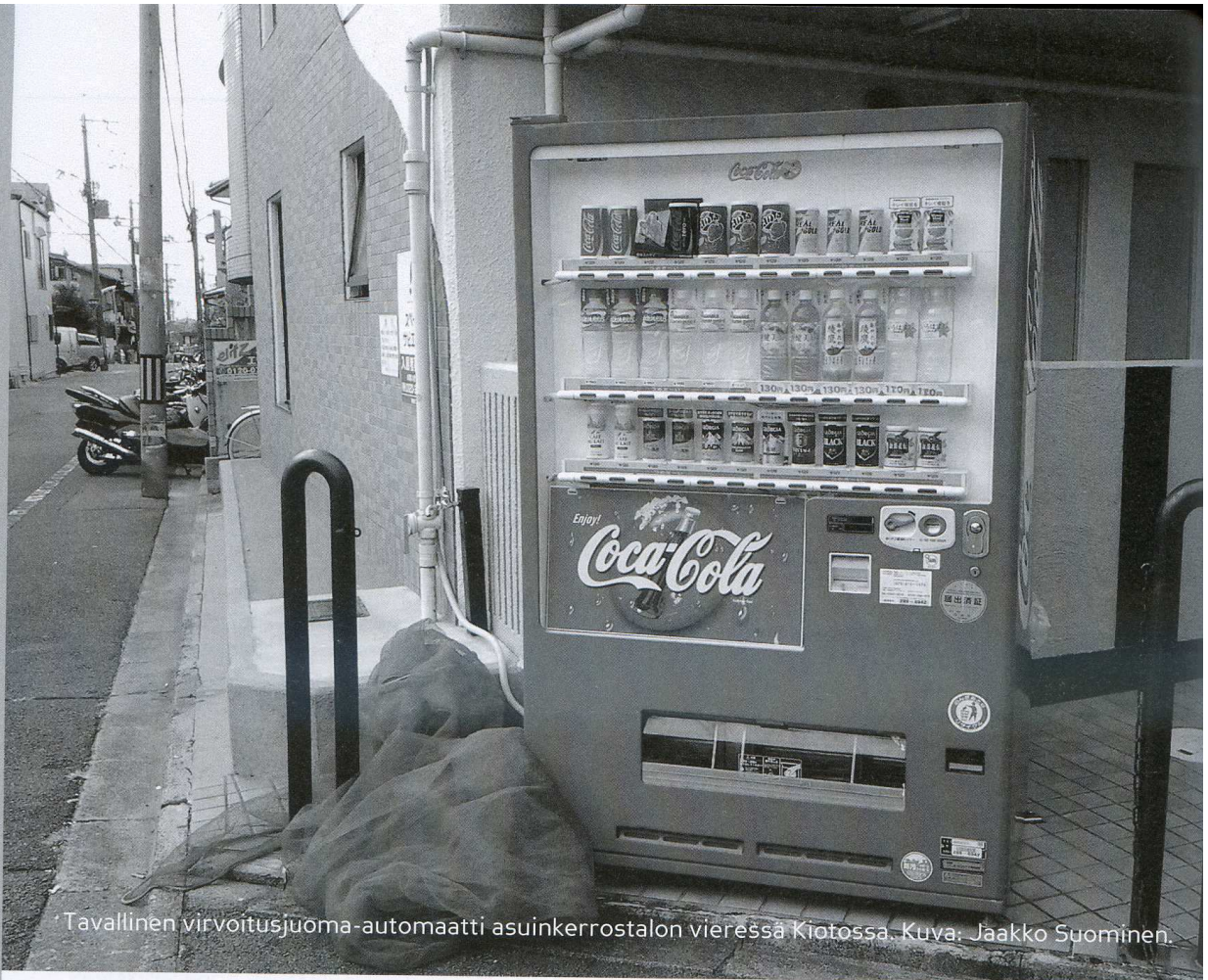
NUOREVA, Vilho: *Suomen palontorjunnan historia*. Jyväskylä, 1980.

SAARINEN, Juhani: *Porin historia III*. Porin kaupunki, 1972.

SIVULA, Anna: Menetetyn järven jäljillä – Historia osana paikallista kulttuuriperintöprosessia. *Medeiasta pronssisoturiin – Kuka tekee menneestä historiaa?* Toim. Pertti Grönholm ja Anna Sivula. Turun historiallinen yhdistys ry, Turku, 2010.

SIVULA, Anna: Puuvillatehtaasta muistin paikaksi. Teollisen kulttuuriperintöprosessin jäljillä. *Mitä on kulttuuriperintö?* Toim. Outi Tuomi-Nikula, Riina Haanpää ja Aura Kivilaakso. SKS, Helsinki, 2013.

TOISKALLIO, Kalle: Mihin auto on ajettu. *Viettelyksen vaunu. Autoilukulttuurin muutos Suomessa*. Toim. Kalle Toiskallio. SKS, Helsinki, 2001.



\* Tavallinen virvoitusjuoma-automaatti asuinkeuhkoston vieressä Kiotossa. Kuva: Jaakko Suominen.

## AUTOMAATIT OSANA JAPANILAISTA TEKNOLOGIAKULTTUURIA

Jaakko Suominen

Kun ensimmäisen kerran matkustin vuoden 2007 tammikuussa Japaniin, yksi katukuvassa erityisesti silmiin pistänyt asia oli erilaisten automaattien valtava määrä. Automaatit ovat läsnä kaikkialla. Niitä voisi siis kutsua ubiikiksi ilmiöksi (*ubiquitous*) Japanissa. Käsittelen tässä katsauksessa japanilaisten myyntiautomaattien historiaa ja automaateille annettuja merkityksiä.

Japanin automaattien kirjo on valtava. On tavaranmyyntiautomaatteja, jotka kauppaavat ruokia, juomia, kulutustavaroita, museolippuja, ruokalippuja ja paljon muuta.

Toiset automaattit suorittavat jonkun työn. Tällaisia ovat automaattipesulat tai puhelin-automaatit. Sitten on tietenkin vielä peli- ja leikkiautomaatteja, jotka on yleensä sijoitettu erillisiin pelihalleihin: pachinko-laitteita, ufo catchereitä, purikura-valokuva-automaatteja, monenlaisia videopeliautomaatteja, automaattisia tikkatauluja ja niin edelleen.

Automaatteja voi jaotella lajeihin ja sukuihin. Esimerkiksi Japanin myyntiautomaattien valmistajajärjestö sekä sisä- ja viestintäministeriö jakavat automaattit kahteen päätyyppiin: palveluautomaatteihin ja myyntiautomaatteihin.<sup>1</sup> Päätyypit puolestaan jakautuvat useisiin alaluokkiin. Automaattien tyypittelyssä voi soveltaa myös media-arkologi Erkki Huhtamon jaottelua. Hän jakaa ”kolikkokoneet” automaattisiin ja (proto)interaktiivisiin koneisiin.<sup>2</sup> Automaattien käyttö tarkoittaa rahan syöttämistä niiden sisään ja toiminnan tarkkailua tai tuotteen

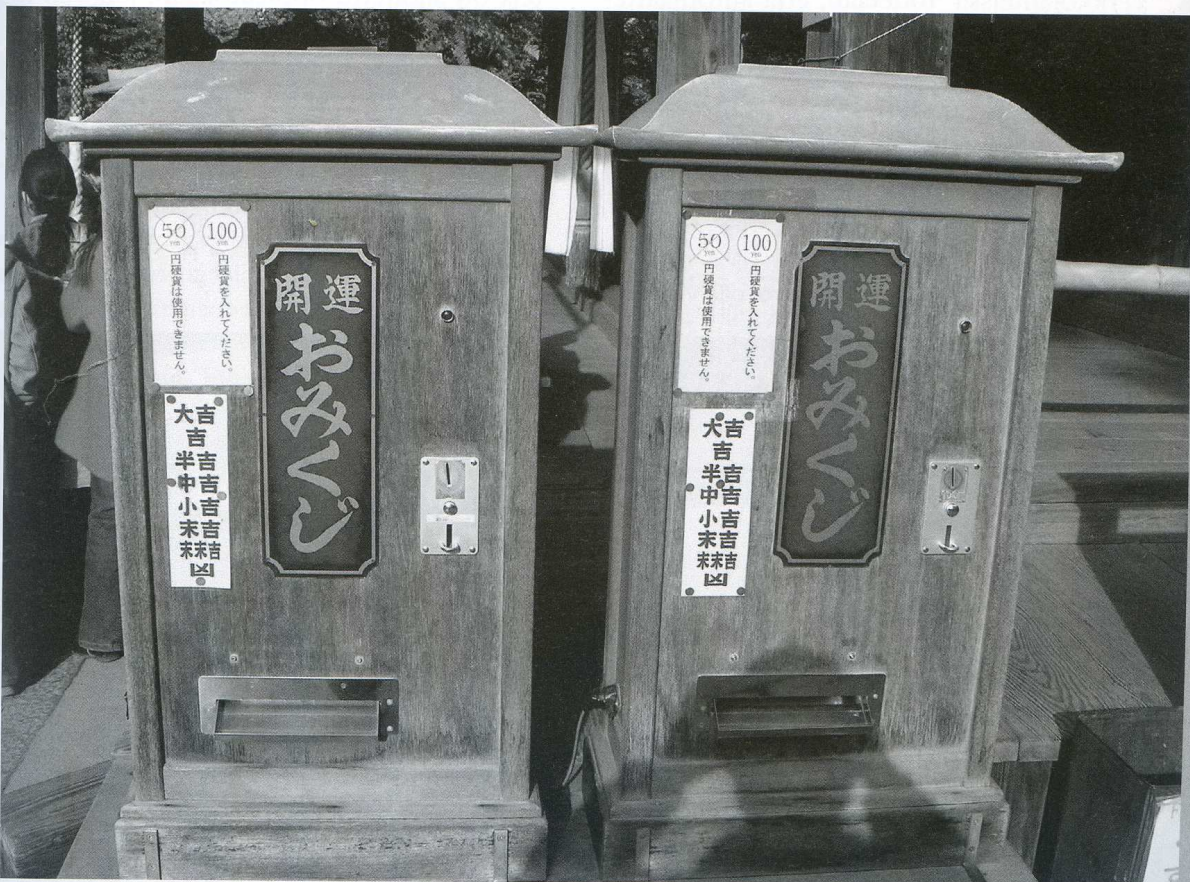
haltuunottoa sen jälkeen. Juoma-automaatti on tyypillinen esimerkki tällaisesta laitteesta. Peliautomaatit voi puolestaan määrittellä yleensä interaktiivisiksi koneiksi, vaikka esimerkiksi pachinko-laitteiden käyttö ei vaadi käyttäjältään suurta aktiivisuutta. Jo ennen videopeliautomaattien aikaa protointeraktiiviset koneet perustuivat kolikon syöttämisen lisäksi siihen, että laitteet reagoivat käyttäjien toimiin, joiden piti olla toistuvia ja yhtäjaksoisia.

Erkki Huhtamon mukaan kolikkokoneet ovat unohtuneet kulttuurihistoriasta lähes tyystin, vaikka ne ovat erittäin yleisiä. Huhtamo selittää unohdusta sillä, että ilmiöt arkipäiväistyessään muuttuvat helposti nä-

kymättömiksi.<sup>3</sup> Tutkijan tehtävänä on tuoda arkipäiväistyneitä ilmiöitä myös uudelleen näkyviksi, ja keskityn tässä japanilaista kulttuuria ja automaatteja käsittelevässä katsauksessa erityisesti tavarannmyyntiautomaatteihin (*vending machines*, nimi japaniksi *jidō-banbaiki* tai *jihanki*, automaattinen myyntikone). Ne ovat käyttäjilleen kenties lähes näkymättömiä, mutta tulevat uudestaan näkyviin esimerkiksi minun kaltaiseni turistin saapuessa uuteen ympäristöön, minun tapauksessani saapuessani ensimmäisen kerran harvaan asutusta Suomesta urbaaniin Japaniin. Ne tulevat näkyviksi myös silloin, kun niihin liittyvä järjestelmä pettää: esimerkiksi silloin, kun ympäristökatastrofi tuo

Puukuorinen ennustustenmyyntiautomaatti Kioton kultaisen paviljongin puistosta.

Kuva: Jaakko Suominen.



uudella tavalla esille automaattien vaikutuksen energian kulutukseen.

Kolmas uudelleen näkyväksi tuleminen tapa liittyy kulttuuriperintöprosessiin. Kun yksilöt, yhteisöt ja instituutiot valitsevat automaattien ja niiden käytön historialta kertovia esineitä ja ilmiöitä esimerkiksi museonäyttelyihin, niiden arvo ja merkitys muuttuu.<sup>4</sup> Joillakin vanhoilla kolikkoautomaateilla onkin jo paikkansa esimerkiksi niitä valmistaneiden yritysten historian esityksissä, ja automaatteja myös keräillään.

Kerron tässä katsauksessa taustatietoja automaateista ja niiden käytöstä. Käsittelem lyhyesti myös niiden historiaa ja pohdin automaatteja osana japanilaista kulttuuriympäristöä.

## PUUTA, LUUTA JA METALLIA

Verkkolähteissä<sup>5</sup> todetaan, että automaatteja on Japanissa asukasta kohden enemmän kuin missään muualla maailmassa. Japanissa on suunnilleen yksi automaatti 23 asukasta kohden. Niiden kokonaismäärä oli vuonna 2011 yli 5,8 miljoonaa. Noin puolet laitteista

on juoma-automaatteja. Määrä on pysynyt aika samanlaisena viimeisen viidentoista vuoden aikana, mutta pientä laskua on saattanut tapahtua.

Yhdysvalloissa, jossa merkittävä osa kaikista automaateista myy juomia, automaattien kokonaismäärä on suurempi kuin Japanissa. Mutta jos määrää vertaa asukasluukuun, Japanin automaattitiheys on suurempi. Vuoden 2010 tilastojen mukaan Yhdysvalloissa on 6,9 miljoonaa automaattia.<sup>6</sup>

Suomen tilanteesta on vaikeampi saada tietoa, mutta omien havaintojeni mukaan automaatteja on paljon harvemmassa. Niissä myydään lähinnä kylmiä ja kuumia juomia (yleensä eri automaateissa, toisin kuin Japanissa), makeisia ja suolaisia välipaloja. Suomessa automaattien määrä vaikuttaa kasvaneen, ja viime vuosina kortti- ja kännykkämaksaminen on yleistynyt. Automaatteja on sijoitettu oppilaitoksiin, julkisiin rakennuksiin, kauppakeskuksiin ja vaikkapa rautatieasemalaitureille.

Wikipedian mukaan ensimmäinen japanilainen automaatti oli tehty puusta ja siinä myytiin postimerkkejä. Itse olen Japanissa

Julkisilla paikoilla automaatteja voi olla vieri vieressä. Kuva: Jaakko Suominen.





Pikaruoka-automaatti lämmittää pakastetun annoksen ostajan odottaessa. Kuva: Jaakko Suominen.

törmännyt puisiin automaatteihin shintopyhäköissä, joissa automaateista voi ostaa ennustuksia.

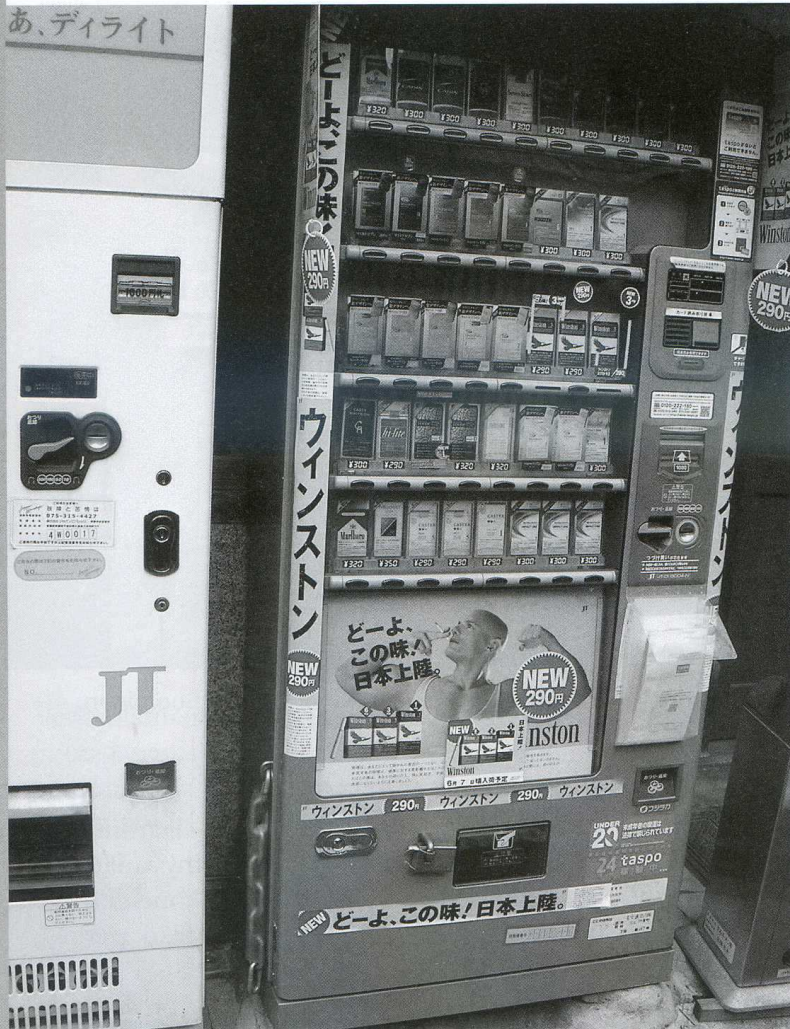
Matkailijoille tarkoitettu Att. Japanin *Vending Machines in Japan* -verkkosivu tarkentaa Wikipedian tietoja hiukan. Sen mukaan Japanin ensimmäisen myyntiautomaatin valmistaja patentoi 1888 Bakanissa, nykyisessä Shimonosekissä Tawaraya Koshichi, joka oli huonekalupuuseppä ja keksijä. Hänen patentoimansa laite oli tupakka-automaatti. Tällaiset historiaesitykset ja pyrkimykset ensimmäisten automaattien paikantamiseen ovat yksi esimerkki siitä, että automaatteja koskeva kulttuuriperintöprosessi on käynnistynyt.<sup>7</sup>

Saman verkkosivun mukaan Japanin vanhin säilynyt automaatti on niin ikään Koshichin suunnittelema. Se on postimerkkiautomaatti, joka toimi myös postilaatikkona, näytti tuotteiden hinnat ja antoi vaihtorahaa. Laite perustui samanlaiseen mekaniikkaan kuin 1600–1800-luvuilla

Edo-kaudella valmistetut automaattinuket eli karakuri-nuket.<sup>8</sup> Tätä kautta myyntiautomaatit linkittyvät mekaanisten koneiden ja nukkejen sekä teatterin pidempään perinteeseen.

Japanin historiaa tutkinut professori Olavi K. Fält luonnehtii Edo- eli Tokugawa-kautta (1600–1868) rauhan kaudeksi, joka merkitsi myös kulttuurista renessanssia. Kauden alussa saavutettiin hänen mukaansa Japanin kaupungistumisen siihenastinen huippu. Taloudellinen toimeliaisuus ja kaupankäynti lisääntyivät, samoin liikenneyhteydet parantuivat.<sup>9</sup> Nimenomaan kaupungeissa asuvan kauppaa käyvän väestön määrä kasvoi, ja Fältin mukaan varallisuuden kasvun myötä lisääntyi myös ”tavaroiden, palvelujen, kirjojen ja vapaa-ajan kysyntä”<sup>10</sup>. Karakuri-nukkejen valmistus sopii hyvin tähän viitekehykseen. Kallisarvoisina yksittäiskappaleina valmistettuina esineinä ne sopivat myös hovikulttuurien käyttöön.

Shoji Tatsukawan mukaan Japanissa oli



Tupakka-automaattien käyttö vaatii henkilön tunnistusta kortin avulla. Tästä syystä osa tupakoitsijoista ostaa savukkeet mieluummin kioskeista kuin automaateista. Kuva: Jaakko Suominen.

tehty automaattinukkeja jo aiemmin, mutta vasta Edo-kaudella ne tulivat suurelle yleisölle tutuksi. Suuri yleisö ei omistanut nukkeja mutta tutustui niihin julkisten esitysten kautta. Nukkeja rakensivat erityisesti kellosepät, ja esimerkiksi osakalaislähtöinen Takedan perhe järjesti useiden sukupolvien ajan karakuri-teatteriesityksiä, kunnes esitysten suosio ilmeisesti hiipui 1700-luvun lopulla. Karakuri-nukkeja oli monenlaisia, mutta kaikkein tyypillisimpiä olivat teettä tarjoilleet pienen lapsen näköiset nuket. Nukkeja valmistettiin puusta, ja niissä käytettiin muun muassa valaan luista valmistettuja jousia. Automaattien mekaniikkaa ku-

vailtiin kirjoissa, joita ei tosin ollut tarkoitettu suurelle yleisölle, koska tekijät halusivat säilyttää salaisuutensa. Kirjojen perusteella myöhemmin muun muassa Tatsukawa on pystynyt rakentamaan toimivan kopion karakuri-nukesta.<sup>11</sup>

Japanin kirjallisuuden tutkija ja tietokirjailija Raisa

Porrasmaa on todennut, että Edo-kauden sotilashallinto pelästyivät karakuri-nukkejen tekijöiden tietämystä, koska sen avulla olisi voinut rakentaa myös aseita. Joka tapauksessa Porrasmaa esittää, että karakuri-tietotaidon on ”arveltu edistäneen Japanin nopeaa modernisaatiota, ja nukkeja onkin pidetty robottien prototyyppeinä”.<sup>12</sup>

Karakuri-mekaniikan soveltaminen myyntiautomaatteihin 1800-luvun lopulla kertoo omalla tavallaan tapahtuneesta muutoksesta, Meiji-restauraation eli keisarin vallan palauttamisen myötä syntyneestä uudesta vaiheesta. Silloin yksittäiset taide- ja käsityöautomaatit, nuket, korvautuivat uudenlai-



sesta teollistuvasta ja länsimaisia vaikutteita soveltavasta yhteiskunnasta kertovilla automaateilla. Meiji-restauraatio, ”länsimaisen kulttuurin kolmas aalto”<sup>13</sup>, merkitsi uuden teollisuuden perustamista, ulkomaankaupan tehostamista ja uusimman tiedon hankintaa. Ja vaikka aalto päättyi 1880-luvun lopulla voimistuneeseen nationalistiseen vastareaktioon, myyntiautomaattien leviämisen varhaisvaiheet kuuluvat osana länsimaisen kulttuurin neljänteen aaltoon. Se tarkoitti Fältin mukaan puolestaan massakulttuurin, esimerkiksi muodin, musiikin ja elokuvien, leviämistä laajan väestöosan keskuuteen erityisesti 1920-luvulla – ennen seuraavaa nationalistista vastareaktiota, joka huipentui toiseen maailmansotaan.<sup>14</sup> Esimerkiksi osakalaislähtöinen Glico-makeisyhtiö esitteli 1931 Tokiossa makeisautomaatit, joissa oli myös jonkinlainen filmiprojektori. Nytemmin yhtiö esittelee automaattia osana oman yritys museonsa kokoelmaa.<sup>15</sup>

Media-arkeologi Erkki Huhtamo on kirjoittanut kuluttaja-automaateista eräänlaisina teollisuusautomaattien ”vastakoneina”. Sekä teollisuusautomaatio että kuluttaja-automaatit kumpusivat samasta

kontekstista. Huhtamo ei käsittele pelkästään Japania vaan kirjoittaa ylikansallisessa viitekehysessä kolikkokoneista (*slotmachines* tai *coin-op's*) ja viittaa enemmän peliautomaatteihin, mutta hän mainitsee myös makeisautomaatit ja ennustuskoneet – ja jopa koneet, jotka tarjosivat käyttäjälleen maksua vastaan terveellisinä pidettyjä sähköiskuja. Vastakoneiden suosio perustui Huhtamon mukaan ”samaan positivistiseen tieteesuskoon kuin koneiden voittokulku teollisuudessa”. Hän väittää, että 1800-luvun lopulla muodostui esikyberneettinen, työn ja vapaa-ajan yhdistänyt feedback-silmukka. Se leimasi myös 1900-luvun alkua – ja viime vuosisataa laajemmin. Huhtamo kirjoittaa modernin teknologian ihmistyypistä: ”Samat ihmiset, jotka joutuivat viettämään päivänsä ”koneisiin kytkettyinä” (tehtaissa tai toimistoissa) hakeutuivat usein iltaisin ja viikonloppuisin vapaaehtoisesti toisenlaisten koneiden ääreen, joita baarit, huvipuistot, markkinakojut, tavaratalojen aulat ja rautatieasemien odotushallit olivat pullollaan.”<sup>16</sup> Voisi väittää, että Huhtamon kuvaama palautesilmukka on nykyään muuttunut: koneet ja vastako-



Hachijo-Jiman saarella Hachijo-Fuji-vuoren rinteellä olevalla maatilalla harvinainen maidonmyyntiautomaatti palvelee kävijöitä. Kuva: Jaakko Suominen.



Uuden sukupolven kahviautomaatissa on laaja valikoima ja kuvaruutu. Kuva: Jaakko Suominen.

neet ovat sulautuneet toisiinsa, kun ihmiset käyttävät aivan samoja laitteita työn tekemiseen että vapaa-ajan viettämiseen.

Automaattien aikakausi alkoi toden teolla vasta sodan jälkeen. Automaateista tuli suosittuja Japanin teollistuessa ja vaurastuessa, erityisesti 1950-luvun lopulta lähtien. Automaateista tuli tärkeä osa kulkutuskulttuuria. Yksi kuuluisimmista ja tyypillisimmistä automaateista oli halpaa mehua mukeissa myynyt mehuautomaatti.<sup>17</sup>

Automaattien määrä lisääntyi Japanissa nopeasti, samaa tahtia vaurastumisen kanssa: 1964 myyntiautomaatteja oli 240 000, vuonna 1970 yksi miljoona, vuonna 1973 yli 2 miljoonaa ja 1984 5 miljoonaa – ja nyt siis melkein 6 miljoonaa. Määrän nousun yhtenä syynä oli verkkolähteiden mukaan panimoteollisuuden tulo mukaan automaattibisnekseen.<sup>18</sup> Mehumukit vaihtuivat pitkälti pulloihin ja tölkkeihin pakattuihin tuotteisiin.

Eräiden lähteiden mukaan automaattien kultakausi alkoi uuden sadan jenin kolikon lanseeraamisesta 1967.<sup>19</sup> Aiemmin kolikoissa oli ollut hopeaa, mutta vuonna 1967 lanseeratun kolikon seoksessa oli enemmän halvempia metalleja, kuten nikkeliä, jolloin kolikkojen valmistuskustannukset olivat pienemmät. Nykyään kolikoiden ja setelien lisäksi automaattiostoksia voi maksaa myös korteilla tai kännyköillä, kuten muuallakin maailmassa. Japanissa kannattaa kuitenkin pitää kolikoita mukana automaatteja varten.

Kaikkialla ja kaikkien saatavilla olevien automaattien paljouden voi liittää keskiluokaisuuden ja tasa-arvoisuuden eetokseen. Siinä painotetaan myös liikkeellä olemisen, työn ja kuluttamisen suhdetta. Kulutussoiologian tutkijoiden Terhi-Anna Wilskan ja Annamari Konttisen mukaan japanilaiselle yhteiskunnalliselle keskustelulle on tyypillistä tasa-arvoisuuden korostaminen. Vaikka yleisesti viljelty käsitys tasa-arvosta ei

pidä täysin paikkaansa, suuri osa väestöstä haluaa tutkijoiden mukaan samaistua keskiluokkaan, ja erojen kieltämisestä on tullut vahva yhteiskunnallinen normi.<sup>20</sup> Wilskan ja Konttisen pohjalta väittäisin automaattien tukevan tätä normia. Automaatit eivät kysy ikää, sukupuolta, ammattia tai varallisuutta.

## AUTOMAATTIEN VERKOSTOT

Teknologian historioitsija Thomas P. Hughesin ajattelua soveltaen kaikkialle levinneitä automaatteja voi ajatella myös osana teknologista ja kulttuurista järjestelmää.<sup>21</sup> Voi vain miettiä, mihin kaikkeen ne liittyvät: ne tarvitsevat laitevalmistajia, myytävien tuotteiden kehittäjiä, valmistajia ja jakelijoita eli logistisia järjestelmiä, sähkövirtaa, täyttäjiä, huoltajia, valvojia, lainsäädäntöä. Eli automaatteihin sitoutuu paljon muita toimia ja toimijoita käyttäjien ja heidän ostotapahtumiensa lisäksi. Inhimillisten toimijoiden lisäksi on kiinnitettävä huomiota myös ei-inhimillisiin toimijoihin: itse laiteartefakteihin ja niiden vaatimaan infrastruktuuriin.

Kiinnostava on vaikkapa automaattien suhde sähkönkulutukseen. Japanilaiset ystävämme totesivat ennen Japanin maanjäristystä, tsunamia ja sen seurauksena tapahtunutta Fukushimaan ydinonnettomuutta 2011, että kulutuslaskelmien mukaan ilman automaatteja voisi sulkea useita ydinvoimaloita. Toisaalta he mainitsivat, että automaatteja perustellaan varmuusvarastoina. Maanjäristyksen sattuessa on puutetta puhtaasta vedestä. Joka kulmalla olevista automaateista saa tällöin ilmaiseksi juotavaa ensi hätään. En ole pystynyt tarkistamaan tietoa. Mutta esimerkiksi eräs Japaninkin merkittävimmistä myyntiautomaattitoimijoista, Coca-Cola, ilmoitti maanjäristyksen ja tsunamin jälkeen, että yhtiö pyrkii vähentämään automaattiansa virrankulutusta muun muassa parantamalla virransäästöteknologiaa ja ottamalla käyttöön ”vihreitä automaatteja”, joihin virta tuotetaan osin aurinkovoimal-

la.<sup>22</sup> Coca-Cola vastasi tapahtuneeseen ajattelutavan muutokseen, jossa sähkön säästämistä tuli jopa pakkomielle. Käytännössä Coca-Colan ja muiden juomayhtiöiden automaattien tekniikasta vastaa esimerkiksi Fuji Electric, joka kustomoi automaattejaan eri yrityksille. Fuji Electric mainostaa verkkosivullaan automaatteja juuri sähköä säästävien ominaisuuksien avulla.<sup>23</sup> Raisa Porrasmaan mukaan Fukushimaon onnettomuudesta seurannut Japanin sähkönsäästökampanja poiki useita innovaatioita ja loi markkinoita uusille tuotteille.<sup>24</sup>

Automaatteja koskevat vaihtelevat kysymykset ja automaatteihin linkittyvät toimijoiden verkostot näkyvät myös aihepiiriä koskevan tutkimuksen moninaisuudesta. Google Scholar -haun perusteella japanilaisia automaatteja koskeva tieteellinen tutkimus on kohdistunut kahteen pääsuuntaan: yhtäältä se liittyy laitteiston ja logistiikan kehitykseen<sup>25</sup>, ja tutkijat ovat kehittäneet tapoja optimoida automaattien täyttöprosesseja, tuotteiden kuljetusketjuja sekä tapoja valvoa automaattien toimintaa ja kulutusta keskiteytysti tietoverkkojen avulla. Google Scholar löytää myös automaattiteknoologiaan liittyviä patenteja. Ja voisi olettaa, että tutkimus keskittyy jatkossa entistäkin enemmän energiansäästön kysymyksiin.

Toisaalta tutkimus on kohdistunut myytävien tuotteiden, kuten tupakan ja virvoitusjuomien terveysvaikutuksiin. On esimerkiksi tutkittu, miten automaatit ovat vaikuttaneet nuorten tupakointiin.<sup>26</sup> Julkisella ja tieteellisellä keskustelulla on ollut vaikutuksensa. Vuonna 2008 otettiin käyttöön älykortti taspo. Se on Japanin tupakkainstituutin lanseeraama ”tupakkapassi”, joka toimii RFID-tekniikalla. Sen avulla vain yli 20-vuotiaat voivat ostaa tuotteita tupakka-automateista.<sup>27</sup> Myös valvomattomissa julkisissa tiloissa olevien olutautomaattien käyttö vaatii sähköistä henkilökorttia.

Vuonna 2002 puolestaan verkkotietojen mukaan ennen Koreassa ja Japanissa jär-

jestettyjä jalkapallon MM-kisoja kiellettiin psykoaktiivisten eli huumaavien ja hallusinaatioita aiheuttaneiden sienten automaattimyynti love-tuntihotellien yhteydessä. Sitä ennen sienikauppa oli ollut laillista. Ilmeisesti laillisuuden rajamailla olevia hallusinoogeenisiä yrtejä on kuitenkin edelleen automaattimyyntissä tietyillä alueilla.<sup>28</sup>

Kulttuuritieteellistä tutkimusta automaateista on vähemmän, ja väittäisin, että kulttuurintutkijoiden huomio on kohdistunut enemmän japanilaisiin peliautomaatteihin kuin myyntiautomaatteihin.<sup>29</sup> Kuitenkin Michael Ashkenazi käsitteli muutama vuosi sitten Japanin luonnon kulttuurista kuvastoa koskevan kirjan artikkelissaan tölkkijuomia ja automaatteja. Hän tutki automaattien tuloa osaksi ”luonnollista maisemaa”. Ashkenazi yhdistää automaattit, puutarhat, kukka-asetelmat: kaikki ovat esimerkkejä keinotekoisista luonnon tai ympäristön manipuloinnista.<sup>30</sup>

Automaatin ostotapahtuma voi olla sosiaalinenkin, mutta Ashkenazin mukaan kyse on erityisesti yksilökäytöstä. Juomat ovat yksittäispakattuja – toisin kuin vaikkapa markettien juomamonipakkaukset. Hän yhdistää pulloihin ja tölkkeihin pakatut automaattijuomat kulttuuriseen puhtauden ihannointiin ja kiinnittää huomiota siihen, että monet juomat liittyvät terveyteen. Ashkenazi saattaa vähän liioitella, mutta terveysvaikutuksista on tullut yksi tuotteiden markkinointikeinoista, osittain vastaiskuna virvoitusjuomien haitallisuutta koskevalle keskustelulle. Juomayhtiöt ovatkin kehittäneet tuotevalikoimaansa, mikä näkyy myös myyntiautomaattien tarjonnassa. Ashkenazin mukaan automaattit ovat ikään kuin luonnollistuneet; ne ovat kaikkialla käden ulottuvilla, eivät keinotekoisia eivätkä luonnollisia. Hän myös alleviivaa, että japanilaisessa kulttuurissa ei samalla tavalla tehdä eroa elollisen ja elottoman tai ihmisen tekemän tai luonnon muovaaman välillä.<sup>31</sup> Samaa painottavat muutkin tutkijat.<sup>32</sup> Tästä

syystä automaattien paikkaa ja luonnetta ei ole helppo määrittää.

Edellä mainitut vertailut ja yksilöllisyyden korostukset ovat vähintään kiinnostavia näkökulmia, mutta minusta olisi tärkeä tutkia myös esim. automaatteja osana sosiaalista toimintaa. Automaattien jonkinlaista näkymätöntä toimijuutta voisi tarkastella myös Michel Callonin, Bruno Latourin ja kumppaneiden toimijaverkkoteorian (nk. ANT-tutkimus) kautta. Toisaalta voisi tutkia automaattien käytön kokemuksellisuutta, sitä, mikä merkitys ostajalle on erilaisilla automaatin ja tuotteen vuorovaikutustilanteilla: mikä merkitys on tuotteen valinnalla, laitteen ja tuotteiden visuaalisella ilmeillä, valoilla, kosketuksella ja vaikkapa sillä äänellä, mikä kuuluu rahan pudotessa lokeroon ja tuotteen pudotessa automaattista lokeroon, josta se otetaan käteen.

Länsimaisesta näkökulmasta automaatteja tarkastellaan usein suhteessa japanilaiseen teollisuuteen, kulutuskulttuuriin ja teknologiaan. Usein automaattit toimivat hieman stereotyyppisesti esimerkkeinä japanilaisesta edellä mainittuja tekijöitä yhdistävästä outoudesta. Vaikka automaatteja on muuallakin, Japanissa niitä on kaikkialla ja niiden joukossa on kummallisuuksia. Kun automaatteja koskevaa tietoa hakee Google-hakukoneella, kärkituloksina saa sivuja, jotka on otsikoitu esimerkiksi seuraavasti: ”14 Cool vending machines”, ”24 Vending machines you won’t believe exist”, ”World’s weirdest vending machines” sekä ”12 bizarre vending machines”. Sivut esittelevät käytännössä aina samoja japanilaisia myyntiautomaatteja: autonmyyntiautomaatteja, kananmuna-automaatteja, pornolehti-automaatteja, käytettyjä pikkuhousuja myyviä automaatteja (jotka on jo kielletty), eläviä hummereita kauppaavia automaatteja ja vastaavia. Ne muodostavat vain murto-osan kaikista automaateista, mutta niiden kautta näyttäytyy tietty Japaniin liitettävä outous, toiseus tai kiinnostava viileyys eli ”Japan

cool”.<sup>33</sup> Tavallinen juoma-automaatti ei ole samalla tavalla uutisen arvoinen.

## KAIKKIALLA AUTOMAATTEJA

Japanissa automaatteja on kaikkialla Fuji-vuorelta ja tempelialueilta kaduille ja ostoskeskuksiin. Automaattien kirjo on valtava. Automaatit moniulotteisuudessaan tarjoavat kiinnostavia ikkunoita japanilaiseen kulttuuriin, teknologiaan ja kuluttamiseen. Tulevaisuudessa automaatit voivat olla myös liikkuvia ja puhuvia, eräänlaisia robotin, pelikoneen ja myyntiautomaatin yhdistelmiä, kuten mihin kuvassa oleva Fukuokassa 2011 kuvattu opastava ja mainostava automaatti viittaa.

Erityisesti vilkkailla rautatieasemilla on myös uuden sukupolven automaatteja, joissa myytävät tuotteet esitellään suurella näytöllä, jonka avulla tuotetietoja on helppo muuttaa, tuotetta valitsevalle ja odottavalle ostajalle voidaan näyttää videoita tai tarjo-

ta pelejä pelattavaksi. Lisäksi vuoden 2011 lopulla Coca-Cola Japan lanseerasi Happiness Quest -kampanjan, jossa yhtiö oli pelillistänyt myyntiautomaatteja. Kampanjaan rekisteröitynyt käyttäjä saattoi keräillä ostoksillaan pisteitä, kuvia kännykkäänsä ja sai personoituja tervehdyksiä ja uutisia automaatteja käyttäessään. Jokaisen automaatin kyljestä löytyi QR-koodi, jonka avulla rekisteröitynyt käyttäjä sai pisteitä ja tietoja.<sup>34</sup>

Ja kuten todettua, myös myyntiautomaatteja koskeva kulttuuriperintöprosessi on käynnistynyt. Tutkijat käsittelevät automaattien kulttuuria ja historiaa, ja historiaesityksissä tehdään valintoja automaatteihin liittyvistä traditioista, tunnistetaan käännekohtia, merkkiesineitä ja henkilöitä. Automaatteja ja niiden tuotteita valitaan näyttelyihin, joka kertovat sekä japanin teollisesta historiasta että kulutuskulttuurien muutoksista. Omaa kulttuuriperintötyötään tekevät myös keräilijöiden yhteisöt, joiden kriteeritöt kokoelmiensa muodostamiseen ja käyt-

töön ovat erilaisia kuin muistiorganisaatioilla. Esimerkiksi professori Keiji Amanon mukaan Japanissa on jonkinlainen nostalgiovillitys etsiä maaseudulta toimivia COSMOS-automaatteja, jotka ovat tuttuja 1980-luvun lapsille ja nuorille. COSMOS-automaatit



Kuvaruudulla varustettu markkinointirobotti.  
Kuva: Päivi Lahdelma.

oli yleensä sijoitettu karkkikauppojen tai markettien läheisyyteen ja niissä myytiin esimerkiksi luluja.<sup>35</sup>

Vaikka myyntiautomaattien ulkoinen ilme on pysynyt pidempään vakiona, niiden tuotevalikoima elää ja myös niiden käyttöliittymissä tapahtuu muutoksia. Samanaikaisesti automaattien käyttäjien toimintatavat, kulutustottumukset ja käsitykset kulttuuriympäristöistä muuttuvat. Kun käyttäjä kääntää taskustaan pari sadan jenin kolikkoo, sujauttaa ne automaattiin, painaa nappia ja poimii juoman, hän kytkeytyy monipuoliseen historialliseen ja kulttuuriseen verkkosivon, jonka olemassa oloa hän ei aina tiedosta.

FT Jaakko Suominen on digitaalisen kulttuurin professori Turun yliopistossa.

<sup>1</sup> Verkkosivu "Japan Vending Machine Manufacturers Association: Info".

<sup>2</sup> Huhtamo 2002, 31–33.

<sup>3</sup> Huhtamo 2002, 31–33.

<sup>4</sup> Kulttuuriperintöprosessista ks. esim. Sivula 2013, 163.

<sup>5</sup> Tällaisia ovat esimerkiksi Japanin automaattivalmistajien järjestön infosivu ja useat yleisartikkelit sekä Wikipedian englanninkielinen automaatteja (Vending Machines) käsittelevä sivu.

<sup>6</sup> Verkkosivu "Japan Vending Machine Manufacturers Association: Info".

<sup>7</sup> Verkkosivu "Vending Machines in Japan".

<sup>8</sup> Verkkosivu "Vending Machines in Japan".

<sup>9</sup> Fält 1994, 83–98.

<sup>10</sup> Fält 1994, 93.

<sup>11</sup> Tatsukawa 2000, 126.

<sup>12</sup> Porrasmäe 2012, 225.

<sup>13</sup> Fält 1994, 125–132.

<sup>14</sup> Fält 1994, 137–141.

<sup>15</sup> Verkkosivu "Glico Group History".

<sup>16</sup> Huhtamo 2002, 28–29.

<sup>17</sup> Ks. esim. verkkosivu "Vending Machines in Japan".

<sup>18</sup> Verkkosivu "Vending Machines in Japan".

<sup>19</sup> Ks. esim. verkkosivu "Vending Machines in Japan" sekä Wikipedia.

<sup>20</sup> Wilska & Konttinen 2006, 35.

<sup>21</sup> Esim. Hughes 1994.

<sup>22</sup> Ks. Mathews 1.11.2011; Bruce 24.10.2012.

<sup>23</sup> Verkkosivu "Fuji Electric Global, Food and Beverage Distribution 2013".

<sup>24</sup> Porrasmäe 2012, 228.

<sup>25</sup> Ks. esim. Rusdiansyah & Tsao 2005.

<sup>26</sup> Ks. esim. Osaki ym. 2006.

<sup>27</sup> Verkkosivu "Aims of taspo".

<sup>28</sup> Ashcraft 10.2.2012; 23.5.2012.

<sup>29</sup> Japanilaisten pelikulttuurien tutkimuksesta Kusahara 2002; Järvinen 2006.

<sup>30</sup> Ashkenazi 2004, passim.

<sup>31</sup> Ashkenazi 2004, passim.

<sup>32</sup> Esim. Järvinen 2006, 167; Porrasmäe 2012, 221–226.

<sup>33</sup> Japan coolista ja siihen liittyneestä markkinointikampanjasta ks. erit. Porrasmäe 2012, 64–67, myös Valaskivi 2006, 24–26; Järvinen 2006, 166.

<sup>34</sup> Verkkosivu "Zimply Zesty: Coca-Cola's Happiness Quest Brings QR Codes & Gamification To Vending Machines".

<sup>35</sup> Keiji Amano, tiedonanto 11.4.2014. COSMOS-automaateista ei voi valita ostostaan vaan käytännössä rahaa vastaan saa yllätyslulun.

## LÄHTEET

### Verkkosivut, populaariartikkelit ja tiedonannot (linkit tarkastettu 13.3.2014)

"12 Bizarre Vending Machines." 26.5.2009. Oddee.com <[http://www.oddee.com/item\\_96684.aspx](http://www.oddee.com/item_96684.aspx)>

"14 Cool Vending Machines from Japan." 8.6.2009. Toxel.com <<http://www.toxel.com/tech/2009/06/08/14-cool-vending-machines-from-japan/>>

"18 Odd Items for Sale in Japanese Vending Machines." <<http://money.howstuffworks.com/18-odd-items-for-sale-in-japanese-vending-machines.htm>>

"Aims of 'taspo'". Tobacco Institute of Japan <<http://www.taspo.jp/english/taspo/>>.

Amano, Keiji: "On COSMOS vending machines". Tiedonanto Jaakko Suomiselle 11.4.2014. Jaakko Suomisen hallussa.

Ashcraft, Brian: "Japan's Panty Vending Machines: The Unreal Hyperbole (and Honest Truth)." *Kotaku* 10.2.2012 <<http://kotaku.com/5948143/japan-panty-vending-machines-the-unreal-hyperbole-and-honest-truth>>.

Ashcraft, Brian: "Japanese Vending Machines, Selling You Hallucinogenic Herbs for Sexy Good Times." *Kotaku* 23.5.2012 <<http://kotaku.com/5912573/japanese-vending-machines-selling-you-hallucinogenic-herb-for-sexy-good-times>>

Ashcraft, Brian: "The Wild and Wonderful World of Japanese Vending Machines." *Kotaku* 3.5.2013

- <<http://kotaku.com/5988536/the-wild-and-wonderful-world-of-japanese-vending-machines>>.
- Bruce, Christina "How the Japanese Earthquake Launched the 'Impossible' Vending Machine" Coca-Cola Journey 24.10.2012 <<http://www.cocacola.com/stories/how-the-japanese-earthquake-launched-the-impossible-vending-machine>>.
- "Cool Vending Machines in Tokyo Japan." Yellow Productions -käyttäjän 17.12.2009 lataama YouTube-video <[https://www.youtube.com/watch?v=Wp\\_cnqg9jHc](https://www.youtube.com/watch?v=Wp_cnqg9jHc)>.
- "Fuji Electric Global, Food and Beverage Distribution 2013" <https://www.fujielectric.com/products/food.html>.
- "Glico Group History" <<http://www.glico.co.jp/en/corp/history.html>>.
- Japan Vending Machine Manufacturers Association: "Information" <[http://www.jvma.or.jp/information/qa\\_01.html](http://www.jvma.or.jp/information/qa_01.html)>.
- Mathews, James: "Coca Cola reduce power consumption in vending machines due to Earthquake". Earth Times 1.11.2011 <<http://www.earthtimes.org/business/coca-cola-reduce-power-consumption-vending-machines-earthquake/1569/>>.
- Paris, Natalie: "The world's weirdest vending machines." Daily Telegraph Travel <<http://www.telegraph.co.uk/travel/weird-wide-world/10609971/The-worlds-weirdest-vending-machines.html>>.
- "Vending Machines in Japan" Att.Japan <<http://www.att-japan.net/en/culture/guide/EC000090>>.
- Wikipedia-artikkeli: Vending machine <[http://en.wikipedia.org/wiki/Vending\\_machine](http://en.wikipedia.org/wiki/Vending_machine)>.
- Simply Zesty: Coca-Cola's Happiness Quest Brings QR Codes & Gamification To Vending Machines <<http://www.simplyzesty.com/Blog/Article/November-2011/Coca-Cola-s-Happiness-Quest-Brings-QR-Codes-Gamification-To-Vending-Machines>>.
- Kirjallisuus**
- RINNE, Matti. *Aseman kello löi kolme kertaa. Suomen rautateiden kulttuurihistoriaa*. Otava, Keuruu 2001.
- ASHKENAZI, Michael. "The Can-nonization of Nature in Japanese Culture: Machinery of the Natural in Food Modernization." Kirjassa Pamela J. Asquith and Arne Kalland (Eds.): *Japanese Images of Nature - Cultural Perspectives*. Nordic Institute of Asian Studies. Man and Nature in Asia, No. 1. First Published in 1997 by Curzon Press. Routledge Curzon, London 2004, 206-220.
- FÄLT, Olavi K. "Japani kulttuurivirtojen suvantona." Teoksessa Olavi K. Fält, Kai Nieminen, Anna Tuovinen, Ilmari Vesterinen: *Japanin kulttuuri*. Otava, Helsinki 1994, 9-155.
- HUGHES, Thomas P. "The Evolution of Large Technological Systems." Teoksessa Wiebe E. Bijker, Thomas P. Hughes and Trevor Pinch (Eds.): *The Social Construction of Technological Systems. New Directions in the Sociology and History of Technology*. First Published 1987. Fift Printing. The MIT Press, Cambridge Massachusetts, London, England 1994, 51-82.
- HUHTAMO, Erkki. "Vastakoneen vaiheet. Elektronisen pelikulttuurin arkeologiaa." Teoksessa Erkki Huhtamo & Sonja Kangas (toim.): *Mariosofia - elektronisten pelien kulttuuri*. Gaudeamus, Helsinki 2002, 21-46.
- JÄRVINEN, Aki. "Voiko peli tuoksua kulttuuriltaan? Japanilaiset videopelit globaaleilla pelimarkkinoilla." Teoksessa Katja Valaskivi (toim.): *Vaurauden lapset. Näkökulmia japanilaiseen ja suomalaiseen nykykulttuuriin*. Vastapaino, Tampere 2006, 157-181.
- KUSAHARA, Machiko. "Japanin pelikulttuuri." Teoksessa Erkki Huhtamo & Sonja Kangas (toim.): *Mariosofia - elektronisten pelien kulttuuri*. Gaudeamus, Helsinki 2002, 269-295.
- OSAKI, Y., TANIHATA, T., OHITA, T., MINOWA, M., WADA, K., SUZUKI, K., & KISHIMOTO, T. "Adolescent smoking behaviour and cigarette brand preference in Japan." *Tobacco control*, 15(3), 2006, 172-180.
- PORRASMAA, Raisa. *Japani pintaa syvemältä. Muutakin kuin sake, sushi ja samurai*. Atena, Jyväskylä 2012.
- RUSDIANSYAH, Ahmad & TSAO, De-bi. "An integrated model of the periodic delivery problems for vending-machine supply chains." *Journal of Food Engineering* 70.3 (2005): 421-434.
- SIVULA, Anna. "Puuvillatehtaasta muistin paikaksi. Teollisen kulttuuriperintöprosessin jäljillä." Teoksessa Outi Tuomi-Nikula, Riina Haanpää ja Aura Kivilaakso (toim.): *Mitä on kulttuuriperintö?* Tietolipas 243. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki 2013, 161-191.
- TATSUKAWA, Shoji. "Karakuri: Japanilaisten automaattien historiasta." Teoksessa *Outoäly - Alien Intelligence*. Nykytaiteen museo Kiasma, Helsinki 2000, 126-128.
- VALASKIVI, Katja. "Johdanto: Vaurauden lapset kypsässä yhteiskunnassa." Teoksessa Katja Valaskivi (toim.): *Vaurauden lapset. Näkökulmia japanilaiseen ja suomalaiseen nykykulttuuriin*. Vastapaino, Tampere 2006, 13-29.
- WILSKA, Terhi-Anna & KONTTINEN, Annamari. "Kulutuskulttuurit ja elämänvalinnat Suomessa ja Japanissa." Teoksessa Katja Valaskivi (toim.): *Vaurauden lapset. Näkökulmia japanilaiseen ja suomalaiseen nykykulttuuriin*. Vastapaino, Tampere 2006, 31-61.

## KULTTUURIPERINTÖ YRITYKSEN VOIMAVARANA

Maarit Grahn

**LEKTIO.** Maarit Grahnin väitöskirja *Perheyhtiö ja paikallisuus. A. Ahlström Osakeyhtiön historian perintö Noormarkussa* tarkastettiin Turun yliopistossa 25.1.2014.

Vuonna 2013 käynnistyi sahamuseoprojekti, jonka tavoitteena on kunnostaa Noormarkun ruukkialueella sijaitseva, vuonna 1875 rakennettu saharakennus museokäyttöön. Olen saanut olla mukana tässä projektissa suunnittelemassa näyttelyn kulkua ja tietosisältöä. Tämän, Noormarkunjoen varrella sijaitsevan ns. Makkarakosken sahan raamit pysähtyivät talvella 1956. Saharakennus alkuperäisine laitteistoineen on teollisuus- ja kulttuurihistorialliselta arvoltaan lähes verrattavissa Pohjois-Kymenlaaksossa sijaitsevaan Verlan käsipahvitehtaaseen, joka on yksi Suomen maailmanperintökohteista. Saharakennus on jälki 1800-luvun lopun teollistumisen aikakaudelta, mutta samalla se toimii esimerkkinä siitä, mitä historia voi merkitä yritykselle, ja siitä, miten yritys voi toimia kulttuuriperinnön säilyttäjänä ja käyttäjänä.

Tutkimuksessani tarkastelen A. Ahlström Osakeyhtiön ja Noormarkun ruukin esimerkin valossa, miten historian käyttö ja perinteet ilmenevät perheyhtiön sisäisessä ja ulkoisessa toiminnassa ja miten historiatietoisuus vaikuttaa yrityksen johtamiseen ja toimintaan, erityisesti paikallisen vaikuttavuuden näkökulmasta. Samalla sel-

vitän, miten liiketoiminnan laajeneminen ja globalisoituminen vaikuttavat paikallistason toimintaan, ja miten yritys käyttää kulttuuriperintöään muutosten hallinnassa. Tutkimusajanjakso ulottuu 1800-luvun lopusta 2000-luvulle.

Tapoja, joilla yritykset käyttävät yrityshistoriallista tietoa yritysten strategisessa suunnittelussa, markkinoinnissa, identiteetin, yrityskuvan ja yrityskulttuurin rakentamisessa kuvataan kansainvälisellä tiedekentällä käsitteellä *history management*<sup>1</sup>. Suomessa aihetta on toistaiseksi tutkittu melko vähän. Valitsemani esimerkkitapauksen kautta olen pyrkinyt kuvaamaan ilmiötä ja raottamaan ovea tälle vielä melko koskemattomalle tutkimuskentälle.

Tutkimukseni keskeinen käsite on perheyhtiön kulttuuriperintö. Perheyhtiön kulttuuriperintöön sisällytän aineellisen kulttuuriperinnön ja menneisyyden kuvausten lisäksi tietyt perheyhtiöille tyypilliset perinteet, jotka liittyvät yrityksen jatkuvuuteen, omistajuuteen, kotipaikkaan ja yhteiskuntavastuuseen.

### PERHEJOHTAJUUDESTA SUKUOMISTUKSEEN

Omistajuuteen ja jatkuvuuteen liittyvä perheyhtiön traditio on keskeinen perheyhtiön identiteetin ja yrityskuvan elementti. Tämä käytäntö on ohjannut esimerkkiyrityksen toimintaa 1800-luvun lopulta lähtien, vaikka itse teollinen toiminta on vuosikymmenien kuluessa käynyt läpi suuria muutoksia. Yritys on ehtinyt kokea lukuisat liiketoiminnan laajenemisen mutta toisaalta myös rakennemuutosten vaiheet. Perheyhtiön traditio on kuitenkin kestänyt.

Pitkäikäisen yrityksen elinkaarelle mahtuu yleensä myös kriisitilanteita. Kriisitilanteiden taustalla saattavat toisinaan vaikuttaa historia ja syvälle juurtuneet perinteet. Vääränlainen ripustautuminen menneeseen



voi toimia hidasteena tai saada aikaan jopa pysähtyneisyyttä. Tutkimukseni kuitenkin osoittaa, että kriisit kuuluvat omalla tavallaan jatkuvuuteen, ja niiden jälkeen yrityksen toiminta saattaa jatkua jopa entistä vahvempana. Perheyhtiön jatkuvuudelle on asettanut haasteita monille pitkäikäisille perheyriksille tyypillinen ilmiö: suvun laajentuminen ja perheyhtiön kasvaminen sukuyhtiöksi. Suvun rooli on muuttunut, kun perhejohtajuudesta on siirrytty sukuomistukseen.

Yhden miehen yrityksenä taipaleensa aloittaneen yrityksen perintö elää 2000-luvulla kolmen yrityksen kautta. Nämä kolme yritystä, globaali Ahlstrom Oyj, sijoitusyhtiö Ahlström Capital Oy ja A. Ahlström Osakeyhtiö, perustettiin vuonna 2001, kun Ahlström-konserni jakautui kolmeen osaan. A. Ahlström Osakeyhtiö, uusi yhtiö vanhalta nimellä, jatkoi toimintaa Noormarkussa. Muutokset kuuluvat yritystoimintaan. Tästä ehkä viimeisimpänä osoituksena on se, että syksyllä 2013 toteutuneen liiketoimintasiirron johdosta A. Ahlström Osakeyhtiö toimii nykyisin uudella nimellä – A. Ahlström Kiinteistöt Oy.

## PERINTEET JA HISTORIA PAIKALLISEN TOIMINNAN TAUSTALLA

Perheyriksen ja paikan välinen suhde on tutkimukseni keskeinen teema. Yrityksen suhde paikkaan on syntynyt sukuhistorian ja perheyriksen historian kautta. Noormarkun ruukki on ollut perheyhtiön omistuksessa 1870-luvulta lähtien. Yrityksen perustajan, Antti Ahlströmin, tahtona oli, että Noormarkun ruukista tulisi suvun ja yhtiön kotipaikka. 1900-luvun ensimmäisinä vuosikymmeninä ruukki toimi joidenkin suvun jäsenten asuinpaikkana. Viimeistään 1940-luvulla valtaosa suvun jäsenistä asui kuitenkin jo muualla Suomessa. Vuosikymmenien kuluessa ruukista on muodostunut

suvulle tärkeä *muistin paikka* – paikka, jonka avulla suku ylläpitää ja vahvistaa historia-tietoisuuttaan ja identiteettiään.

A. Ahlström Osakeyhtiöstä kasvoi 1900-luvun kuluessa yksi Suomen suurimmista teollisuusyrityksistä. Sen suurteollisuus keskittyi Etelä- ja Itä-Suomeen. Länsi-Suomessa yhtiön merkittävimpiä tuotantolaitoksia olivat Porin Pihlavan tehtaot ja Kauttuan tehtaot. Noormarkun ruukista ei tullut teollisesti merkittävää toimintayksikköä. Töitä paikallisyhteisölle tarjosivat pääasiassa maa- ja metsätalousosastot. Ruukki oli kuitenkin vuosikymmenien ajan tärkeä toiminnallinen osa suuryritystä, sillä yhtiön pääkonttori sijaitsi 1960-luvun lopulle saakka Noormarkussa. Pääkonttorin sijainti kaukana Etelä- ja Itä-Suomessa sijainneista tuotantolaitoksista on oiva esimerkki siitä, miten vahva historia ja perinteet saattavat synnyttää organisaatioissa tietynlaista hitautta ja jäykkyyttä. Yhtiössä vallitsi lähes 80 vuoden ajan historiaan nojautunut käytäntö, jonka mukaan yhtiötä tuli ohjata sen alkupe- räiseltä kotipaikalta. Ruukista muodostuikin erikoinen yhdistelmä maa- ja metsätalouden hoitoa ja suuren teollisuusyrityksen hallintoa.

Yrityksen kotipaikan valintaan vaikuttivat toki myös taloudelliset seikat. Suuren teollisuusyrityksen pääkonttorin sijainti Noormarkussa piti kunnan veroäyrin alhaisena. Oli siis liiketaloudellisesti järkevää pitää yllä vanhoja käytänteitä, koska tilanne oli edullinen sekä yhtiölle että kunnalle. 1960-luvulla yhtiön teollinen toiminta oli kuitenkin laajentunut jo sellaisiin mittasuhteisiin, että hallinnolliset muutokset olivat välttämättömiä. Pääkonttori siirrettiin Helsinkiin, ja Noormarkun yksikkö on muutosten jälkeen toiminut lähinnä yhtiön kokous-, koulutus- ja majoituspaikkana. Vanhojen toimintojen väistyttyä ruukissa on otettu käyttöön uusia toimintamuotoja.

Perheyriksit ovat usein paikallisesti merkittäviä toimijoita. Esimerkkiyrityksen

pitkän aikavälin toiminnan tarkastelu tuo mielestäni konkreettisesti esille sen, miten perinteet ja arvot voivat ohjata perheyri-tysten paikallista toimintaa yritystoiminnan eri vaiheissa ja yhteiskunnallisissa muutostilanteissa. Yritys oli vuosikymmeniä paikallisesti merkittävä taloudellinen, sosiaalinen ja kulttuurinen toimija. Yhteiskunnallisessa vastuunkannossa ei kuitenkaan ollut yksinomaan kyse epäitsekästä toiminnasta. Varsinkin 1900-luvun alussa yrityksen toimintaa ohjasi osaksi välttämätön pakko, koska julkiset terveydenhoito- ja koulutusjärjestelmät eivät vielä olleet kehittyneet. Yhteiskuntavastuullisella toiminnalla on toisaalta rakennettu myös yrityksen imagoa. Kyse on ollut tietynlaisesta esimerkin näyttämisestä.

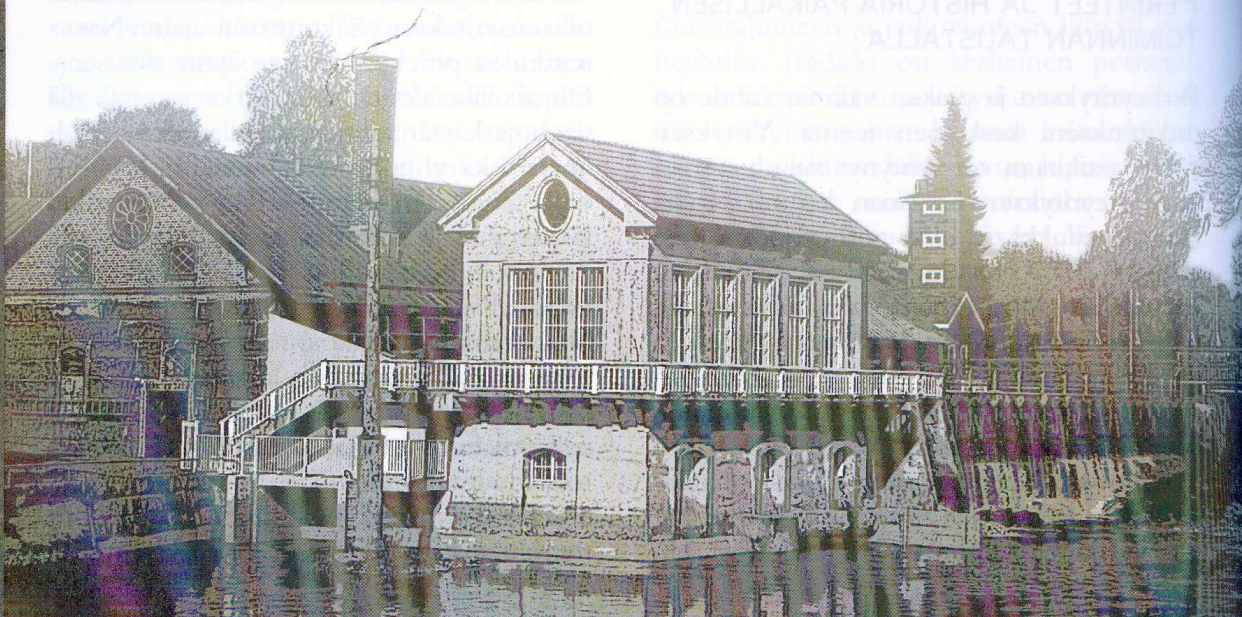
Paikallisen toiminnan jatkumisen takaamiseksi yrityksen kulttuuriperintöä on 2000-luvulla ryhdytty hyödyntämään liiketoiminnan ja matkailun kehittämisen lähtökohdista. Menneisyyden jäljistä on tullut keskeisiä yrityskulttuurin artefakteja, kun ruukin rakennusperintöä käytetään uuden liiketoiminnan toimintaympäristönä. Teollisuussuvun ja suurteollisuusyrityksen historiaa hyödynnetään liiketoiminnan aineettomana resurssina.

Kulttuuriperinnön tuotteistaminen osoittaa myös sen, että perheyhtiön paikallista toimintaa ohjaavat historian, perinteiden ja tunnesiteiden ohella myös strategiset ja liiketaloudelliset tavoitteet. Historian käyttö ei tarkoita pysähtyneisyyttä tai taaksepäin katsomista. Historiaa tulee osata käyttää niin, että siitä on hyötyä tulevaisuuden tähtäävälle toiminnalle.

### KULTTUURIPERINTÖ YRITYKSEN SYMBOLISENA PÄÄOMANA

Tutkimuksessani tarkastelen myös yleisemmällä tasolla niitä tapoja ja instrumentteja, joilla perheyhtiön kulttuuriperintöä on aktiivisesti hyödynnetty suuryrityksen yritys-kuvan ja identiteetin rakentamisessa. Kulttuuriperintö on yrityksen symbolista pääomaa. Ranskalaisen sosiologin Pierre Bourdieun mukaan symbolinen pääoma tarkoittaa sel-laista ominaisuutta, joka muuttuu symbolisesti tehokkaaksi, kun ihmiset tunnistavat sen ja antavat sille arvoa.<sup>3</sup> Yrityksen historia voi saada symbolisen pääoman merkityksen.

Jokaisella yrityksellä on menneisyytensä, mutta motiivit ja tavat, joilla yritykset



käyttävät kulttuuriperintöään, voivat olla hyvinkin erilaisia. Meille kaikille ovat varmasti tuttuja esimerkiksi auto- tai elintarviketeollisuusyritysten mainokset, joissa tuotteita markkinoidaan tuotemerkkien historian ja nostalgian avulla. Valitsemani esimerkkiyrityksen toiminnan pitkän aikavälin tarkastelu vahvistaa aikaisemmissa yritysten historian käyttöä koskevissa tutkimuksissa esitettyjä väitteitä siitä, että historian käytön tavoitteena on vahvistaa yrityksen hyväksyntää sidosryhmien keskuudessa. Yrityksen sisällä historiaa ja siihen liittyviä konkreettisia menneisyyden jälkiä käytetään yhteisöllisyyden, me-hengen ja yhteisen identiteetin rakentamiseen. Ulospäin, asiakkailleen ja ympäröivälle yhteiskunnalle, yritykset pyrkivät historiansa avulla antamaan itsestään kuvaa luotettavina ja jatkuvuuteen tähtäävinä liikekumppaneina ja toimijoina.

Tyypillisiä historian käytön muotoja ovat arkistot, museot, näyttelyt ja yrityshistorialliset julkaisut. 2000-luvulla internet on vakiintunut yritysten yhdeksi tärkeimmistä kanavista viestiä historiasta sidosryhmille, nykyisin yhä enemmän myös suurelle yleisölle.

A. Ahlström Osakeyhtiö perusti ensimmäiset teollisuusmuseonsa jo 1960-luvulla, ja alusta lähtien yhtenä museoiden perustamisen motiivina oli museoiden hyödyntäminen yrityksen suhdetoiminnassa. Tilanne kuitenkin muuttui 1980-luvulla, kun yhtiö liiketoiminnan rationalisoinnin ja yrityskauppojen myötä alkoi luopua useimpien museoidensa ylläpidosta. Nämä museot ovat nykyisin osaksi tai kokonaan julkisen sektorin ylläpitämiä tai omistamia. 1990-luvulla yhtiö kuitenkin perusti vielä yhden uuden näyttelyn, *Ahlström Voyagen*. Liiketoiminnan vaiheita yrityksen perustamisesta nykyhetkeen kuvaava näyttely sijaitsee Noormarkun ruukin vanhassa pajarakennuksessa. Näyttely on tyypillinen esimerkki siitä, miten yritysmuseo usein sijoitetaan yrityksen historialliselle kotipaikalle. Näyttelyn

valmistumisen aikoihin yhtiö eli voimakasta kansainvälistymisen aikaa. Näyttelyn toteuttamista voidaankin tarkastella tietoisena yrityskuvan luomiskeinona.

Historiateosten ja museoiden ohella keskeisiä yritysten historiakulttuurin työkaluja ovat menneisyyteen liittyvät rakennukset. Rakennukset ja yritysten toimintaympäristö ovat yrityskulttuurin ulkoisia ilmaisumuotoja, artefakteja. Yritysarkkitehtuuria voidaan tarkastella myös eri aikakausien merkkeinä. Yrityksen historiallisia juuria symboloivista rakennuksista tai paikoista, kuten Noormarkun ruukista, voi muodostua pyhiä paikkoja, ”paikkoja, joista kaikki on aikanaan saanut alkunsa”.<sup>4</sup>

2000-luvulla suuret teollisuusyritykset toimivat yhä globaalimmin yritysten toimintayksiköiden jakautuessa eri maansosiin ja maihin. Ruotsissa Riksantikvarieämbetet selvitti 2000-luvun alussa yritysten historian käytön motiiveja ja tapoja.<sup>5</sup> Ruotsalainen tutkimus osoitti, että yritysten globalisoituminen voi olla joko uhka tai mahdollisuus yrityksen kulttuuriperinnön olemassaololle ja käytölle. Toisinaan muutokset saattavat jopa vahvistaa kiinnostusta historiaan ja historian käyttöön yrityksen identiteetin rakentamisessa. Muutoksilla voi olla myös vastakkainen vaikutus, jos vanha yrityskulttuuri halutaan hävittää ja rakentaa tilalle uusi. Globalisaation myötä yrityksistä saattaa helposti muodostua kasvottomia, vailla identiteettiä olevia suuria toimijoita. Erityisesti paikallisesta näkökulmasta tarkasteltuna yrityksen kulttuuriperintö voi tuolloin osoittautua hyvin arvokkaaksi tekijäksi.

Ahlströmin globalisoituminen on toiminnallisella tasolla muuttanut radikaalisti yhtiön toimintaa Suomessa. Nykyisin vain murto-osa globaalin Ahlstrom Oyj:n työntekijöistä työskentelee Suomessa. Globalisoituminen nostaa esille kysymyksen yrityksen historian asemasta tulevaisuudessa. Yhtiö on toiminnallisesta näkökulmasta tarkasteltuna etääntynyt Suomesta. Onko

silloin olemassa myös vaara, että yritys etäänny omasta historiastaan ja juuristaan? Ja miten yrityksessä tulisi toimia historiatietoisuuden ylläpitämiseksi? Näihin kysymyksiin havahduin keväällä 2011, kun olin yhtiön 160-vuotisjuhlan johdosta esittelemässä tutkimusaiheeni Ahlstrom Oyj:n pääkonttorin henkilökunnalle Helsingissä. Ennen esitykseni alkua eräs nuorehko työntekijä yleisön joukosta esitti tutkijalle ehkä hieman yllättävänkin kysymyksen: 'Missä on Noor-markku?'. Kyseinen henkilö oli ollut vasta lyhyen aikaa yrityksen palveluksessa, joten sikäli kysymys oli ymmärrettävä. Kysymys kuitenkin osoittaa, että historiatietoisuuden ylläpitäminen ja kulttuuriperinnön välittäminen edellyttävät aktiivista toimintaa. Vaikka sähköisen viestinnän aikakautena tietoa menneisyyden tapahtumista on helppo välittää ja etsiä, fyysisillä muistin paikoilla on edelleen keskeinen rooli. Ne ovat paikkoja, joissa kävijälle avautuu mahdollisuus tutustua yrityksen historiaan aina alkusetkestä nykyisyyteen ja ymmärtää yhteys nykyisyyden ja menneen välillä.

Kulttuuriperinnöksi valitaan ja tuotetaan yritykselle symbolisesti tärkeät menneisyyden jäljet. Historiakulttuuri, tavat tuottaa ja käyttää menneisyyteen liittyviä mielikuvia, saa ominaispiirteensä aina kunkin aikakauden mukaan. Tutkimukseni osoittaa, että yrityksen historiakulttuuri muovaa myös paikallisuutta ja paikallista kulttuuriperintöä. Perheyhtiöstä on oman historiakulttuurinsa kautta muodostunut merkittävä paikallinen toimija, jonka historiasta on tullut olennainen osa paikallisyhteisön historiaa.

Maarit Grahn, Turun yliopisto, kulttuuriperinnön tutkimus.

<sup>1</sup> Herbrand & Röhrig 2006 (toim.).

<sup>2</sup> Nora 1996.

<sup>3</sup> Bourdieu 1998.

<sup>4</sup> Berg & Kreiner 1992.

<sup>5</sup> Westin ym. 2002.

#### LÄHTEET:

BERG, Per Olof & KREINER, Kristian, 1992: Corporate Architecture. Turning Physical Settings into Symbolic Resources. – Gagliardi, Pasquale (ed.), Symbols and Artifacts: Views of the Corporate Landscape. New York: Aldine de Gruyter.

BOURDIEU, Pierre 1998: Järjen käytännöllisyys. Suom. Mika Siimes. Juva: WSOY.

HERBRAND, Nikolai O. & RÖHRIG, Stefan (toim.) 2006: Die Bedeutung der Tradition für die Markenkommunikation. Konzepte und Instrumente zur ganzheitlichen Ausschöpfung des Erfolgspotenzials Markenhistorie. Stuttgart: Edition Neues Fachwissen GmbH.

NORA, Pierre 1996: Realms of Memory. Rethinking the French Past. Volume I: Conflicts and Divisions. Under the Direction of Pierre Nora. English-language edition edited and with a foreword by Lawrence D. Kritzman. Translated by Arthur Goldhammer. New York: Columbia University Press.

WESTIN, Helena, STRANDÄNGER, Mikael, DARHIN, Jean-Paul & JOHNSON, Anders (toim.), 2002: Företagens kulturarv – lönsamt i längden. Kungskapsavdelningen. Rapport Nr 1 (2002). Riksantikvarieämbetet, Stockholm.