

*Matkailututkimus 9: 2, 42–44 (2013)*  
 ©Suomen matkailututkimuksen seura



## Puheenvuoroja

### Suomi-kuva suomalaisessa rocklyriikassa vuosina 1980–1999 – Opiskelijan ajatuksia monitieteisestä pro gradu -tutkielmasta

*Susanna Laamanen*

*Lapin yliopisto, Kulttuuriyrittäjyyden kansainvälinen maisteriohjelma/Matkailututkimus*

Matkailututkimuksen monitieteisyys on ollut itselleni merkittävä vetovoimatekijä opinnoissani. Matkailun laaja-alaisuus on antanut mahdollisuuden tarkastella aihetta monesta eri näkökulmasta. Se on opettanut havainnoimaan asioiden yhteyksiä ja hahmottamaan eri osa-alueista muodostuvaa kokonaisuutta, jota matkailuksi tai turismiksi kontekstista riippuen kutsutaan. Matkailun tarkasteleminen sosiologian tai historian kautta antaa tietoa ihmisten matkustusmotiiveista, matkailuun liittyvistä kokemuksista ja matkailualan kehittymisestä eri vuosikymmeninä sekä erilaisista matkailutrendeistä. Maantieteen kautta voidaan puolestaan tutkia esimerkiksi eri alueiden luontoon ja ympäristöön liittyviä vetovoimatekijöitä. Matkailun yhä kasvava rooli elinkeinoelämän palvelijana antaa puolestaan tutkimuksen kautta tietoa matkailun taloudellisesta merkittävydestä niin maailmanlaajuisesti kuin alueellisestikin.

Myös kulttuurilla on keskeinen rooli matkailussa. Perinteisten kulttuurinähtävyyksien lisäksi erilaiset kulttuuritapahtumat musiikista kirjallisuuteen ja tanssista teatteriin luovat paikkakunnan imagoa, tuottavat sosiokulttuurista arvoa sekä taloudellista hyötyä tapahtuman järjestäjille ja alueen yrityksille. Matkailututkimuksen kautta voidaan selvittää näiden asioiden merkittävyyttä erilaisissa tapahtumissa sekä määritellä matkailijaprofiileja tai tehdä sosiologista tutkimusta ihmisten käyttäytymisestä ja kokemuksista erilaisissa tapahtumissa.

Kulttuuri ja nykypäivänä keskeisesti esillä oleva populaarikulttuuri tarjoavat matkailijoille erilaisia elämyksiä, mutta populaarikulttuurin tuotteet ovat myös kiinnostavia tutkimuskohteita, joita voidaan tarkastella matkailutemaattisesta näkökulmasta. Rockfestivaalien julisteet ja oheistuotteet tuovat esiin piirteitä kävijäryhmästä, ja alueesta ja television popularisoidut matkailuohjelmat kertovat omaa tarinaansa. Samoin populaarimusiikki rockista iskelmäin luo kuvia ihmisten liikkeistä kylissä ja kaupungeissa sekä maalaa samalla mielikuvia erilaisista ympäristöistä.

Matkailututkimus on vielä varsin nuori tutkimusala, ja sen monitieteisyys on yhtä aikaa sekä haaste että mahdollisuus. Tutkimusalan monitieteisyydelle on annettava sille kuuluva arvo ja mahdollistettava eri tiedonintresseihin pohjautuvat tutkimukset. Yhteiskunta tarvitsee tietoa matkailusta elinkeinona, mutta samalla matkailututkimus tarvitsee omaa monitieteistä tutkimusalaansa kehittävää tutkimusta.

Omassa matkailututkimuksen pro gradu -tutkielmassani lähdin kokoamaan aihetta ja tutkimusongelmaa monitieteisyyden lähtökohdista. Opiskelu Kulttuuriyrittäjyyden kansainvälisessä maisteriohjelmassa<sup>1</sup> liitti luonnollisesti mukaan kulttuurin, joka tutkimuksessani kohdistui populaarikulttuuriin ja suomirockin lyriikoihin. Työn tarkoituksena oli kehittää tutkimusalan monipuolisuutta sekä luoda uusia näkökulmia eri aloja yhdistävään tutkimukseen.

Pro gradu -tutkielmassani ”*Suomi-kuva suomalaisessa rocklyriikassa vuosina 1980–1999*” analysoitiin laadullisen tutkimuksen avulla suomirockin tarinoita suomalaisuuden viitekehityksessä. Teoriapohja muodostui Suomi-kuvan, suomalaisuuden, imagon, Aristoteleen kolmen retorisen ulottuvuuden (eetos, paatos, logos) sekä Suomen matkailubrändin neljän C:n (Creative, Cool, Contrasting, Credible) ympärille.

Suomalaista rockmusiikkia on viimeisten reilun kymmenen vuoden aikana tutkittu enenevässä määrin, mutta tutkimuksia läpikäydessäni ei vastaani tullut yhtään oman aihealueen työtä. Tästä syystä tutkimuksen pohja rakentui tutkimusteeman eri osa-alueiden teoriaan ja niiden tutkimukseen. Samalla tavoin rakentui myös aiempi musiikkia ja matkailua yhdistävä opinnäytetyöni ”*Sisällönanalyysi matkailun kuvamisestä suomalaisessa rocklyriikassa vuosina 1980–1999*” Laurea-ammattikorkeakoulussa.

Laulujen lyriikoita tutkittaessa on muistettava niiden oma musiikillinen maailmansa sekä monitulkintaisuus. Tekstit muodostavat melodian, harmonian ja esitystyylin kautta kokonaisuuden, jota jokainen kuulija tulkitsee omasta merkitysmaailmasta käsin. Pro gradu -tutkielmassani analysoin tekstejä Suomi-kuvan näkökulmasta ja loin yhdenlaisen katsontakannan lyriikoiden sisältöön.

Tutkimuksen aineisto muodostui kahdestakymmenestä laulusta, jotka olivat peräisin yhdeltätoista eri artistilta ja bändiltä. Analyysissa esiin nousivat nykyhetkeä kommentoivat sekä suomalaisuuden historiaa ja identiteettiä representoivat tarinat. Tarinoiden subjektit ammensivat identiteettiänsä topeliaanisesta suomalaisuudesta muuttuvan maailman keskellä. Lyriikoiden Suomi-kuva sisälsi yhteneväisyyksiä matkailualan esittämään Suomi-kuvaan kauniin maiseman ja luonnon kuvauksen kautta, mutta kappaleet näyttivät myös ympäristön ja ihmisen elämän säröt.

Tarinan ja maiseman säröisyys tuli hyvin esille vertailtaessa kappaleita matkailumarkkinoinnin luomaan Suomi-kuvaan Aristoteleen kolmen retorisen ulottuvuuden kautta. Eetos-ulottuvuuden liittyminen Suomi-kuvan esittäjän omaan persoonaan ja uskottavuuteen toi esiin matkailumarkkinoinnin ja rocklyriikan viestinnän erot. Kun matkailumarkkinointi luottaa Suomi-kuvan viestinnässä virallisten tahojen imagoon, niin rockmusiikin tarinoissa esitetty Suomi-kuva liittyy aina yksittäisen artistin ja bändin ilmaisutapaan ja persoonallisuuteen.

Paatos ja logos viittasivat tutkimuksessa puolestaan Suomi-kuvan tunteisiin vetoavuuteen sekä hyväksi havaittuihin teemoihin. Matkailumarkkinointi ja rockly-

riikka käyttivät yhteisiä paatos- ja logos-teemoja kesäisestä maaseudusta talven pakasiin ja hiljaisuuteen, mutta esitystavat olivat erilaisia. Kun matkailumarkkinointi tähtää eheyteen ja asioiden näyttämiseen positiivisesti vetovoimaisina asioina, niin rocklyriikka rikkoi harmoniaa tuomalla esiin ympäristön ja ihmiselon säröt. Rocklyriikan tarinat ovat kuitenkin rehellisiä kuvauksia, jotka näin ollen voidaan liittää populaarikulttuurin muotona Suomen matkailubrändin rehellisyyden ja autenttisuuden teemoihin.

Poikkitieteellisen tutkimuksen tekeminen oli mielenkiintoinen ja opettavainen matka matkailuun, musiikkiin ja suomalaisuuteen. Suomalaisuuden pohtiminen tutkimusten kautta lisäsi ymmärrystä suomalaisuuteen ja suomalaiseen identiteettiin sekä avasi katsetta niiden näkymiseen matkailussa ja musiikkikulttuurissa. Suositellen siis rohkeasti erilaisten tutkimusten tekoa ja tarttumaan aiheisiin, jotka ovat itselle merkityksellisiä.

Pro gradu -tutkielma on saatavilla Lapin yliopiston kirjastopalveluista. <http://kirjasto.luc.fi>

<sup>1</sup> Kulttuuriyrittäjyyden kansainvälinen maisteriohjelma on vuonna 2009 käynnistynyt maisteriohjelma, jonka opetuksen toteuttamisesta vastasivat Lapin yliopiston yhteiskuntatieteiden tiedekunta (matkailualan suuntautumisvaihtoehto, pääaine matkailututkimus) ja taiteiden tiedekunta (kulttuurituotannon suuntautumisvaihtoehto, pääaine mediatiede). Opetus toteutettiin pääosin Kajaanin yliopistokeskuksessa.