



■ Suomen jätettyä jäsenhakemuksensa Euroopan Yhteisöön vaimeni julkinen keskustelu jäsenyyden hyödyistä ja haitoista. Argumentoivan ja järkeen vetoavan keskustelun sijasta kamppailua käydään nyt symboleista ja symbolein. Kullankeltaiset tähdet sinisellä pohjalla sattuvat silmiin usein ja virittävät asenteita.

Tähtien kehä ei ole vain merkki. Sillä on yhä enemmän symbolista voimaa. Tähtilippu ruostuneen niittokoneen yllä Huittisissa tai tähtien vyö nurin käännetyn, siniseksi maalatun auran kyljessä Kokemäellä puhuvat ohikulkijoille voimakkaammin kuin television asiantuntijapaneeli.

Paljon näyttävämpää on kuitenkin kultaisten tähtien lataaminen positiivisilla merkityksillä. Aamulehden välissä on pari kertaa viikossa Tähtimarketeiksi julistautuneiden T-kauppojen värikäs mainoslehtinen, jossa päivittäistavaroiden "eurohinnat" on painettu siniselle pohjalle ja ympäröity keltaisella tähtirenkaalla. Shellin huoltamat esiintyvät "eurohinta-asemina" EY:n tunnuksin. Useat muutkin yritykset ovat ottaneet tuon tunnuksen osaksi liikemerkkiään. Monet kaupat Stockmannista korttelimyymälöihin koristautuvat ja koristelevat mainoksensa keltaisin tähdin.

Toinenkin Euroopan Yhteisön symboli, eurovaluutta Ecu, on saanut paikkansa suomalaisissa liikemerkeissä ja markkinoinnissa. Esimerkiksi Helsingin Sanomien etusivulla Valintatalo tarjoaa asiakkailleen "hintaecua".

Kun EY:n tunnukset symboloivat laman alla eläville suomalaisille päivittäisen kulutuksen halpenemista, ne samalla vahvistavat omaa positiivista lataustaan. Kun tähtimarketit tarjoavat Elovena-kaurahiutaleita tai Tapolan mustaa makkaraa eurohintaan, siirtävät nämä kansalliset ja paikalliset symbolit osan hohtoaan EY:n tunnuksille.

Mikä merkitys näillä latauksilla on silloin, kun tähtilippu liehuu Euroopan Yhteisön jäsenyyttä ajavien symbolina kansanäänestykseen valmistautuvassa Suomessa? Siinä olisi hedelmällistä sarkaa merkkien kulttuurin ja politiikan tutkijoille.

*Perti Suhonen*