

Susanna Laamanen

SUOMI-KUVA SUOMALAISESSA ROCKLYRIIKASSA VUOSINA 1980–1999

Pro gradu -tutkielma

Matkailututkimus/

Kulttuuriyrittäjyyden kansainvälinen maisteriohjelma

Kevät 2013

Lapin yliopisto, yhteiskuntatieteiden tiedekunta

Työn nimi: Suomi-kuva suomalaisessa rocklyriikassa vuosina 1980–1999

Tekijä: Susanna Laamanen

Koulutusohjelma/oppiaine: Matkailututkimus/Kulttuuriyrittäjyyden kansainvälinen maisteriohjelma

Työn laji: Pro gradu -työ Sivulaudaturtyö__ Licensiaatintyö__

Sivumäärä: 69

Vuosi: 2013

Tiivistelmä:

”Suomi-kuva suomalaisessa rocklyriikassa vuosina 1980–1999” on laadullinen tutkimus suomalaisen rocklyriikan tarinoista suomalaisuuden viitekehyksessä. Tutkimuksessa luotiin sisällönanalyysin kautta kuva rocklyriikan suomalaisuudesta ja sen suhteesta historiaan sekä tutkimuksen vuosikymmeneen. Tutkielmassa tarkasteltiin myös rocklyriikan Suomi-kuvaa suhteessa matkailun mielikuviin, imagoon ja luotuihin matkailubrändeihin.

Tutkimuksen aineisto koostui kahdestakymmenestä suomirockin kappaleesta. Kappaleet valittiin keskeisten suomirockin tekijöiden tuotannosta Suomi-kuva -teeman ja tutkimuskysymyksen määrittelemisen kautta. Teoreettinen viitekehys muodostui Suomi-kuvan, suomalaisuuden, imagon, Aristoteleen kolmen retorisen ulottuvuuden (eetos, paatos, logos) sekä Suomen matkailubrändin neljän C:n (Creative, Cool, Contrasting, Credible) ympärille. Tutkimus toteutettiin monitieteisenä yhdistäen matkailututkimusta, populaarikulttuuria ja musiikintutkimusta.

Aineiston rocklyriikoiden tarinat kommentoivat olemassa olevaa hetkeä ja representoivat suomalaisuuden historiaa ja identiteettiä. Tarinoiden subjektit ammensivat omaa identiteettiänsä topeliaanisesta suomalaisuudesta muuttuvassa maailmassa. Tarinoiden subjekti näyttäytyi tavallisena suomalaisena, realistina, joka kuitenkin rakensi omaa elämäänsä, joko kansallisromanttisen identiteetin mukaan sitkeydellä ja uutteruudella tai toisaalta vapauden halun tai asioihin tyytymisen kautta.

Aineiston kappaleet käyttivät tarinoissaan matkailumarkkinoinnista tuttuja paatos- ja logos-imagojen elementtejä kauniin maiseman ja luonnon teemojen kautta, mutta lyriikat sisälsivät aina jonkin särön harmonian keskellä sekä näyttivät ympäristön rajatun postikortin ympäriltä. Laulujen tarinat sopivat ympäristöiltään ja laulujen subjektin ajatusten sekä tunteiden kautta Suomen matkailu-brändin rehellisen ja autenttisen kuvauksen osaan. Suomalaisen rocklyriikan esittämä Suomi ja suomalaisuus sopivat modernin humanistin antropologisen tutkimusmatkan kohteeksi.

Avainsanat: Kvalitatiivinen tutkimus, sisällönanalyysi, Suomi-kuva, matkailu, rocklyriikka

Suostun tutkielman luovuttamiseen kirjastossa käytettäväksi

Suostun tutkielman luovuttamiseen Lapin maakuntakirjastossa käytettäväksi

SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	5
2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS.....	6
2.1 Agraari ja urbaani	6
2.2 Suomalainen maisema ja matkailun maantiede.....	7
2.3 Suomen imago ja brändi	8
3 AINEISTO JA MENETELMÄT	10
3.1 Aineisto.....	10
3.2 Suomirock.....	11
3.3 Populaarikulttuurin luentaa	12
3.4 Laadullisen tutkimuksen matkaan	13
3.5 Eettisyyttä ja luotettavuutta arvostaen.....	15
4 YHDISTELEVÄÄ TUTKIMUSTA	17
4.1 Musiikintutkimus.....	17
4.2 Matkailututkimus.....	19
5 TUTKIMUKSEN TIE	22
6 TARINA ALKAKOON	24
6.1 Laulut elävät merkitysten maailmassa.....	24
6.2 Lyriikoiden jaottelu	25
6.3 Minä vai me, kuka kertoo tarinaa?	26
6.4 Minä ja muut.....	28
6.5 Suomalaisuus.....	29
6.5.1 Laulujen suomalainen.....	30
6.5.2 Suomalainen identiteetti laulujen tarinoissa.....	32
6.6 Laulujen kertojasta laulujen näyttämölle.....	36
7 LAULUJEN NÄYTTÄMÖ	37
7.1 Urbaania vai agraaria, modernia vai perinteistä?	37
7.2 Rocklyriikan maisema	40

7.3 Matkailun maantiede ja lyriikoiden postikortit	46
7.4 Kohti imagoa	50
8 IMAGON IHMEET JA SUOMI-BRÄNDI KOHTAAVAT ROCKLYRIIKAN	51
8.1 Imago, eetos, paatos ja logos sekä suomirock	51
8.2 Suomi-brändin 4 C:tä ja suomirockin lyriikat	56
8.3 Erot ja yhtäläisyydet	60
9 TUHANSIEN LAULUJEN MAA, ANALYYSIN YHTEENVETO	62
LÄHTEET	65
Liite: Musiikkiaineisto	69

1 JOHDANTO

*” Mä katson maalaismaisemaa
tuolla lehmät laiduntaa
tuolla tehdään heinää jo... ”*

”mä tänne kuulu en ”

” mä lähden takas Helsinkiin... ”

(J. Karjalainen)

Laulaja-lauluntekijä *J. Karjalaisen* kappaleessa *”Mä jäin kiinni asfalttiin”* tarinan subjekti on vaihtanut lapsuuden maalaismaiseman Helsingin asfalttipintoihin ja löytänyt sieltä kotinsa. Suomalainen rocklyriikka lähti suureen nousuun 1980-luvun alussa uuden aallon synnyttämän suomirock-käsitteen myötä. Uusia musiikintekijöitä astui yhteiselle näyttämölle kertomaan omia tarinoitaan ja tunnelmiaan. Tässä tutkielmassa noustaan suomalaisen rocklyriikan kyytiin ja matkataan halki 1980- ja 1990-lukujen havainnoiden laulujen Suomi-kuvaa.

Tutkielmassa käsitellään yhdentoista eri suomalaisen bändin ja artistin lyriikoita Suomi-kuvan kautta. Tutkielman pääkysymys esitetään muodossa ”Millainen on suomalaisen rocklyriikan luoma Suomi-kuva vuosina 1980–1999?”. Rocklyriikoiden Suomi-kuvaa tarkastellaan myös suhteessa matkailuun. Millä tavalla rocklyriikoiden Suomi-kuva ja matkailun luoma Suomi-kuva kohtaavat? Onko Suomi-kuva yhtenäinen vai kertovatko suomirock ja matkailu eri tarinaa suomalaisuudesta? Näihin kysymyksiin haetaan vastausta laadulliseen tutkimukseen kuuluvan sisällönanalyysin kautta. Keskeinen teoriapohja rakentuu Suomi-kuvan, suomalaisuuden, imagon, Aristoteleen kolmen retorisen ulottuvuuden (eetos, paatos, logos) sekä Suomen neljän C:n (Creative, Cool, Contrasting, Credible) matkailubrändin ympärille.

2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS

Tämä tutkielma johdattaa lukijansa poikkitieteelliseen maailmaan, jossa perinteiset humanistiset ja yhteiskuntatieteelliset tutkimusalat muodostavat suomalaisen rockmusiikin, populaarikulttuurin, matkailumarkkinoinnin, maantieteen ja Suomi-kuvan myötä oman tarinansa ja tutkimusmaailmansa. Tutkielman hahmottamiseksi on tärkeää määritellä tutkimusmaasto ympäristöineen eli esittää heti alussa teoreettinen viitekehys käsitteineen. Tutkielman aineisto muodostuu 1980–90-lukujen suomalaisesta rocklyriikasta suomirock –käsitteen alla. Tässä tutkielmassa suomirock määritellään laajasti suomenkieliseksi suomalaiseksi rockmusiikiksi, joka syntyi 1970- ja 80-lukujen taitteessa niin sanotun uuden aallon myötä. Suomirock kätkee sisälleen laajan kirjon erityylistä ilmaisua rockista popimpaan tyyliin ja punkista laulelmaviitteisiin. Suomirock voidaan määritellä myös populaarikulttuurin alle. Populaari- ja massakulttuuria on usein käytetty synonyymeinä, mutta jo useamman vuosikymmenen ajan tutkijat ovat halunneet erottaa käsitteet toisistaan. Tutkimusmaailmassa massakulttuuri on populaarikulttuurin erityismuoto, jota leimaa pyrkimys kansainvälisille ja ylikansallisille markkinoille sekä voimakas kaupallistaminen. Tätä taustaa vasten suomalainen äänilevytuotanto on suurilta osin populaarikulttuuria. (Koistinen, Sevänen & Turunen, 1995, s. 11.) Tutkielman aineisto nojaa vahvasti kansalliseen viitekehukseen.

2.1 Agraari ja urbaani

Kansallinen viitekehys johtaa automaattisesti pohtimaan Suomi-kuvaa. Jorma Anttilan (1993) mukaan suomalaisuus on sosiaalista representaatiota eli ihmisten tulkintaa maastamme ja sen asukkaista. Suomalaisuus on siis prosessi, joka on syntynyt historian myötä ja johon on liitetty erilaisia asioita, ilmiöitä, esineitä tai ihmisiä. Suomi-kuvan muotoutuminen ja sen esiin nostaminen alkoivat maassamme vasta 1800-luvulla teollistuvan yhteiskunnan myötä, jolloin tarvittiin yhteistä jaettua korkeakulttuuria. (Anttila, 1993, s. 108.) Sakari Topeliuksen Maamme kirja ja taiteen kansallisromanttinen ilmaisu vahvistivat vieläkin tunnistettavaa Suomi-kuvaa 1800- ja 1900-lukujen vaihteessa.

Suomalainen identiteetti ja maisema ovat olleet pitkän aikaa agraarisia, vaikka maailmalle on jo kauan välitetty kuvaa nykyaikaisesta ja modernista Suomesta. Suomen valtion ulkomaille suuntaamat tiedotuselokuvat 1920–1990-luvuilla ovat toistaneet kuvaa vauraasta, nykyaikaisesta ja tehokkaasta yhteiskunnasta (Varpio, 1999, s. 18). Toisaalta esimerkiksi Aki Kaurismäen elokuvien suomalaisuus voi olla kaupunkilaistakin, mutta pohjavireenä on traditionaalisuus ja kansanomaisuus. Elokuvien roskakuskit ilmentävät enemmän suomalaisuutta kuin virkamiehet ja yritysjohtajat. (Lyytikäinen, 1999, s. 163–164.) Agraarinen mielenmaisema ja mentaliteetti kohtaavat siis edistyksellisen ja kilpailukykyisen maakuvan. Jokainen suomalainen representoi niistä omaa Suomi-kuvaansa, ja eri instituutiot ja tahot käyttävät niitä omalla tavalla oman viestinsä esiin tuomiseen.

2.2 Suomalainen maisema ja matkailun maantiede

Suomalaisuus tapahtuu aina jossain ympäristössä, maisemassa. Perinteinen agraariyhteiskunta on muuttanut muotoaan kaupungistumisen myötä, mutta luonnon merkitys on säilynyt tärkeänä. Yrjö Varpio (1999) kirjoittaa, että läheisestä luontosuhteesta ja sisäistetyistä luonnontunteista on tullut monien mielestä suomalaisen luonteen perusominaisuus. Luontoon ja maisemaan kiinnittynyt patriotismi oli suomalaisuudelle tärkeä identiteetin kehittäjä 1800-luvun alkupuolella, jolloin oli mahdotonta korostaa suuresti valtiollista ja poliittista erillisyyttä. Luontosuhdetta tuotiin esiin erityisesti kirjallisuudessa, ja siitä muodostui pysyvä osa suomalaista kirjallisuutta. (Varpio, 1999, s. 19.) Kansallisromanttinen luontokultti on kuitenkin saanut nykypäivänä maisematutkimuksessa rinnalleen modernisaation ja taloudellisen ekspansion teemoja. Suomalainen maisema on laajemman Suomi-kuvan tavoin tuotettu ja eri tavoin tulkittu rakennelma. (Häyrynen, 2005, s. 13.) Maisema on muuttuva elementti, jonka tulkinta voi olla hyvin subjektiivista. Maisema voi olla niin konkreettinen näkymä kuin ajatuksissa elävä mielenmaisema.

Maisemakäsitteen moniulotteisuus tekee maisemasta Häyrysen (2005) mukaan monimerkityksisen ja määrittelyä pakenevan tutkimuskohteen. Maisemaa on pidetty kauan todellisuuden kanssa yhtäpitävänä, mutta nykyisin tutkimus lähestyy maisemaa myös semioottisena merkitysjärjestelmänä, yhteiskuntaan liittyvänä ideologisena

järjestelmänä tai vallan teknologiana, jossa maisema, ympäröivä todellisuus ja yhteiskunta puhuvat tiettyä kieltä. (Häyrynen, 2005, s. 25.) Maisemaa voidaan tarkastella myös kulttuurimaantieteellisesti ja lähestyä sitä subjektiivisena paikka- ja tilakokemuksena tai siitä voidaan lukea yhteiskunnan kehitysprosessia. Maisemaa voidaan tutkia ja määritellä myös matkailun kautta, sillä matkailu ja maisema kuuluvat yhteen niin kuin turisti ja kamera.

Matkailumaantieteellisesti Suomi on periferiaa, jossa luonnonmaantieteellinen potentiaali määrittyy pohjoisen sijainnin, vuodenaikojen vaihtelun sekä vesistöjen, rannikoiden, metsien, saaristojen ja vaihtelevan reliefin muodostamasta matkailutopografiasta. Matkailumaiseman päävärit muodostuvat sinisestä, valkoisesta ja vihreästä eli vedestä, lumesta ja metsästä. Suomi muodostaa siis periferisen, luonnonvetovoimaisen kokonaisuuden nykyaikaisessa ja kehittyneessä yhteiskunnassa. (Vuoristo, 2001, s. 41, 68, 71.) Matkailun Suomi-kuva rakentuu ja sitä rakennetaan niin luonnonvetovoimaisuuden kuin kehittyneen yhteiskunnan teemojen ympärille.

2.3 Suomen imago ja brändi

Valtioneuvosto päätti vuonna 2006 Suomen maakuvan vahvistamisen tärkeydestä, ja tästä alkoi matkailubrändin kehittäminen, joka johti neljän C:n konseptiin. Neljä C:tä tulevat englannin sanoista Creative, Cool, Contrasting ja Credible. Suomi tarjoaa siis luovuutta, viileyttä/tyylikkyyttä, vastakohtaisuuksia ja luotettavuutta. (Holmen, 2009, s. 2–7.) Vaikka tutkielman aineisto asettuu aikaan ennen neljän C:n brändin luomista, on mielekästä käyttää tutkimusvälineenä neljän C:n ajatusta, sillä brändin teemat juontavat juurensa Suomen kehityksestä ja historiasta.

Neljän C:n kaltaisen matkailubrändin tarkoituksena on luoda Suomesta selkeä brändi, jolla on vahva imago ja joka herättää ihmisissä haluttuja mielikuvia. Äikäs (2004) kirjoittaa, että imago liittyy aktiiviseen toimintaa organisaation sisällä, ja mielikuva ilmaisee sen, kuinka tämä viesti otetaan vastaan ja kuinka sitä tulkitaan yleisössä. Imago tarvitsee näin ollen aina jonkin verran tietoista työstämistä, kun taas mielikuva jostain kohteesta syntyy aina. (Äikäs, 2004, s. 56–57.) Esimerkiksi matkailumarkkinointi viestii tietoisesti haluttua Suomi-kuvaa yleisölle, mutta ihmiset voivat luoda oman

mielikuvansa Suomesta ilman sitäkin tai omat mielikuvat ja virallinen viestintä voivat yhdistyä omaksi subjektiiviseksi näkemykseksi.

Imagoa voidaan lähestyä myös retoriikan kautta. Karvonen (1999) on kirjoittanut kirjassaan ”Elämää mielikuvayhteiskunnassa” Aristoteleen kolmesta ulottuvuudesta, joilla ihmisiin voidaan vedota. Nämä kolme näkemystä ovat eetos, paatos ja logos. (Karvonen, 1999, s. 74.) Äikäs (2004) on puolestaan ottanut nämä kolme ulottuvuutta kaupunki-imagojen retoriseksi lähestymistavoiksi. Imagojen eetoksen mukaan viestin välittäjä, kuten puhuja, on itse myös viesti. Viestin lähde luo siis myös itse imagoa. Imagojen paatoksessa puolestaan keskeistä on tunteisiin vetoava viestintä, jolla kohdeyleisö saadaan toimimaan halutulla tavalla. Imagojen logos puolestaan perustuu päättelyn ja järkeilyn ketjuihin sekä jo hyväksi koettuihin teemoihin. (Äikäs, 2004, s. 50-54.) Tässä tutkielmassa paneudutaan Aristoteleen retoristen ulottuvuuksien kautta laulujen Suomi-kuvan eetokseen, paatokseen ja logokseen.

3 AINEISTO JA MENETELMÄT

Tutkimuksen suunnittelu ja kehittäminen lähtee liikkeelle ajatusten vapaasta liikkeestä, joka kulkee kohti aineiston kohdentamista ja tutkimusmenetelmän valintaa.

Tutkimusmenetelmää valittaessa täytyy ensisijaisesti muistaa tutkimusongelman, aineiston ja valitun tutkimusmetodin yhteen sopiminen, jotta tutkimuksesta tulee laadukas ja asianmukainen. Tämän tutkimuksen aineiston aihe, suomalainen rocklyriikka, valikoitui tutkijan oman kiinnostuksen kohteen mukaan sekä halusta tehdä poikkitieteellistä tutkimusta matkailututkimuksen ja musiikin parissa.

Temaattinen lyriikkatutkimus sopii hyvin laadullista tutkimusta olevan sisällönanalyysin viitekehykseen ja antaa mahdollisuuden teorian ja lyriikan vuoropuheluun.

3.1 Aineisto

Tutkijan analyttinen katse suuntautuu tässä tutkielmassa suomalaisen rocklyriikan luomaan Suomi-kuvaan 1980- ja 1990-luvuilla. Aineisto muodostuu kahdestakymmenestä sanoituksesta, jotka ovat peräisin yhdeltätoista eri artistilta ja yhtyeeltä. Aineiston kappaleet on valittu 1980- ja 1990-lukujen keskeisimpien artistien ja yhtyeiden tuotannosta. Mukana on sekä 80- ja 90-luvuilla aloittaneita artisteja ja bändejä että jo 1970-luvun puolella esiin tulleita artisteja. Aineistoa valittaessa keskeisintä on ollut artistien ja bändien tärkeä rooli suomirockin tarinassa, ei niinkään aineiston jakautuminen tasan molempien vuosikymmenten kesken. Tämä seikka johtuu myös artistien ja bändien mahdollisesta pitkästä urasta, joka ylittää eri vuosikymmenet ja jatkuu yhdessä uusien tekijöiden kanssa.

Kappaleiden valintakriteerinä on ollut tekstien suomalaiseen ympäristöön ja suomalaisuuteen liittyvä tematiikka. Lähtökohtaisena oletuksena lyriikoiden ympäristöä pidetään suomalaisena, jollei tekstissä tuoda selkeästi esiin tapahtumien sijoittumista toiseen maahan. Aineiston kappaleet ovat:

Juliet Jonesin Sydän: Aurinkorannalle, Duetto (Kadonnut nainen)

Pelle Miljoona: Pikkupoika ja pikitie, Elokuun yöt, Kun kevät taas saa pohjoiseen

Juice Leskinen: Siniristoloppumme, Bluesia Pieksämäen asemalla

Dingo: Juhannustanssit

Eppu Normaali: Suomi-ilmiö, Puhtoinen lähiöni

Maija Vilkkumaa: Hiuksissa hiekkaa, Salaa

Kauko Röyhkä: Kotikaupunkini, Lapin poika, Maa on voimaa

Miljoonasade: Silmitön talvi

J. Karjalainen: Mä jäin kiinni asfalttiin, Villi poika

Ismo Alanko: Kun Suomi putos puusta

Zen Cafe: Minun kaupunkini

3.2 Suomirock

Sähkökitaroiden maailma tuli suomalaisille tutuksi 1960-luvun alun rautalankabändien kautta ja siitä lähtien tuo rockmusiikin perussoitin on kulkenut mukana suomalaisen rockmusiikin kehityksessä. Sähkökitara on päässyt mukaan myös suomirockin tekstien maailmaan, samoin omaksi käsitteekseen muodostunut suomirock. Eppu Normaali lauloi 1980-luvulla sähkökitarasta kappaleessaan ”Kitara, taivas ja tähdet” ja Aknestik puolestaan suomirockista 1990-luvulla. Suomirockista on tullut oma käsitteensä, joka on kuitenkin hyvin laaja ja mahdollistaa sisällensä monenlaisia tyylejä perinteisen kitararockin rinnalle. Mikä onkaan siis suomirockin tarina?

1960-luvulla rautalankabuumi toi sähkökitarat ja nuorisomusiikin Suomeen, mutta vasta 1970-luvulla keikkalavoille ja radioaalloille alkoi ilmestyä artisteja ja bändejä, jotka tekivät itse kappaleensa ja antoivat alkusysäyksen suomalaisen rockmusiikin synnylle. Tero Liete (2004) kirjoittaa suomalaisen rockin alkuräjähdyksen tapahtuneen underground-yhtyeen ”Suomen talvisota 1939-40” päästessä levyttämään 1960- ja 70-lukujen taitteessa. Bändin perusrockiin pohjautuvat sävellykset ja yhteiskuntaa kritisoineet kappaleet viitoittivat tietä tulevalle rocksanoittajapolvelle. (Liete, 2004, s. 48.) 1970-luvulla luotiin pohjaa suomenkieliselle rockmusiikille myös monien muiden uusien tekijöiden, kuten Dave Lindholmin, Juice Leskisen ja Hectorin, toimesta.

1970-luvun loppupuolella punk valtasi uutena ilmiönä Suomen musiikkikenttää luoden uusia rockbändejä, joista 1980-luvun alussa muodostui merkittäviä ns. uuden aallon ja suomirockin luoja. Uusi aalto -käsitys omaksuttiin briteiltä, jotka kutsuivat punkin jälkeistä vaikeammin tyyliään ja imagoaan määriteltäviä yhtyeitä new wave -artisteiksi. Suomessa uuden aallon suurimpiin nimiin kuului Ismo Alangon vetämä Hassisen kone. (Mattila, 2004, s. 129.) Uuden aallon myötä suomalaisen rockmusiikin tuotanto kasvoi huomattavasti ja uuden aallon bändien sekä 1970-luvun suomenkielisen rockperinteen fuusiosta syntyi uusi kotimainen valtavirran rock eli toiselta nimeltänsä suomirock. (Mattila, 2004, s. 121). Tähän suomirockin monipuoliseen kenttään nojaa tämän tutkimuksen aineisto.

1990-luvulle tultaessa monet 70- ja 80-luvuilla esiin tulleet artistit ja bändit jatkoivat musiikkiuraansa, mutta mukaan astui uusi suomenkielisen rockin sukupolvi, jota edustivat esimerkiksi CMX ja Zen Cafe. Suomenkielisen rockin uusi kasvuvaihe sattui samaan aikaan Suomen liittymiseen Euroopan Unioniin, sattumaa tai ei. (Mattila, 2004, s. 148–149.) Vuosituhannen vaihteessa suomalaisessa rockmusiikissa puhalsivat jälleen uudet tuulet, kun raskaampi rock otti jalansijaa musiikkimarkkinoilla. Tästä syystä on loogista rajata tämän tutkimuksen päättymisen uuden vuosituhannen kynnykselle ja keskittyä tarkastelemaan kahta vuosikymmentä, joissa suomenkielinen rockmusiikki on kokenut ekspansiota.

3.3 Populaarikulttuurin luentaa

Suomalainen rockmusiikki on myös osa populaarikulttuuria. Suoranta (2001, s. 199) kirjoittaa populaarikulttuurin neljästä pätevästä luenta- ja tulkintasäännöstä, joista kolme on peräisin Mikko Lehtoselta. Lehtonen (1995) mainitsee ensimmäiseksi ohjeeksi tutkivan subjektin sijoittuneisuuden eli aineiston omakohtaisuuden kokemisen. Kannattaa siis objektiivisuuden menettämisen pelosta huolimatta valita itseä kiinnostava aineisto. Toiseksi Lehtosen mukaan kulttuuriset tekstit eivät niinkään heijasta maailmaa vaan luovat aktiivisesti käsityksiä siitä. Kolmas sääntö koskee erilaisuuden käsitettä eli erilaisuus rakentuisi joko aineistosta tai sen luennasta. (Lehtonen, 1995, s. 45–46.) Suoranta lisää neljänneksi kohdaksi teoriatuntemuksen ja kirjoittamaan yllyttävän mielikuvituksen välistä synteesin. (Suoranta, 2001, s. 199.) Suorannan lisäys on

paikkaansa pitävä, sillä vapaa ajattelu ja teorian lukeminen käyvät vuoropuhelua, josta syntyy tutkimukseen eteenpäin vievä voima. Toisaalta Lehtosen sääntö populaarikulttuurin aktiivisesta roolista käsitysten luojana on osittain paikkaansa pitävä, mutta laulujen kohdalla voi mukaan liittää myös ajatuksen oman katsontakannan ja maailman heijastumisesta teksteihin.

Laulujen teossa ajattelu ja sen villivirta ovat ensimmäisiä tärkeitä työkaluja. Vasta tämän jälkeen tulee vuoro asettaa melodia ja teksti teorian kehyksiin. Samaa ajatusta tutkimuksenteossa kannattaa Hakala (2007), sillä hänen mukaansa ajattelun taito on ensimmäinen analyysimenetelmä. Ajattelun taitoa tulee käyttää jo ennen aineiston keruuta, ja se jatkuu koko tutkimusprosessin läpi. Hakala pitää menetelmäkirjallisuuden lukemista tärkeänä, mutta muistuttaa samalla, ettei metodisen kirjallisuuden tulisi hallita työn tekemistä. (Hakala, 2007, s. 16–17.) Myös tämän tutkielman aloittamista on edeltänyt ajattelun ja teoriakirjallisuuden vuoropuhelu sekä tutkimuksellisten raamien etsintä. Aiheen muotoutuminen ja soveltuvan teorian löytyminen on vaatinut ajatustyötä, joka jatkuu koko tutkimusprosessin ajan.

3.4 Laadullisen tutkimuksen matkaan

Tämän tutkielman tutkimusongelmaan vastaa parhaiten laadullinen tutkimus sisällönanalyysin muodossa. Ajattelun tärkeyteen ja prosessimaisuuteen viittaa myös Kari Kiviniemi (2001) artikkelissaan ”Laadullinen tutkimus prosessina”. Kiviniemen mukaan laadullinen tutkimus on prosessorientoitunutta, sillä aineistoon liittyvät näkökulmat ja tulkinnat kehittyvät tutkijan tietoisuudessa vähitellen tutkimuksen edetessä. (Kiviniemi, 2001, s. 68.) Tätä ajatusta puoltaa myös laadullisen tutkimuksen pyrkimys kuvata ja ymmärtää jotain tiettyä ilmiötä ja saada sille teoreettisesti mielekäs tulkinta. Laadullinen tutkimus ei siis pyri tilastollisiin yleistyksiin. Samoin tutkimusaineisto on harkinnanvaraisesti valittu tutkimusjoukko. (Tuomi & Sarajärvi, 2009, s. 85–87.) Tässä tutkimuksessa aineisto on valittu harkinnanvaraisesti tutkimusongelman luomien kriteerien kautta.

Laadullisessa tutkimuksessa teoria voidaan sitoa eri tavoin tutkimukseen ja sen luovaan prosessiin. Eskolan (2001) mukaan kvalitatiivista tutkimusta voidaan tehdä esimerkiksi aineistolähtöisesti, teoriasidonnaisesti tai teorialähtöisesti. Aineistolähtöinen analyysi

konstruoi teoriaa aineistosta, teoriasidonnainen analyysi puolestaan sisältää teoreettisia kytkentöjä, mutta ei varsinaisesti nojautu teoriaan, kun taas teorialähtöinen tutkimus pohjaa siihen. Teoria voi olla yksi suuri teoria tai kokoelma useita pieniä teorioita, jolloin erilaiset teoriat toimivat tutkijan työkaluina aineiston tulkinnassa. (Eskola 2001, s.136–138.) Tämän tutkielman sisällönanalyysi muodostuu teorialähtöisesti erilaisista teorioista, joiden yhteisenä nimittäjänä eli teemana on Suomi-kuva.

Tutkielmassa pyritään ymmärtämään ja löytämään aineistossa mukana olevien kappaleiden Suomi-kuvaa suhteessa teoriaan. Tutkimuksessa ei ole tarkoitus löytää yhtä totuutta, sillä kappaleiden tekijöiden ja vastaanottajien tulkinnat sanoitusten maailmasta ovat aina yhteydessä subjektin omaan maailmaan. Tästä syystä tämä tutkielma voidaan liittää naturalistisen paradigman perinteeseen. Tuomi ja Sarajärvi (2009, s. 165) kirjoittavat, että naturalistisessa paradigmassa uskotaan todellisuuden olevan monitasoinen ja subjektiivinen, yksilöiden mentaalisten prosessien luoma.

Kvalitatiiviseen tutkimukseen liittyy hyvin vahvasti ajatus tutkimuksen teon prosessiluonteisuudesta sekä kysymykset aineiston kattavuudesta sekä luotettavuudesta. Kvantitatiiviseen tutkimukseen, joka sananmukaisesti perustuu määriin ja lukuihin, verrattuna laadullinen tutkimus on määrityksiltään liukuvampaa ja tapauskohtaisempaa. Laadullisessa tutkimuksessa on tärkeää löytää kultainen keskitie aineiston määrässä eli saada kokoon aineisto, joka on määrällisesti mielekäs hallita, mutta antaa riittävästi aineistoa tutkimukseen tekoon ja tulkintaan. Tästä asiasta kirjoittaa myös Mäkelä (1990, s. 53), jonka mukaan laadullisessa tutkimuksessa on otettava huomioon sekä aineiston tapausten määrä että niistä syntyvä tekstin määrä, jotta aineisto saadaan hallittavaan ja prosessoitavaan muotoon. Tässä Suomi-kuvaa analysoivassa tutkimuksessa aineiston määrä perustuu laulujen mittaan, joka sallii suuremman määrän tapauksia kuin esimerkiksi elämäkertatutkimuksesta puhuttaessa, sekä keskeisten suomirockin artistien mukana oloon.

3.5 Eettisyyttä ja luotettavuutta arvostaen

Tutkimuksen eettisyys ja luotettavuus ovat tärkeitä asioita monista syistä, ja niiden olemassaoloon on hyvä kiinnittää huomiota jo tutkimuksen alkuvaiheista asti. Tuomi ja Sarajärvi (2009, s. 127) kirjoittavatkin, että hyvää tutkimusta ohjaa eettinen sitoutuneisuus eli eettisyyden tulisi kulkea tutkijan mukana koko tutkimusprosessin ajan. Hyvä tieteellinen käytäntö ja mahdollisuus tutkimuksen tekoon osaavien ohjaajien kanssa on seikka, joka itselleni luo halun tehdä tutkimus mahdollisimman hyvin ja eettisesti. Toinen hyvin tärkeä asia eettisyyden ja pätevän tutkimuksen kannalta omassa työssäni on kunnioitus aineistoa eli tässä tapauksessa suomalaista rocklyriikkaa ja sen tekijöitä kohtaan. Ilman näitä luovan alan tekijöitä ei olisi tätä aineistoa ja mahdollisuutta toteuttaa oman kiinnostuksen kohteena olevaa poikkitieteellistä tutkimusta. Tutkimuksen eettisyyttä laululyriikoiden suhteen tukee myös tekijänoikeudellisten asioiden selvittäminen eli tämän tutkimuksen kohdalla kysymys on sanojen julkaisemisesta. Asia on selvitetty aiemman lyriikoita koskevan opinnäytteeni yhteydessä Kopiostosta. Tutkimuksen raportoinnissa kirjoitan analyysin joukkoon näytteitä lyriikoista tekijänoikeudellisuuden rajoissa.

Kvalitatiivista tutkimusta voidaan pitää monia tutkimusperinteitä sisältävänä kokonaisuutena, jolloin laadullisen tutkimuksen luotettavuuttakin voidaan tarkastella erilaisista näkökulmista erilaisia kriteereitä painottaen. Monissa laadullisen tutkimuksen oppaissa on ehdotettu määrällisestä tutkimuksesta tuttujen reliabiliteetin ja validiteetin hylkäämisestä luotettavuuden kriteereinä. (Tuomi & Sarajärvi, 2009, s. 134–137.) Tässä tutkimuksessa katson validiteetin olevan järkevä kriteeri luotettavuuden arviointiin, sillä tutkijana pyrin vastaamaan tutkimusongelmaan ja analysoimaan aineistoa valitun teeman kautta. Reliabiliteetin osa-alueeksi luettavan tutkimuksen toistettavuuden kriteeriä pidän kahtiajakoisena tämän tutkimuksen kohdalla. Toisaalta tutkimus on toistettavissa samalla aineistolla ja metodilla, mutta kuten Kiviniemi (2001, s. 82) kirjoittaa, niin tutkimusraportti on tutkijan tulkinnallinen konstruktio ja toinen tutkija voi saada aineistolle muunlaisen luokitusperustan ja painottaa eri asioita. Toistettavan tutkimuksen tulos voi siis olla tietyltä osin erilainen ja toisin sanoin kerrottu, mutta osittain myös yhtenäinen. Laadullisessa tutkimuksessa en näkisi tätä ongelmana, vaan teemaa syventävänä ja laajentavana tapauksena.

Luotettavuuden esiin tulemiseen pyrin tässä tutkimuksessa vastaamaan sitoutumalla eettisyyteen tutkimusprosessissa, käyttämällä monipuolista ja asiaankuuluvaa teoriaa aineiston analyysissä, käyttämällä ohjausprosessin tulokset tutkimuksen hyväksi sekä kirjoittamalla selkeän kuvauksen tutkimusprosessista ja luomalla hyvän tutkimusraportin. Kiviniemi (2001, s. 82) nostaa hyvän tutkimusraportin kirjoittamisen tutkimuksen keskeiseksi luotettavuuden mittariksi, joka tarjoaa lukijalle välineet arvioida tutkimuksen uskottavuutta.

4 YHDISTELEVÄÄ TUTKIMUSTA

Matkailututkimusta ja musiikintutkimusta yhdistää niiden katsontakantojen monipuolisuus eli mahdollisuus tarkastella kohdetta monesta eri suunnasta. Historia, kulttuuri, talous ja esimerkiksi sosiologia ovat näkökulmia, joiden kautta voi tutkia niin matkailua kuin musiikkia. Teknologian kehitys on vaikuttanut suuresti molempien kehitykseen. Nopeat ja suuret lentokoneet mahdollistivat aikoinaan suurten ihmisjoukkojen helpon siirtymisen maasta tai mantereesta toiseen, ja musiikin puolella puolestaan esimerkiksi tallennusvälineiden huima kehitys on tuonut musiikin tuottamisen mahdollisuudet suurista levytysstudioista pieniin kotistudioihin ja avannut näin uusia mahdollisuuksia musiikin tekijöille. Musiikki ja matkailu myös yhdistyvät, kun bändit lähtevät kiertueille ja yleisö matkustaa heitä kuulemaan. Millaista tutkimushistoriaa nämä kaksi toisaalta erilaista, mutta toisaalta yhteneväistä, alaa pitävätkään sisällään?

4.1 Musiikintutkimus

Vainio (2005) kirjoittaa kuinka Suomessa on harjoitettu musiikintutkimusta jo hyvin varhaisista ajoista, sillä Turun Akatemian piiristä on löytynyt puolenkymmentä latinankielistä väitöskirjaa vuosilta 1697–1800. Väitökset, jotka tuohon aikaan vastasivat enemmänkin nykypäivän maisterin tutkinnon opinnäytteitä, käsitelivät esimerkiksi urkujenkäyttöä jumalanpalvelusperinteessä ja musiikin ja moraalin välisiä suhteita. (Vainio, 2004, s. 359.) Musiikintutkimusta on selvästi ollut jo kauan aikaa olemassa ja musiikkia on tutkittu sen ajan lähtökohdista. Turun akatemian ajoista on kuljettu pitkä tie tämän päivän suomalaisen musiikkitieteeseen ja yliopistomaailmaan. Tässä tutkimuksessa käsiteltävä suomirockin muodossa käsiteltävä populaarimusiikki on myös kulkenut pitkän matkan yleisesti hyväksytyksi tutkimuskohteeksi.

Populaarimusiikki on saanut kokea akateemisessa maailmassa toiseuden aseman korkeakulttuurin ja taidemusiikin pitäessä korkeinta paikkaa musiikkitieteellisessä tutkimuksessa. Näin ollen populaarimusiikki saikin ensimmäisenä liberaalimmat ihmistieteilijät kiinnostumaan aihealueen tutkimuksesta. Sosiologeja ei vaivannut musiikkitieteelle tyypillinen esteettinen ideologia. Tästä syntynyt brittiläistyylinen

kulttuurintutkimus, alakulttuuriteoria, sosiologia ja ruohonjuuritason vastaanottotutkimukset ovat luoneet pohjan populaarimusiikin tutkimuksen oppihistorialle. (Aho & Kärjä, 2007, s.15.) Nykyisin populaaritutkimus on kansainvälisesti kasvava ala, jota edistää vuonna 1981 perustettu kansainvälinen yhteistyöjärjestö ”International Association for the Study of Popular Music”. Järjestön ideologia pohjaa pyrkimykseen edistää monitieteisyyttä sekä monikulttuurista ja moniammatillista yhteistyötä. (Järviluoma & Rautiainen, 2004, s. 180–181.) Tässä populaarimusiikkia ja matkailututkimusta yhdistävässä tutkimuksessa pyritään juuri monitieteellisyteen, mutta millä tavalla populaarimusiikin tutkimukseen kuuluvaa lyriikantutkimusta on harjoitettu Suomessa ja millä tavalla sen voi yhdistää matkailututkimukseen?

Rocklyriikan ja ylipäätään sanoitusten tutkimuksessa monitieteisyys ja tekstinulkoiset seikat tuovat tutkimuksen tekoon omat haasteensa, jotka tutkijan täytyy ratkaista tutkimuksen teossa. Populaarimusiikin tutkija Simon Frithin mukaan (1996) kuulija kuulee laulun lyriikasta heti kolme seikkaa. Ensimmäiseksi Frith mainitsee sanat, jotka luovan kappaleelle semanttisen merkityksen. Toisena heti aistittavana asiana on retoriikka, joka puolestaan luo sanojen musiikillisen käsittelytavan. Kolmantena laulusta kuultavana asiana Frith näkee äänet, jotka ihmisäänen eri sävyt muodostavat ja jotka ovat jo itsessään merkityksellisiä. (Frith, 1996, s. 159.) Jo pelkästään nämä asiat luovat lyriikoista monitahoisen tutkimuksen kohteen ja kun mukaan lisätään vielä esiintymisen kieli lavalla ja koko niin musiikillinen kuin ulkomusiikillinen konteksti, niin nähdään sanoitusten kietoutuminen moneen asiaan.

Tutkijan tulee siis tiedostaa sanoitusten ympäristö ja tuoda tutkimuksessa esiin oma lähestymistapa tässä kontekstissa. Tämän tutkimuksen lyriikoita tarkastellaan temaattisesta näkökulmasta, jolloin lyriikoiden soivan aspektin tutkimus jää taka-alalle. Kuitenkin lauluja käsitellään lauluina ja myös kuunnellen koko tutkimusprosessin ajan. Äänikuvaan, ilmaisuun ja tyyliin kiinnitetään tarpeen vaatiessa huomiota enemmän, mutta pääpaino on sanoitusten temaattisessa tarkastelussa. Rocklyriikan temaattisen tarkastelun mahdollisuuksista kirjoittaa myös Oksanen (2007), jonka mukaan rocklyriikan tutkimus avaa monia mahdollisuuksia temaattiseen tarkasteluun kirjallisuudentutkimuksen metodeita käyttäen. Varsinaista rocklyriikan tutkimusta ei ole kuitenkaan tehty kirjallisuudentutkimuksessa merkittäviä määriä. (Oksanen, 2007, s. 162–163.) Temaattisen tarkastelun näen sopivan hyvin myös matkailututkimukseen,

joka pitää sisällään monia temaattisia alueita. Rockmusiikin sanoitusten on usein ajateltu heijastavan yhteiskuntaa ja rakentavan tätä kautta yhteyden esimerkiksi ajankuvan tutkimukseen. Rockmusiikilla on toki osansa yhteiskuntakriittikkona tai ajankuvan luojana, mutta näkisin sanoitustenkin voivan olla hyvin erilähtöisiä sisältäen myös ajattomuutta, tekijän omaa maailmankuvaa, havaintoja tai luotuja kertomuksia. Tässä tutkimuksessa lähdetään ajatuksesta, että suomirockin lyriikat piirtävät oman Suomi-kuvansa tekijöiden erilaisista lähtökohdista käsin, ja tätä kuvaa tarkastellaan suhteessa historian myötä kehittyneeseen ja matkailun luomaan Suomi-kuvaan nähden.

Suomalaisen kevyen musiikin tutkimus on kasvamaan päin, mutta sen historia on vielä hyvin nuori ja määrällisesti pieni. Suomen säveltäjien ja sanoittajien järjestö Elvis ry teki vuonna 2004 selvityksen suomalaisen kevyen musiikin akateemisesta tutkimuksesta. Tarkasteluajankohta rajautui selvityksessä vuosiin 1954–2003, jonka ajalta kerättiin yhteen väitöskirjat, liseniaattityöt ja pro gradu -tutkielmat, jotka käsittelivät suomalaisen kevyen musiikin sanoituksia, sävellyksiä, sovituksia sekä sanoitusten käännöksiä. Selvityksessä havainnointiin, että vasta vuonna 1975 ilmestyi ensimmäinen kriteerit täyttänyt tutkimus pro gradu -työnä. Tutkimusten määrä lisääntyi 1990-luvulle tultaessa. Selvitykseen kertyi yhteensä 141 työtä, joista väitöskirjoja ja liseniaattitöitä oli molempia 9 kappaletta ja loput tutkimuksista oli pro gradu -töitä. Rocklyyriikkojen sanoitukset saivat tässä kaikkia tieteenaloja koskevassa selvityksessä hyvin huomiota, tosin vain tiettyjen suurten tekijöiden kautta. (Mäkeläinen & Heikkilä, 2004.) Selvityksessä mukana olevista tutkimuksista ei löytynyt Suomi-kuvaan tai matkailuun liittyviä suomalaisen rockmusiikin lyriikkatutkimuksia.

4.2 Matkailututkimus

Matkailututkimuksella on vielä lyhyt historia verrattuna moneen muuhun tutkimusalaan, mutta toisaalta matkailututkimuksen monitieteellisyysden kautta sille on olemassa pohjaa muiden tieteenalojen historian ja perinteen kautta. Tätä kautta sillä on yhtäläisyyttä populaarimusiikin tutkimukseen, joka on myös nuorta verrattuna perinteiseen musiikintutkimukseen ja muihin tieteenaloihin. Populaarimusiikin tutkimus on samalla tavalla monitieteistä ja hakee katsontakantoja myös muiden tieteenalojen kautta kuten matkailututkimus. Matkailututkimus ja populaarimusiikin tutkimus

rakentavat tällä hetkellä omaa perustaansa monitieteisyyden maailmassa. Tähän asetelmaan vastaa myös tämä näitä kahta alaa yhdistävä tutkimus.

Matkailututkimusta pääaineena voi opiskella Suomessa tällä hetkellä vain Lapin yliopistossa, mutta vuonna 1994 perustetun MAVY:n (www.uef.fi/fi/funts) eli matkailun verkostoyliopiston kautta voi opiskella matkailua sivuaineena. Matkailualan verkostoyliopiston koordinaatioyksikkönä toimii Itä-Suomen yliopistoon kuuluva, Savonlinnassa sijaitseva, matkailualan opetus- ja tutkimuslaitos. Laitoksen tehtäviin kuuluu kansallisesti ja kansainvälisesti merkittävän matkailun tutkimus- ja kehittämistoiminta. Samoin vuonna 2004 perustetun Suomen matkailututkimuksen seuran (www.matkailututkimus.org) tarkoituksena on edistää matkailualan monitieteistä tutkimusta ja sen arvostusta. Seura julkaisee myös monitieteistä Matkailututkimuslehteä. Merkittäviä kansainvälisiä matkailututkimuksen lehtiä ovat esimerkiksi *Annals of Tourism Research* ja *Journal of Travel & Tourism Research*.

Matkailua voidaan tutkia hyvin erilaisista lähtökohdista ja näkökulmista. Maantiede, liiketalous, historia tai esimerkiksi sosiologia tarjoavat omat yhtymäkohtansa matkailuun ja näin sen tutkimukseen. Monitieteisyyden tähden on myös pohdittu strategista kysymystä siitä, onko oikeampaa puhua matkailututkimuksesta, jolloin matkailua pidetään omana tutkimusalanaan vai onko parempi puhua matkailun tutkimuksesta, jolloin korostettaisiin matkailun laaja-alaisuutta. (Ahonen, 2006, s. 44.) Näkisin, että molemmille tavoille on sijansa kontekstista riippuen, mutta joista matkailututkimus korostaa ja tuo esiin matkailututkimuksen akateemisena tutkimusalanaan, jolla on oma merkityksellinen paikkansa monitieteisenä tutkimuskohteena.

Vuonna 2006 valmistui ensimmäinen kansallisella tasolla suomalaisen matkailututkimuksen tilaa ja kehittämistä käsittelevä kartoitus. Tutkimus tarkastelee matkailua pääasiallisesti elinkeinon näkökulmasta. Elinkeinojen näkökulma on yksi keskeinen osa matkailualaa, mutta kuten kartoituksessa mainitaan, on tutkimuksen tehtävänä tuottaa tietoa niin itse tieteen kehittymistä varten kuin yhteiskunnan käytännön tarpeita ajatellen. Tutkimuksessa nähtiin tarpeelliseksi kehittää monitieteistä ja eri tiedonintresseihin pohjautuvaa tutkimusta, sillä tutkimusten hyöty jakaantuu muihinkin osiin kuin pelkästään suoraan taloudelliseen hyötyyn. Esimerkiksi matkailun historian tutkimus lisää itsetuntemusta ja identiteetin rakentumista. (Ahonen, 2006, s. 8

& 6–37.) Tutkimuksen monipuolisuus vie matkailututkimusta eteenpäin niin tutkimusalana kuin elinkeinon kehittämisen tukijana.

Edellä mainitussa tutkimuksessa matkailututkimuksen kehittämisen tarve nähtiin selkeänä. Erityisesti kartoituksessa tuotiin esiin tarve lisätä poikkitieteellisiä tutkijaryhmiä sekä luoda maahan matkailun tutkimuksen osaamiskeskittyviä. Lisäksi erityisen tärkeäksi kehittämiskohteeksi nostettiin suomalaisen matkailututkimuksen kansainvälisyyden parantaminen. Myös kansalliselle matkailun tutkimusstrategian tekemiselle nähtiin tilausta. (Ahonen, 2006, s. 28 & 32.) Vastaavan tyyppiset kartoitukset matkailun laaja-alaisuuteen perehtyen ovat tärkeitä matkailututkimuksen kehittämisen kannalta. Kartoitukset nostavat samalla esiin puhetta matkailututkimuksesta ja tuovat esiin sen merkityksen tieteessä sekä yhteiskunnassa.

5 TUTKIMUKSEN TIE

Tämänkin tutkimuksen matka on kulkenut monilla poluilla kohti tietä, joka johtaa johtopäätöksiin ja viimeisiin lauseisiin tutkimusraportissa. Tutkimusoppaissa moneen kertaan mainittu tutkimuksen teon prosessiluonteisuus on tullut hyvin ilmeiseksi, mutta samalla matka on ollut kiinnostava ja opettava. Tutkimuksen teko opettaa toisaalta suunnitelmallisuutta ja toisaalta heittäytymistä erilaisten ajatuskulkujen ja päivien vietäviksi, jotka puolestaan tuovat oivalluksia ja antavat uusia suuntia tutkimukselle matkan varrella. Luottamuksen säilyttäminen ja usko oikean tien löytymiseen ja tutkimuksen valmistumiseen ovat tärkeitä matkakumppaneita tutkimusprosessissa.

Tutkimuksen idean jalostuminen varsinaiseksi aiheeksi ja selkeäksi tutkimusongelmaksi on jo itsessään oma prosessinsa. Tämän tutkimuksen idea rocklyriikoita ja suomalaisuutta yhdistävänä laadullisena tutkimuksena on ollut mukana koko opintojen ajan. Kuitenkin vasta tutkimussuunnitelmaa tehdessä työn aihe selkiytyi ja muuttui tutkimukselliseen muotoon. Ideat suomalaisesta maisemasta, maaseudusta, kaupungista ja matkailun maisemista suomalaisessa rocklyriikassa kiteytyivät aiheen pohtimisen ja palautteen jälkeen Suomi-kuvan käsitteeseen. Oikean tutkimusongelman löytyminen antoi selkeän suunnan teorianpohjan etsimiselle ja tutkimuksen rakenteelle. Kun tutkimusongelma oli selvillä, aloitettiin aineiston kerääminen. Aineistoa koottiin kuuntelemalla läpi keskeisten 1980- ja 1990-lukujen artistien ja bändien tuotantoa tutkimusongelman tematiikan kautta. Sopivan aineiston, niin teemallisesti kuin määrällisesti, löydyttyä, kirjoitettiin laulujen lyriikat ylös. Mikäli lyriikoissa oli huonosti kuultavissa oleva kohta, kirjattiin se ylös. Tämän kautta voitiin analyysivaiheessa huomioida kyseinen luotettavuutta heikentävä kohta ja jättää se pois, jos kyseessä ei ole ollut laulun keskeinen asia.

Tutkimusongelman ja teorialähteiden kautta tutkimukselle rakennettiin teoreettinen viitekehys, joka kirjoitettiin auki tutkimusraportin pohjaksi. Teoriaa kuitenkin syvennettiin itse analyysivaiheessa, jolloin tutkimusraportin analyysiosassa aineiston analyysi ja teoria kävivät vuoropuhelua. Alasuutari (2011) kirjoittaa laadullisen tutkimuksen analyysillä olevan kaksi vaihetta, havaintojen pelkistäminen ja arvoituksen ratkaiseminen. Havaintojen pelkistäminen jakautuu myös kahteen osaan. Ensiksi aineistoa tarkastellaan aina yhdestä teoreettismetodologisesta näkökulmasta, jonka

kysymyksenasettelu ja teoreettinen viitekehys määrittävät. Näitä teoriapohjaisia näkökulmia voi olla useita, mutta yksittäisen käsittelyn kautta ne luovat raakahavaintoja aineistosta ja muokkaavat sitä helpommin käsiteltävämpään muotoon. Pelkistämisen toisen vaiheen jälkeen raakahavainnot yhdistetään joko yhdeksi tai harvemmaksi havaintojen joukoksi. (Alasuutari, 2011, s. 39–40.) Tässä tutkimuksessa laulujen kuuntelulla ja aineiston lyriikoiden läpikäymisellä oli suuri merkitys jo ennen varsinaista analyysia, sillä aineiston kuunteleminen ja vapaampi tutustuminen tekivät käsiteltävästä aineistosta tutun. Aineiston vapaamuotoisemman käsittelyn jälkeen aineistosta tehtiin raakahavaintoja käyttämällä tutkimusongelmaan ja teoreettiseen viitekehukseen pohjautuvia kysymyksiä ja teemoja. Aineistoa käytiin läpi tutkimusongelmaan kuuluvien eri näkökulmien kautta. Tämän jälkeen raakahavainnot koottiin teoriasta johdettujen teemojen alle.

Aineiston pelkistämisen jälkeen seuraa itse analyysi eli arvoituksen ratkaiseminen, kuten Alasuutari tätä tapahtumaa nimittää. Alasuutarin (2011) mukaan arvoituksen ratkaiseminen kvalitatiivisessa tutkimuksessa tapahtuu tuotettujen johtolankojen ja käytettävissä olevien vihjeiden avulla. Tämän kautta puolestaan muodostetaan merkitystulkinta tutkittavasta ilmiöstä. Laadullisen tutkimuksen prosessiluonteisuudesta johtuen myös arvoituksen ratkaisemisen vaiheessa voi muodostua uusia kysymyksenasetteluita, jotka johtavat uusiin pelkistämisen vaiheisiin. Kuitenkin mitä enemmän tutkijalla on johtolankoja teoriasta, tilastoista tai aiemmista tutkimuksista, sitä paremmin voi luottaa tutkimuksen ratkaisujen mielekkyyteen. (Alasuutari, 2011, s. 44–48.) Tämän tutkimuksen arvoituksen ratkaiseminen tapahtui teorian ja aineistosta nousseiden temaattisten havaintojen vuoropuhelun kautta. Arvoituksen tarina muotoutui koko tutkimusprosessin läpi hakien suuntaa pelkistämisen ja teorian avulla sekä analyysin antamien suuntien mukaan. Tutkimuksen johtopäätökset ja tulkinnat muovautuivat tyypilliseen laadullisen tutkimuksen tapaan viimeisiin tutkimustemaattisiin kysymyksiin asti.

6 TARINA ALKAKOON

Teoreettisen viitekehyksen ja aineiston analyysin jälkeen on aika kirjoittaa auki arvoituksen ratkaisut eli vastata tutkimusongelman kysymykseen Suomi-kuvasta suomalaisessa rocklyriikassa vuosina 1980–1999. Mitä analyysi onkaan kertonut lyriikoista, minkälainen maisema ja tarina niiden kautta muodostuu? Laadullisen tutkimuksen prosessiluonteeseen kuuluen itse analyysi syvenee ja hakee uusia teoreettisia kiinnekohtia vielä tutkimusraporttia kirjoitettaessa, mikäli analyysi sitä tarvitsee.

6.1 Laulut elävät merkitysten maailmassa

Laulut ovat merkityksellisiä omana itsenään ja jokaisen omassa kokemusmaailmassa. Laulujen tekijä kokee ne omalla tavallansa ja musiikin kuuntelija tulkitsee ja tuntee laulun sanoman aina omasta historiastansa ja käsitysmaailmastansa käsin. Lisäksi sama ihminen voi kokea laulun eri tavoin eri elämäntilanteissa tai erilaisissa kuuntelukonteksteissa. Kotona yksin kuunneltuna kappale voi saada erilaisen merkityksen kuin kollektiivisena kokemuksena suuressa konsertissa. Musiikin käyttötapoja käsittelevissä tutkimuksissa on tullut esiin subjektiivisten ja persoonakohtaisten, kuten henkilöhistoriallisiin muistoihin liittyvien, konstituovien tekijöiden osuus musiikkimaun muotoutumisessa. (Söderholm, 1995, s. 173.) Musiikkimaku ja laulujen merkitysten muodostuminen ovat hyvin subjektiivisia kokemuksia. Myös laulujen lyriikoiden ymmärtäminen ja tarinakäsitys ovat aina suhteessa tekijän omaan historiaan ja kokemusmaailmaan, mutta myös kuulija kuulee laulun tarinan omasta kokemusmaailmastansa käsin. Samalla laululla ja saman laulun tarinalla voi siis olla monta eri tulkintaa.

Samasta asiasta kirjoittaa myös Lehtonen (2000) kirjassaan ”Merkitysten maailma”. Lehtosen mukaan tekstien tuottajat eivät voi koskaan määrätä, miten heidän kirjoittamansa teksti luetaan. Ihmiset rakentavat teksteihin merkityksiä, mutta myös luovat teksteistä merkityksiä elämäänsä. (Lehtonen, 2000, s. 207.) Tästä syystä tämän tutkimuksen lyriikka-analyysi on yksi teoreettistemaattispohjainen tulkinta laulujen

tarinoista, ei siis objektiivinen ja faktuaalinen totuus kappaleiden luennasta ja sisällön kertomuksesta. Myös lyriikoiden musiikillinen ympäristö, joka tässä tutkimuksessa jää sivummalle, luo kappaleisiin erilaisia tunteita ja merkityksiä kuulijasta riippuen.

Lyriikka-sanan käyttö muistuttaa kuitenkin tutkimusaiheen musiikillisesta ympäristöstä, sillä kuten Lehtimäki ja Lahtinen (2006, s. 20) kirjoittavat, niin sana lyriikka periytyy antiikin Kreikasta, jossa runoutta säestettiin lyyralla.

Henkilökohtaisen kokemuspohjan ja musiikillisen kontekstin lisäksi lyriikoiden tulkinnassa tulee ottaa huomioon metaforien käyttö. Metaforat ovat laululyriikalle tyypillinen keino ilmaista asioita. Metaforat selittävät tai tulkitsevat rinnastusten avulla yhtä seikkaa toisen kautta. Metaforat jäsentävät todellisuutta ja luovat erilaisia tulkintoja kohteesta. (Lehtonen, 2000, s. 41–42.) Metaforien käyttö laululyriikoissa on hyvin tekijäkohtaista. Toiset sanoittajat kirjoittavat runollisempaa ja metaforien täyttämää tekstiä, toiset tekijät puolestaan kokevat suoran ja arkikielisen ilmaisutavan omaksi tyylikseen. Laulun ja tekstien tulkinta on monitahoinen kokonaisuus, jonka tutkimuksessa täytyy tuoda esiin kulloisenkin tutkimustavan näkökulma.

6.2 Lyriikoiden jaottelu

Kappaleet jaoteltiin kolmeen ryhmään, joista ensimmäiset edustivat kertomuksellisia ja havainnoivia tekstejä, toinen ryhmä koostui rakkauslauluista ja kolmas ryhmä muodostui yhteiskuntaan, huumoriin ja ironiaan nojautuviin teksteihin. Puolet aineiston kappaleista käyttää tarinallista ilmaisua, joka kuvaa ja havainnoi elämää, tunteita, ympäristöä ja arkea. Musiikillinen ympäristö vaihtelee rennosta riemukkaaseen ja voimalliseen. Puhtaasti rakkauslauluja oli aineistossa vähiten ja näistä myös osan voi liittää kertomusten ryhmään. Rakkauslaulujen pientä määrää ei voida kuitenkaan yleistää yleiseksi ilmiöksi suomalaisessa rockmusiikissa, sillä tämän tutkimuksen aineisto kerättiin Suomi-tematiikan mukaan. Kertomuksellisten tekstien ja rakkauslaulujen väliin mahtui pieni joukko Suomi-kuvan tutkimusongelmaan sopivia lyriikoita, jotka kuvasivat yhteiskuntaa ja sisälsivät humoristisen ja ironisen otteen.

Tarinoiden aikamuodot olivat vahvasti preesenspainotteisia, mikä on myös tyypillinen tapa ilmaista tapahtumia rockmusiikissa, kun taas iskelmämusiikissa menneen muistelu on luonteva tapa kertoa tarinaa. Muutamissa kappaleissa tapahtui aikamuotojen

sekoittumista, kun nykyhetkessä muisteltiin mennyttä aikaa ja tapahtumaa. Tulevaisuus oli kappaleissa vain hyvin pienimuotoisesti esillä ja enemmän sivulauseen roolissa kuin pääosassa.

6.3 Minä vai me, kuka kertoo tarinaa?

Laulettu lyriikan hienous ja erityispiirre on laulun subjektin tarinan yhtäaikainen esiintyminen niin henkilökohtaisena ja yksilöllisenä kuin kollektiivisena kokemuksena. Esimerkiksi keikkatilanteessa esittäjä tulkitsee minä-muodossa kerrottua tarinaa ja samanaikaisesti yleisö laulaa kappaletta ääneen mukana luoden kollektiivisen kokemuksen, jossa jokainen kuulija kokee laulun minän omakseen ja laulaa omasta sisimmästään. Yhdestä, yhden ihmisen näkökulmasta kertovasta kappaleesta syntyy monelle ihmiselle henkilökohtainen tunne ja kokemus, joka puolestaan on osa kollektiivista ihmisen kokemusmaailmaa. Samalla tavoin kappaleet jotka on kirjoitettu me-muotoon, antavat kokemuksen yhteisyydestä, mutta kuvaavat samalla henkilökohtaisia ajatuksia ja omaa tarvetta kuulua johonkin ryhmään.

Eri musiikkityyleissä tarinat ja laulun subjektin aiheet ja esittämistavat ovat erilaisia. Kun iskelmä nojaa rakkauden ja tunteiden kieleen ja asioiden hellävaraisempaan kerrontaa, niin rockmusiikilla on yleisesti lupa myös kritisoida, olla sarkastinen ja tehdä huomioita ulkomaailmasta. Tämä antaa myös kuulijalle mahdollisuuden tuoda esiin tai peilata omia ajatuksiaan. Täytyy kuitenkin muistaa rockmusiikin laajuus niin tyyllisesti kuin tekijäkohtaisestikin. Aiheita ja tyyliä riittää yhteiskuntakriittisistä tarinoista arkisiin kertomuksiin ja herkkiin rakkauslauluihin. Saaristo (2003) kirjoittaa, että rockin yhteiskuntakriittisyys on ajassa kulkevaa aaltoliikettä. Esimerkiksi punkin kantaaottavuudesta on menty aikoinaan nopeasti eskapistiseen mustan romantiikan konemusiikkiin. (Saaristo, 2003, s. 14.) Rockmusiikissa lyriikat ja toteutus viestivät aina jotain sanomaa valitun subjektin näkökulmasta. Tutkimuksen aineistosta Suomi-kuvan pohjalta nouseva kertomus aloitetaan havainnoimalla lyriikoiden aiheiden tyyliä ja subjektia.

Laulun tekijä päättää lyriikkaa kirjoittaessaan tarinan kertojan eli tekstin persoonamuodon. Minä-muotoinen kerronta on hyvin tyypillinen tapa kirjoittaa laulujen tarinaa. Minä-muodon käyttö tuo lauluun henkilökohtaisen sävyn kertoen tapahtumista

ja tunteista tyyllillä, joka antaa kuulijalle hyvän väylän ottaa laulun tarina omaksi ja omien kokemusten tulkiksi. Rakkausaiheisissa lauluissa minä-muodon rinnalla on luontevaa käyttää tarinasta riippuen myös me-muotoa, joka muodostuu meistä eli minusta ja sinusta. Kahta ihmistä suurempaa joukkoa käsittelevät laulut puolestaan kertovat yleensä kollektiivista tarinaa esimerkiksi ihmisyydestä tai suomalaisissa lauluissa suomalaisuudesta.

Minä-muotoinen kerronta on kuitenkin kaikista yleisin tapa kertoa laulussa tarinaa, ja tässä suhteessa aineiston kappaleetkaan eivät tee poikkeusta. Puolet kappaleista rakentuu minä-muodolle ja henkilökohtaisesta näkökulmasta kerrotusta tarinasta. Mielenkiintoisen ja rockmusiikissa harvinaisen poikkeuksen ja minä -muodon muuttumisesta kesken laulun duettona esitettyyn me-muotoon tekee *Juliet Jonesin Sydämen kappale ”Duetto (kadonnut nainen)”*. Kappale alkaa, kun laulun subjekti muistelee minä-muodossa ensirakkautta, mutta kappaleen puolella välissä laulaja vaihtuu ja toinen laulaja muistelee samalla tavoin minä-muodossa mennyttä rakkautta ja viimeiseen säkeistöön mentäessä laulusta on tullut duetto ja me-muotoinen.

*” Ei koskaan kuviteltu, että kävis näin
me baaritiskillä vierekkäin
elämämme rakkautta kilvan kehuttais
silloin se selvisi, kun nimes mainittiin
me samaa naista muisteltiin...”*

(Eero Hyypä)

Minä-muotoisten kappaleiden määrä aineistossa lisääntyy, jos joukkoon otetaan minä-muotoiset kappaleet, joissa vaihtelee minä-kerronta me-kerronnan kanssa parisuhdetilanteessa.

Puhtaasti monikkomuotoiset kappaleet ovat selkeässä vähemmistössä, mutta näissä kappaleissa kommentoidaan yhteistä teemaa, joka on suomalaisuus ja suomalaiset. Memuoto saa siis kansakunnan äänen.

6.4 Minä ja muut

Laulujen tekstit voivat olla kertomuksellisia, jolloin niissä voi kuulla selkeän kertomuksen, ikään kuin tiivistelmän kaunokirjallisesta tekstistä tai elokuvan juonesta.

Laulut voivat olla myös sanojen ja tunteiden virtaa, jossa tarkoitus ei ole esittää juonellista kertomusta vaan luoda yhdessä musiikin kanssa välähdyksiä asioista ja tunteista, jotka kuulija voi itse liittää omaan historiaansa ja kertomukseensa. Tähän tutkimukseen valitut lyriikat ovat enemmän kertomuksellisia tekstejä, jolloin ne vastaavat parhaiten tutkimusongelmaan. Apo (1990) kirjoittaa, että kertomusten tapahtumarakenteissa keskiössä on päähenkilön ja henkilöhahmojen suhde.

Viihdekerronnassa hyvät ja pahat erottuvat helposti toisistaan, positiiviset ja negatiiviset toimintaroolit ilmaisevat yhteiskunnallisia ja poliittisia asenteita. (Apo, 1990, s. 73.)

Aineiston kappaleissa kertomuksen minä-lähtöisyys oli keskeistä ja pääsääntöisesti laulujen keskiössä oli kertoja. Tämän kertojan tarinaan pääsi suurimmassa osassa kappaleista myös joku toinen tai toiset, mutta nämä muut olivat, rakastettua lukuun ottamatta, sivuroolissa ja kaukaisesti havainnoituja.

Eppu Normaalin kappaleessa ”Puhtoinen lähiöni” tarinan kertoja, joka asuu perheensä kanssa aravalainaisessa kerrostalolähiössä, havainnoi naapureitaan omasta asunnostaan käsin.

*” Sinä arvostelet lähiöitä
sanot etten tunne na-na-na –naapureita
vaikka pitkin päiviä ja öitä
seinän läpi kuulen niitten murheita...”*

(Mikko Saarela)

6.5 Suomalaisuus

Suomalaisuudella on omat stereotypiansa kuten kaikilla muillakin kansoilla. Meidät nähdään maailmalla tietyllä tavalla ja me liitämme erilaisia määreitä muihin kansakuntiin. Näitä vallitsevia, yleisesti esiin tuotuja piirteitä voidaan käyttää monin tavoin myös Suomi-kuvan luomisessa. Tilannekohtaisesti suomalaisten hiljaisuutta ja omiin oloihin vetäytyvyyttä voidaan markkinoida positiivisessa valossa, jolloin Suomi tuodaan esiin hiljaisena ja rauhallisena maana ja kansana, mutta toisessa kohtaa tätä piirrettä voidaan myös esittää huumorin valossa ja asettaa suomalaiset stereotyyppiä naurun kategoriaan. Myös suomalaisten osaamista voidaan tuoda esiin markkinoimalla Suomea korkeasti koulutettujen maana, jossa teknologiset innovaatiot seuraavat toinen toistaan, mutta toisaalta Suomea voidaan kuvata luovan hulluuden maana, jossa kisataan eukkojen kannossa ja saunotaan kilpailumielessä. Erilaisia keinoja käytetään niin matkailumarkkinoinnissa kuin lehdistön esittämän Suomi-kuvan luomisessa. Samalla tavoin tavalliset ihmiset käyttävät eri tyylejä ja kertovat erilaisia asioita suomalaisista eri tilanteissa.

Kaikkien yleistysten jälkeen jokainen suomalainen on kuitenkin oma persoonansa, joka on kasvanut suomalaisessa kulttuurissa ja luo oman suomalaisuutensa monesta eri lähteestä muuttuvassa maailmassa. Siikala (1996, s. 148) kuvaa tätä suomalaisuuden moninaisuutta suomalaisuuden muuttumiseksi suomalaisuudeksi, jossa globaali informaatiovälitys huuhtoo menneisyyden kulttuurista kirjoa. Tutkimuksen aineisto sijoittuu 1980- ja 1990-luvuille, jolloin modernista on jo tullut tuttua ja ovet maailmalle ovat auki. Suomalainen rockmusiikki koki omat ekspansionsa sekä 1980-luvun nousukauden aikana kuin 1990-luvun laman jälkimainingeissa. Suomalaisessa rockmusiikissa on siis ollut jotain kantavaa voimaa, joka kulkee mukana erilaisissa yhteiskunnallisissa tilanteissa, mutta millaista suomalaisuutta tämän aineiston laulettujen tarinoiden suomalaiset ilmentävät? Löytyykö heistä perinteiseen suomalaisuuteen liittyviä piirteitä vai esittäytyvätkö laulujen hahmot postmoderneina individualisteina? Tutkimuksen lauluja ja niissä esitettyjä henkilöitä tarkastellaan suomalaisina kappaleiden tekijöiden suomalaisuuden myötä.

6.5.1 Laulujen suomalainen

Suomalaisuutta voidaan tarkastella eri näkökulmista, mutta Heinosen (1997) mukaan suomalaisuuden erityistä luonnetta täytyy tarkastella kollektiivi-ihmisen näkökulmasta. Me ja muut -vastakkainasettelu on tyypillistä tällaiselle kollektiivi-ihmiselle jollainen suomalainenkin on. Me ja muut -asetelma on näkynyt suomalaisessa kulttuurissa vahvana herravihana. Herrat eivät ole tässä tarinassa sankareita, vaan sankareita ovat tavalliset työtä pelkäämättömät, sitkeät ja rohkeat kansalaiset. Kollektiivista rauhaa rikkoo kuitenkin nykyisin modernisaatio, jossa moderni työnjako luo paineita yksilönä toimimiseen kollektiivisuuden sijaan. (Heinonen, 1997, s. 50–51.) Aineiston lyriikoissa kollektiivisuutta ei tuoda esiin suurieleisesti, eivätkä kappaleiden kertojat korosta kuulumistaan tiettyyn ryhmään. Tietty kollektiivisuus ja suomalaisuuden perinne me ja muut -asetelmasta on kuitenkin luettavissa rivien välistä ja kertomusten ympäristöistä.

Aineiston kappaleissa ei tuoda esiin kertojien ammattia, mutta asioiden ilmaiseminen, tarinoiden ympäristö ja tarinan subjektin ajatukset ja oman olemisen kuvaukset luovat kuvan suomalaisesta perusihmisestä, duunarista, tavallisesta ihmisestä haaveineen ja murheineen. Subjekti ei ole korostetun menestynyt, mutta ei myöskään korostetun epäonnistunut, vaikka elämä ei nyt olekaan mennyt ihan niin kuin on ajatellut. Onnesta otetaan kiinni kun sitä on tarjolla ja siihen uskotaan, vaikka se välillä ohi lipuukin. Realismi näkyy lyriikoiden tarinoissa ja kertojien ajatuksissa. Myöskään ikää ei ole nostettu keskeiseen asemaan laulujen tarinoissa. Suurinta osaa määrittelee tarinoiden pohjalta muodostunut käsitys subjektin aikuisuudesta tai joissain tapauksissa nuorista aikuisista. Tarinoiden subjektit kuvaavat pääsääntöisesti enemmän ihmisyyttä kuin nuoruutta. *Julien Jonesin Sydämen kappaleesta "Duetto (Kadonnut nainen)* välittyy kuva tavallisesta suomalaisesta, joka on jäänyt kotikylään ensirakkauden lähdettyä etsimään muunlaista elämää kauempaa. Laulun tunnelma ei kuitenkaan ole epätoivoinen, vaan enemmänkin toteava niin tekstiltään kuin musiikilliselta toteutukseltaan.

*”...sä katosit ja minä jäin
nyt tänne kotipitäjään ikävöimään...”*

*” Kun menin armeijaan, sä lähdit kaupunkiin
kai jotain opiskelemaan...”*

(Eero Hyyppä)

Vaikka lyriikoista huokuu tavallisen ihmisen elämä ja tarinoiden henkilöt kuuluvat melko yhteneväisesti löyhään kollektiiviseen kehykseen, niin herravihan esiintuominen ei pääsääntöisesti kuulu laulujen sanomaan. Koko aineistosta on löydettävissä kaksi kappaletta, joissa herravihan voi katsoa selkeästi näyttäytyvän. Juice Leskisen kappale ”Siniristoloppumme” ja Eppu Normaalin kappale ”Puhtoinen lähiöni” esittävät herravihaa huumorin muodossa. Leskisen kappale ”Siniristoloppumme” on vuonna 1991 ilmestyneeltä levyllä ”Taivaankappaleita”. Laulu kuvaa ironian ja huumorin keinoin Suomen syöksymistä lamaan ja hallituksen tunarointia kriisin keskellä. Eppu Normaalin kappale ”Puhtoinen lähiöni” puolestaan ilmestyi vuonna 1980 ”Akun tehdas” -nimisellä levyllä ja kuvaa huumorin avustuksella suomalaista asuntopolitiikkaa lähiöineen ja aravalainoineen.

*” Olemme tässä nyt oivaltamassa,
että on valtio huonossa jamassa...”*

*” Hallitus hoitaa hättää
kuka saatanan tunari taas tunaroi?
e-e-en kommentoi...”*

(Juice Leskinen)

*” Katson ulos ikkunasta
 kai tää on mesta nasta
 ...ainakin kaupunginjohtajasta
 tää lähentelee taivasta...”*

(Mikko Saarela)

Herravihan luotsaamat kappaleet olivat aineistossa harvinaisia, mutta humoristisin keinoin kerrotut tuntemukset ovat varmasti saaneet ilmestyessään hyväksynnän kansan keskuudessa ja antavat näin jälkikäteen tarkasteltuina selkeitä kiinnittymispisteitä tiettyyn ajankohtaan. Näiden kappaleiden esiin nostaminen vähemmistönä on kuitenkin perusteltua, sillä niiden voi nähdä jatkavan suomalaisen laulelmaperinteen osa-alueetta, jossa laulujen ääni kertoo tavallisen suomalaisen elämästä yhteiskunnan rattaissa. Tätä perinnettä ovat eteenpäin kuljettaneet laulajat ja lauluntekijät Esa Pakarista Juha Vainioon, Vexi Salmeen ja Irwiniin. Yhteisenä nimittäjänä näiden tekijöiden tarinoissa kulkee pienen ihmisen puolesta puhuminen koneistoja ja herroja vastaan. (Heinonen, 1997, s. 177.) Aineiston suomirockin kappaleissa herraviha ja huumori ovat olleet yksi pieni osa-alue tekstien tarinoita. Toisaalta myös aiemmin Juhan Vainion, Vexi Salmen ja Irwinin aikana tietynlaisten aiheiden käsittely ja esittämissyyli ovat olleet tiettyjen tekijöiden tyyli, ei niinkään yksi yhtenäinen suomalaisen musiikin linja.

6.5.2 Suomalainen identiteetti laulujen tarinoissa

Meillä kaikilla on omanlainen käsitys suomalaisesta identiteetistä ja tulkitsemme sitä omasta viitekehyksestämme käsin. Identiteetti rakentuu historiasta, yhteiskunnan muutoksesta ja henkilökohtaisesta elämysympäristöstä. Siikala (1996) kirjoittaa, että tietoisuus itsestä muotoutuu suhteessa toisiin, toiset toimivat peilinä oman tai ryhmän identiteetin rakentamiselle. Tunneperäinen samaistuminen tai torjunta muokkaavat identiteettiä ja luovat eroja meidän ja muiden välille. Eurooppalaistuva Suomi on käynyt läpi identiteettikriisiä, ja suomalaisuuden suhdetta on täytynyt pohtia suhteessa omaan paikkaan ja ylikansallisuuteen. (Siikala, 1996, s. 140.) Samasta identiteettikriisistä kirjoittaa Mikko Lehtonen kirjassaan ”Merkitysten maailma”. Lehtosen mukaan keskustelu identiteetistä 1980–1990-lukujen Suomessa ei ollut

sattumaa, sillä ”kodin, uskonnon ja isänmaan” rinnalle ei ollut noussut 1960-luvun jälkeen uusia kestoosuusikkejä. Ihmiset siis etsivät itselleen ja elämislleen merkitystä. (Lehtonen, 2000, s. 17.) Tämän tutkimuksen aineisto on juuri tältä uudelta identiteetin etsimisen ajalta 1980–1990-luvuilta, mutta näkyykö identiteettikriisi näiden vuosikymmenten laululyriikoiden tarinoissa?

Jos rockmusiikkia pidetään yleisesti ajassa olevien tapahtumien ilmaisijana ja yhteiskunnan kuvaajana, niin tämän aineiston puitteissa ajankuvaus on vain yksi pieni osa lyriikoiden kertomuksia. Kansainvälistyvä Suomi ja suomalaisen identiteetin kriisi näkyy aineistossa vain yhdessä kappaleessa, *Ismo Alankon ”Kun Suomi putos puusta” – kappaleessa*. Identiteettikriisi ei näy kappaleessa vaan sivujuonteena, vaan siitä on tullut kappaleen teema. Laulussa maaseudusta ja isänmaastansa identiteetin rakentaneet suomalaiset kohtaavat kaupunkilaisuuden ja kansainvälisyyden, juoksevat sitä kohti ja ovat keskellä identiteettikriisiä.

” *Kun Suomi putos puusta aikarauta näytti seitsemää
kahdeksalta jalka poikki tasoelinkisoihin
toinen jalka navetassa, toinen tenniskentällä
toinen käsi utareella, toinen kaukosäätimellä...* ”

(*Ismo Alanko*)

Niin osuva ja ajassaan yhteiskuntaa peilaava kappale kuin *Ismo Alankon ”Kun Suomi putos puusta”* onkin, niin aineistosta ei nouse esiin kantavana teemana suomalaisuuden identiteettikriisi tai uuden suomalaisen individualistisen identiteetin kuvaus. Anttilan (1993, s. 124) mielestä suomalainen identiteetti on ollut muutoksessa, ja yhteiskunta, jossa ihmisten on luotava omasta identiteetistä markkinoille sopiva ja myytävä itsensä aina uudelleen niin työ-, ystävyys- kuin ihmissuhdemarkkinoilla, heijastuu väistämättä identiteetin määrittämisessä. Aineiston lyriikoissa elämän pohtiminen ja oman itsensä ja suuntansa pohdinta on toki läsnä, mutta suomalaisuuden representaatio pohjaa enemmän vanhaan perinteeseen.

Suomalaisuuden omakuva luotiin 1800-luvulla erilaisin sanallisten määritteiden ja kuvailujen kautta. Zachris Topelius, Johan Ludvig Runeberg ja Johan Vilhelm Snellman loivat Suomi-kuvaa ja suomalaista identiteettiä kirjojen, runojen ja erilaisten kirjoitusten avulla. Myös koulujen lukukirjat saivat oman tärkeän roolinsa suomalaisen identiteetin luomisessa ja siihen kasvamisessa. Lukukirjojen suomalaisiin liitettiin utteruuden, kestävyuden, karaistuneisuuden, sitkeyden, urhoollisuuden, itsepintaisuuden ja vapaudenhalun ominaisuuksia. (Varpio, 1999, s. 14–16.) Nämä edellä mainitut ominaisuudet nousevat vahvana esiin aineiston lyriikoista. Laulujen kertojat ovat sitkeitä, utteria, urhoollisia ja myös itsepintaisia ja vapaudenhaluisia. Vaikka kaikki ei menisi aina niin hyvin ja elämässä olisi ongelmia, niin eteenpäin mennään ja etsitään omaa paikkaa ja valoa.

Kauko Röyhkän kappaleessa ”*Lapin poika*” etsitään omaa elämää ja omaa onnea. Se ei ole helppoa, mutta eteenpäin on mentävä ja etsintää jatkettava. Suomalainen periksiantamattomuus saa voimaa kappaleen sinä-muodosta; laulu on ikään kuin käsky sekä rohkaisu Lapin pojalle.

” *Etsi poika etsi*
sun onnes löytyy jos sä jaksat uskoa
etsi poika etsi
sä tiedät, ettei se oo kaikille helppoa...”

(*Kauko Röyhkä*)

Tätä sitkeää ja kestävästä suomalaista kuvataan kappaleissa myös talven kylmyyden ja pimeän kautta. Talvea ja pimeyttä jaksetaan, toisinaan sisulla ja toisinaan rakkauden avulla. Elämän kovuus korostuu kylmyyden ja pimeiden öiden tunteina, mutta sitkeä suomalainen kulkee lopulta kohti kesää. *Miljoonasateen* laulussa ”*Silmitön talvi*” kertoja hakkaa utterasti halot liiterin alle, vihaa öisin ihmisliekaa, mutta käy silti itsepintaisesti talven kylmyyttä ja pimeyttä vastaan ja luo rakkaudesta itselleen suojapaikan.

*” Toisinaan kun valvon ja vahdin öistä pihaa
mä niin kuin koira myös ihmisliekaa vihaan...”*

*” Tulloon vaan silmitön talvi,
hyytyköön maa
rakkauden riepuun me kietoudutaan...”*

(Heikki Salo)

Kestävyden, sitkeyden, vapaudenhalun ja näihin ominaisuuksiin rinnastettavien piirteiden lisäksi aineistosta nousee esiin toinen perinteiseen suomalaiseen identiteettiin liitetty ominaisuus. Tämä ominaisuus on nähtävissä toiseksi selkeimpänä ryhmänä lyriikoiden tarinoissa. Kohtaloon alistuminen ja tyytyminen ovat leimanneet suomalaisuutta, ja näin tapahtuu myös suomalaisessa rocklyriikassa. Siikala (1996, s. 147) kirjoittaa, että elämänolojen niukat puitteet ovat tuoneet suomalaiseen mentaliteettiin tyytymisen. Omaan osaan tyydytään Saarijärven Paavon ”pane puolet petäjäistä” -tyyliin. Toinen kirjallinen kuva ja toisaalta suomalaisen mentaliteetin luoja löytyy Aleksis Kiven seitsemästä veljeksestä. Heinonen (1997) näkee tämän resignoitumisen eli kohtaloon alistumisen tapahtuvan Seitsemän veljeksen kohdalla hyvin suomalaisesti. Veljekset haluavat paeta yhteiskunnan vaatimuksia korpeen, hankkia sieltä elantonsa toisiinsa tukeutuen. (Heinonen, 1997, s. 76.) *Zen Cafen* kappaleessa ”*Minun kaupunkini*” Tarinan *minä* havainnoi omaa kotikaupunkiaan, josta nuoruuden haaveiden kera olisi pitänyt lähteä pois. Lyriikan *minä* on kuitenkin edelleen samassa kaupungissa, jossa ei tapahdu mitään ja tyytyy kohtaloonsa.

*” Myönnä jo itselles et täältä pääse
et tule rikkaaksi, ehkä myös jää se
nuoruuden haave, maailma on suuri*

...ja maalattu juuri pysyvillä väreillä

tämä on kuitenkin minun kaupunkini...”

(Samuli Putro)

6.6 Laulujen kertojasta laulujen näyttämölle

Edellä käsiteltyjen tarinoiden ja elämän kuvausten joukosta löytyy suomalaisuus, joka yhdistää useampia aineiston kappaleita. Laulujen suomalainen hahmo on tavallinen suomalainen iloinen ja murheinen, realisti, joka arjen keskellä kuitenkin haaveilee ja kaikesta huolimatta jaksaa uskoa huomiseen. Tämä suomalainen ammentaa modernissa ja muuttuvassa maailmassa identiteettinsä topeliaanisesta suomalaisuudesta, toisaalta sitkeydellä ja oman tiensä kulkemisella ja toisaalta kohtaloon tyytymisen kautta.

Kollektiivinen ajatus tavallisesta ihmisestä omana ryhmänä herrojen vastakohtana ei kuitenkaan tuo merkittävässä määrin esiin herravihaa laulujen teemana. Toisin oli esimerkiksi Juha Vainion ja Irwin Goodmanin lauluissa, jotka 1960-luvun muutosten myötä toivat esiin Suomen ajankuvia elämän karnevalisoinnin, naurun ja herravihan muodossa (Heinonen, 1997, s. 177). Tosin tässäkin tapauksessa, kuten tutkimuksen aineistossa, tämäntyyppiset temaattiset ratkaisut ovat sidoksissa esittäjän omaan tyyliin ja ilmaisun luonteeseen. Aineiston laulujen hahmot kertovat yleisesti omasta elämästä, johon voi liittyä lähimpiä ihmisiä, mutta pääsääntöisesti muut ihmiset ovat taka-alalla, kuvaavat ympäristöä ja tunnelmaa.

Lyriikoiden tarinat tapahtuvat aina tietyssä ympäristössä luoden tarinaa tukevan näyttämön ympärilleen. Tämä näyttämö voi olla pieni paikka ja ympäristö kotipihasta kahvilaan tai suurempi näyttämö laajalle avautuvasta luonnonmaisemasta koko Suomeen. Seuraavaksi tarkastellaan aineiston lyriikoiden näyttämöitä suhteessa tarinaan ja suomalaisuuteen.

7 LAULUJEN NÄYTTÄMÖ

Järviä, metsää, uinuvia pikkukaupunkeja, valtateitä, satamia ja kaupunkien kahviloita – niiden ja monien muiden fyysisten kohteiden ja ympäristöjen keskellä aineiston lyriikoiden hahmot elävät tarinaansa. Laulun tekijä maalaa kuvan tapahtumaympäristöstä tukemaan lyriikan kertomusta ja antamaan tarinan hahmolle näyttämön. Lyriikan tarinan ja ympäristön tunnelmaa tuetaan lisäksi melodian ja harmonian käsittelyn kautta. Näiden osatekijöiden kautta kuulijalle syntyy oma näkemys ja mielenmaisema laulusta. Laulun tarina visualisoituu ja vahvistuu. Laulut voivat heijastaa sen hetkistä maailmaa, mutta ne myös representoivat vahvasti suomalaista ympäristöä, maisemaa ja niiden suhdetta suomalaiseen identiteettiin. Lyriikoiden tekijät voivat tehdä sitä niin tietoisesti kuin tiedostamattomasti. Näiden populaarikulttuurin luomusten, eli tässä tapauksessa laulujen, ympäristöä ja maisemaa voidaan tarkastella myös suhteessa suomalaisen ympäristön kehitykseen sekä viralliseen matkailumaantieteellisen kuvaan ja imagoon.

7.1 Urbaania vai agraaria, modernia vai perinteistä?

Suomalaisen yhteiskunnan agraariset juuret ovat vahvassa, sillä onhan Suomi, tämä Euroopan periferiaksikin kutsuttu maa, vielä nuori modernin palveluyhteiskunnan maana. Erityisesti se on ollut sitä aineiston ajallisen sijoittumisen aikana 1980- ja 90-luvuilla. Tämä siitäkkin huolimatta, että Varpion (1999, 18) mukaan Suomen valtion ulkomaille suuntaamat tiedotuselokuvat ovat välittäneet jo 1920-luvulta alkaen kuvaa vauraasta, nykyaikaisesta ja tehokkaasta yhteiskunnasta. Toisaalta identiteetin muutos on hidasta ja tätä hetkeä representoidaan aina suhteessa menneeseen historiaan ja arjesta sekä myyteistä koottuun identiteettiin.

Myös populaarikulttuuri ja rocklyriikka representoivat suomalaista ympäristöä, sen historiaa ja muutosta sekä ihmisen osaa siinä. Häkli (1999) kirjoittaa konstruktionistisen metodologian tavasta nähdä tieto sosiaalisen maailman rakentajana ihmismaantieteessä. Sanomalehdet, elokuvat ja tieteelliset tekstit sekä muut sosiaalisen ja fyysisen maailman representaatiot osallistuvat yhteiskunnallisten suhteiden muodostumiseen ja säilymiseen. (Häkli, 1999 s. 147.) Laulujen tarinoiden ja ympäristöjen luomat

mielikuvat representoivat suomalaista ympäristö- ja maisemaidentiteettiä kahteen kertaan. Ensimmäiseksi laulun tekijä luo tarinan, tunnelman ja tapahtuman näyttämön representoiden sen omasta kokemusmaailmastaan käsin, ja toiseksi kuuntelijat representoivat kuulemaansa suhteessa omaan maailmaansa. Laulujen toistot vahvistavat tarinan maailmaa ja paljon soivat hittibiisit representoivat kollektiivisesti ympäröivää todellisuutta populaarikulttuurin maailmasta käsin.

Tutkimuksen aineiston kappaleet sijoittuvat 1980- ja 90-luvuille eli aikaan, jolloin suomalaisen yhteiskunnan suuri rakennemuutos oli koettu. Maaseutu oli hiljentynyt, työteollisuuden ja palveluyhteiskunnan myötä siirtynyt kaupunkiin ja lähiöistä tullut uusi asuinpaikka suurelle määrälle suomalaisia. Tapahtui niin sanotusti suburbanisoituminen, ei niinkään kaupungistuminen. Modernit lähiöt rakennettiin keskelle ei mitään, ja näin työ ja asuminen eriytyivät lopullisesti; ne eivät olleet maantieteellisesti enää lähellä toisiaan. (Jokinen & Saaristo, 2006, s. 153–155.) Aivan kuten *Eppu Normaalin* kappaleessa ”*Puhtoinen lähiön*” todetaan – ”*Kaupunkiin on pitkä matka*”.

Lähiömaiseman ja elämän kuvausta ei kuitenkaan aineiston kappaleissa harjoiteta edellä mainittua kappaletta enempää. Aineiston kappaleista kolme käsittelee koko Suomea, ja muiden kappaleiden tarinat tapahtuvat kaupungin, maaseudun ja luonnon näyttämöillä. Koko Suomea käsittelevät kappaleet ovat sävyiltään ironisia, joiden Suomi näyttäytyy modernin ja menneen agraarin välimaastossa kamppailevana maana, joka toisaalta ylpeänä haluaa olla nykyaikainen korkean teknologian moderni maa ja toisaalta hoitaa omat asiansa omalla tavallansa Euroopan periferiamana. Tästä esimerkkinä on *Juice Leskisen* kappale ”*Siniristiloppumme*”.

” *Kissojen tavalla tiiviillä kerällä
tahdomme loikoa Euroopan perällä
tahdomme turvetta seipäälle haalia
meillä ei syödä hapantakaalia...* ”

(*Juice Leskinen*)

1960–1970-lukujen voimakas rakennemuutos Suomessa muutti maa- ja metsätalouden merkitystä suurena työllistäjänä. Vanhat alat vaihtuivat jalostustuotannon ja palvelusektorin nopeaan kasvuun ja uusiin työpaikkoihin. Suuri muutto teki Suomesta teollisen maan, mutta Jokisen ja Saariston (2006) mukaan Suomalaista teollisuusyhteiskuntaa ei ole koskaan ollutkaan, sillä suuren muuton aikaan Suomesta kehittyi myös moderni palveluyhteiskunta (Jokinen & Saaristo, 2006, s. 87–89.) Tämä moderni palveluyhteiskunta ei kuitenkaan saa aineiston lauluissa huomiota tai sen merkitys ei ole positiivisesti latautunut laulujen tarinoissa. Teollistumiseen ja suomalaiseen hyvinvointiyhteiskuntaan turvaisana lintukotona ottaa kantaa *Eppu Normaali* kappaleessa ”*Suomi-ilmiö*”. Edellä mainitut asiat puetaan huumorin ja ironian verhoon, sillä kehityksen oikeasta suunnasta ei olla vakuuttuneita.

*” On erehtymättömyyttä meillä melko valikoima
on UKK, YYA sekä Imatran Voima
ei mikään vaara meidän kuvioihin mahdu...”*

*” Uraani halkeaa
ja tuottaa lamppuun valkeaa
mutta millään muilla mailla
kuin Suomella se ei oo riskiä vailla...”*

(Mikko Saarela)

Koko maata käsittelevissä kappaleissa Suomi näyttäytyy huumorin ja ironian kautta. Suomi on näyttämö, jossa ihminen ei ole vielä löytänyt paikkaansa modernin ja agraarin perinteen keskellä ja nykyaikaiseen globaalia kohti kulkevaan yhteiskuntaan ei uskota varauksetta. Kappaleet kommentoivat 1980- ja 1990-lukujen identiteettikriisin aikaa talouden ekspansioista teknologian kehitykseen ja politiikan osaamattomuuteen. Näiden teksteiltään vahvojen, mutta aineistossa vähäisin määrin edustettujen kappaleiden

jälkeen loput lyriikat sijoittuvat maaseudun, kaupungin ja luonnon ääreen. Tarinoiden näyttämöt asettuivat pienempiin ympäristöihin ja yksittäisten ihmisten tarinoihin.

Aineiston kappaleissa jako selkeästi kaupungin, maaseudun ja luonnon välille tarinoiden näyttämönä on hyvin tasainen. Yksikään osa-alue ei nouse merkittävästi ylitse muiden, mutta jos luonto ja maaseutu liitetään yhteen, niin silloin kaupunkikuvaukset jäävät selkeästi kakkoseksi. Satu Apo (1996, s. 176) kirjoittaa suomalaisten agraarisuutta käsittelevässä artikkelissaan vuonna 1995 tehdystä ”Urbaani Suomi” -selvityksestä, jossa yli puolet vastaajista mielsi identiteettinsä kaupunkilaisuuden ja maalaisuuden välimaastoon ja vain neljäsosa piti itseään täysin kaupunkilaisina. Oman identiteetin ja oman mielenmaiseman muutos on hidasta, vaikka yhteiskunta ja ympäristö ympärillä muuttuvat, niin oma maisema ja identiteetti nojaavat syvempään historiaan. Jos modernin maailman suomalainen on vielä maaseudun ja kaupunkilaisuuden välimaastossa, niin lyriikoiden tekstit voivat olla myös osa suurempaa luonto-identiteettiä, jonka voi Varpion (1999, s. 19) mukaan nähdä niin suomalaisen luonteen kuin suomalaisen kirjallisuuden pysyvänä perusominaisuutena.

Suomalainen kertomuksellinen rocklyriikka uusintaa näin ollen suomalaista identiteettiä ja luonnon kuvauksen perinnettä suomalaisessa kirjallisuudessa. Osassa kappaleissa mainitaan sekä maaseutu että kaupunki, ja myös kaupungin kuvaukseen liittyy luonnon elementtejä. Suomalainen rockmusiikki on historian valossa nuori ilmiö ja vaikka usein puhutaan rockmusiikin ja lyriikan ajankohtaisesta luonteesta, niin tämän tutkimuksen aineisto on kuitenkin lyriikaltaan ja näyttämöltään laaja. Tarinoiden maisemat liikkuvat menneen ja modernin, agraarin ja urbaanin, betonin ja metsien keskellä. Lyriikoiden ympäristö kommentoi tätä hetkeä ja representoi juuriaan ja identiteettiään.

7.2 Rocklyriikan maisema

Rocklyriikan maisema levittäytyy aineiston kappaleissa pohjoisen Suomen tuntureilta hiljaisen Pieksämäen kaupungin kautta savuiseen ja nokiseen Helsinkiin sekä Yyterin hiekkarannoilta pienen torpan pihaan agraariseen Suomeen. Lyriikoiden subjektit kertovat tarinaa erilaisilla maiseman näyttämöillä sitoen kertomuksen ympäristön tukemaan haluttua tunnelmaa ja aihetta. Häyrynen (2005) kirjoittaa, että maisema on tutkimuskohteena monimerkityksinen. Sen käsitteet levittäytyvät laajalle alalle

esittämisen, todellisuuden, subjektin, objektin, kulttuurin, luonnon, kielen ja visuaalisuuden suhteisiin. Maisematutkimuksen tie on kulkenut maiseman ja todellisuuden yhtäpitävyyden aatteesta ajatukseen maisemasta tekstin kaltaisena koodattuna merkitysjärjestelmänä tai maiseman suhteeseen ympäröivään todellisuuteen ja yhteiskunnalliseen kontekstiin. (Häyrynen, 2005, s. 25.) Rocklyriikan maisemat ilmentävät aineiston kappaleissa tarinan subjektin tarinaa, ovat yhtä tarinan subjektin kokemusten kanssa. Maisema ja ympäristö antavat näyttämön subjektille ja hänen tarinalleen. Tarinasta ja tarinan kuvatusta ympäristöstä ja niiden suhteista syntyy merkityksiä, jotka luovat maisemalle suuremman roolin kuin mitä pelkkä staattinen maisemakuvaus antaisi.

Vuodenaikojen rooli lyriikoiden tarinoissa ja maisemakuvauksissa vaihtelee kappalekohtaisesti. Kesä saa kappaleissa eniten huomiota osaksi ja osassa kappaleita vuodenaikoja ei selkeästi tuoda esiin. Muutamissa kappaleissa tunteita kuvataan vuodenaikojen vaihtumisen mukaan. Vuodenajat ja tunteet tukevat toisiaan tunnelman luomisessa. Luonto, maisema ja tunteet nivoutuvat yhteen monessa rocklyriikan kappaleessa samalla tavoin kuin se on tehnyt iskelmässäkin jo ennen rockmusiikin syntyä. Salmi (1999, s. 22-24) kirjoittaa, että suomalaisessa sodanjälkeisessä iskelmässä luonnon ja maiseman merkit muistuttivat jostakin kipeästä menneisyyden kokemuksesta, lehdet putosivat kuin kyöneleet ja linnut laulavat vain rakastetuille. Aineiston lyriikoista esimerkiksi *Maija Vilkkumaan* kappaleessa ”*Hiuksissa hiekkää*” kesän lämpö ja koettu rakkaus katoavat syksyn myötä ja tunteet peilautuvat vuodenaikojen vaihtumiseen.

*” Se kesä kuohui ja kolisi
 kuin maailman viimeinen olisi
 päivä poltti asvalttiin reiän
 mä hukuin katseesees... ”*

*” Tuli vakava syksy ja toinenkin
 minä väsyin hieman ja paljon unohdin... ”*

(Maija Vilkkumaa)

Luonto kuvaa kappaleissa tarinaa, se on yhtä laulun subjektin tunteiden kanssa. Luonto näyttäytyy lyriikoissa tarinan näyttämönä sekä pääasiallisesti rauhan ja levon paikkana, kotina, josta löytää oman voimansa. Anttilan (1993) mukaan suomalaisessa kansallisessa mytologiassa, lauluissa ja runoissa suhde kotimaahan maana ja luontona on ollut hyvin vahva. Kotiseudun ympäristöön tunnetaan enemmän kiintymystä kuin kotiseudun ihmisiin. (Anttila, 1993, s.111.) Luonnon merkityksestä tarinoiden subjettiin aineiston lyriikoissa kertovat esimerkiksi *Kauko Röyhkän* kappaleet ”*Lapin poika*” ja ”*Maa on voimaa*”, joissa pohjoisen luonto on koti, joka tunnetaan ja josta etsitään voimaa.

” Sä tunnet metsät ja sä tunnet tunturit

sä tunnet järvet sekä joet

sä tunnet itses niin kuin tunturituulen

vaikkei kukaan tuntis sua...”

(Kauko Röyhkä, Lapin poika)

” Halusin takas pohjoiseen

halusin maan rakkautta

halusin sen voiman valavan minuun rohkeutta...”

(Kauko Röyhkä, Maa on voimaa)

Maaseudun ja luonnon kuvaus aineiston kappaleissa perustuu luonnon elementteihin, kuten järviin, jokiin, metsiin ja rantaan. Kappaleissa käki kukkuu maaseudulla ja lehmät laiduntavat rauhaisassa pitäjässä. Talvet ovat ankaria, mutta kesät kauniita ja elämänmyönteisiä. Suomalainen arkiuskomus ja maailmallekin suomalaisista levinnyt tulkinta suomalaisista viinaanmenevänä kansana, jonka ainoa lohtu ja ilo on syvä

humala, ei aineiston kappaleissa näy. Talven viimaa vastaan ei käydä alkoholilla, eikä kesä ole pelkkää kaljapullojen kilinää. *Dingon* kappaleessa ”*Juhannustanssi*” viitataan suomalaiseen tapaan juhlia juhannusta luonnossa koskenkorvan kanssa. Tarinan kertoja haluaa kuitenkin irtisanoutua tästä humalan ja turhaan hukkuneiden perinteestä.

”... juo joku marttyyri ja metsä raikaa
 on saunat liekeissä tietekin
 ja neitsyt kaadettu kuin vanhaan aikaan
 tango merellä soi, on siinä taikaa...”

” Mirja kulta mä kerron sulle
 tää show on yhtä helvettii
 en mä haluu mitään koskisjuhlia...”

(*Neumann*)

Satu Apon (1996) mukaan suomalainen juomakulttuuri onkin ollut menneessä talonpoikaiskulttuurissa hyvin rationaalista eikä suinkaan jatkuvaa hillitöntä ja impulsiivista syvää humalaa. Talonpojilla on pitänyt olla itsekontrollia ja pitkäjänteistä suunnitelmallisuutta, juhlia ei voinut milloin vain ja kaikkea viljaa ei voinut keittää olueksi. (Apo, 1996, s. 178.) Talonpoikainen rationaliteetti sopii yhteen aineistosta nousevan 1800- ja 1900-lukujen vaihteessa luodun suomalaisen identiteetin representaation kanssa. Elämä voi olla kovaa ja vaatia sinnikkyyttä, toisaalla näkyy vapauden halu ja toisaalla tyytyminen kohtaloonsa, mutta elää täytyy, eikä vain heittäytyä rappion vietäväksi.

Aineiston kappaleissa maaseutu vaatii juuri tällaista talonpoikaista sitkeyttä tai tyytymisen mentaliteettia. Lyriikoiden maaseutu on hiljainen paikka, josta osa haluaa pois, toinen löytää paikkansa kaupungista ja toinen huomaa aikuisena, kuinka tie ei lopu maailmalta ja kuinka se voi viedä mukanaan. *J. Karjalaisen* kappale ”*Mä jäin kiinni asfalttiin*”, johon tutkimuksen johdannossakin viitattiin, on aineiston kappaleista ainoa kaupunkia puhtaasti hyvänä asiana esiin tuova lyriikka. Kappale korostaa

henkilökohtaista kokemusta laulun subjektin muutoksesta lapsuuden maaseudusta vieraantuneeksi, uuden polven kaupunkilaiseksi. Laulu on toteava ja musiikilliselta ilmaisultaan eteenpäin menevä, subjektin isäkin suhtautuu muutokseen ymmärtävästi.

”...mä lähden takas Helsinkiin...”

*”...en ole enää poika se
joka kerran täältä lähti, en
isä sanoi ”Olet muuttunut”
eikä suuttunut...”*

(J. Karjalainen)

Pelle Miljoonan kappaleessa *”Pikku poika ja pikitie”* maaseudun ohi kiitävä valtatie rekkoineen houkuttaa pientä poikaa ja nuorukaisen mittaan vartuttuaan poika jättää maaseudun hiljaisuuden ja tiestä tulee hänen elämänsä mittainen matka.

*” Oli lämmin kesäyö ja kylä nukkui
poika hiipi ulos salaa äidiltään
juoksi niityn poikki, jossain käki kukkui
maantien laitaa jalat veivät kuin itsestään...”*

*” Tie päättynyt ei maailmalta
ei pysähtynyt taakseen katsomaan
tieltä pitkältä ja lavealta
ei pystynyt hän koskaan palaamaan...”*

(Pelle Miljoona)

J. Karjalaisen kappaleen ”*Mä jäin kiinni asfalttiin*” subjektille Helsinki ja kaupunkiympäristö ovat olleet oikeita valintoja, omasta halusta tehtyjä. Muutama kaupunkiympäristöön sijoittuva kappale ei kommentoi itse kaupunkia, vaan kaupungin rooli on pelkästään toimia muun tarinan näyttämönä. Lopuille kaupunkiaiheisille kappaleille kaupunki on tyytymisen tai pikkukaupunkiin liitettävän liiallisen hiljaisuuden muistomerkki. *Juice Leskisen* kappaleessa ”*Bluesia Pieksämäen asemalla*” tarinan subjekti on joutunut Pieksämäen asemalle ja paikan hiljaisuudesta on päästävä nopeasti pois.

*” Tänne jäin, tänne jäin tuska mielessäin
koska menee junia kotiinpäin?... ”*

*” ...ei oo nakkikioskia, ei kahvilaa
eikä ravintolaa, vain asemaa
mikä toivottomuus
näin soi Pieksämäen asemalla blues... ”*

(Juice Leskinen)

Aineiston lyriikoiden tarinat eivät korosta kaupunkien moderniutta ja elinvoimaisuutta, vaan niiden rakennettua maisemaa kuvataan melko koruttomasti tai vaan neutraalina tarinan näyttämönä, jossa tarinalla on vahvempi rooli. Saarikankaan (1999) mukaan rakennettua ympäristöä ja arkkitehtuuria voidaan tarkastella ”rakennettuna suomalaisuutena”. Rakennettu ympäristö heijastaa sekä rakentaa itsessään suomalaisuutta. Suomen rakennettu ympäristö on nuori, pääosin 1900-luvulla rakennettu. Suomi on rakentanut itsensä köyhästä maatalousmaasta moderniksi laadukkaan arkkitehtuurin maaksi. (Saarikangas, 1999, s. 169.) Muutos kansallisromanttisesta Suomesta kansainvälisesti tunnetuksi arkkitehtuurin maaksi ei ole kuitenkaan siirtynyt menestystarinana aineiston teksteihin. Kenties muutos on vielä historian valossa nuori ja suomalaiset pienet kaupungit eivät ole saaneet yllään tätä moderniuden viittaa, vaan ympäristö näyttäytyy koruttomana maisemana, joka

hyväksytään ja johon tyydytään. *Zen Cafen* kappaleessa ”*Minun kaupunkini*” kertoja ei ole täysin vakuuttunut paikan kaupunkimaisuudesta.

”...ja tyhjällä tontilla ruoho ei pala
 asvaltin peittämä on koko ala
 pieni on loistossaan kaupunki tämä
 tie joka päättyy tai sammunut jämä...”

(*Samuli Putro*)

7.3 Matkailun maantiede ja lyriikoiden postikortit

Suomi-kuva välittyy ja representoituu erilaisia teitä pitkin. Se muotoutuu uudelleen ja kulkeutuu eteenpäin niin puheessa, populaarikulttuurissa kuin virallisen tiedottamisen ja markkinoita varten suunnitellun Suomi-kuvan kautta. Tässä kohtaa aineiston kappaleet ovat ikään kuin postikortteja, jotka sävelillä ja sanoilla maalaavat kuvan suomalaisesta maisemasta. Suomen matkailumaantiede ja matkailullinen maisema tuovat tietynlaista Suomea esiin, mutta onko se yhtä rocklyriikoiden postikorttimaiseman kanssa vai aivan erilainen?

Andriotisin ja Mavricin (2013) mukaan postikortit ovat muutakin kuin tapa representoida paikkaa, sillä postikorttien kuvat ja tekstit voivat käynnistää mielikuvituksellisen matkan. Postikorttien saajat saavat pilkahduksen lähettäjän kokemuksista kauniin maisemakortin muodossa. (Andriotis & Mavric, 2012, s. 35–36.) Musiikillisessa postikortissa laulun esittäjä lähettää tekstin ja melodian muodossa viestin lyriikan henkilöiden tapahtumista ja tunnelmista tiettyssä ympäristössä. Tämän musiikillisen postikortin vastaanottaja puolestaan lähtee mielikuvamatkalle laulun kuullessaan ja siirtyy mielessään toiseen paikkaan ja tarinaan. Aineiston kappaleissa lyriikan tapahtumapaikan maantieteellinen sijainti määritellään alle puolessa kappaleissa. Toisissa nimetään kaupunki tai alue ja osassa näistä kappaleista maantieteellisen kohteen määritelmäksi on riittänyt pohjoinen. Muiden kappaleiden

tapahtumapaikkana on nimeämätön kaupunki, maaseutu tai luonnon paikka tai laulun aihe käsittelee koko Suomea.

Suomen matkailun suuralueet jaettiin vuonna 2001 ilmestyneessä kirjassa ”Lumen ja suven maa” kulttuuri-, järvi- ja vaara-alueeseen, Pohjanmaahan sekä Lappiin. (Vuoristo, 2001, s. 112). Alueet sijoittuvat etelärannikolle, järviolueelle sekä Länsi-, Pohjois- ja Itä-Suomeen. Tälle matkailumaantieteelliselle aluerakennekartalle aineiston kappaleista voidaan sijoittaa muutamia lyriikoita. *Maija Vilkkumaan* kappale ”*Salaa*” liikkuu Helsingissä, sillä kuvaus kahvin juomisesta ”Engelissä” antaa osviittaa siihen, ja näin ollen lyriikan tarina ja maisema voidaan liittää kulttuurialueeseen. Laulun ympäristön ja tarinan kuvaus luo huolettoman, nuoren kaupunkilaisen postikorttikuvan. *Juice Leskisen* kappale ”*Bluesia Pieksämäen asemalla*” puolestaan sijoittuu järviolueelle, mutta itse kappale ei anna edullista matkailukuvaa, sillä tarina keskittyy Pieksämäen juna-asemalle ja koko kaupungista on kiire pois. Poispääsyä odotellessa täytyy paikka ja aika täyttää mielikuvituksen tuotteilla.

Kauko Röyhkän kappaleet ”*Lapin poika*” ja ”*Maa on voimaa*” sijoittuvat pohjoiseen ja näin matkailumaantieteen aluerakenteen alueelle Lappiin. Vaara-alue ja Pohjanmaa ovat näin ollen matkailun suuralueita, joita ei paikanneta nimellisesti aineiston lyriikoissa. Nimetyt ja paikannetut kaupungit ja alueet eivät kuitenkaan muodosta aineistossa merkittävää yhtä aluetta esiin nostavaa ryhmää. Aineistojen kappaleista muodostuvista postikorteista huokuu tarinan subjektin elämä ja yksittäisen ihmisen katsontakanta omaan ympäristöön ja elämään, joka on enemmän pohtiva kuin esittelevä. Matkailullisesti maisemakuvan tulisi olla esittelevä, mielenkiintoa herättävä ja luokseen kutsuva. Matkailun sosiologi John Urryn (1990, s. 5) mukaan loma on modernin ihmisen välttämätön elementti ja statuksen osa, mutta tarjoaako aineiston kappaleiden maalaamat kuvat millaisia lomanviettomaisemia?

Suomen sijoittuminen suureksi osaksi lumi- ja metsäilmaston vyöhykkeeseen ei luo otollisia olosuhteita perinteiseen ranta- ja aurinkolomailuun. Tästä seikasta lauletaan *Juliet Jonesin Sydämen* kappaleessa ”*Aurinkorannalle*”. Laulu on tematiikaltaan ja riemukkaalta ilmaisultaan poikkeus aineiston kappaleiden joukossa. Laulu voisi kuvata iloista lomapäivää auringossa kaukana Suomesta, mutta laulun tarina sijoittuikin helteiseen kesäpäivään Yyterissä, ja vaikka aallot eivät olekaan samanlaiset kuin Kaliforniassa, niin sitä ei kauan murehdata.

*”...en tohdi sulle kertoa
ei ole aallot Yyterin
niin kuin Kalifornian...”*

*” Minkä sille teen?
uimapatjoistain
toisen saat...”*

*” ...kuumaa kesäpäivää viettämään
hei pian aurinko meitä lämmittää...”*

(Kari Heiskari)

Kappaleessa on löydetty jälleen surffimusiikki, jonka innoittamana Yyterin hiekkarannat kutsuvat. Yyterissä järjestetäänkin nykyisin Yyterin Twist, joka musiikilliselta anniltaan keskittyy rautalankaan sekä beat- ja surfmusiikkiin. Näin tämä vuonna 1996 ilmestynyt kappale luo yhteyden tähän päivään sekä musiikin ja matkailun yhteiselo.

Kansallismaisemat ja postikorttien Suomen kuvaukset ovat luoneet matkailun Suomi-kuvaa. Autonomian aikana maisema oli tärkeä matkailukohde ja kansallisuusaate vahvisti maiseman kuvausta. Maisemakuvat siirtyivät postikortteihin ja alkoivat muodostaa kansallista matkailun ikonostaasia. (Rouhiainen, 2006, s. 77–78.) Ajan ja maailman kehittyessä matkailumaisemien kuvaukset alkoivat tuoda enenevässä määrin esiin turismia ja saada näin kulutusorientoituneita piirteitä. 1930-luvulla kansalliset maisemasymbolit saivat rinnallensa kansainvälisten mallien mukaan turismikuvaston, jossa esiintyivät modernit hotellit, talviurheilukeskukset sekä hiekkarannat. Modernisaation kuvaus voimistui myös 1950-luvulla olympialaisten vanavedessä. (Häyrynen, 2005, s. 77–78.) Aineiston kappaleiden kuvasto ei kuitenkaan jatka tätä perinnettä, vaikka 1980-luku sopusikin kulutusorientoituneeksi ja modernin ekspansion kuvaukseksi. Tässä kohtaa onkin huomioitava rockmusiikin tapa kuvata yhteiskunnan tapahtumia ja Suomea enemmän niitä seuraavan ihmisen roolista kuin niitä markkinoivan ihmisen roolista.

Aineiston lyriikoiden keskeisimmäksi postikorttimaisemaksi maalautuu *Juliet Jonesin sydämen* kappaleen ”*Aurinkorannalle*” jälkeen kuitenkin 1800-luvun identiteettiin pohjautuvan ihmisen maisema, jossa suuret ihmisjoukot loistavat poissaolollaan ja oma identiteetti ei ole muuttunut modernisaation ja globalisoituvat maailman mukana kansainvälisen kaupunkilaisen identiteetiksi. Luonto ja ihminen, pieni kaupunki ja ihminen, maaseutu ja ihminen, omat tunteet ja ajatukset näillä näyttämöillä – näistä asioista muodostuu aineiston keskeisin Suomi-kuvasto ja postikorttimaisema. Tässä kuvastossa on tiettyä samankaltaisuutta Kaurismäen veljesten elokuvailmaisuun ja Suomi-kuvaan pelkistetyyn olemiseen ja tavallisen ihmisen maailman ja tunteiden kanssa. Anttilan (1996, s. 208) kirjoittaa kuinka Mika ja Aki Kaurismäki saivat Matkailun edistämiskeskukselta risuja 1990-luvun alussa, kun heidän elokuviensa nähtiin välittävän vääränlaista ja huonoa Suomi-kuvaa. Kuitenkin taas vuonna 2008 tehdyssä ulkomaalaisia matkailijoita Suomessa koskevassa tutkimuksessa Aki Kaurismäki pääsi neljännelle sijalle ihmisten vastauksissa suomalaisista kulttuuri- ja taideihmisistä. Suomalainen elokuva ei sinänsä noussut keskeisesti esiin, mutta Kaurismäet olivat päässeet vastaajien tietoisuuteen. (MEK, 2008, s. 37.) Matkailumarkkinoinnissa ja imagon luomisessa tulee siis nähdä eri asiat ja ihmiset mahdollisuuksina.

Lyriikoiden luonnon postikorttimaisemat ovat kuvia, joista välittyy hiljaisuus, jonka keskiössä on ihminen ja luonto. Kuva keskittyy pieneen hetkeen, jossa luonto on tarinan ihmisen tunteiden tulkki ja maisema, muut ihmiset ja maailman häly ovat kaukana. Kuvien maisema palaa suomalaisen ikiaikaiseen luonnontunteeseen sekä suomalaiseen mentaliteettiin. Näistä kappaleista esimerkkeinä ovat *Pelle Miljoonan* ”*Kun kevät taas saa pohjoiseen*” sekä ”*Elokuun yöt*”.

” On kurkiaurat pois lentäneet

etelään halki taivaan sinen

jotain meistä mukanaan vieneet

suojaan alta talven jäisen...”

(Pelle Miljoona, Kun kevät taas saa pohjoiseen)

” Voi näitä elokuun öitä

kohti tähtivöitä meitä vetää hiljainen kaipuu

kunpa säilöä nämä yöt mä voisin... ”

(Pelle Miljoona, Elokuun yöt)

7.4 Kohti imagoa

Aineiston kappaleiden luomat maisemat levittäytyvät Suomen laajoille saloille ja kaupunkiin. Osa tarinoiden paikoista nimetään kaupungin tai paikan mukaan, mutta usein tarinan maiseman voi sijoittaa mielessään mihin tahansa pieneen suomalaiseen kaupunkiin, kylään tai luonnon ääreen. Moderni Suomi ja kulutusorientoitunut elämä eivät juhlita laulujen ympäristöinä, vaan enemmistö kuvauksista on maisemaltaan pieniä yhden ihmisen tarinoita ja ympäristö kulkee yhtä matkaa laulun subjektin ajatusten ja tunteiden kanssa. Metsät, joet, kesät, syksyt, hiljaiset kaupungin kadut ja rakennukset maalaavat lyriikan tarinan tunteita, ja muut ihmiset on häivytetty taka-alalle tai heitä ei ole ollenkaan tässä kappaleen sanoitusten, melodian ja harmonian muodostamassa visuaalisessa mielen postikortissa.

Lyriikoista muodostuva mielen postikortti maalaa kuulijan eteen maiseman, tarinan ja tunnelman, joka luo myös laajassa mittakaavassa imagoa. Kun kuulee monia suomalaisen rocklyriikan kappaleita, alkaa tuottaa mielessään kuvastoa suomalaisesta maisemasta, joka johtaa kuulijan muodostamaan populaarikulttuurin Suomi-kuvan, jota voidaan ajatella myös imagollisesti. Maakuva ja imago ovat markkinoinnin välineitä, joita esimerkiksi matkailu käyttää luodessaan suhteita ulkomaille ja markkinoidessaan Suomea ulkomaalaisille asiakkaille. Matkailun Suomi-kuvaa välitetään myös kotimaan markkinoille, ja näin oman maan asukkaat representoivat matkailun markkinoimaa Suomi-kuvaa omaansa sekä vievät sitä puolestansa eteenpäin puheissansa. Matkailun edistämiskeskus on tutkinut jo vuosikymmeniä ulkomaalaisten matkailijoiden kokemuksia Suomesta ja heidän muodostamaansa Suomi-kuvaa. Näiden tutkimusten, yhteiskunnan ja maailman muutosten sekä tulevaisuuden trendien pohtimisen kautta muodostetaan aina uusia tapoja tuoda esiin Suomea ja valikoida erityyppisiä alueita Suomi-kuvan markkinointiin.

8 IMAGON IHMEET JA SUOMI-BRÄNDI KOHTAAVAT ROCKLYRIIKAN

Eri matkailukohteet, kaupungit, maat, paikat, luovat itselleen imagoa, jota markkinoidaan asiakkaille. Samoin musiikissa artisteille ja yhtyeille luodaan tietynlainen imago tai se voi syntyä ajan kuluessa tiedostamattomammin. Molemmissa tapauksissa, niin musiikissa kuin matkailussa, vastaanottajat eli musiikinkuluttajat ja matkailijat muodostavat imagosta ja muusta saamastaan tiedosta oman mielikuvan. Tämä syntynyt mielikuvan ja kokemuksen kautta oman mielipiteen. Imagon tulisikin olla luotu todellisesta pohjasta, jottei ihminen koe ristiriitaa markkinoidun imagon ja oman kokemuksen välillä. Myös markkinoidun imagon ja puheessa esiintyvän maineen tulisi kulkea samaa tietä, sillä ihminen muokkaa oman imagokäsityksen eri lähteistä saatujen vihjeiden ja omien kokemusten perusteella. Markkinointi käyttää omia metodejaan ja poimii suomalaisuudesta omaan viitekehukseensä ja käyttötarkoitukseensa sopivaa materiaalia. Suomalainen rocklyriikka kertoo tarinoita, tunteita ja havaintoja suomalaisen ihmisen elämästä oman maan näyttämöllä, mutta miten lyriikoiden tarinat voi nähdä imagon ja Suomi-brändin valossa?

8.1 Imago, eetos, paatos ja logos sekä suomirock

Imago-sanaa voidaan käyttää monissa eri tarkoituksissa niin arkikielessä kuin tieteellisessä tutkimuksessa. Arkikielessä sen määrittely ei ole niin tarkkaa ja imagon voi kytkeä moniin eri tarkoituksiin. Tieteellisessä tutkimuksessa imagon käsite täytyy määritellä ja avata, jotta sen tutkinta ja pohdinta kohdistuu oikeaan kohteeseen. Äikäs (2004) määrittelee imagon kaupunki- ja aluemarkkinoinnin näkökulmasta lähettäjän tietoisesti konstruoimaksi kuvaksi itsestään. Äikäs kirjoittaa myös, kuinka imagon yhteydessä on puhuttava myös mielikuvan käsitteestä, sillä mielikuva kertoo, kuinka lähettäjän aktiivisesti luoma imago otetaan vastaan ja kuinka se omaksutaan vastaanottajan puolesta. (Äikäs, 2004, s. 56.) Tästä imagon muuttuvuudesta lähettäjän ja vastaanottajan välillä kirjoittaa myös Karvonen (2005). Hänen mukaansa imagoa ei voi täysin rakentaa lähettäjätahon mielihalujen mukaan, sillä esimerkiksi medially on suuri rooli nykyisin imagojen muodostumisessa. Imagon lähettäjä voi antaa vain rakennusaineita viestin vastaanottajille, jotka tuottavat itse näistä viesteistä omat käsityksensä. (Karvonen, 2005, s. 51.) Matkailu on täynnä tietynlaisiksi tuotettuja ja

haluttuja imagoja ja ihmisten mielissä syntyneitä mielikuvia. Myös rocklyriikan tarinoita ja tekijöiden havaintoja voidaan tutkia suhteessa suomalaisuuden imagoon.

Imagojen rakennusaineina voi Karvosen (2005) mukaan käyttää Aristoteleen kolmea retorista ulottuvuutta, eetosta, paatosta ja logosta. Karvonen pitää retoriikkaa perustelemisen, vakuuttamisen ja oikeassa valossa esittämisen taitona. (Karvonen, 2005, s. 73–74.) Äikäs (2004, s. 50) on käyttänyt juuri näitä Aristoteleen kolmea ulottuvuutta luodessaan kolme erilaista kaupunki- ja alueimagojen rakentamisen strategiaa.

Imagojen eetos (ethos) liittyy puhujan ja esittäjän ominaisuuksiin, joista tulee osa viestiä ja imagon kokemusta. Kaupunki-imagossa tämä tarkoittaa kaupunginjohtajien ja muiden virkamiesten oman olemuksen ja viestintätyylin liittymistä imagoviestintään ja vastaanottajien reaktioon tämän viestin vastaanottamisessa. (Äikäs, 2004, s. 51.) Suomirockissa laulujen tarinat ja tunteet välittyvät laulajan ja bändin välityksellä. Musiikki on täynnä erilaisia tyylejä ja kuunteleva yleisö monimuotoista. Osa musiikin kuuntelijoista on hyvin keskittynyt yhteen genreen ja on uskollinen omalle musiikilliselle näkemykselleen, kun taas osa musiikinkuluttajista on avoin monenlaiselle musiikille. Tämä tekee myös imagojen eetoksen sirpaleiseksi, sillä laulun esittäjän uskottavuus ja esitetty tarina on totta kunkin artistin tai bändin kuulijakunnalle, mutta kuulijalle, jolla on hyvin tarkka oma maku, voi toisen tyylin edustajan imagon eetos olla epäuskottava. Myös tiettytyyppiset laulut sanoineen ja rytmeineen sopivat uskottavasti yhden esittäjän esitettäväksi, kun taas sama kappale toisen artistin esittämänä voi menettää viestin uskottavuuden.

Toisen Aristoteleen retorisen ulottuvuuden osan eli paatoksen (pathos) voi nähdä koskevan sekä laulujen esittäjää että laulun tarinaa ja sen luomia mielikuvia sekä tunteita. Äikäs kirjoittaa imagon paatoksen olevan tunteisiin vetoavaa viestintää ja siihen tähtäävän sisällön rakentamista. Paatos-imagon avulla pyritään herättämään myönteisiä tunteita tiettyä matkailun kohdealuetta kohtaan. (Äikäs, 2004, 52–53.) Tämä tunteisiin vetoava paatos-imago on keskeinen markkinointikeino matkailussa, ja kuten Salazar (2012) asian näkeekin, niin markkinoijat turvautuvat mielellään erilaisiin mielikuviiin myydäkseen unelmia maailman äärettömistä kohteista. Mahdolliset turistit kutsutaan kuvittelemaan itsensä paratiisilliselle alueelle, jossa paikallista maisemaa ja väestöä tarkastellaan mielikuvien kautta. (Salazar, 2012, 865–866.) Nämä luodut mielikuvat ovat siis osa paatos-imagon luomista ja markkinointiviestintää, jonka

tarkoituksena on herättää vastaanottajassa positiivisia tunteita ja saada tekemään matkustuspäätös kohteen hyväksi.

Musiikissa kappaleiden tunteisiin vetoavuuteen vaikuttavat esimerkiksi sanat ja sävelkieli sekä laulajan ilmaisu. Suomalaiseen musiikki-ilmaisuun vahvasti liittyvä slaavilainen mollimelodiikka luo itsessään viitteitä suomalaisuuteen ja suomalaisen musiikkikulttuurin historiaan.

Aineiston suomirock on hyvin nimensä alle sopivaa, vaikka jokaisen kappaleen esittäjä tuo esiin kappaleen oman persoonansa ja tyykinsä kautta. Kappaleet eivät vetoa tunteisiin puhtaalla idealisoidulla matkailumarkkinoinnin luomalla ja käyttämällä Suomi-kuvalla, vaan tunteisiin vetoavaisuus perustuu teksteissä kertojan tunteisiin ja tarinaan, jota ympäristön kuvaus tukee. Kappaleissa on mukana yhtenä osa-alueena matkailumarkkinoinnille tyypillisiä kuvia kauniista luonnosta ja kohdemarkkinoinnille tyypillisistä positiivisista paikoista ja tunnelmista, mutta laulujen tarinoissa on aina mukana pieni särö, joka muuttaa matkailumarkkinoinnin Suomi-kuvan kuvan suomirockin piirtämäksi suomalaisuuden maisemaksi.

Dingon kappaleessa ”Juhannustanssit” vietetään juhannusta meren äärellä luonnon keskellä. Kappaleessa maalataan muutamin rivein tuon keskikesän juhlan kauneutta ja riemua, mutta kappale paljastaa pian juhannusjuhlien kääntöpuolen ja vie näin katseen kohti varjoja ja vakavampia mietteitä.

” On kaunis ilta Mirja kulta

nyt juhannusta vietetään...”

” Tango merellä soi

on siinä taikaa...”

”...ei mennä enää luontoon asumaan
 juhannuksena
 me viedään kukat veljesi haudalle
 mereen tummuvaan...”

(Neumann)

Samaa paatos-imagoon liittyvää maiseman ja vuodenaikojen maalausta tapahtuu *Pelle Miljoonan* kappaleessa ”*Elokuun yöt*”. Siinä syyskesän luonnon kauneus ja hiljaisuus ovat läsnä, mutta varjon hetkeen tuo tarinan kertojan menneen muistelu, väsymys ja rauhattomuus.

” Mikään ei voita noita elokuun öitä
 pitkin soita usva tanssii noitatanssejaan...”

”...luulin kuitanneeni jo eilisen...”

”... voi ihmistä joka elokuun myötä
 riutuu ikävästä kun kesä uneen vaipuu...”

(*Pelle miljoona*)

Aineiston lyriikoiden paatos-imagoo vetää myös usein vastakkaiseen suuntaan kuin mihin matkailumarkkinointi paatos-imagossa tähtää. Suomen rauhallisuudesta ja hiljaisesta elämänrytmistä luodaan matkailumarkkinoinnissa kutsuva ja positiivinen asia, kun taas aineiston lyriikoissa hiljaisuuden ja rauhallisuuden elementit saavat tarinan subjektin kaipaamaan pois paikasta, jossa ei tapahdu mitään. *J. Karjalaisen*

kappaleessa ”*Mä jäin kiinni asfalttiin*” laulun subjekti katsoo lapsuuden rauhaista maalaismaisemaa, mutta heti tämän idyllikuvauksen jälkeen laulu kääntää katseen pois rauhallisuuden maisemasta, kun tarinan subjekti haluaa takaisin Helsinkiin, pois maaseudulta. *Juice Leskisen Bluesia Pieksämäen asemalla* –kappaleessa puolestaan Pieksämäen hiljaisuus näyttäytyy toivottomana elementtinä, johon on keksittävä heti ratkaisu, mielikuvituksen kautta tai seuraavan pois vievän junan muodossa.

Kolmas Aristoteleen retorinen ulottuvuus on logos, joka perustuu päättelyyn ja järkeilyyn, eli imagon lähtökohtana pidetään jo hyväksi koettuja teemoja (Äikäs, 2004, s. 54). Rakkaus on keskeinen ja pysyvä teema lauluissa, ja sen käsittely ylittää musiikin genererajat. Yhteiskuntakritiikki puolestaan kuuluu vahvasti punkmusiikkiin, vaikka muutkin genret voivat sen aihealueita musiikissaan käyttää. Rakkauden ja yhteiskuntakritiikin, joka aineiston kappaleissa verhoutuu pääsääntöisesti huumorin ja ironian taakse, teemoja löytyy aineiston kappaleista. Matkailumarkkinoinnin ja imagon kannalta yhteiskuntakritiikki ei ainakaan suurelle yleisölle suunnatussa viestinnässä nouse johtavaksi teemaksi ja rakkauden teemakin kuuluu pienempään alaryhmään, ellei mukaan lueta kohdemarkkinoinnissa esiin tulevia kehotuksia rakastumaan tiettyyn paikkaan.

Logos imago pyrkii käyttämään viestinnässään jo aiemmin hyväksi havaittuja teemoja ja näitä matkailullisesti ajateltuna Suomessa edustavat luonto ja vuodenaajat. Aineiston kappaleissa luonto, maaseutu ja vuodenaajat saavat useissa tarinoissa merkittävän roolin. *Maija Vilkkumaan* kappaleessa ”*Hiuksissa hiekkaa*” kesä, ranta ja rakkaus luovat kauniin maiseman, mutta jonka syksy kuitenkin vie pois. *Miljoonasateen* ”*Silmitön talvi*” kertoo jo nimenä laulun maisemasta ja *Kauko Röyhkän* kappaleet ”*Lapin poika* ja *Maa on voimaa*” puolestaan luottavat luonnon maisemaan ja metsän tuttuuteen sekä voimaan. Samoin aineiston kappaleissa ovat mukana suomalaisille tutut sananparret ja suomalaisuuden symbolit. *J. Karjalaisen Villi poika* -kappaleessa mainitaan ”koti, uskonto ja isänmaa”, *Ismo Alangon* kappaleen ”*Kun Suomi putos puusta*” tekstistä löytyy ”suo, kuokka ja jussi”, *Dingon* ”*Juhannustanssit*” tuo yhteen tangon ja meren.

Äikään (2004, s. 54–55) mukaan tutussa ja hyväksi havaitussa logos-imagossa pitäytyminen voi olla kaupunkimarkkinoinnissa mitänsanomaton ja näin ollen logos -imagoa tulisikin tarvittaessa täydentää pienellä määrällä epämääräisyyttä ja jättää tilaa vastaanottajan omalle tulkinnalle. Aineiston lyriikoissa imagon logos ja paatos käyttävät

samoja teemoja. Tutut teemat ja suomalaiseen maisemaan sopivat paikat, sananparret ja ajatukset sisältävät jo itsessään tunteisiin vetoavia elementtejä, ja kun näihin lisätään lyriikan subjektin tunteet ja ajatukset eli paatos -imago sekä eetos -imagon mukaisesti laulun musiikillinen kieli ja esittäjän persoona, niin koossa on monipuolinen laulun ja tarinan imago. Myös logos -imago näyttäytyy aineiston kappaleissa säröisenä; asioissa on aina monta puolta. Jos matkailumarkkinointi pyrkii kuvauksillaan rikkoutumattoman tunnelman ja maiseman kuvaukseen, niin aineiston kappaleiden tarinat antavat tästä kuvasta välähdyksiä, mutta näyttävät aina myös rajatun kuvan ulkopuolelle eli tuovat kuvaan säröjä ja kertovat enemmän. Laulun myötä muotoutuvassa imagossa on siis ristiriitoja, vastakkaisia tunteita ja erilaisia tulkintamahdollisuuksia, jotka muodostuvat vastaanottajan mielessä omanlaiseksi kokonaisuudeksi vastaanottajan oman merkitysten maailman puitteissa.

8.2 Suomi-brändin 4 C:tä ja suomirockin lyriikat

Matkailun edistämiskeskus on jo vuosikymmeniä julkaissut tutkimuksia Suomen matkailumaakuvasta ja ulkomaalaisten ajatuksista sekä kokemuksista koskien Suomea. Viralliset tahot markkinoivat suunniteltua ja vetovoimaiseksi luotua matkailumaakuvaa, mutta samaan aikaan media ja ihmisten puheissa kulkevat tarinat ja uskomukset antavat oman osansa ihmisten mielissä olevaan kuvaan Suomesta. Tästä syystä pelkän markkinointiviestinnän analysointi ei tuo esiin ulkomaalaisten todellista Suomi-kuvaa (MEK, 2004, s. 22). Myös suomalainen rocklyriikka luo omaa maisemallista ja elämään liittyvää kuvastoa, joka kulkee musiikillisena viestinä suomalaisten keskuuteen ja voi sitä kautta kulkea myös ulkomaalaisten tietoisuuteen.

Luonto on noussut vuosikymmenestä toiseen positiiviseksi Suomea koskevaksi teemaksi ulkomaalaisten keskuudessa tehdyissä Suomen matkailumaakuvan tutkimuksissa. (ks. MEK, 1980, s. 33., MEK, 1988, s. 33. & MEK, 2004, s. 32). Myös tällä hetkellä matkailumarkkinoinnin kohderyhmänä oleville, niin sanotuille moderneille humanisteille, luonto on kulttuurin ohella merkittävä positiivinen tekijä Suomeen kohdistuvassa matkailussa (Rannisto, 2012, s. 7). Luonnon kuvaus on siis hyvin yleinen elementti niin matkailumarkkinoinnissa kuin ihmisten Suomeen liittyvissä mielikuvissa. Suomalaisen luonnon kauneus järvineen ja erämaineen on

liittynyt niin kansallisromanttiseen suomalaisuuteen kirjallisuudessa, taiteessa kuin ihmisten mielissä ja se on valjastettu myös osaksi liiketoimintaa ja markkinointia.

Matkailukohteen brändääminen on osa markkinointia ja kohteen esiintuomista tietyssä valossa. Brändäysprosessi voi tapahtua yksimielisyyden vallitessa toteuttajatahojen kesken, mutta Marzano & Scott (2009, s. 247) kirjoittavat aihetta käsittelevässä, Australian kultarannikkoon liittyvässä, artikkelissaan ”Valta kohteiden brändäämisessä”, kuinka brändäykseen liittyy paljon erilaisia voiman ja vallan käytön muotoja, mutta kuinka lopputulos voi silti olla brändäyksen kannalta onnistunut. Kuitenkin brändäyksen suunnittelun ja toteuttamisen tulisi nojata asioihin, joilla on perusteltu pohja ja joiden viestiä eri tahot pystyvät viemään yhdessä eteenpäin. Suomen tämänhetkinen matkailubrändi, joka on osa Suomen maabrändiä, perustuu tieteelliseen tutkimukseen, teoriaan ja aiemmin toteutettujen projektien ja toimenpideohjelmien analysointiin. Tämän tieto on yhdistetty matkailu-Suomen positiivisiin ja aitoihin asioihin, jolloin Suomen matkailubrändi kiteytyy 4C-malliin. (Holmen, 2009, 5-6.)

Suomen matkailubrändin 4 C:tä tulevat englannin kielen sanoista: Creative, Cool, Contrasting, Credible.

“Creative

Teknisesti, tieteellisesti ja kulttuurisesti houkutteleva, arkkitehtuuri ja design, luovaa hulluuttakin.

Cool

Kiva, nastaa, trendikäs ja viileän raikas, vihreä autenttinen, rehellinen todellinen vaihtoehto, zen ja jopa outokin.

Contrasting

vuodenajat
itä – länsi
kylmä – lämmin
yötön yö – kaamos
sauna – avanto.

Credible

Infrastruktuuri, palvelu, turvallisuus, teknologia.”

(Holmen, 2009, s. 45.)

4C-matkailubrändi ajoittuu 2000-luvulle, mutta koska sen pohja on nykyisyyden lisäksi menneessä, kuten matkailussa aina, voidaan aineiston 1980- ja 1990-lukujen rocklyriikkaa analysoida suhteessa tämänhetkiseen Suomalaiseen matkailubrändiin. Tietyt asiat, kuten trendikkyys, ovat tietysti ajassa olevia, ilmiöitä, samoin teknologian ja kaupunkikulttuurin kehitys, mutta perusasiat vuodenaikojen vaihtumisista ja aidoista asioista pysyvät.

Aineiston lyriikoissa vähiten huomiota saavat Suomi-brändin kohdat “Creative ja Credible”. Musiikin kieli ja aiheet on tietysti otettava huomioon laulutekstiä analysoitaessa, sillä esimerkiksi teknologia ja tiede eivät ole keskeisiä laululyriikan aiheita. Tässä suhteessa aineiston tulos on hyvin ymmärrettävä. Teknologia, arkkitehtuuri ja infrastruktuuri saavat kyllä muutamassa kappaleessa mainintansa, mutta kielellinen ilmaisutapa on humoristinen ja ironian sävyttämä. *Eppu Normaalin* kappaleessa “*Puhtoinen lähiöni*” kotiympäristö on julkisen suunnittelun, infrastruktuurin ja arkkitehtuurin, lopputulos. Lähiössä kuunnellaan seinien läpi naapureiden murheita, ruoka haetaan supermarketista ja kaupunkiin on pitkä matka. Ylemmältä taholta tullut suunnitelma ei olekaan kohderyhmän onnena. Samoin *Eppu Normaalin* kappaleessa “*Suomi-ilmiö*” ydinvoima, insinöörit ja lintukotoajattelu saavat ironian viitan ylleen.

“ Vaikka Harrisburgissa täytyy ikkunat sulkea

voi Suomessa aina huoletta kulkea...”

“ Voiko täydellisyyttä olla olemassa missään muodossa?

tottahan toki muunmuassa Olkiluodossa...”

(Mikko Saarela)

Suomen matkailubrändin määriteltyihin kerronnan tyylilajeihin kuuluu aidon, rehellisen ja ylpeän kerronnan lisäksi lempeä itseironia (Holmen 2009, s.), joten periaatteessa aineiston muutamat huumorin ja ironian sävytteiset ajatukset ja kuvaukset voisivat sopia

matkailubrändin kerrontatyylin lempeän itseironian teemaan. Tapa lukea ja tulkita tekstiä on tässä kohtaan keskeisessä roolissa eli se, kokeeko tekstin kuulija tarinan lempeänä itseironiana vai vakavana ilmaisuna. Toisaalta tämäntyyppiset kappaleet voivat tarjota näin jälkikäteen, kun tiedetään suomalaisen yhteiskunnan kehitys, mielenkiintoisen tutkimusmatkan suomalaiseen musiikkiin sekä sen ilmaisuun ja tarinoihin suhteessa suomalaisuuden kontekstiin.

”Creative ja Credible” ovat aineiston lyriikoissa kuitenkin vain pienessä sivuosassa huumorin ja ironian sävyin. Kappaleissa ei tuoda ansiona esiin esimerkiksi Suomen turvallisuutta tai teknistä ja tieteellistä kehittyneisyyttä, vaan näitä asioita käsitellään huumorin ja ironian keinoin. Sen sijaan aineistosta nousee esiin vahvana matkailubrändin ”Cool ja Contrasting”, joiden teemat ovatkin yleisempiä laululyriikassa.

Vuodenaikojen erilaisuus sitoutuu aineiston kappaleissa tarinan subjektin ajatuksiin ja tunteisiin ja tuo sitä kautta esiin vuodenaikojen ”Contrasting”-merkityksen. *Zen Cafen* kappaleessa ”*Minun kaupunkini*” talvi on ankara ja kesä hiljainen. *Pelle Miljoonan* kappaleessa ”*Kun kevät taas saa pohjoiseen*” puolestaan kyöneleistä on tullut helmiä syysaamun routaisessa maassa, mutta kevät antaa jälleen toivon jälleennäkemisestä. Vuodenaikojen käyttö lyriikoissa on vahvin ”Contrasting”-teema, mutta joka ei kuitenkaan koko aineiston mittakaavassa ole keskeinen Suomi-kuvaus matkailubrändiä ajatellen. ”Contrasting”-osion muita pienempiä sivuteemoja lyriikoissa ovat agraari ja moderni, maaseudun rauha ja kaupungin kiire, mutta toisaalta myös kaupunki ja sen hiljaisuus, jotka usein mielletään vastakohtaisiksi asioiksi.

Vertailtaessa aineiston laulujen esiin tuomaa Suomi-kuvaa suhteessa 4C-matkailubrändiin, niin kaikista vahvimpana esiin nousee Cool –osio ja siitä ominaisuudet rehellinen ja autenttinen. Trendikkyys tai teeman määritellyt sanat ”kiva ja nasta” eivät ole lyriikoiden keskeistä kuvausmateriaalia, vaan koko aineiston mittakaavassa suuren roolin kuvauksissa ottaa tarinoiden ympäristön ja tarinan subjektin tunteiden sekä ajatusten rehellisyys ja autenttisuus. Cohenin ja Cohenin (2012, s. 1311) mukaan autentisointi liittyy vahvasti paikan identifiointiin. Tämän mukaan paikan autenttisuus määritellään paikan identifioinnin kautta eli on näin matkailumarkkinoinnissa luotu mielikuva, joka voidaan tämän kappaleen mukaisesti brändätä. Tietyllä tapaa aineiston kappaleet identifioivat omalla kuvauksellaan

tarinoiden ympäristöjä ja suomalaisuuden paikkoja ja maisemia, jotka suomalaisen rockartistin esittämänä tuntuvat autenttisilta. Kuitenkin lyriikoiden tarinat ympäristön kuvauksineen ovat enemmän eksistentiaalista rehellisyyttä ja autenttisuutta kuin pakotettua ja ulkopuolisilta tahoilta tullutta suunniteltua identifioimista.

Laululyriikoiden rehellisyys ja autenttisuus ovat tekstin kirjoittajan havaintoja, maisemaa, tunteita ja tarinaa omalla tyylillä luotuna ja esitettyinä. Suomalaisen maiseman ja elämän kauneus tuodaan ja esiin silloin kun sen kuvaus on yhtä laulun tarinan kanssa, mutta samoin ympäristön karuus, tylsyys ja esimerkiksi talven ankaruus ja yhdessä elämän murheiden kanssa tuodaan rehellisesti esiin. Tunteet ja ympäristö esitetään sen hetkisten tunteiden ja näkemyksen valossa. *Zen Cafen* kappaleessa ”*Minun kaupunkini*” kaupunki on mitätön ja hiljainen ja *Kauko Röyhkän* kappaleessa ”*Kotikaupunkini*” puolestaan kaupunkimaisema on parkkipaikkoja, roskalaatikoita ja tyhjiä bingohalleja. *J. Karjalaisen* kappaleessa ”*Villi poika*” on pieni torppa ja pieni kasvimaata sekä poika, joka haluaa nähdä kaukomaat. Toisaalta *Juliet Jonesin sydämen* kappaleessa ”*Aurinkorannalle*” tunnelma on riemukas ja ratkaisut kesäpäivän viettoon löytyvät, vaikka Yyterin aallot eivät ole samanlaisia kuin Kaliforniassa.

8.3 Erot ja yhtäläisyydet

Aristoteleen retoriset ulottuvuudet eetos, paatos ja logos ovat käyttökelpoisia teemoja imagoviestinnän tarkasteluun ja sopivat niin matkailuun kuin musiikkiin. Vaikka imagoa pidetään tuotettuna kuvana ja siihen pyritään vaikuttamaan, niin lopulliseen imagoon vastaanottajien mielessä vaikuttaa moni asia. Ihmisten puheissa ja ajatuksissa kulkevat mielikuvat ja paikan maine voivat olla ristiriidassa markkinoidun imagon kanssa. Matkailu käyttää toimialassaan erilaisia imagon ja mielikuvien välittämisen keinoja, mutta myös musiikki tekee sitä niin tietoisesti kuin tiedostamattomasti.

Aineiston tarinoissa oli nähtävissä sekä eroja että yhtäläisyyksiä matkailuimagon ja rocklyriikan välillä. Tunteisiin vetoavia ja hyväksi havaittuja matkailuteemoja, kuten kaunis luonto ja maaseutu, käytettiin myös aineiston lyriikoissa. Kuitenkin nämä paatoksen ja logoksen ulottuvuudet näyttivät kuvaa myös niin sanotun matkailumarkkinoinnin luoman valokuvan ulkopuolelta. Tarinoihin liittyi säröjä

ihmisten tunteiden ja maiseman kuvauksen suhteen. Samoin musiikkikappaleiden luomaan Suomi-imagoon vaikuttaa paljon retorisen ulottuvuuden eetos eli esittäjän tuoma tyyli ja oma persoona.

Edellä mainitut lyriikoiden suomi-imagon retoriset ulottuvuudet näkyvät myös aineiston tarinoissa kun lyriikoita tarkastellaan matkailubrändin 4C:n kautta. Lyriikoissa näkyy tuttuja teemoja ”Contrasting” brändiosion mukaisesti. Vuodenajat, kaupunki ja maaseutu ja luonto saavat lauluissa huomionsa, mutta lyriikoiden luoman Suomi-imagon säröjen mukaisesti ”Cool”-osio nousee tarinoissa keskeisimmäksi ympäristön ja ihmisen tunteiden ja ajatusten rehellisyyden ja autenttisuuden kautta.

9 TUHANSIEN LAULUJEN MAA, ANALYYSIN YHTEENVETO

Suomi on kulkenut matkailun mielikuvissa tuhansien järvien maana, mutta Suomi on myös tuhansien laulujen maa. Eri musiikkityylit iskelmästä rockiin ja jazzista kansanmusiikkiin soivat Suomen suvessa ja tammikuun pakkasissa. Erilaiset musiikkitapahtumat levittyvät etelästä pohjoiseen ja kaupungeista maaseudulle ja luonnon äärelle. Lauluissa, kuten aineiston suomalaisen rocklyriikan tarinoissa, suomalaisuuden maisemat ja ympäristöt kulkevat yhtä matkaa tarinan henkilöiden tunteiden ja ajatusten kanssa. Vaikka musiikki on tarkoitettu ensisijaisesti tunteiden, tunnelmien ja tarinoiden välittämiseen ja kokemiseen, niin lyriikoiden kertomuksia voidaan tarkastella myös temaattisesti analysoiden tutkimuksen viitekehyksessä.

Tässä tutkielmassa suomalaisen rocklyriikan tarinat ja laulun muotoon puetut maisemat kohtasivat Suomi-kuvan teoreettisen viitekehysten. Tutkielma on tutkimusaineistoksi valittujen kappaleiden Suomi-kuvan analyysi, joka antaa viitteitä suomalaisen rockmusiikin tapaan käsitellä suomalaisuutta ja sen maisemaa 1980- ja 1990-luvuilla. Aineiston ulkopuolella on kuitenkin paljon muitakin tekstejä ja bändejä, joilla on oma kielensä ja tyyliinsä suomalaisuuden tarinoiden ilmaisuun. Suomi-kuvan välittäminen musiikin kautta on toisinaan tekijältään tiedostettua kuvausta ja ajatuksia, mutta hyvin usein Suomi-kuva syntyy myös tarinan ohessa tiedostamatta, tekijän oman suomalaisuuden kautta.

Suomi-kuva representoituu yhä uudelleen puheissa, kirjoituksissa, mediassa ja kulttuurissa. Lehtosen (2004) mukaan populaarikulttuurilla on keskeinen sija suomalaisuuden tuottamisessa. Populaari on kansalle kuuluvaa ja kansanomaista. Siihen kuuluu uuden ja jännittävän lisäksi vahvasti tuttuus; ne asiat jotka toistuvat päivästä päivään samanlaisina, tai ne, joiden olemassaoloa ei edes huomaa niiden tuttuuden takia. (Lehtonen, 2004, s. 121.) Suomi-rockilla on tässä populaarikulttuurin toisintamassa Suomi-kuvassa merkittävä rooli. Tietyt kappaleet jäävät elämään vuosiksi ja vuosikymmeniksi, ja näin sukupolvet toisensa jälkeen laulavat samoja lauluja ja tulkitsevat niiden luomaa Suomi-kuvaa. Uudet artistit taas representoivat Suomi-kuvaa aina uudelleen. Laulujen merkitykset ja tulkinnat liittyvät aina niin tekijän kuin vastaanottajan omaan merkitysmailmaansa, mutta tutkimuksen kautta voi myös löytää yhden näkökulman.

Aineiston lyriikoiden suomalaisuus ammentaa pohjansa Topeliaanisesta kansallisromantiikasta; se uusintaa suomalaista identiteettiä ja luonnon kuvausta sekä kommentoi meneillään olevaa hetkeä ja yhteiskunnan kehitystä. Kansakunnan tilaa ja kehitystä kommentoivat kappaleet käyttävät ironian ja huumorin keinoja. Nämä modernisaatiota ja identiteettikriisiä käsittelevät kappaleet olivat aineistossa vähemmistönä, mutta kuitenkin ajatuksiltaan merkittäviä 1980- ja 1990-lukuihin sijoitettavia kuvia.

Keskeisimmäksi Suomi-kuvan tarinaksi ja maisemaksi aineistosta nousi suomalaisuus, joka kietoutui ihmisen omaan henkilökohtaiseen tarinaan ja sisälsi sitkeyteen, uutteruuteen ja vapaudenhaluun tai kohtaloonsa alistumiseen ja tyytymiseen liittyviä piirteitä, jotka ovat perintöä Topeliaanisesta suomalaisuuden identiteetistä. Laulujen subjekti on tavallinen ihminen iloinen ja suruinen, enemmän oman elämänsä duunari kuin menestynyt herra. Tämä realisti, mutta omaa elämäänsä etsivä ja rakentava ihminen, elää niin kaupungissa kuin maaseudullakin, mutta jolle luonto ja kesä ovat ilon ja voiman lähteitä. Kevät ja kesä palkitsevat pitkän odotuksen kylmän ja ankaran talven jälkeen. Lehtonen (2004, s. 137) kirjoittaa, kuinka populaarikulttuurin kuvat esimerkiksi vuodenkierrosta sisältävät arkista käytännön tietoa, jolla selviydytään päivittäisistä tehtävistä. Samoin lauluissa tunteet liitetään usein vuodenaikojen yhteyteen.

Matkailutemaattisesti tarkasteltuna aineiston lyriikat antavat oman tilansa matkailun esiin tuomalle luonnon kauneudella ja merkitykselle, mutta matkailumarkkinoinnin korostama talven hienous ja Suomen kehittyneisyys ja modernius eivät näy aineiston lyriikoissa. Lyriikoiden Suomi-kuva ei ole ihmisten ja tapahtumien täyttämä, vaan enemmän yhden ihmisen tarina suomalaisuuden näyttämöllä, jota tekstin subjekti havainnoi. Aineiston lyriikoiden Suomi-kuva näyttäytyy autenttisenä ja rehellisenä elämän ja ympäristön säröjen kanssa. Ympäristö voi olla kaunis tai karu, kuten elämän eri hetket. Suomalaisuuden kuvaus perustuu ennen kaikkea laulun subjektin tunteisiin ja ajatuksiin suomalaisen maiseman erilaisilla näyttämöillä.

Matkailumarkkinointi piirtää omaa kuvaa suomalaisuudesta ja käyttää tietynlaista kerrontaa ja kuvamateriaalia viestinsä välittämiseen eri kohderyhmille. Suomalaisen rocklyriikan maalaama Suomi sopii moderneille humanisteille, jotka ovat vapaa-ajan antropologeja, etsien kulttuuria, joka ilmenee ihmisten arjen tapoina, merkityksinä ja elinympäristöinä ja joille autenttinen arki ja elämänmuoto ovat merkityksellisiä

(Rannisto, 2012, s. 6 & 11.) Näille moderneille humanisteille laulujen tarinoiden ja subjektin ajatusten ja tunteiden luoma rehellinen sekä autenttinen Suomi-kuva ympäristöineen on sopiva paikka omaan antropologiseen tutkimusmatkaan.

Tämä tutkielma analysoi ja kokosi yhteen suomalaisen rockmusiikin luomaa Suomi-kuva 1980- ja 1990-luvuilla tarkasteluun valittujen tekijöiden kappaleiden kautta. Jokainen kappale on kuitenkin myös oma musiikillinen matkansa tiettyyn tunnelmaan ja maisemaan ja arvokas omassa ilmaisussaan. Tutkielman aineisto sijoittui 1980- ja 90-luvuille, ja analyysissä käytettiin sekä aikalais- että 2000-luvulla julkaistua kirjallisuutta sekä tutkimuksia. Yhteiskunnassa, matkailussa ja musiikissa ovat aina läsnä historian eri kerrokset menneestä tähän hetkeen. Jatkotutkimuksena olisikin kiinnostavaa selvittää 1980- ja 1990-lukujen suomalaisen rocklyriikan Suomi-kuvan suhdetta 2000-luvun rocklyriikkaan. Millainen on eri teemojen suhde, mikä on muuttunut ja mikä on pysynyt samana 2000-luvulle siirryttäessä?

LÄHTEET

- Aho, M. & Kärjä, A-V. (2007). Johdanto. Teoksessa M. Aho & A-V. Kärjä (toim.), *Populaarimusiikin tutkimus* (s. 7–32). Tampere: Vastapaino.
- Ahonen, M. (2006). Suomalainen matkailututkimus – Kartoitus Suomen matkailututkimuksen nykytilasta ja sen kehittämiseen liittyvistä näkemyksistä. Helsinki: Matkailun edistämiskeskus.
- Alasuutari, P. (2011). *Laadullinen tutkimus 2.0*. 4. uudistettu painos. Tampere: Vastapaino.
- Andriotis, K. & Mavric, M. (2013). *Postcard mobility - Going beyond image and text*. *Annals of Tourism Research*, 40, 18-39.
- Anttila, J. (1996). Onko suomalaisuudessa samastumiskohteenä mitään erityistä? Teoksessa P. Laaksonen & S-L. Mettomäki (toim.), *Olkaamme siis suomalaisia*. (s. 201-210). Helsinki: SKS.
- Anttila, J. (1993). Käsitteet suomalaisuudesta – traditionaalisuus ja modernisuus. Teoksessa T. Korhonen (toim.), *Mitä on suomalaisuus?* (s. 108–134). Helsinki: Suomen antropologinen seura.
- Apo, S. (1996). Agraarinen suomalaisuus – rasite vai resurssi? Teoksessa P. Laaksonen & S-L. Mettomäki (toim.), *Olkaamme siis suomalaisia*. (s. 176–184). Helsinki: SKS.
- Apo, S. (1990). Kertomusten sisällönanalyysi. Teoksessa K. Mäkelä (toim.), *Kvalitatiivisen aineiston analyysi ja tulkinta* (s. 62-80). Helsinki: Gaudeamus.
- Cohen E. & Cohen S. A. (2012). Authentication: Hot and cool. *Annals of Tourism Research*, 39, 1295-1314.
- Eskola, J. (2001). Laadullisen tutkimuksen juhannustaiat – Laadullisen aineiston analyysi vaihe vaiheelta. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.), *Ikkunoita tutkimusmetodeihin II*. (s. 133–157). Jyväskylä: PS-kustannus.
- Frith, S. (1996). *Performing rites – On the value of popular music*. Oxford University Press.
- Hakala, J. T. (2007). Menetelmällisiä koetuksia. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.), *Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: Virikkeitä aloittelevalla tutkijalle*. (s. 12–24). 2. korjattu ja täydennetty painos. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Heinonen, J. (1997). *Katseita suomalaisuuteen*. Helsinki: TA-Tieto.
- Holmen, M. (2009). Visit Finland-matkailubrändi. Helsinki: Matkailun edistämiskeskus.
- Häkli, J. (1999). *Meta Hodos – Johdatus ihmismaantieteeseen*. Tampere: Vastapaino.
- Häyrynen, M. (2005). *Kuvitettu maa, Suomen kansallisen maisemakuvaston rakentuminen*. Helsinki: SKS.

- Jokinen, K. & Saaristo, K. (2006). *Suomalainen yhteiskunta*. 2. uudistettu painos. Helsinki: WSOY.
- Järviluoma, H. & Rautiainen, T. (2004) Populaarimusiikin tutkimus. Teoksessa T. Eerola, J. Louhivuori & P. Moisala (toim.), *Johdatus musiikintutkimukseen* (s. 169–184). Suomen musiikkitieteellinen seura.
- Karvonen, E. (2005). *Elämää mielikuvayhteiskunnassa: imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa*. Helsinki: Gaudeamus.
- Kiviniemi, K. (2001). Laadullinen tutkimus prosessina. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.), *Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin* (s. 68–84). Jyväskylä: PS-kustannus.
- Koistinen, T., Sevänen, E. & Turunen, R. (1995). Johdanto: Populaari- ja massakulttuurin tutkimisen lähtökohdista. Teoksessa T. Koistinen, E. Sevänen & R. Turunen (toim.), *Musta lammas, kirjoituksia populaari- ja massakulttuurista* (s. 6–16). Joensuun yliopisto.
- Lahtinen, T. & Lehtimäki, M. (2006). Rock, lyriikka ja tulkinta. Teoksessa T. Lahtinen & M. Lehtimäki (toim.), *Ääniä äänien takaa, tulkintoja rock-lyriikasta*. (s. 17–37). Tampere University Press.
- Lehtonen, M. (1995). *Pikku jättiläisiä*. Tampere: Vastapaino.
- Lehtonen, M. (2000). *Merkitysten maailma*. 3. painos. Vastapaino: Tampere.
- Lehtonen, M. (2004). Suomi on toistettua maata. Teoksessa M. Lehtonen, O. Löytty & P. Ruuska (toim.), *Suomi toisin sanoen* (s. 121–149). Tampere: Vastapaino.
- Liete, T. (2004). Sano se suomeksi. Teoksessa J. Lindfors, P. Gronow & J. Nyman (toim.), *Suomi soi 2, rautalangasta hipppiin* (s. 44–69). Helsinki: Tammi.
- Lyytikäinen, P. (1999). Suomalaiset syntysanat: Suomen kirjallisuus suomalaisuutta kirjoittamassa. Teoksessa T. M.S. Lehtonen (toim.), *Suomi, outo pohjoinen maa? Näkökulmia Euroopan äänen historiaan ja kulttuuriin* (s. 138–66.) Jyväskylä: PS-kustannus.
- Marzano, G. & Scott, N. (2009). Power in destination branding. *Annals of Tourism Research*, 36, 247–267.
- Mattila, I. (2004). Isi, mitä oli punk? . Teoksessa J. Lindfors, P. Gronow & J. Nyman (toim.), *Suomi soi 2, rautalangasta hipppiin* (s. 114–28). Helsinki: Tammi.
- Mattila, I. (2004). Suomi putoaa puusta. Teoksessa J. Lindfors, P. Gronow & J. Nyman (toim.), *Suomi soi 2, rautalangasta hipppiin* (s. 129–163). Helsinki: Tammi.
- MEK (1980). *Suomen matkailumaakuva: Sisällöllinen analyysi MEK:in leikekokoelman ulkomaisista sanoma- ja aikakauslehtiartikkeleista*. MEK A:27. Helsinki: Matkailun edistämiskeskus.
- MEK (1988). *Suomi ulkomaalaisen silmin*. Helsinki: Matkailun edistämiskeskus.

- MEK (2004). *Suomen matkailumaakuva päämarkkinamaissa*. MEK A:62. Helsinki: Matkailun edistämiskeskus.
- MEK (2008). Ulkomaalaiset matkailijat Suomalaisissa kulttuurikohteissa ja tapahtumissa. MEK A:162 Net Effect OY, A. Eronen & S. Ruoppila. Helsinki: Matkailun edistämiskeskus.
- Mäkelä, K. (1990). Kvalitatiivisen analyysin arviointiperusteet. Teoksessa K. Mäkelä (toim.), *Kvalitatiivisen aineiston analyysi ja tulkinta* (s. 42–61). Helsinki: Gaudeamus.
- Mäkeläinen, L. & Heikkilä, M. (2004). Selvitys Suomalaisen kevyen musiikin sanoitusten, sävellysten ja sovitusten akateemisesta tutkimuksesta. Helsinki: Elvis ry.
- Oksanen, A. (2007). Lyriikka populaarimusiikin tutkimuskohteena. Teoksessa M. Aho & A-V- Kärjä (toim.), *Populaarimusiikin tutkimus* (s. 159–178). Vastapaino: Tampere.
- Rannisto, A. (2012). Modernin humanistin matkassa - kohderyhmän kvalitatiivinen analyysi. Tutkimusraportti. TNS Gallup: Finnish Tourist Board/Visit Finland.
- Rouhiainen, U-M. (2006). *Matkailuyrittäjän maamme kirja*. Helsinki: Edita.
- Saarikangas, K. (1999). Puu, metsä ja luonto – Arkkitehtuuri suomalaisuuden rakentamisena ja rakentumisena. Teoksessa M. S. Lehtonen (toim.), *Suomi, outo pohjoinen maa?* (s. 166–207). Jyväskylä: PS-kustannus.
- Saaristo, K. (2003). Sittenkin vain rock'n'rollia. Teoksessa K. Saaristo (toim.), *Hyvää pahaa rock'n'roll - Sosiologisia kirjoituksia rockista ja rockkulttuurista*. (s. 7–18). Helsinki: SKS.
- Salazar, N.B. (2012). Tourism imaginaries: a conceptual approach. *Annals of Tourism research*, 39, s. 863–82.
- Salmi, H. (1999). ”Ajan tomu ja unhon kinos” – Muistamisen tuska sodanjälkeisessä suomalaisessa iskelmäessä. Teoksessa T. Syrjämaa (toim.), *Arjen muisti ja unohdus. Jokapäiväinen elämä historian valoissa ja varjoissa*. (s. 15–31). Yleinen historia, Turun yliopisto: Historian laitoksen julkaisuja n:o 53.
- Siikala, A-L. (1996). Suomalaisuuden tulkintoja. Teoksessa K. Laaksonen & S-L. Mettomäki. (toim.), *Olkaamme siis suomalaisia*. (s. 139–149). Suomalaisen Kirjallisuuden Seura: Helsinki.
- Suoranta, J. (2001). Populaarikulttuurin tuotteiden analyysi: Kohti kriittistä elokuvalähtöistä aikalaisanalyysiä. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.), *Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin* (s. 188–210). Jyväskylä: PS-kustannus.
- Söderholm, S. (1995). Musiikkimaun luonteesta. Teoksessa T. Koistinen, E. Sevänen & R. Turunen (toim.), *Musta lammas, kirjoituksia populaari- ja massakulttuurista* (s. 166–175). Joensuu University Press.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2009). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. 5. uudistettu laitos. Helsinki: Tammi.

Urry, J. (1990). *The tourist gaze – Leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage.

Vainio, M. (2004). Suomalainen musiikki tutkimuskohteena. Teoksessa T. Eerola, J. Louhivuori & P. Moisala (toim.), *Johdatus musiikintutkimukseen* (s. 359–369). Suomen musiikkitieteellinen seura.

Varpio, Y. (1999). *Pohjantähden maa: Johdatusta Suomen kirjallisuuteen ja kulttuuriin*. Tampere University press.

Vuoristo, K.-V. (2001). *Lumen ja suven maa, Suomen matkailumaantiede*. Helsinki: WSOY.

Äikäs, T. A. (2004). *Imagoa etsimässä: Kaupunki ja aluemarkkinoinnin haasteista mielikuvien mahdollisuuksiin*. Helsinki: Suomen kuntaliitto.

Liite: Musiikkiaineisto

- Dingo: Juhannustanssit (säv. & san. Neumann). Juhannustanssit, 1986.
- Eppu Normaali: Puhtoinen lähiöni (san. M. Saarela & säv. M. Syrjä). Akun tehdas, 1980.
- Eppu Normaali: Suomi-ilmiö (san. M. Saarela & säv. M. Syrjä). Akun tehdas, 1980.
- Ismo Alanko: Kun Suomi putos puusta (san. & säv. I. Alanko). Kun Suomi putos puusta, 1990.
- J. Karjalainen: Villi poika (san. & säv. J. Karjalainen). Laura Häkkisen silmät, 1998.
- J. Karjalainen Electric Sauna: Mä jäin kiinni asfalttiin (san. & säv. J. Karjalainen). Electric Picnic, 1999.
- Juice Leskinen Grand Slam: Siniristoloppumme (san. & säv. J. Leskinen). Taivaan kappaleita, 1991.
- Juice Leskinen Grand Slam: Bluesia Pieksämäen asemalla (san. & säv. J. Leskinen). Boogieteorian alkeet peruskoulun ala-astetta varten, 1983.
- Juliet Jonesin sydän: Aurinkorannalle (san. & säv. K. Heiskari). Hai! 1996.
- Juliet Jonesin sydän: Duetto (Kadonnut nainen) (san. & säv. E. Hyyppä). Hai! 1996.
- Kauko Röyhkä: Kotikaupunkini (san. & säv. K. Röyhkä). Steppaillen, 1980.
- Kauko Röyhkä & Narttu: Maa on voimaa (san. & säv. K. Röyhkä). Maa on voimaa, 1985.
- Kauko Röyhkä: Lapin poika (san. & säv. K. Röyhkä). Elokuvesta Lapin poika, 1998.
- Maija Vilkkumaa: Salaa (san. & säv. M. Vilkkumaa). Pitkä ihana leikki, 1999.
- Maija Vilkkumaa: Hiuksissa hiekkaa (san. & säv. M. Vilkkumaa). Pitkä ihana leikki, 1999.
- Miljoonasade: Silmitön talvi (san. H. Salo & säv. M. Nurro). Nuoli ja väri, 1991.
- Pelle Miljoona & Rockers: Elokuun yöt (säv. & san. P. Miljoona) Kolmen tuulen pesä, 1998.
- Pelle Miljoona & Rockers: Pikkupoika ja pikitie (säv. & san. P. Miljoona). Ok! 1994.
- Pelle Miljoona: Kun kevät taas saa pohjoiseen (säv. & san. P. Miljoona). Rauhan aika, 1990.
- Zen Cafe: Minun kaupunkini (san. S. Putro & säv. Zen Cafe). Ua ua, 1999.