



Jarkko Salminen

Tila symbolisen kamppailun kohteena

Tapaus Ideapark

Symbolic struggle over space: the case of Ideapark

In this article, socio-spatial hierarchies are examined with the help of Pierre Bourdieu's concepts of 'field' and 'capital', using online discussion on Ideapark, the biggest commercial city in Scandinavia, as the main data. The main results of the examination show that, firstly, the critics of Ideapark prefer the physical density of European cities and object to Ideapark's loose American urban structure. They regard Ideapark—built in the middle of nowhere—as artificial and try to legitimate the cultural capital attached to the city. Secondly, Ideapark customers appreciate the practicality of the everyday habitat: they value the spacious car parks and having everything under one roof. Thirdly, entrepreneurship is emphasised. Some people are in favour of Ideapark because there is no room for small enterprises in urban areas and free space outside cities is a resource of which should be taken advantage. The capital of Ideapark advocates is economic, referring to both ordinary customers' efficient use of time and money and the profits of entrepreneurs. Stereotypes are commonly used to justify arguments in the discussion. The critics oppose the unaesthetic emptiness of spread-out Finnish urban structure. The advocates think that envy keeps businesses away from the empty space in Finland.

Keywords: city, shopping centre, space, symbolic struggle

Johdanto

Kamppailu tilasta tapahtuu yhtä aikaa niin sosiaalisessa kuin fyysisessäkin todellisuudessa. Tässä artikkelissa tutkitaan fyysiseen tilaan ja yhdyskuntarakenteeseen liittyviä kulttuurisia arvojärjestyksiä nyky-Suomessa. Aihetta lähestytään tapausesimerkin kautta: tarkastelun kohde on Ideapark-nettikeskustelu ja siinä esiintyvät tilan representaatiot. Tutkimuksessa hyödynnetään Pierre Bourdieun (1984; 1996; 1998) symbolisen kamppailun teoriaa sekä kentän ja pääoman käsitteitä. Tarkastelun kohde on se, millaiset pääomat näyttäytyvät nettikeskusteluissa legitimeinä, sekä se, miten niiden

mukaisesti ymmärretään arvokas tila ja määritetään paikka sosio-spatialisen kentän keskukselle.

Ideapark on Lempäälään rakennettu noin 100 000 neliön kokoinen, 200 liikkeen ja 30 ravintolan muodostama liikekaupunki (Ideapark-info 2013), jonka taustalla on liikemies Toivo Sukari. Lempäälän lisäksi hänen aikomuksenaan on ollut rakentaa Ideaparkkeja myös Pieksämäelle, Ouluun, Vihtiin ja Lapuulle. Suunnitelmat ovat kuitenkin kaatuneet tai vähintään lykkäytyneet taloustilanteen ja kaavaongelmien vuoksi. Jopa ministerit ovat osallistuneet hankkeisiin liittyvään keskusteluun. Helsinkiläinen Kokoomuksen entinen asuntonministeri ja nykyinen elinkeinomi-

nisteri Jan Vapaavuori on vastustanut näkyvästi Sukarin projekteja, kun taas Keskustan entinen pääministeri Matti Vanhanen on puolustanut niitä (ks. Uusi Suomi 2008). Vaikkei tässä artikkelissa tutkita erityisesti näitä poliittisia ulottuvuuksia, on selvää, että symbolista kamppailua tilasta käydään myös poliittisella kentällä. Kysymys ei ole vain Ideaparkista, vaan ajankohtaisista ja laajoista yhteiskunnallisista jännitteistä sekä niihin liittyvästä kamppailusta.

Menneinä vuosikymmeninä kaupungistuminen on synnyttänyt uudenlaisia paikkoja, tiloja, alueita ja näiden välisiä arvojärjestyksiä. Ihmiset ovat muuttaneet maalta lähiöihin, jotka ovat usein jääneet toiminnallisesti köyhiksi (Kortteinen 1982). Rakennemuutokseen on liittynyt myös kauppa- paikkojen kehitys ja siirtyminen. Kauppakeskittymät ovat kulkeutuneet lähiöihin ostoskeskuksiksi ja sieltä edelleen kaupunkirakenteiden ulkopuolelle automarketeiksi (Hankonen 1994: 262–268). Ideapark on kehityksen viimeisin vaihe. Se ei ole ainoastaan kauppapaikka vaan turistikohte ja pienois kaupunki, joka muistuttaa lasten teemapuistoja, kylpylöitä tai autolauttoja: se on kellumaan lähtenyt kaupunki tai turistikeidas autiolla maalla (ks. Lehtonen 1999: 123–126). Vaikka Ideaparkin kaltaiset ostospaikat ovat tulleet suosituiksi, samalla perinteisten kaupat ja tavaratalot ovat säilyttäneet oman asemansa. Tässä artikkelissa tarkastellaan kaupungin ja Ideaparkin välisiä kulttuurisia, taloudellisia ja tilallisia erotteluja ja niihin liittyviä arvojärjestyksiä.

Turo-Kimmo Lehtonen (1999) aloitti varsinaisesti kauppakeskustutkimuksen Suomessa selvittämällä monipuolisesti, miksi Itäkeskuksessa käydään ja mitä siellä tehdään. Viime aikoina kauppa- keskuksia on tutkittu monista näkökulmista. On tarkasteltu, miten vanhukset kokevat kauppa- keskuksessa toisten kohtaamisen ja itse rakennuksen sekä millaisia mielikuvia ja muistoja keskus heissä herättää (Fried 2011). Lisäksi on tutkittu kauppa- keskuksia nuorten ajanviettopaikkoina ja selvitetty tapoja, joilla heitä suljetaan niiden ulkopuolelle (Tani 2011). Työryhmissä on tarkasteltu kauppa- paikkoja verkostokaupunkien osana muun muassa kestävä kehityksen, ympäristöongelmien ja tasa- painoisen kaupunkirakenteen näkökulmista (Kan- ninen & Rantanen 2010; Mäntysalo *et al.* 2012). Myös Ideapark on huomioitu. Laura Yrjänän (2012) mukaan 2000-luvulla syntyi uusi ilmas- tonmuutosdiskurssi, joka alkoi varsinaisesti silloin, kun Ideapark oli valmistunut ja Sukari ja Vapaa- vuori aloittivat siihen liittyvän julkisen väittelynsä (ks. myös Tulkki 2009).

Yhteiskunnallisia hierarkioita ja makuja on tut- kittu Suomessa runsaasti, ja erityisesti Bourdieun (esim. 1984) teorioita on yhtäältä hyödynnetty (esim. Katainen 2011) ja toisaalta kritisoitu (esim. Alapuro 2006). Vaikka tilaan liittyvää symbolista kamppailua ei varsinaisesti ole tarkasteltu, mo- niin aikaisempiin tutkimuksiin liittyy spatiaalinen elementti, esimerkiksi kaupunki–maaseutu- tai keskusta–periferia-jako. Purhosen, Gronowin ja Rahkosen (2009) mukaan korkeakulttuurin ku- lutuksen tärkeimmät selittäjät Suomessa ovat ikä ja sukupuoli, mutta myös asuinpaikka on tilastol- lisesti merkitsevä selittäjä. Maaseudulla korkea- kulttuuria kulutetaan kaupunkia vähemmän ja varsinkin osallistuminen tapahtumiin on harvinais-empaa ennen muuta siksi, ettei tapahtumia juuri ole (Purhonen *et al.* 2011). Tästä johtuen myös kulttuurinen kaikkiruokaisuus on maaseudulla vähäisempää kuin kaupungeissa (Purhonen *et al.* 2010). Lisäksi kaupunkien sisällä on alueiden vä- lisiä hierarkioita. Helsingin yöelämän makuluokit- teluja tutkiessaan Anu Katainen ja Pauliina Sep- pä (2008) havaitsivat, että asuinalueisiin liitetyt representaatiot ovat erotteluista selkeimpiä: esi- merkiksi Itä-Helsinki, Kallio ja Punavuori synny- tävät voimakkaita kulttuurisia mielikuvia. Myös mahdollisuus liikkua tilassa ja vaihtaa paikkaa vaa- tii pääomaa. Kun Tarja Tolonen (2008: 240) tar- kasteli nuorten elämäntyyliä ja luokkaeroja, eräs havainnoista oli se, että syrjäytymiseen liitettiin mielikuvia fyysisestä paikalleen jäämisestä ja py- sähtymisestä. Paikat, ympäristöt, tilat ja niissä liik- kuminen yhtäältä tuovat esille, toisaalta tuottavat ja ylläpitävät sosiaalisia jakoja. Siksi ne tulee ottaa yhä tarkemman empiirisen tutkimuksen kohteeksi nyky-Suomessa.

Tämä artikkeli etenee siten, että ensin tarkas- tellaan Bourdieun käsitystä kentistä, joilla pää- omien välinen symbolinen kamppailu tapahtuu. Tämän jälkeen esitellään analyysimenetelmät ja keskustelupalstoilta kerätty nettiaineisto sekä sel- vitetään, mitä etuja ja ongelmia aineistoon liittyy. Tulososassa analysoidaan tilan jäsentymistä nyky- Suomessa. Suhtautuminen Ideaparkiin tuo esille ne perusteet, joilla ympäristöä yleisesti arvioidaan. Vastakkaisista suhtautumistavoista kuvataan ensin vastustajien näkökulmaa ja heidän suhdettaan ym- päristöön. Tämän jälkeen havainnollistetaan, millä tavoin Ideaparkin puolustajat arvottavat tilaa. Lo- puksi keskustellaan siitä, millä tavoin Bourdieun määrittelemien kulttuurisen ja taloudellisen pää- omien käsitteet auttavat ymmärtämään Ideaparkin vastustajien ja puolustajien vastakkaista suhdetta tilaan.

Kentät ja pääomat

Pierre Bourdieun (1996: 9–10) mukaan symbolinen kamppailu käydään kentillä. Tällä hän viittaa yhtäältä *fysikaaliseen kenttään*, jossa erilaiset veto- ja hylkimisvoimat vaikuttavat toimijoihin, sekä toisaalta *taistelukenttään*, jolla kamppaillaan ja kilpaillaan. Käsite sopii analyysiin, koska se ei ole tutkitun sosio-spatiaalisen todellisuuden suhteen vieras ja abstrakti vaan sen kanssa analoginen.

Kentillä on aina keskuksensa, jotka eivät ole yksinkertaisesti maantieteellisiä tai fyysisiä keskipisteitä vaan paikantuvat myös sosiaalisesti. Vaikka keskustat ovat riippuvaisia aineettomista kulttuurisista järjestyksistä, tarvitsee ydin ympärilleen massaa synnyttääkseen voimien kentän. Se ei voi sijaita tyhjiössä, koska tilallisilla representaatioilla on aina oltava jokin konkreettinen kohde tai aihe. Symbolista kamppailua tilasta käydään siis niin fyysisillä kuin sosiaalisillakin kentillä. Bourdieun (1998: 21) mukaan etäisyys onkin aina kaksinkertaista, sosiaalista ja fyysistä. Kaukana toisistaan yhteisöllisessä tilassa sijaitsevat kohtaavat harvoin kasvokkain. Jos jokapäiväiset reitit eivät risteä, myös sosiaaliset erot säilyvät ja vahvistuvat.

Empiiriset tutkimukset osoittavat, että sosiaaliset ja fyysiset kentät sekä niiden hierarkiat ovat yhteen kietoutuneita. Kun Mari Vaattovaara (1998: 76–87) tutki pääkaupunkiseutua, hän havaitsi sen erilaistuneen alueellisesti asukkaiden elämäntilanteen, vaurauden ja koulutuksen mukaan. Hän osoitti, että sosiaalisista eroista seuraa alueellisia jakoja ja järjestyksiä. Myöhemmin Kauppinen, Kortteinen ja Vaattovaara (2011) todensivat myös päinvastaisen vaikutussuhteen: asuinalue vaikuttaa yksilön yhteiskunnalliseen menestykseen ja mahdollisuuksiin tulevaisuuden työuralla. Vaikka kaikille fyysinen naapuruus ei ole kontaktien kannalta tärkeää, joidenkin ihmissuhteet sitoutuvat vahvasti elinympäristöön. Työssäkäyvät lähiöiden asukkaat eivät sitoudu erityisesti naapureihinsa (Kortteinen 1982: 167), mutta työttömät ovat hyvinkin riippuvaisia asuinalueensa tarjoamista suhteista (Kauppinen *et al.* 2011). Sosiaaliset ja fyysiset erot ja eriarvoisuudet ylläpitävät toisiaan.

Jokaisella symbolisen kamppailun kentällä on hallitseva pääomansa. Kenttä loppuu siellä, missä sillä ei ole enää arvoa. ”Pääoma on sosiaalinen *subde*, toisin sanoen energia, joka on olemassa ja vaikuttaa vain kentällä, jolla se tuotetaan ja uusinnetaan” (Bourdieu 1984: 113). Vaikka pääoman lajeja voi periaatteessa olla rajoittamaton määrä, sosiaalisen tilan kaksi tehokkainta erottelun periaatetta ovat taloudellinen ja kulttuurinen pääoma. Se

mikä vaihtelee, on näiden kokonaismäärä ja suhde (Bourdieu 1984: 186). Kamppailu koskee sitä, mitkä pääomat ovat merkityksellisiä, legitiimejä, ja miten niitä voidaan vaihtaa siirryttäessä kentältä toiselle. Ei ole olemassa kiinteitä ja tiedostettuja pelinsääntöjä tai pääomien vaihtosuhteita, vaan molemmista taistellaan kaiken aikaa, toisin sanottuna perustavat lait yritetään jatkuvasti joko säilyttää tai kyseenalaistaa (Bourdieu 1984: 125). Sillä, jonka omaisuuden vaihtokurssi on korkein ja joka pystyy parhaiten laittamaan liikkeelle varallisuutensa eli hyödyntämään sen potentiaalista energiaa eri kentillä, on eniten symbolista pääomaa ja valtaa. Tämä vaatii, että muut tunnistavat pääomatyyppien erityisarvon ja sisäistävät sen perustana olevat jaot ja vastakohtat (Bourdieu 1998, 99). Sisäistämisen seurauksena tapa ymmärtää arvokas ympäristö vaikuttaa lopulta itsestään selvältä, luonnolliselta ja ainoalta oikealta. Symbolinen valta ei ole ilmeistä eivätkä pääomat ole näkyvää valuuttaa, vaan ne vaikuttavat tiedostamattomasti maailman käsittämisen ja ympäristön jäsentämisen tapoihin.¹

Symbolinen kamppailu tapahtuu merkitysten ja tulkintojen kautta. Kyse ei ole vain taloudellisesta vallasta, materian ja tilojen hallinnasta niiden omistamisen kautta. Zukin liittyy ajatuksen rakennettuun todellisuuteen. Hänen mukaansa esimerkiksi arkkitehtuuri ei ole vain kapitalismin symboli (*symbol of capitalism*), kuten Jameson (1984) esittää, vaan pikemminkin symbolismin pääomaa (*capital of symbolism*) (Zukin 1992: 225). Vaikka rakentaminen vaatii rahaa, on olemassa myös näkymättömiä, kulttuurisia raja-aitoja. Kyse on moniulotteisesta pyrkimyksestä määrätä, miten tilaa representoidaan. Valmiskin ympäristö on avoin uudelleentulkinnolle, ja jopa suurella rahalla rakennetun arvo voidaan kyseenalaistaa. Kulttuurin hallinta on vaikeammin havaittavaa ja hienovaraisempaa kuin taloudelliset pakot (Skeggs 2005).

Myös tiede osallistuu tilan representaatio- prosesseihin, se legitimoit tapoja ymmärtää tilaa. Yhdyskuntasuunnittelu-lehden entinen päätoimittaja Pasi Mäenpää (2007) kuvaa kirjoituksessaan *Keskisen kyläkaupan kehitysversio* provosoivaan ja ironiseen sävyyn vierailuaan Ideaparkin avajaisissa. Teksti on epätieteellisyytensä vuoksi paljastava.

Avajaistunnelma oli jotenkin pirkanmaalainen, ainoat tutut naamat ovat tamperelaisia jääkiekkoilijoita. Keskuspuisto on nimeään vaatimattomampi muovipuiden ja anniskeluliikkeiden reunustama aukio. Oiva paikka muotinäytökselle, jonka jälkeen vasta päästetään Kummelit kehiin. (Mäenpää 2007: 23)

Mäenpäällä on mahdollisuus kritisoida Ideaparkin vaikutuksia ympäristöön ja kaupunkirakenteeseen. Edellinen lainaus on kuitenkin merkki kulttuurisesta luokittelusta (vrt. Mäenpää 2011: 148–160). Vaikka on vaikea sanoa kuinka toisissaan Mäenpää on, sitaatti osoittaa, kuinka helposti ja luonnollisesti tällaiset makuluokittelut nousevat esille. Tässä tutkimuksessa aineistolähteenä käytetty anonyymi nettikeskustelu on täynnä tällaisia tavallisesti piilossa pidettäviä erontekoja.

Aineisto ja menetelmät

Kun aineisto kootaan nimimerkein käydyistä nettikeskusteluista, tulokset muodostuvat hyvin erilaisiksi kuin esimerkiksi yksilö- ja ryhmähaastatteluuissa. Haastattelukaan ei tuota puhdasta tietoa tutkittavasta ilmiöstä. Esimerkiksi Lehtosen (1999: 150) haastattelututkimuksessa Itäkeskusta ei juuri lainkaan kritisoi provosointiyrityksistä huolimatta, eivätkä tutkijat löytäneet ”*kriittiselle kulttuurieliitille ominaista ajatusta ostosparatiiseista kaupallisina helvetteinä*”. Tämä johtui mahdollisesti yhtäältä siitä, että tutkimukseen osallistuneet olivat Itäkeskuksessa säännöllisesti asioivia, ja toisaalta siitä, että tutkijan läsnäolo ryhmähaastattelutilanteessa saattoi vaikuttaa esille nousseisiin aiheisiin.

Näin ollen menetelmän hyötyjä, heikkouksia ja luotettavuutta on syytä pohtia. Nettikeskustelun anonyymiyys on etu, koska esille voidaan nostaa henkilökohtaisempia asioita kuin haastattelussa ja mielipiteet voidaan esittää ilman itsesensuuria. Nimetön keskustelu on tyyliltään kärjistävää, humoristista sekä usein avoimesti vastapuolta halveksivaa ja pilkkaavaa (Katainen & Seppälä 2008: 42–43). Lisäksi avoin nettifoorumi mahdollistaa hyvin erilaisista konteksteista tulevien ihmisten kohtaamisen, jolloin syntyy helposti rajanveto-kamppailuja ”meidän ja muiden” välille (Perrotta 2006: 260–261). Se tuottaa rikkaan laadullisen, erontekoja täynnä olevan aineiston.

Nettikeskustelufoorumi muodostaa kentän, jolla kamppaillaan erilaisista pääomista. Esimerkiksi kieli on sekä kamppailun kohde että väline. Keskustelussa haastetaan legitimit kielellisen pääoman muodot, hylätään perinteiset kielioppisäännöt ja luodaan uusia ilmaisutapoja (Merchant 2001). Toisaalta nettikeskustelijoita eivät sido sosiaalisen aseman ulkoiset merkit, vaan he voivat kasvottomina ja nimettöminä vapaammin muokata identiteettejään. Liioittelu, vääristely ja valehteleminen voivat toimia taktiikkoina kaapata itselle entistä enemmän pääomaa, ja siksi tutkijan on

pysyttävänä tietoisena siitä, että virtuaaliset identiteetit voivat olla epäluotettavia (Smith & Stewart 2012: 971, 982). Keskustelijoiden taustaa on vaikea selvittää, ja siksi tuloksia ei voida yleistää mihinkään ryhmään tai perusjoukkoon. Tämä puute ei kuitenkaan koske vain nettiaineistoja käyttäviä tutkimuksia vaan laadullista tutkimusta ylipäätään. Yleistämisen sijaan laadullisessa tutkimuksessa tarkoitus on tehdä ilmiöitä ymmärrettäväksi. (Katainen 2011: 33–34.)

Artikkelin aineistolähteistä tärkeimmäksi muodostui Talo-foorumin Ideapark-viestiketju, joka on aloitettu vuonna 2005. Sillä on seurattu erityisesti Lempäälän Ideaparkin suunnitelmia, rakentamista, avaamista ja sen jälkeistä aikaa. Viestejä pelkästään tälle palstalle on kertynyt yli 400. Se, että Talo-foorumi vetää puoleensa rakennusprojekteista erityisen kiinnostuneita ihmisiä, on aineiston rikkauden kannalta pelkästään hyvä asia. Silti aineistoa on täydennetty: on tarkasteltu myös muun muassa Iltalehden, Plazan, MuroBBS:n sekä Suomi24:n Ideapark-aiheisia keskusteluja, Ideaparkiin liittyvää uutisointia (Uusi Suomi 2008), Facebook-ryhmiä (Ideaparkittamiselle loppu – ei enää suomen pelloille), blogikirjoituksia (Vapaa-vuori 2008) ja näiden alle virinnyttä keskustelua (Mistä Ideapark on kotoisin?). Näin on laajennettu näkökulmaa ilmiöön.

Analyyssissä on hyödynnetty kolmea jaottelua. Ensinnäkin kommentit on jaettu Ideaparkia vastustaviin ja puolustaviin. Toiseksi huomiota on kiinnitetty siihen, puhutaanko suuresta ja väljästä vai pienestä ja tiiviistä tilasta. Kolmanneksi on tarkasteltu, liitetäänkö siihen negatiivisia vai positiivisia merkityksiä. Muodostuneet kolme ulottuvuutta ovat auttaneet analyttisesti jäsentämään tekstiä. Kun yhden diskurssin sisäiset ahtauden ja väljyyden representaatiot asetetaan vastakkain, saadaan kuva siitä, mihin tilan toivotaan avartuvan. Vastaavasti kun tutkitaan, milloin yhtäältä suureen tilaan liitetään tyhjyyden ja toisaalta pieneen läheisyyden merkityksiä, eronteko kertoo, missä tilalta toivotaan tiivistymistä.

Ahtaan tilan mauttomuus

Keskeiset Ideaparkin vastustamisen syyt nettikeskustelussa liittyvät siihen, että kauppakeskus koetaan epäyksilöllisen massakulttuurin ilmentymäksi. Vastustajat kokevat yhtäältä sen ahtaaksi ja mauttomaksi sekä toisaalta sitä ympäröivän Suomen latteaksi ja tyhjäksi. Samalla he kuvaavat suomalaiset sisäisesti ontoiksi – tyhjyyttä täytetään ostamalla turhaa tavaraa ja viettämällä aikaa os-

toksia tehden. Vastustajat arvostelevat Ideaparkia ja tilaa yleisemminkin ensisijassa esteettisin perustein. Samanaikaisesti he määrittelevät sitä, millaista suomalaisuus on tai millaista sen tulisi olla. He puhuvat BadIdeaParkista, Idioottiparkista ja Pöljäparkista ihmetellen, miksi juuri suomalaiset innostuvat mauttomasta juntti-kulttuurista, jota Ideapark heille edustaa.

Kiintoisaa kyllä nähdä, miten hullut suomalaiset parin viikon päästä ottavat tämänkin järjettömyyden vastaan. Minä en pysty ymmärtämään mikä sitä ihmisiä niin viehättää jossain kauppoissa? – – Mikä suomalaisia viehättää noissa peltihalleissa ja isoissa junttimarketeissa? (Klazu, Talo-foorumi: Ideapark)

Ideaparkin vastustajat ovat huolissaan tilan täytymisestä ja tiivistymisestä väärällä tavalla. Tila loppuu puheessakin kesken ja ympäristöstä tulee täysi ja ahdas, se täyttyy halvasta tavarasta ja mauttomasta väestä. Valtavien parkkipaikkojen keskellä sijaitsevat loputtomat ostoskeskukset kuvataan täyteen ahdetuiksi. Perille päästyään tavikset ja lapsiperheet parveilevat ja liikkuvat laumoissa. Tungos johtuu laumasieluisten ihmisten lisäksi heidän ympärilleen keräämästään kitschistä. Kauppakeskus on ahdettu täyteen halpaa tavaraa, ja tekstikin täyttyy Ideapark-rikkamasta:

2006 perustettu ”Vanha kaupunki” kulisseineen ei vakuuta, eikä kaksikieliset kadunnimet tyyliin ”Ineksenkuja – Daisy’s Alley” senkään vertaa. Eikös yleensä vanhoissa suomalaisissa kaupungeissa se toinen kotimainen ole ruotsi eikä englantti? (Ultrix, Talo-foorumi: Ideapark.)

Olen nähnyt kuvia tuosta ”Vanhasta kaupungista” ja musta se on ollut kaikessa muovisessa teenäisyydessään suorastaan hirvittävä. Sitten vielä tuollaiset nimikilvet, ja piru on merrassa. (Jape, Talo-foorumi: Ideapark.)

Se, että Ideapark on ottanut mallia amerikkalaisista ostos- ja viihdekeskuksista, koetaan epäaidoksi ja halvaksi. Vaarana nähdään suomalaisuuden ja amerikkalaisuuden yhdistyminen näissä mauttomissa massapaikoissa, jotka tarjoavat kaikkea kaikille. Toivo Sukarin suunnitelma rakentaa Titanicin pienoismalli Ideaparkin pihaan on tuonut vielä lisäväriä keskusteluun. Titanic koetaan huonon maun huipentumaksi, joka on liian suuruudenhullu hanke ollakseen hyvän maun mukainen.

Mitähän muita ”vetonauloja” ison T:n lisäksi sitä keksisi... Empire State Building, Kiinan muuri, Grand Canyon, Mars-planeetta, ei v...u samantien vaikka Universumi ja Jumala! – – Nob, nyt vois lähteä miljoonapilkille ja sitten Flamingoon. Adios, urpot! (Vieras, Iltalehden keskustelufoorumi: Sukarin Titanic-hanke)

Empire State Building, Kiinan muuri, Grand Canyon, Mars-planeetta ja Universumi ovat liioiteltuja tiloja. Näihin verrattavat Miljoonapilkki ja Flamingo ovat nähtävyyksiä, jotka eivät sovi suurellisuutensa ja helppoutensa vuoksi hienostuneita eroja ja aitoutta arvostavaan makuun. Samalla ne viittaavat keskustojen ulkopuolelle: Flamingo Vantaalle ja Miljoonapilkki Pohjanmaalle. Kampailussa pyritään ottamaan etäisyyttä massaan etsimällä itselle sellaista fyysistä ja sosiaalisia positiivista, josta käsin leimata muut tilat ja tiloissa olijat rahvaanomaisiksi ja epäaidoiksi.

Tungosta ja tukaluutta aiheuttavat Ideaparkin vastustajien mielestä myös tilassa liikkuvat asiakkaat. Erottautumisen kannalta ratkaisevaa on luoda selkeät ja vahvat representaatiot toisista eli niistä, joista halutaan erottautua. Ideapark kuvataan muun muassa paikaksi, jossa ”*tuhannet mummot ja muut rynnii – – menemään jonkun ilmaisen saatevarjon perässä*” (suppah, MuroBBS: Ideapark – uusi kauppakeskus Tampereen kyljessä). Tämän lisäksi myös tylsäksi ja ennalta-arvattavaksi kuvatussa massasta, eli taviksista, pyritään erottautumaan:

Ilmeisesti vaateliikkeet sun muut ovat keskittyneet Ideaparkkiin sen takia, että kun Tavisperhe (TM) saapuu Farkkuvolvolla ostoshelvettiin ostamaan uusia huonekaluja, voivat äiti ja tyttäret uuden sohvakaluston kunniaksi käydä myös shoppailemassa erilaisissa muotiliikkeissä. Sillä välin perheen pojat (isä mukaanlukien) saavat käydä shoppailemassa uutta jännää kodinelektroniikkaa, ja tämän jälkeen käydään koko perheen voimin vielä Tokmannissa, Minimanissa ja Euromarketissa ostamassa koko viikon ruuat ja satunnaista roinaa. Lopuksi sitten syömään joissakin lukuisista ravinteista, koska koko perhe on ehtinyt tulemaan sängen nälkäisiksi. (Ultrix, Ideapark: Talo-foorumi)

Suomalaisen tilan tyhjyys ja unelma eurooppalaisesta tiiviystä

Ideaparkin vastustajat ihmettelevät, miksi suomalaiset lähtevät varta vasten kaukana sijaitsevaan paikkaan, jossa ei ole mitään sellaista mitä kau-

pungissa ei olisi, etsimään elämyksiä ja viettämään aikaa ostellen. Syyksi tälle esitetään suomalaisen kaupunkikulttuurin kehittymättömyyttä. Suomessa ei ymmärretä, miksi kaupungit ovat tärkeitä:

Turha puhua kaupungeista. Sukarilla ei ole kyllä mitään käsitystä kaupungista! Ei ihme, että hän haluaa tuhota oikeat kaupungit, koska hän ei tiedä mitä ne ovat ja miksi ne ovat. – – Matkailukohde. Just joo. Esimerkki taas suomalaisuudesta. (Valdez, Talo-foorumi: Ideapark)

On kai näitä ympäri maailmaa... En nyt pitäis mitenkään erityisen suomalaisena välttämättä. Ehkä paremminkin esimerkki länsimaisuudesta. Mun mielestä Suomen perusongelma ei oo näitä "Ideaparkit" vaan epäviihtyisät keskustat. Tää on varmaan rikollista sanoa, mutta en yhtään ihmettele, jos jonkun mielestä vaikkapa Ideaparkissa on mukavampi shoppailla, ku Tampereen keskustassa. Saattaa tarjontaki olla parempi. (ÄmJii, Talo-foorumi: Ideapark)

Perimmäinen suomalainen tilaan liittyvä ongelma ei siis ole vain Ideapark vaan kaupunkikulttuurin kehittymättömyys. Suomalaiset kaupungit koetaan takapajuisiksi, niin kulttuurisesti kuin fyysisestikin liian väljiksi. Harvaan rakennettuja, valoisia ja avaria keskustoja, lähiöitä ja ostoskeskuksia pidetään epäesteettisinä. Niistä puuttuu oikeanlainen tiiviiden tuntu. Suomalainen kaupungistuminen on epäonnistunut ja Ideapark on negatiivisen kehityksen viimeisin virhe.

On vaikea perustella puhtaasti taloudellisesta näkökulmasta Ideaparkin tyylisiä kauppakeskuksia, jos suomalaisten "keskustojen" elävyys keskimäärin on kaukana jäljessä jopa muita Pohjoismaita. Eiköhän jokainen voi hyväksyä sen, että Tampere ei ihan suoranaisesti 200'000 asukkaan kaupungilta näytä muusta, kuin suomalaisesta näkökulmasta. – – Tietysti Suomessa enemmän ehkä vaikuttaa 60-luvun lähiösuunnittelu ja toisaalta keskustojen suunnittelu "valoisaksi ja avaraksi" (avokortteleita ja parkkipaikat kadun reunalle eikä sisäpihoille), kuin lähiökauppakeskukset, mutta voi miettiä miten paljon enemmän ihmisiä keskustoissa olisi, jos vain vaikkapa puolet kauppakeskuksista olisi rakennettu. (OlliMolli, Talo-foorumi: Ideapark)

Vastustajien näkemys siitä, mihin suuntaan suomalaista tilaa tulisi kehittää, on selvä. Tärkeintä

on tilan kulttuurinen ja fyysinen tiivistäminen. Todelliset huiput tulevat näkyviksi kaupunkien konkreettisenä tiivistymisenä, kapeina katuina ja ihmisvilinä. Eurooppalaisuus edustaa suomalaisen latteuden ja avaruuden vastakohtaa, ja se liitetään yksilölliseen kaupunkikulttuuriin. Eurooppalainen kaupunkirakenne vanhoine keskustoineen vaikuttaa kuitenkin saavuttamattomalta vertailukohdalta. Kun Itäkeskus avattiin, siihen liittyi paljon odotuksia suomalaisen kaupunkikulttuurin kehittymisestä ja mannermaistumisesta sekä Helsingin muuttumisesta oikeaksi metropoliksi (Lehtonen 1999: 130). Ideaparkin tapauksessa tunteet ovat täysin vastakkaisia. Kehitys herättää pelkoja keskustojen tyhjentymisestä, vähäisenkin kaupunkeihin kertyneen kulttuurin ja eurooppalaisuuden menettämisestä.

Jan Vapaavuori (2008) toteaa blogikirjoituksensa otsikossa: "Suomi tarvitsee niin kaupunkia kuin maaseutuakin, mutta ei liian kaupunkimaista maaseutua eikä liian maaseutumista kaupunkia". Suomi tarvitsee siis kaupunkien tiivistymistä ja maaseutujen pysymistä tyhjänä. Nettikeskustelussakin kulttuuriset erottelut kaupunkilaisuuden ja maalaisuuden välillä ovat tärkeitä. Toisen maalaisuutta korostamalla nostetaan oma asema toisen yläpuolelle. Kun jotkin paikat leimataan tyhjiksi ja autioksi, toiset tiiviiksi ja tärkeiksi, tilaa merkityksellistetään omien intressien mukaisesti. Ideaparkin vastustajien puheessa tyypillisesti suomalaisina ja maalaisina pidetyt, tyhjät ja avarat tilat saavat paljon negatiivisia merkityksiä. Puhutaan korpikeskuksista ja peltomarketeista ja ajatellaan, että Ideapark edustaa "tyypillistä nyky-Suomea: kauhea laatikkomarketti keskellä sysimetsää" (Klazu, Talo-foorumi: Ideaparkin hotelli, korostus lisätty). Kun suomalainen tila leimataan autioksi ja avaraksi, sen epäesteettisyys osoitetaan toteen ja se otetaan kulttuurisesti haltuun.

Sen lisäksi, että Ideaparkin vastustajat puhuvat Suomesta maana, jossa on pitkät etäisyydet ja joka kulkee kehityksessä kaukana muista maista, heidän puheessaan korostuu välillä myös nostalginen ulottuvuus. Ennen kaikki oli lähempänä: ei ollut pitkiä moottoriteitä, suuria parkkipaikkoja tai loputtomia ostoskeskusmaailmoja, vaan kaikki tarpeellinen, kuten ruoka, tuotettiin lähellä. Etäisyydet ovat suhteellisia, ja puheessa eroja ja etäisyyksiä käytetään oman aseman legitimoimiseen. Vanhan, aidon ja ihmisläheisen maalaiskulttuurin idealisointi on yksi strategia. Ihannoimalla maaseutua se naulitaan idealisoidun muotin mukaiseksi. Tähän nostalgiseen kuvaan eivät kuulu ostoskeskukset tai elementtilähiöt.

Käytännöllinen ja hyödyllinen tila

Ideaparkin puolustajat kokevat kaupunkitilan hankalaksi, vaikeaksi ja ahtaaksi, eikä se ole heille kulttuurin kehto tai huipentuma. Heidän mukaansa suomalainen yhteiskunta on liiankin kaupunkikeskeinen.

Keskustelussa painotetaan, että kaupunkien keskustoissa ovat erikoisliikkeet ja varmaan siellä pitäisi asuakin. – – Mutta mitä suurten kaupunkien keskustat ovat nykyään? Asuntojen hinnat ovat kalliita, viikonloppuisin keskustat ovat kuin jättiravintoloita ja nuorisoyryppää avoimesti kadulla, eikä kaupunkien keskustoista taida muita työpaikkoja edes olla. Eivät siis mitään lapsiperheiden asuinpaikkoja. (Nimetön, Mistä Ideapark on kotoisin?)

Kaikilla ei ole kaupungin vaatimia pääomia. Ideaparkin puolustajien positiosta kaupunki koetaan tavalliselle lapsiperheelle sopimattomaksi paikaksi. Sen suomat taloudelliset mahdollisuudet ovat rajatut, koska siellä ei ole työpaikkoja ja hinnat ovat korkeat. Jo kaupungissa käyminenkin voi olla vaikeaa, koska ilmaista parkkitilaa ei ole tarpeeksi. Samalla Ideaparkin puolustajat paheksuvat esimerkiksi kaupungissa asuvaa, huonosti käyttäytyvää ja rikasta nuorisoa. He korostavat, ettei pelkkä keskustassa eläminen tee ihmisestä muita arvokkaampaa tai kunnollisempaa. Siirtyminen väljemmille alueille, pois kaupungin paineesta on toimiva ja arkea helpottava ratkaisu:

Se, että hoitaa päivittäistarvikkeiden oston läheltä ja vaivattomasti...ideaparkista, ei toki estä huvittelua tai vapaa-ajan viettoa treella tai vaikka helsingissä...omasta mielestäni olisi sängen uuvuttavaa lähteä aina tampereelle asti ajamaan työpäivän jälkeen, jos vaikka tarvisin nopeasti jotta päälle pantavaa. Nyt riittää, kun hurauttaa kätevästi ideaparkkiin...ja kauniilla ilmalla voi vaikka pyörällä polkasta! (mymmelis, Suomi24: Ideaparkin vastaisesta kirjoittelusta)

Kun Ideaparkin vastustajat pitävät tärkeänä hyvää makua, puolustajat arvostavat arkielämän vaivatonta ja mutkattomuutta sekä elinpiirinsä tilavuutta ja toimivuutta. He valitsevat mielellään helpokulkuiset tiet ja avarat parkkipaikat kaupunkien ruuhkien sijaan. Heidän näkökulmastaan näiden tilojen avaruus ei ole tyyliä tai tyylikästä vaan ennen kaikkea toimivaa. Käytännöllisyys on heille ensisijainen kulutusvalintoja ja

liikkumista ohjaava tekijä. Makuasioiden sijaan he arvostavat ihmisen kunnollisuutta, joka ansaitaan ennen kaikkea työtä tekemällä.

Ideaparkin puolustajien tekstistä on erotettavissa toinenkin, talouteen ja yrittäjyyteen liittyvä diskurssi. Tästä positiosta tilaa arvioidaan sen taloudellisen hyödyllisyyden ja yrittäjyyden näkökulmasta eikä ainoastaan arkinen käytännöllisyyden perusteella. Molemmissa diskursseissa painottuu työnteko ja sen kautta saavutettu kunnollisuus, jonka kautta ansaitaan niin toimiva arki kuin taloudelliset voitotkin – rahaa, aikaa tai muita resursseja ei ole haaskattavaksi.

Yrittäjyyteen suuntautuneet Ideaparkin puolustajat kokevat, että kaupungissa innovatiivisuutta rajoittavat tonttien korkeat hinnat ja tilan puute. Kaupunki ei ole heille positiivinen ja mahdollisuuksia luova tiivistymä vaan täyteen ahdettu ja jähmettynyt tila. Siellä ei ole yksityisyrittäjän tarvitsemää liikkumavaraa ja vapautta, eivätkä liikeketjut anna sijaa uusille toimijoille. Sen lisäksi, että kaupungin fyysinen todellisuus koetaan staatiseksi, myös sosiaalisen todellisuuden kangistuneiden hierarkioiden ja vakiintuneiden valta-asemien pysyvyys halutaan kyseenalaistaa.

Kun mietitään laajemmin kauppaa ja niille asetettuja rajoituksia, aukioloajat ja kaupan rakentaminen on tiukasti valtion ohjauksessa, se pitäisi lopettaa ja antaa jokaisen pitää kaupansa auki niin kuin parhaakseen näkee, rakentaa sellainen pyyinki kun rahkeet kestää, bankkia tontti sieltä missä olettaa pärjäävänsä, kukapa ”verkkojaan” tyhjiään järveen laskisi. (Pate45, Plaza: Uusi Ideapark Kiiminkiin!, korostus lisätty)

Tila ja sen tuotteet nähdään yrittäjyyteen suuntautuneiden positiosta käsin taloudellisenä resurssina. He kokevat tilan täyttyvän taloudellisista menestymämahdollisuuksista, joiden tulisi olla vapaasti hyödynnettävissä. Yrittäjän tulisi saada oman vaistonsa varassa päättää, missä voiton mahdollisuudet kulloinkin sijaitsevat. Käyttämättömiä resursseja on erityisesti kauempana kaupungista, missä dynaamisen yrittämisen mahdollisuudet lisääntyvät. Keskustojen ulkopuolella yrittäjä voi toteuttaa suurempia ja mahtavampia visioita kuin liikeketjujen hallitsemalla kaupunkialueella. Tästä on esimerkkinä Sukarin nousu vaatimattomuudesta menestykseen: ”Sukari on tavallaan todiste siitä, ettei menestyäkseen tarvita niinkään älliä vaan rohkeita visioita...” (bitterfly, Talo-foorumi: Ideapark).

Toive tasaisuudesta

Suomea vaivaa Ideaparkin puolustajien näkökulmasta epätasaisuus. Tilalta toivotaan tiivistymistä, mutta tämän toivotaan tapahtuvan siten, ettei alueellinen epätasa-arvo lisääntyisi. Puolustajat ovat sitä mieltä, että kaupungeissa asuvia, työtä tekeviä ja yrittäviä suositaan syrjemässä elävien kustannuksella. He näkevät kaupunkikeskeisyyden vaihtoehtona tasaisesti kaikkialle levinneet yhdyskunnat eivätkä kaipaa kulttuurisia huippuja. Heistä keskuksia tulisi olla siellä, mihin niitä tarvitaan eniten elämän toimivuuden kannalta ja missä taloudellisia menestymismahdollisuuksia on olemassa. Ne eivät saa lisätä epätasaisuutta ja eriarvoisuutta. Ideaparkin puolustajat ihmettelevät, miksi muualta Suomesta pitää matkustaa Helsinkiin, mutta helsinkiläisten ei tarvitse matkustaa muualle: ”Itä-suomesta helsinkiin, on kuitenkin tasan yhtäpitkä matka, kuin helsingistä itäsuomeen...” (Araska, Talofoorumi: Ideapark).

Ideaparkiin myönteisesti suhtautuvat arvostavat sujuvien liikenneyhteyksien päässä sijaitsevia keskittymiä, joista löytyy kaikki tarvittava kätevästi yhden katon alta. Sinne meneminen on helppoa, ja tilaa riittää kaikille. Itse Ideaparkissa kuitenkin odottaa suuri kaikkia kävijöitä yhdistävä spektaakkelikieli, jonka viehätys perustuu siihen, että siellä on paljon ihmisiä. Tiiviys tekee yhtäältä ostoksilla käymisestä helpompaa ja toisaalta yhteisestä ajanvietosta viihdyttävämpää. Katon alla voi olla kätevästi suojassa sateelta ja tuulelta. Lisäksi siellä on aina säästä riippumatta paljon ihmisiä ja ihmeteltävää:

Tuli pyörityä ideaparkissa koko lauantai jopa melkein ihan asian kanssa (uusi keittiön pöytä, tuoleja ja soffa) joten tuli nähtyä se paikka aika hyvin ympäri jo. Yleisvaikutelma on kyllä ”melko normaali mut hiton iso ostari” – – Muutamat liikkeet oli vielä keskeneräisiä jne.. mutta oli se ihan kätevä ”kaikki saman katon alla” tyyppinen sydeemi, ainakin noiden huonekaluliikkeiden osalta joita itsekin kiertelin siellä koko lauantain. Vaimon kommentit oli jotain siihen suuntaan kuin ”mahtava valikoima naisten vaateliikkeitä”, Niitä tuntui olevankin. (huopa, Talofoorumi: Ideapark, korostus lisäty)

Ideaparkissa on koko päiväksi tekemistä jokaiselle perheenjäsenelle. Sen suuruus luo avaruuden, johon kaikki ovat tervetulleita. Silloin kun sen puolustajat puhuvat tyylistä, merkitsee se lähinnä vain mahtavuutta ja massiivisuutta, ei hienostuneita

eroja. Puolustajat arvostavat sitä, että Ideapark yhdistää koko eteläisen Suomen, eikä sen ole tarpeellista sulkea ketään ulkopuolelle. Massa ja massiivisuus eivät ole tästä positioista käsin epäesteettisiä, eikä makua käytetä poissulkemisen välineenä. Tavalliset Ideapark-asiakkaat eivät liitä suomalaisuuteen erityisen negatiivisia merkityksiä. Sen sijaan yrittämiseen suuntautuneet puolustajat hyödynävät suomalaisuuteen liittyviä stereotyyppioita. He leimaavat vastustajat tyyppillisiksi suomalaisiksi, jotka ovat kateellisia ja saitoja ja jotka estävät toisia yrittämästä.

Joskus kuulin että suomalainen ei anna toisen rikastua työllä, ainut keino onneen on lotto. Taas huomaa karun totuuden. Sukari YRITTÄÄ, saada rahaa, mitä sitten? Siwan kassaa tai rakasmiestä toki se ottaa nuppiin että toisella on rahaa mutta sen kateuden takaa voidaan tarkastella hyviä puolia joita riittää! (Vieras, Iltalehden keskustelufoorumi: Sukarin Titanic-hanke)

Suomi nähdään autiona maana, tilana, joka tulee täyttää taloudellisella toiminnalla. Tyhjä maa on täynnä resursseja, ja kaupungin ulkopuolinen väljä tila luo uusia taloudellisen erottautumisen mahdollisuuksia. Ideapark on esimerkki innovatiivisuudesta, kansainvälisyydestä ja rohkeudesta, jotka eivät kuulu tavalliseen kateuden ja laiskuuden leimaamaan suomalaisuuteen.

Ideaparkin puolustajat toivovat, että suomalainen tila tasoittuisi ja kaupungit avartuisivat. He haluavat, että ketään ei suljeta ulkopuolelle. Ongelma on, että vaikka kaikki ovat periaatteessa tervetulleita Ideaparkiin, ei sen kokoluokan ostoskeskus käytännössä voi sijaita kaikkia lähellä. Se on keskittymä aivan kuten kaupunkikin. Se ei luo tasaisuutta ja tasaveroisuutta, vaan esimerkiksi epätasaisesti jakautuneita taloudellisia mahdollisuuksia. Eniten Ideaparkista hyötyvät yhtäältä sen omistajat, jotka ovat saaneet tontin halvalla suhteessa sen tuottoihin, ja toisaalta lempäläläiset, jotka saavat oman kuntansa alueelle naapureiden työpaikkoja. Lopulta tila ei tasoitu, vaan pääomat pyrkivät kasautumaan ja niiden omistajat kamppailevat jatkuvasti keskenään siitä, missä tilan tulisi tiivistyä.

Ideaparkin vastustajat ja puolustajat pyrkivät leimaamaan toisen osapuolen ja erottautumaan siitä. Aineistossa esiintyvät eronteot voidaan tiivistää ja asettaa vastakkain (taulukko 1). Osapuolet pyrkivät tekemään itse määrrittelemistään vastakohdistaa yleisesti tunnustettuja periaatteita, joilla sosio-spatialista maailmaa jäsennerään. Esimerkiksi

Taulukko 1. Yhteenvedo aineistossa esiintyvistä dikotomioista.

Table 1. Summary of the dichotomies in the data.

Ideaparkin vastustajat	Ideaparkin puolustajat
yksilöllisyys vs. massa, lauma	yhdessä oleminen vs. ulossulkeminen
erikoinen vs. tavisi	kunnollinen vs. kelvoton
älykäs vs. juntti	tavallinen vs. snobi
laadukas vs. kitsch	edullinen vs. kallis
aito kaupunki ja puhdas maaseutu vs. teennäinen, muovinen Ideapark	rehellinen maaseutu ja maanläheinen Ideapark vs. ylimielinen, pinnallinen kaupunki
eurooppalainen kulttuuri vs. suomalais-amerikkalainen kulttuuri	ahkera, rohkea, oma-aloitteinen ulkomaalaisuus vs. laiska, kateellinen suomalaisuus
tyylikäs tila vs. mauton tila	hyödyllinen tila vs. epäkäytännöllinen tila

Ideaparkin vastustajien positiosta yksilöllisyys on arvostettavaa ja massaan kuulumisen väheksyttävää. Ideaparkin puolustajien näkökulmasta joukkoon kuulumisen ei ole laumasieluisuutta vaan positiivista yhdessäoloa, eikä kollektiivisuuden vastakohta ole yksilöllisyys vaan ulossulkeminen.

Lopuksi

Ideaparkin liikekaupunkiin liittyvässä nettikeskustelussa tila on symbolisen kamppailun kohde, jota representoimalla pyritään vaikuttamaan sosio-spatiaalisiin arvojärjestyksiin. Kun tarkastellaan Ideaparkin vastustajien ja puolustajien tilaan liittämiä merkityksiä, havaitaan eroista ja jännitteistä syntyvä kenttä, jolla yhteiskunnalliset ja fyysiset hierarkiat kietoutuvat yhteen ja erilaiset pääomat asetuvat vastakkain. Se, että kenttä tulkitaan samanaikaisesti niin taistelun kuin voimienkin kentäksi, auttaa ymmärtämään nettikeskustelun asetelmaa (ks. Bourdieu 1996: 9–10). Ideapark on kiistelyssä kuin keskelle sosio-spatiaalista vallan tasapainotilaa ilmestynyt raskas kappale tai uusi ydin, joka painovoimallaan häiritsee sen itsestään selvää pysyvyyttä (ks. *doxa*, Bourdieu 1977: 164–171).

Kyse on perustavasti erilaisista tavoista arvottaa tilaa. Ideaparkin vastustajat arvostavat maaseudun ja kaupungin välisen jaon selvyttä. Kaupungin pitää olla aito, oikea ja tiivis, ja maaseudun on oltava sen puhdas ja avara vastakohta. Tiiviyden tuottama eurooppalainen tunnelma ja tyyli ovat tärkeitä; suomalaisten keskustojen tyhjiys ja väljyys koetaan häiritseväksi. Se, minkä pitäisi pysyä kaupungissa, levittäytyy moottoriteitä pitkin laajalle ja yhdistyy ympäristöön liian löyhästi. Lisäksi vastustajat arvostavat mahdollisuutta yksilöllisyyteen ja erityisyyteen. He pelkäävät, että maaseutu ja maalaiset tuovat esille huonoimmat puolensa: mauttomuuden, junttiuden, laumasieluisuuden

ja tavallisuuden. Tilassa tärkeintä Ideaparkin vastustajien mielestä on esteettisyys. He keräävät kulttuurista pääomaa ja yrittävät muuttaa sitä symboliseksi, eli tehdä heille itsestään selvistä tilan arvioimisen kriteereistä yleisesti tunnistettuja ja sisäistettyjä. Unelmana ovat kulttuuriset huiput eurooppalaiseen tapaan tiivistyneissä kaupungeissa.

Ideaparkin puolustajat eivät korosta kaupungin ja maaseudun erilaisuutta vaan arvostavat tilan taseisuutta. He pelkäävät, että maaseutu autoituu, eikä sinne jää yrityksiä, työpaikkoja, ostospaikkoja tai muita välttämättömiä toimijoita ja toimintoja. Ideaparkin kaltaisia keskuksia kaivataan täyttämään tyhjää tilaa keskustojen ulkopuolella. Kaupungin tiiviyys on tästä positiosta tarkasteltuna arkielämää vaikeuttava ja hankaloittava ominaisuus. Lisäksi perinteiset keskustat ovat taloudellisesti tukossa, eikä niihin mahdu uusia yrityksiä. Ideaparkin puolustajat eivät tee makuun perustuvia arvostelmia. Sen sijaan he arvostavat tilan hyödyllisyyttä ja toimivuutta; heidän nettikeskustelun kentällä keräämänsä ja puolustamansa pääoma on taloudellista. Tämä viittaa niin yrittäjyyteen suuntautuneiden pyrkimykseen kerätä rahallisia voitoja kuin asiakkaiden tavoitteeseen tehdä arjesta ajan- ja rahankäytön suhteen taloudellista. Puolustajat yrittävät legitimoida taloudellisen pääomansa ja saada sen mukaiset kriteerit osaksi yhteisesti jaettavaa käsitystä siitä, mikä tilassa on arvokasta ja missä sosio-spatiaalisen kentän keskus sijaitsee.

Niin Ideaparkin vastustajat kuin puolustajakin rakentavat suomalaisuuteen liittyviä stereotyyppiä ja hyödyntävät niitä oman asemansa legitimoinnissa. Molemmat julistavat suomalaisen tilan lähtökohtaisesti autioksi. Ero on siinä, minkä ajatellaan ylläpitävän tyhjiyttä ja minkä uskotaan suovan täyttymyksen. Vastustajat kaipaavat kulttuurisia huippuja ja mannermaista tunnelmaa suomalais-amerikkalaisen väljyyden tilalle. Puo-

lustajat sen sijaan toivovat tyhjyyttä ylläpitävän suomalaisen kateellisuuden ja laiskuuden tilalle rohkeutta ja ahkeruutta sekä työn ja yrittämisen mahdollisuuksia. Pyrittäessä kohoamaan hierarkiassa suomalaisuuteen on suhtauduttava vähätelevästi. Suuri osa kielteisistä stigmoista voidaan johtaa siitä perusväittämästä, jonka mukaan suomalaisuus on maalaisuutta tai metsäläisyyttä (Apo 1998: 84–85). Kaupungistuminen ei ole poistanut maalaisuuden ja kaupunkilaisuuden välistä jännitettä, josta on muodostunut sukupolvet ylittävä osa sosiaalista todellisuuttamme (Kortteinen 1982: 166). Joidenkin ihmisryhmien sosiaalinen ja fyysinen liikkuvuus on ollut historiassa varsin rajattua. Esimerkiksi maalta kotoisin olevat miehet ovat yleensä jääneet maalle tai korkeintaan muuttaneet lähioihin (Erola & Moisio 2002). Vaikka ihmiset ja alueelliset hierarkiat ovat olleet liikkeessä, Ideapark-keskustelu osoittaa, että kaupunkikeskusta on pysynyt kentän kulttuurisena keskiönä, joka ei ole kaikkia yhtäläillä sosiaalisesti ja fyysisesti lähellä. Samalla maalaisuus on säilyttänyt negatiivisen leimansa.

Vaikka kaupat ovat siirtyneet ajan kuluessa kaupunkirakenteen ulkopuolelle (ks. Hankonen 1994: 262–268), keskustoissa sijaitsevat liikkeet ja tavaratalot ovat säilyttäneet arvostuksensa. Esimerkiksi Stockmann on laajentunut pääkaupunkiseudulla perinteisen keskustan ulkopuolelle: Espoon Tapiolaan, Vantaan Jumboon ja Itäkeskukseen. Alkuperäinen Stockmann on ollut kuitenkin alusta lähtien Helsingille mannermaisen metropolin merkki (Lehtonen 1999: 53–55, 130). Se on esimerkki kaupungin keskustaan vakiintuneesta sosiaalisesta instituutiosta ja sitä edustavasta fyysisestä rakennuksesta, johon sitoutunut symbolinen arvovalta on kerääntynyt pitkän ajan kuluessa (ks. Vaattovaara 1998: 134; Bourdieu 1999). Stockmann ja Ideapark kartuttavat taloudellista pääomaa erilaisin strategioin. Stockmann muuntaa kaupunkiin sitoutunutta kulttuurista pääomaa taloudelliseksi voitokseen: keskustassa tuotteiden korkeat hinnat ovat oikeutettuja. Ideapark on nuori ja kehittynyt hetkessä ilman vuosikymmenten perinteitä, eikä se edusta kulttuurista statusta tai urbaania yksilöllisyyttä. Sen kannattavuus perustuu ennemminkin toimivuuteen, tuottavuuteen ja helppouteen sekä siihen, ettei ketään suljeta ulkopuolelle.

Vuosikymmenien aikana tapahtuneen kaupungistumisen myötä lähiöt ovat jääneet usein toiminnallisesti tyhjiksi suhteessa keskustoihin (Kortteinen 1982). Ideaparkin vastustajien ja puolustajien välinen kiista osoittaa, että perinteisen ydinkaupungin ja seutukaupungin välille on

jossain vaiheessa revennyt kuilu. Siihen, kummalle puolelle tulisi asettua, on vaikea vastata, koska puolia arvioidaan vastakkaisilla ja toisensa poisulkevilla periaatteilla. Mäenpää (2011: 156) ehdottaa kauppojen ja palveluiden tuomista takaisin kaupunkien ja keino kaupunkien välille lähioihin, eli sinne, missä ihmiset enimmäkseen asuvat. Tästä voisi hänen mukaansa seurata tilallisen kahtiajaon kapeneminen ja välikaupungin renessanssi. On tärkeää jatkaa tilan jäsentymisen tarkastelua ja tutkia diskurssien lisäksi ilmiötä objektiivisemmalla tasolla. Muuttujia, kuten luokkaa, sukupuolta, ikää, asuinpaikkaa, koulutusta, vaurautta ja elämänvaihetta (ks. Vaattovaara 1998) pitäisi tarkastella erillisesti, jotta selviäisi, mitkä rakenteelliset jaot ovat tiloihin liittyvien arvojärjestysten takana. Tämä olisi mahdollista varsinkin kvantitatiivisen tutkimuksen avulla.

Ideaparkiinkin liittyvässä keskustelussa on läsnä pelko sen ympäristöön kohdistuvista ja yhdyskuntarakennetta hajottavista vaikutuksista (ks. Tulkki 2009; Yrjänä 2012). Tulevaisuudessa tulisi tarkastella kriittisesti tapoja, joilla tilaa ja siihen liittyviä ongelmia arvioidaan. Objektiivinen vastaaminen kysymyksiin on vaikeaa, koska jokainen tarkastelee ympäristöä omasta sosiaalisesta ja fyysisestä positioistaan käsin. Siksi näiden ongelmien määrittely ja ratkaisemisen taustalla vaikuttavia intressejä ja niihin liittyvää symbolista kamppailua on syytä tutkia. Vastaukset ja johtopäätökset vaikuttavat siihen, miten tilaa täytetään: rakennettu ympäristö vaikuttaa konkreettisesti pitkälle tulevaisuuteen ja sementoi tehokkaasti sosiaaliset epäkohdat.

Alaviitteet

1. Bourdieun teorioita on suosista huolimatta myös kritisoitu Suomessa: on katsottu, että luokka ei ole ainoa tärkeä yhteiskuntaa rakenteistava tekijä ja ettei kaikki yhteisöllinen toiminta pelkisty kamppailuksi (Tigerstedt & Törrönen 2005). Lisäksi on esitetty, ettei Bourdieun Ranskassa luomaa luokkateoriaa voi sellaisenaan soveltaa Suomessa (Alapuro 2006). Empiirisessä tutkimuksessa on havaittu, ettei Suomessa ole löydettävissä erillisiä korkeakulttuuria kuluttavia snobeja ja populaarikulttuuria kuluttavaa työväenluokkaa. Jako kulkee ennemminkin runsaasti kuluttavien kaikkiruokaisten ja hyvin vähän mitään kuluttavien välillä, toisaalta perinteistä ja modernia kulttuuria kuluttavien välillä. (Purhonen *et al.* 2010; Kahma & Toikka 2012.) Tämän artikkelin aineiston analysoinnissa Bourdieun

kamppailunäkökulma on kuitenkin toimiva lähtökohta. Lisäksi kentän ja pääoman käsitteet osoittautuvat hyödyllisiksi. Koska aineistosta ei käy ilmi keskustelijoiden tausta, kuten luokka, sukupuoli, koulutus, asuinpaikka tai varallisuus, keskitytään keskustelijoiden tuottamaan ja ylläpitämään kulttuuristen arvostusten järjestykseen, eikä taustamuuttujista riippuviin rakenteellisiin tekijöihin.

Lähteet

- Alapuro, Risto (2006). Miten Bourdieu tuli Suomeen. Purhonen, Semi & Roos, J.P. (toim.) *Bourdieu ja minä*. Vastapaino, Tampere.
- Apo, Satu (1998). Suomalaisuuden stigmatisoinnin traditio. Teoksessa Alasuutari, Pertti & Ruuska, Petri (toim.) *Elävänä Euroopassa*. Vastapaino, Tampere, 83–128.
- Bourdieu, Pierre (1977). *Outline of a theory of practice*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Bourdieu, Pierre (1984). *Distinction*. Harvard University Press, Cambridge.
- Bourdieu, Pierre (1996). *The rules of art. Genesis and structure of the literary field*. Stanford University Press, Stanford.
- Bourdieu, Pierre (1998). *Järjen käytännöllisyys. Toiminnan teorian lähtökohtia*. Vastapaino, Tampere.
- Bourdieu, Pierre, et al. (1999). *The weight of the world. Social suffering in contemporary society*. Polity Press, Cambridge.
- Erola, Jani & Moisio, Pasi (2002). Jähmettyikö Suomi? Sosiaalinen liikkuvuus ja pitkäikäistyttömyys Suomessa 1970–1995. *Sociologia*, 39:3, 185–199.
- Fried, Suvi (2011). Ostarista paikalliskeskukseksi. Lähiön kauppapaikan muodonmuutos eläkeläisten kuvaamana ja kokemana. *Alue ja Ympäristö* 40:2, 49–60.
- Hankonen, Johanna (1994). *Lähiöt ja tehokkuuden yhteiskunta. Suunnittelujärjestelmän läpimurto suomalaisten asuntoaluiden rakentumisessa 1960-luvulla*. Gaudeamus, Helsinki.
- Ideapark-info (2013). 1.4.2013, www.ideapark.fi/info/
- Jameson, Fredric (1984). Postmodernism, or the cultural logic of late capitalism. *New Left Review* 146, 53–92.
- Kahma, Nina & Toikka, Arho (2012). Cultural map of Finland 2007. Analyzing cultural differences using multiple correspondence analysis. *Cultural Trends* 21:2, 113–131.
- Kanninen, Vesa & Rantanen, Annuska (2010, toim.). *Kauppakeskukset osana kestävää kulutusta ja kaupunkirakennetta*. Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskuksen julkaisuja C 82, Helsinki.
- Katainen, Anu (2011). *Tupakka, luokka ja terveystyöväytymisen ongelma*. Helsingin yliopiston sosiaalitieteiden laitoksen julkaisuja 2011:2, Helsinki.
- Katainen, Anu & Seppälä, Pauliina (2008). K-junalla sedulaan. Luokkataustaiset makuluokittelut Helsingin yöelämässä. *Kulttuurintutkimus* 25:4, 37–52.
- Kauppinen, Timo, Kortteinen, Matti & Vaattovaara, Mari (2011). Unemployment during a recession and later earnings. Does the neighbourhood unemployment rate modify the association? *Urban Studies* 48:6, 1273–1290.
- Kortteinen, Matti (1982). *Lähiö. Tutkimus elämäntapojen muutoksesta*. Otava, Helsinki.
- Lehtonen, Turo-Kimmo (1999). *Raban vallassa*. Tutkijaliitto, Helsinki.
- Merchant, Guy (2001). Teenagers in cyberspace. An investigation of language use and language change in internet chatrooms. *Journal of Research in Reading* 24:3, 293–306.
- Mäenpää, Pasi (2007). Keskisen kyläkaupan kehitysversio. *Yhdyskuntasuunnittelu* 45:1, 22–23.
- Mäenpää, Pasi (2011). *Helsinki takaisin jaloilleen. Askelia toimivampaan kaupunkiin*. Gaudeamus, Helsinki.
- Mäntysalo, Raine, Joutsiniemi, Anssi, Nenonen, Suvi & Syrman, Simo (2012, toim.). *Kestävät kauppapaikat verkostokaupungissa*. Aalto-yliopiston julkaisusarja, Tiede+Teknologia.
- Perrotta, Carlo (2006). Learning to be a psychologist. The construction of identity in an online forum. *Journal of Computer Assisted Learning* 22:6, 456–466.
- Purhonen, Semi, Gronow, Jukka & Rahkonen, Keijo (2009). Social differentiation of musical and literary taste patterns in Finland. *Research on Finnish Society* 2, 39–49.
- Purhonen, Semi, Gronow, Jukka & Rahkonen, Keijo (2010). Nordic democracy of taste? Cultural omnivorousness in musical and literary taste preferences in Finland. *Poetics* 38, 266–298.
- Purhonen, Semi, Gronow, Jukka & Rahkonen, Keijo (2011). Highbrow culture in Finland. Knowledge, taste and participation. *Acta Sociologica* 54:4, 385–402.
- Skeggs, Beverley (2005). The re-branding of class. Proper-tising culture. Teoksessa Devine, Fiona, Savage, Mike, Scott, John & Crompton, Rosemary (toim.) *Rethinking class. Culture, identities and lifestyles*. Palgrave Macmillan, Basingstoke, 46–68.
- Smith, Aaron C. T. & Stewart, Bob (2012). Body perceptions and health behaviors in an online bodybuilding community. *Qualitative Health Research* 22:7, 971–985.
- Tani, Sirpa (2011). Oikeus oleskella? Hengailua kauppakeskuksen näkyvillä ja näkymättömillä rajoilla. *Alue ja Ympäristö* 40:2, 3–16.
- Tigerstedt, Christoffer & Törrönen, Jukka (2005). Muuttuvatko suomalaisten juomatavat? *Sociologia* 42:1, 35–49.
- Tolonen, Tarja (2008). Menestys, pärjääminen ja syrjäytyminen. Nuorten elämäntyylit ja luokkaerot. Teoksessa Tolonen, Tarja (toim.) *Yhteiskuntaluokka ja sukupuoli*. Vastapaino, Tampere, 226–254.
- Tulkki, Katri (2009). Kauppa, yhdyskuntarakenne ja ilmastomuutos. Teoksessa Koistinen, Katri, Lammi, Minna & Raijas, Anu (toim.) *Kaupasta kaikille*. Kuluttajatutkimuskeskuksen kirjoja 5, 115–124.
- Uusi Suomi (2008) *Vanhasen Ideapark-kommentti repii hallitusta*. 1.4.2013, <http://www.uusisuomi.fi/kotimaa/23522-vanhasen-ideapark-kommentti-repii-hallitusta>.
- Vaattovaara, Mari (1998). *Pääkaupunkiseudun sosiaalinen erilaistuminen. Ympäristö ja alueellisuus*. Helsingin kaupungin tietokeskus, Helsinki.
- Vapaavuori, Jan (2008). *Suomi tarvitsee niin kaupunkieja kuin maaseutuakin, mutta ei liian kaupunkimaista maaseutua eikä liian maaseutumaista kaupunkia*. 1.4.2013, http://www.vapaavuori.net/index.php?p=1_11&nid=72
- Yrjänä, Laura (2012). Aukioloajoista ilmastomuutoksen hillitsemiseen. Kaupan sijainnohjausten diskurssit vuosina 1992–2012. Teoksessa Mäntysalo, Raine, Joutsiniemi, Anssi, Nenonen Suvi & Syrman, Simo (toim.) *Kestävät kauppapaikat verkostokaupungissa*. Aalto-yliopiston julkaisusarja, Tiede+Teknologia, 95–107.

Zukin, Sharon (1992). Postmodern urban landscapes. Mapping culture and power. Teoksessa Lash, Scott & Friedman, Jonathan (toim.) *Modernity and identity*. Blackwell, Oxford, 221–247.

Aineistolähteet

Mistä Ideapark on kotoisin? *Keskustelu Markku Heikkisen kirjoituksesta*. 1.4.2013, <http://yle.fi/vintti/yle.fi/blogit.yleradio1.yle.fi/markkuheikkinen/ideapark.html>

Hienoa IDEAPARK. *Suomi24-keskustelufoorumi*. 1.4.2013, <http://keskustelu.suomi24.fi/node/9728235>

Ideapark. *Talo-foorumi*. 1.4.2013, <http://taloforum.fi/viewtopic.php?f=7&t=110>

Ideapark – uusi kauppakeskus Tampereen kyljessä. *MuroBBS-*

keskustelufoorumi. 1.4.2013, <http://murobbs.plaza.fi/yleista-keskustelua/467786-ideapark-uusi-kauppakeskus-tampereen-kyljessa.html>

Ideaparkin hotelli. *Talo-foorumi*. 1.4.2013, <http://www.taloforum.fi/viewtopic.php?f=6&t=517>

Ideaparkin vastaisesta kirjoittelusta. *Suomi24-keskustelufoorumi*. 1.4.2013, <http://keskustelu.suomi24.fi/node/4361716>

Ideaparkittamiselle loppu – ei enää Suomen pelloille. *Facebook*. 1.4.2013, <http://www.facebook.com/group.php?gid=28153292424&v=info>

Sukarin Titanic-hanke. *Iltalehden keskustelufoorumi*. 1.4.2013, <http://portti.iltalehti.fi/keskustelu/showthread.php?t=127605>

Uusi Ideapark Kiiminkiin! *Plaza-keskustelufoorumi*. 1.4.2013, <http://keskustelu.plaza.fi/ajassa/kotimaa/1722389/uusi-ideapark-kiiminkiin/>