

Kaupunkitilan elävöittäminen: jälkimodernin muutoksen megatrendeistä Oulun kävelykadulle

JANI VUOLTEENAHO

Maantieteen laitos, Helsingin yliopisto



Vuolteenaho, Jani (2005). Kaupunkitilan elävöittäminen: jälkimodernin muutoksen megatrendeistä Oulun kävelykadulle (Enlivening urban space: from mega-trends of postmodern change to Oulu's pedestrian street). Terra 117: 2, 91–108.

The recent consumption-, leisure- and tourism-oriented changes in the physical fabric and socio-cultural meanings of urban space are often dubbed as “postmodern”. In this article the manifestations of postmodernism are examined from three standpoints. First, a brief conceptual overview on what is meant by postmodernism as a scientific outlook, an aesthetic movement, and a socio-cultural epoch is given. Second, certain trends in recent urban development and in the production of lively urban spaces are illuminated. A special emphasis is placed on the architectural, experimental and social characteristics of the enclosed shopping mall concept as a diffuse, yet globally recycled expression of postmodern urbanism. Third, the history of the pedestrian precinct Rotuaari, located in central Oulu, a city in northern Finland, is analysed vis-à-vis the recent trends of urban change. Unquestionably, the four discourses of enlivening local street life – regenerating the precinct as a scene for public art, a venue for carnivalism, as a meeting-place of local community and as an attractive commercial entrance – have had crucial common features with the postmodern mega-trends. Nevertheless, due to the combined effect of the tradition of egalitarianism in the Finnish welfare society, the cultural opening of the country during the 1980s and 1990s and the eagerness of developers to enhance the publicity value of the area through media spectacles and controversies, the production of lively public space in Oulu's city centre has differed from the archetypal shopping mall concept in its openness to social contradictions and local peculiarities.

Jani Vuolteenaho, Department of Geography, University of Helsinki, P. O. Box 64, FI-00014, Helsinki, Finland. E-mail: <jani.vuolteenaho@helsinki.fi>

Angloamerikkalaisessa maantieteessä on koettu kulutustutkimuksen vahva nousu viimeksi kuluneen kahden vuosikymmenen aikana, monen muun tieteenalan tavoin (Gregson 1995; Jackson & Thrift 1995; Crang 1998: 120–141; Goss 1999). Uusi monitieteinen kulutustutkimus on kytkeytynyt kiinnostukseen, jonka kohteina ovat olleet jälkimoderni (postmoderni) kulttuurinen murros ja urbaanin kulutuskuilun muodot. Erityisellä innolla on tutkittu kaupunkien kulutusmaiseman muutosta, kuten asuin- ja ostoskortteleiden gentrifioitumista, kauppakeskuksia ja kaupunkitapahtumia (esim. Ley & Olds 1988; Hopkins 1990; Mäenpää 1993; Crewe & Lowe 1995; Andersson 1997; Lehtonen & Mäenpää 1997; Vuolteenaho 1999; Terho 2002). Siinä missä kulutus ja vapaa-aika on perinteisesti nähty yhteiskuntatutkimuksen valtavirrassa tuotantosuhteille alistaisiksi – ja näitä vähemmän tärkeiksi – tutkimusaiheiksi, uusi kulutustutkimus on haastanut tämän lähtöasetelman (ks. erityisesti

Miller 1995). Kulutustutkimuksen nousussa on ollut kyse tutkijoiden reagoinnista yhteiskunnalliseen ja kulttuuriseen muutokseen, jonka on nähty vaikuttavan syvällisesti kaupunkien kehityksen ehtoihin ja niiden asukkaiden arkiseen elinympäristöön.

Teollistuneessa länsimaailmassa käynnissä olevaa yhteiskunnallista murrosvaihetta on hahmotettu monin käsittein. Tutkijat ovat puhuneet milloin siirtymisestä teollisesta informaatio- tai jälkiteolliseen yhteiskuntaan, milloin taas fordistisesta postfordistiseen tuotantomuotoon tai vakaamman kehityksen yhteiskunnallisista oloista riskiyhteiskuntaan. Koska kyse on niin taloutta, teknologiaa, politiikkaa kuin kulttuuriakin koskettavasta – ja paikallisissa konteksteissa poikkeavia muotoja saavasta – muutoksesta, on tietty terminologinen vakiintumattomuus ymmärrettävääkin. Artikkelini näkökulmasta kuitenkin juuri *jälkimoderni muutos* luonnehtii osuvimmin niitä kulttuurisia kehityslinjoja, joita kaupunkikehityksessä on

ollut meneillään viimeistään 1970-luvulta alkaen. Ennen kaikkea käsite on hyödyllinen siksi, että ”postmodernista urbanismista” (Ellin 1996; Dear & Flusty 1998) puhuttaessa huomion keskipisteeseen on nostettu juuri nykyiselle länsimaiselle kulutuskulttuurille leimalliset piirteet, kuten panostus elämyksellisyyteen ja nopeatahtiseen mielikuvien tuottamiseen.

Selvitän artikkelissa aluksi, mitä *jälkimodernismi*-käsitteellä on tarkoitettu maantieteessäkin jo 1980-luvulta lähtien käydyissä teoreettisissa keskusteluissa (Schulman 1988; Gregory 1989; Harvey 1989; Soja 1989; Dear 1994; Dear & Flusty 2002: 127–249; Vilko 2005). Tämän jälkeen esitelen tärkeimpiä jälkimoderneja kehityslinjoja kaupunkien toimintaympäristön muutoksissa ja sisäisessä kehityksessä. Erityisesti syvennyn kaupunkitilan elävöittämiseen ja erityyppisten ”viihtymisen keitaiden” yleistymiseen, josta ensisijaisena esimerkkinä käytän amerikkalaistyylisiä kalettuja kauppakeskuksia. Nostan myös esille nykyiseen urbaaniin muutokseen liitetyn ristiriidan: etenkin kauppakeskusten osalta kaupunkien kuluslähtöistä elävöittämistä on arvosteltu siitä, että se perustuu sosiaalisten ongelmien, konfliktien ja marginaalisten ryhmien poissulkemiseen julkisesta tilasta. Tapauksissani tarkastelen jälkimodernia muutosta yhdessä suomalaisessa kaupungissa. Analysoin paikallisen muutoksen suhdetta kaupunkikehityksen suuriin kehityslinjoihin – jälkimodernin urbanismin megatrendeihin – Oulussa sijaitsevan kävelykatu Rotuaarin katu-taiteeseen, karnevalistisiin tapahtumiin, paikallisyhteisöllisyyteen ja kaupalliseen vetovoimaisuuteen liittyvien elävöittämisdiskurssien kautta. Lopuksi arvioin haasteita, joita liittyy keskustojen ja muiden julkisten kaupunkitilojen kehittämiseen paitsi kaupallisesti elinvoimaisina, myös sosiaalisesti avoimina ja moniäänisinä tiloina.

Jälkimoderni urbanismi – taustaa kiistellylle käsitteelle

Moniselitteinen käsite *postmoderni* tarkoittaa etuliitteensä mukaisesti ”modernin jälkeistä”. Termin määritelmät ovat siis sidoksissa siihen, mitä tarkoitetaan modernilla ja modernismilla. Jälkimodernista ajasta puhutaan usein modernin aikakauden seuraajana, kun taas jälkimodernismi suuntauksena ymmärretään vastavoimana modernismille, klassista taiteen perinnettä vastaan 1800-luvun jälkipuoliskolta alkaen kamppailleelle esteettiselle suuntaukselle (Harvey 1989). Laajempaan käyttöön termi on yleistynyt 1960-luvulta lähtien (Häkli 1999: 168). Tuolloin sitä sovellettiin tiettyihin tai

teen ja arkkitehtuurin suuntauksiin, jotka pyrkivät eroon *korkean modernismin* – kuten arkkitehtuurin ”kansainvälisen tyylin” (ks. Giedion 1967) – abstrakteista ja yleismaailmallisiksi tarkoitetuista ihanteista. Myöhemmin termin käyttö on laajentunut kattamaan lukuisia ilmiöitä taiteissa, kulttuurintuotannossa, filosofiassa ja tieteessä (Jameson 1991: 1–54; Harvey 1989: 39–98). Moniäänistyvässä nykykulttuurissa mitä erilaisimpien elämänalueiden on nähty peilaavan Jean-Francois Lyotardin (1985) tunnettua julistusta modernille aikakaudelle tyypillisten ”suurten kertomusten” lopusta. Myös länsimaailmassa vallitsevaa kulttuurisen pirstoutumisen ilmapiiriä ja tieteellisten totuuksien yleispätevyyden epäilyä on luonnehdittu jälkimoderneiksi ilmiöiksi. Eittämättä käsitteen suurin vahvuus ja heikkous onkin sen ”kameleonttimaisuus”. Esitellen seuraavassa jälkimodernin merkityksiä (1) tieteellisenä asenteena, (2) esteettisenä tyyli-suuntauksena sekä (3) yhteiskunnallisen muutoksen ajankuvana (ks. Dear 1994: 3–4) keskittyen erityisesti piirteisiin, jotka tukevat viimeaikaisen länsimaisen kaupunkikehityksen ymmärtämistä.

Jälkimodernismi tieteessä

Tieteessä postmodernismi on yhdistetty ennen kaikkea länsimaisen rationalismin periaatteiden, universaalien totuuksien ja tieteenalarajojen epäilemiseen (Lyotard 1985; Dear 1994). Postmoderni tiede ei usko puolueettomien ja objektiivisten näkökulmien olemassaoloon. Ranskalaiset jälkistrukturalistit Gilles Deleuze ja Felix Guattari (1992: 40) ovat todenneet, ettei tieteen (kuten muidenkaan taloudellisten, poliittisten ja kulttuuristen ”sommittelmien”) kehitystä tulisi ymmärtää vakaalta perustalta nousevaksi ”puumaiseksi” kasvuksi, vaan keskuksettoman ”rihmaston” alituisiksi muuntumiseksi valtasuhteiden kentässä. Jälkistrukturalismia onkin pidetty merkittävimpana teoreettisena innoittajana postmodernin tieteellisen asenteen taustalla. Myös osa feminististen, jälkikolonialististen, seksuaalisten vähemmistöjen oikeuksia ajavan *queer*-tutkimuksen ja yleensäkin kulttuurintutkimuksen (ks. Vuolteenaho 2002: 243–244) näkökulmista niputetaan usein osaksi postmodernien teorioiden perhettä. Eri tieteenaloilla on käyty runsaasti postmodernismin innoittamia keskusteluja perinteisten menetelmien ja esittämistapojen riittämättömyydestä kulttuuristen erojen kuvaajina (esim. Gregory 1994).

Jälkimodernismia koskevien keskustelujen myönteisiin vaikutuksiin lukeutuvat tieteellisiin totuuksiin liittyvien epävarmuuksien tiedostaminen ja kulttuurisen toiseuden huomioon ottavien näkökulmien etsiminen. Kaupunkeja ja muita yhteiskunnallisia ilmiöitä on kiistatta mahdotonta ku-

vata puolueettoman kokonaisvaltaisesti, ilman esimerkiksi talouden tai kulttuurin näkökulmien painottamista koskevia valintoja (ks. esim. Shields 1996a). Kuitenkin postmodernismin asema tieteessä on tänä päivänä hyvin kiistanalainen. Etenkin sen äärimuotoja on arvosteltu objektiivisuuden ihanteen hylkäämisestä, relativismista, sosioekonomisten kysymysten unohtamisesta ja vaikeaselkoisista teoreettisista kielipeleistä (esim. Harvey 1989; Buttimer 1999; Jackson 1999). Erityisen suurta kohua herätti muutama vuosi sitten yhdysvaltalaisen fyysikon Alan Sokalin järjestämä huijaus, jonka kohteena oli postmodernismin lipunkantajana tunnettu *Social Text* -lehti (ks. Alan Sokal articles... 2004). Lehdessä julkaistussa kirjoituksessaan Sokal oli todistelevinaan postmodernistien kulttuuriteorioiden yhteyksiä kvanttimekaniikkaan ja matematiikan uusiin menetelmiin. Sokalin myöhemmän paljastuksen mukaan artikkeli oli kuitenkin puhdasta hölynpölyä, jossa näennäisen tieteellisen tekstin sekaan oli ripoteltu runsaasti postmoderneja muotitermejä ja -näkökulmia.

Jälkimodernismi esteettisenä ilmiönä

Suoremmin kaupunki- ja kulutuskulttuuriseen muutokseen jälkimodernismi kytkeytyy esteettisenä tyyliuuntauksena ja ilmiönä. Postmodernismille ominaisilla tyylikeinoilla on nykyään vahva asema kulttuurintuotannossa ja ihmisten mediatäyteisessä arjessa (Hietala 1992; Collins 1995). Arkista esimerkkiä tyyllisestä postmodernismista edustavat vaikkapa televisiomainokset, jotka ”viistosti hymyillen” leikittelevät kehoituksellaan olla otamatta mainoksen sanomaa liian vakavasti (Vuolteenaho 2001: 133–157). Ironisuuden ohella esteettisen postmodernismin tunnuspiirteinä on pidetty modernin funktionalismin näkökulmasta tarpeetonta koristeellisuutta (ornamentaalisuutta), kulttuuristen symbolien kierrätyksen korostamista subjektiivisen kokemuksen kustannuksella, alkuperäisestä kontekstistaan irrallisia jäljitelmiä (pasticheja) sekä lajityyppien rajoilla leikittelyä, kuten korkeakulttuurin ja populaariviihteen elementtejä yhteen sulattavaa (eklektistä) sekoittamista (esim. Harvey 1989; Jameson 1991). Yksittäisissä kulttuuri-tuotteissa nämä tyylikeinot voivat tietysti korostua eri tavoin. Yhtä legendaarista esimerkkiä postmodernista kierrätyksestä edustaa Andy Warholin pop-taide, jossa kopiot kulttuurin ikonisista kuvista – kuten Marilyn Monroesta, Mao Zedongista tai Campbell’s-keittopurkeista – jatkavat ”kiertokulkuun” taideteoksen sisällä, alkuperäisestä viittauskohteestaan irti repäistynä.

Esteettinen postmodernismi ei ole vain taiteen sisäinen suuntaus, vaan median tuottamina kuvina

ja eri mittakaavan konkreettisina muutoksina arkitodellisuuteemme ujuttautunut ilmiö. Usein käytetty korskea maisemallinen esimerkki postmodernista jäljittelystä on ajanviete- ja pelikeskus Las Vegas, jonka huvittelupaikat luovat mielikuvaa kaupungista, joka kokoa maailman ihmeet yhteen ja samaan paikkaan (Raento & Douglass 2001). Huvittelulle omistautunut Las Vegas on myös siinä suhteessa osuva esimerkki postmodernismista, että etenkin monet amerikkalaiset arkkitehdit ja taidefilosofit ovat korostaneet tyyliuuntauksen versomista ihmisten omasta arjesta ja heidän arvostuksistaan (Venturi ym. 1977; Collins 1995). Robert Venturi ja kumppanit (1977) kiteyttivät tämän esteettisen populismin idean teoksessaan *Learning from Las Vegas* esittämällä, ettei Las Vegasia ja vastaavankaltaisia huvittelukohteita tulisi arvostella mauttomuudesta, sillä ”tavalliset ihmiset” ilmiselvästi pitävät näistä ”helppolukuisista” ympäristöistä. Vaikka Las Vegasia on korkeakulttuurisesta näkökulmasta arvosteltu räikeästi autenttisuuden puutteesta ja tyylijatuttomuudesta, on siitä kehittynyt alati uudistumaan kykenevä kaupunkikehityksen suunnannäyttäjä (Douglass & Raento 2004). Esteettisessä jälkimodernismissa ei ole selvästikään kysymys vain taidepiirien marginaalisesta toiminnasta, vaan parhaimmillaan valtavia matkailija- ja kuluttajamassoja puoleensa houkuttavista kaupallisista menestystarinoista. Teema- puistojen ja kauppakeskusten yleistymisen Suomessakin kertoo kulttuuristen lainojen hyödyntämisestä – toki Las Vegasia, Los Angelesia ja muita ”postmodernin urbanismin” ikoneja vaatimattomammassa mitassa.

Jälkimodernismi yhteiskunnallisena ja kulttuurisena ilmiönä

Kolmas, artikkelissani oleellinen näkökulma liittyy postmodernismiin yhteiskunnallisena ja kaupunkikulttuurisena muutoksena. Puhuttaessa postmodernismista ajankuvana on lähtökohtana se, että yhteiskunnat, kaupungit ja ihmisten arkinen kokemusmaailma ovat muuttuneet viime vuosikymmeninä, eivät pelkästään tavat joilla tutkijat, taiteilijat ja suunnittelijat näitä töissään peilaavat. Jälkimodernia aikakautta luonnehtivina avaintekijöinä on pidetty muun muassa kansallisvaltioiden vaikutusvalan kaventumista globaalien ja paikallisten toimijoiden kustannuksella, median, mainonnan ja imagontuotannon korostunutta asemaa, (mieli)kuvien paljoutta ja nopeatahtista kulutusta, vanhojen luokkarakenteiden hajoamista, identiteettien liikkuvuutta ja yksilöiltä edellytettyä mukautumiskykyä, yksilöllistymistä, arkielämän estetisoitumista ja kulkuskulttuurin tunkeutumista lähes kaikille ajatelta-

moderni – modern	jälkimoderni – postmodern
kansallisvaltio <i>nation-state</i>	globaali ja paikallinen aluetaso <i>global and local scale</i>
tuotanto, palkkatyö, toimeentulo <i>production, wage labour, subsistence</i>	kulutus, vapaa-aika, elämykset <i>consumption, leisure, experiences</i>
elämänura <i>life-long career</i>	mukautuvat elämäntyyli <i>malleable lifestyles</i>
luokkaintressit <i>class interests</i>	sukupuoli(suus), etnisuus <i>gender (sexuality), ethnicity</i>
omistautuminen, jakaminen <i>devotion, sharing</i>	ironia, välinpitämättömyys <i>irony, indifference</i>
yhdensuuntaisuus, jaetut päämäärät <i>conformity, shared goals</i>	yksilöllisyys, erot, pirstoutuminen <i>individuality, differences, fragmentation</i>
suunnittelu (kokonaisuudet) <i>planning (entities)</i>	design (yksityiskohdat) <i>design (details)</i>
"muoto seuraa funktiota" <i>"form follows function"</i>	koristeellisuus, sekoittaminen (eklektismi) <i>ornamentality, eclecticism</i>
suuret kertomukset <i>grand narratives</i>	ohiikitävät kuvat <i>ephemeral images</i>
etiikka <i>ethics</i>	estetiikka <i>aesthetics</i>
kaupunki kokonaisjärjestelmänä <i>city as a systematic whole</i>	kaupunkilabyrintti <i>urban labyrinth</i>

Taulukko 1. Modernia ja postmodernia aikakautta luonnehtivia avainsanoja (ks. erityisesti Harvey 1989).

Table 1. Key words characterising modern and postmodern epochs (see especially Harvey 1989).

vissa oleville elämänalueille (esim. Harvey 1989; Featherstone 1991; Bauman 1996). Kulttuurisen asenneilmaston muutosta, vähittäistä siirtymää vakiintuneen modernismin ajasta jälkimoderniin aikakauteen, on usein kuvattu taulukossa 1 esitettyjen käsitteiden avulla.

Eräs tunnetuimmista kiinnostavista jälkimodernia muutosta koskeneissa keskusteluissa on ollut marxilaisen maantieteilijän David Harveyn (1989; ks. myös 1992) teos *The condition of postmodernity*, jossa tämä pyrkii selittämään länsimaissa tapahtunutta kulttuurista pirstoutumista maailmantalouden muutosten kautta. Jälkimodernismiksi kutsuttu ”diversiteetin estetiikka” (Harvey 1989: 75) ihannoitiin on Harveyn kriittisen näkökannan mukaan kulttuurista heijastusta umpikujasta, johon sodanjälkeisen ajan keskitetyt yhteiskunta- ja talouskehityksen ohjausmallit ovat ajautuneet 1970-luvun alusta lähtien. Etenkin nykyisissä kaupungeissa – siellä, missä monet postmodernit tutkijat ovat nähneet kukoistavan uudentyyppisen eron kulttuurin – hän näkee toiminnassa kapitalismin viimeisimmän kehitysvaiheen, ujostelemattomalle kaupallisuudelle pohjautuvan ja oikeudenmukaisuuden ihanteet hylänneen ”kulttuurisen logiikan” (Jameson 1991). Esimerkiksi yhä muodikkaimmaksi nousseet kaupunkielämän luonnehdinnat, joilla Jonathan Raban (1974; sit. Harvey 1989: 3–9, 12) kuvasi 1970-luvun Lontoota ”yksilöllisten roolisuoritusten teatteriksi” ja ”valintojen la-

byrintiksi”, ilmentävät Harveyn mukaan modernin urbanismin ihanteiden hajoamista postmoderniksi markkinakeskeisyydeksi ja pinnalliseksi mielikuvien leikiksi.

Sodanjälkeisen modernismin aikakautta on alettu syyttää viime vuosikymmeninä paljosta: historian unohtamisesta, erojen tasapäästämisestä yhdenmukaisuuden (konformismin) ihanteiden alle, ylhäältä ohjautuvasta elitismistä eikä vähiten symbolisesti köyhien, ankaran funktionalististen kaupunkimaisemien tuottamisesta. On kuitenkin kiistelty siitä, kuinka aukottomasti jälkimodernia vastareaktiota voidaan selittää pelkästään uuden joustavan globaalitalouden kautta. Feministitutkijat ja muut arvostelijat ovat olleet Harveyn (1989) kanssa samaa mieltä maailman nopeasta muutoksesta ja taloudellisten arvojen korostumisesta, mutta toisaalta kehityksen syitä ja seurauksia on pidetty moninaisempina ja ristiriitaisempina (esim. Morris 1992; Massey 1994). Yksi osuva esimerkki ovat viime aikoina yleistyneet pyrkimykset elävöittää kaupunkien taloutta ja kulttuuria. On totta, että peittelemätön kaupallisuus on usein näkyvä osa uusia elävöitettyjä kaupunkitiloja, mutta toisaalta elävöittämisspyrkimykset voi nähdä myös tervetulleena vastareaktiona modernin suunnittelun synnyttämälle ”kuolleelle julkiselle tilalle”, ihmisten välinpitämättömyydelle yhteistä elinympäristöä kohtaan (ks. Sennett 1977: 14–16). Maailmantalouden muutos on eittämättä uuden kaupunkikehityksen tärkeä ”ylhäältä

annettu” taustatekijä, mutta eri puolilla maailmaa yleistyneitä erityyppisiä elävöittämispyrkimyksiä tuskin voidaan ymmärtää pelkästään sen kautta, ilman paikallisten motiivien ja erityispiirteiden huomioon ottamista.

Uuden kaupunkikehityksen megatrendejä

Länsimaisten kaupunkien muutosta taustoittavat perinteisen teollisuuden alasajo sekä talouden kasvun uusien moottoreiden, erityisesti informaatioteknologian ja palvelu- ja kulttuurintuotannon, nousu (esim. Knox 1993; Short 1996). Myös kaupunkikehityksen ohjausmekanismit ovat olleet murruksessa. Julkisen vallan yliote ja sosiaalisesti tasapainoisen kehityksen tavoitteet ovat väistyneet entistä markkinavetoisemman kehittämis- ja suunnittelupolitiikan tieltä. Suomalaistenkin kaupunkien kehittämisessä uutta näkyvää jalansijaa ovat saavuttaneet julkisen ja yksityisen sektorin yhteisinä investointeina toteutetut erilliset kaupunki uudistukset, imago tarkoituksessa rakennetut maisemat sekä panostus paikallishistorian ja kaupunkikulttuurin elävöittämiseen (esim. Andersson 1997; Marcuse & van Kempen 2000; Virtanen 2001; Äikäs 2001). Kuten Nan Ellin (1996: 133–163) kaupunkisuunnittelussa tapahtuneen muutoksen kiteyttää, uudessa suunnittelukulttuurissa toiminnallisen eriyttämisen funktionalistisen periaatteen (*form follows function*) rinnalle entistä tunnustetumpaan asemaan ovat nousseet rahanvalta (*form follows finance*), kuvitteellisuus (*form follows fiction*), edustuskelppoisuus (*form follows finesse*) sekä varakkaan väestön pyrkimykset eristäytyä kaupunkielämän turvattomuudelta (*form follows fear*).

Jälkimodernia urbaania tilaa tuottavien uudistusten mittakaava vaihtelee kokonaisten kaupunginosien uudelleen rakentamisesta suhteellisen pienimuotoisiin yrityksiin lisätä kaupunkitilan viihtyisyyttä tapahtumien ja taiteen avulla. Jäljempänä analysoimani Oulun keskustan kehittämispyrkimykset ilmentävät osaltaan teollisuuskaupungeille tyypillistä imagonmuutosstrategiaa, jossa paikkakunnan kielteiseksi koettu maine – oululaisten paikallislehtien ilmaisuja lainaten – ”nurkkakuntaisena”, ”takapajuisena”, ”teknokraattisena” ja ”saatannallisten savupiippujen” kaupunkina halutaan syrjäyttää jälkimoderneja makumieltymyksiä paremmin vastaavilla mielikuvilla. Vastaava esimerkki kaupunkimaisen muutoksesta on taantuvien satamien ja teollisesta käytöstä vapautuneiden alueiden saneeraus trendikkään urbaanin asumisen, kulttuurielämän tai informaatio- ja rahoituselin-

keinojen käyttöön (Andersson 1997: 110). Itä-Lontoon Docklandsin jokimaisemaa, jossa vielä 1980-luvun alussa sijaitti rappeutunut satama ja sen liepeillä huonomainen työväenluokan asuinalue, hallitsevat tänä päivänä ylelliset toimistorakennukset (esim. Short 1996: 162–165). Urbaanin ranta-vyöhykkeen ”jälkiteollistamista” on toteutettu voimallisesti myös Suomessa: esimerkiksi Helsingissä on suunnitteilla, parhaillaan käynnissä tai saatu viime vuosina päätökseen lukuisia mittavia satama- ja teollisuusalueiden uudistushankkeita (Kauppi 2002; Pennanen 2003).

Edellä mainittujen keskusta- ja *waterfront*-kohteiden ohella myös esikaupunkien kongressikeskuksista, yrityspuistoista, portein, muurein ja avainkoodein suojatuista ”suljetuista asuinyhteisöistä” (*gated communities*), viihdeareenoista ja kauppakeskuksista on tullut keinoja rakentaa dynaamista, business- ja matkailijaystävällistä sekä viihde- ja kulttuuritarjonnaltaan vetovoimaista jälkimodernia kaupunkia (Hannigan 1998). Uudistukset eivät ymmärrettävästi liity yksin paikallisväestön elämänlaadun kohentamiseen, vaan mitä oleellisimmin kaupunkien toimintaympäristön globalisoitumiseen ja markkinointikelpoisen julkisuuskuvan rakentamiseen. Kuten Gerry Kearns ja Chris Philo (1993: 3) ovat todenneet, kulttuurin tarkoituksellinen muokkaaminen on nykykaupungeille menestyksen elinehto. Elävästä kaupunkikulttuurista, maisemaspektaakkeleista ja viihtymisen tiloista on tullut globaalissa imagomittelössä hyödynnettyä symbolista pääomaa. Ne ovat yhä tärkeämpiä kilpailuvaltteja, joiden avulla kaupungit pyrkivät erottautumaan edukseen rahakkaiden sijottajien, työmarkkinoiden huippuammattilaisten sekä maksukykyisten kuluttajien ja matkailijoiden silmissä (Harvey 1989; Zukin 1995).

Kyseisten ”megatrendien” olemassaolo ei kuitenkaan tarkoita sitä, että kaupungeissa olisi siirrytty kuin taikaiskusta kokonaan uudenlaiseen urbaaniin todellisuuteen (Ellin 1996; Thrift 1997). Jälkimoderni muutos on ymmärrettävä kehityksen taloudellisia ja kulttuurisia ehtoja koskevana osittaisena ja asteittaisena siirtymänä, joka on tuottanut uusia kerrostumia niin rakennettuun ympäristöön kuin ajattelutapoihinkin, joiden pohjalta kaupunkitilaa kehitetään ja kaupunkilaiset arjessaan toimivat. Yhtä oleellista on korostaa, ettei jälkimoderni urbanismi ole singonnut kaupungeja samankaltaisena kaikkialla toistuvalla kehitysradalle (Soja 2000: xvii). Esimerkiksi eurooppalaisten ja pohjoisamerikkalaisten kaupunkien välillä on yhä huomattavia eroja siinä, onko perinteinen keskusta-alue säilyttänyt elinvoimaisuutensa vai jäänyt tappiolla kilpailussa esikaupunkien palvelu- ja työpaikkakeskittymien kanssa.

Kauppakeskukset ja julkisen tilan muutos

Eräs huomattavimmista nykyisen kaupunkikehityksen piirteistä koskee julkisen tilan kaupallistumista (Berman 1990; Beauregard 1999). Ehkä kaikkein tutkituin jälkimodernin kaupunkitilan tuottamista ja käyttöä koskeva ilmiö on ollut katettu kauppakeskus – alun perin yhdysvaltalainen ilmiö nimeltä *shopping mall*. Kyse on esikaupungeissa ja keskustoissa sijaitsevista kuluttamisen tiloista, joissa toteutettua julkisen tilan muodonmuutosta on syystäkin pidetty nykyisen urbaanin muutoksen arkkityyppinä. Suurimmillaan satoja liikeyrityksiä saman katon alle koaavat kauppakeskukset ovat yksityisesti omistettuja (puoli)julkisia tiloja. Yhdysvalloista, autoistuneen kapitalismin kehdestä 1950–1960-lukujen vaihteessa alkanut kauppakeskusten rakentamisvillitys on levittäytynyt viime vuosikymmeninä ympäri maailmaa (Kowinski 1985). Alkujaan esikaupungeissa toteutettua ideaa on alettu jäljitellä ja jalostaa myös keskustojen kortteleita, aukioita, katuja ja maanalaisia tiloja uudistettaessa (Crawford 1992: 23–24, 28–29). Ilmiön kaupallisesta vetovoimasta kertoo myös suomalaisilla kaupunkiseuduilla toteutunut kehitys. Amerikkalaistyypisiä kauppakeskuksia alkoi nousta maahamme 1980-luvun jälkipuoliskolla, aluksi pääosin olemassa olevaa rakennuskantaa hyödyntäviin keskustakohteisiin (Andersson 1993: 95). Myöhemmin niitä on rakennettu myös esikaupunkialueille, missä etuja ovat maan edullinen hinta, helppo toteutettavuus sekä ostokäytön autoiluvien kuluttajien tavoittaminen. Esimerkiksi pääkaupunkiseudulla kooltaan vaihtelevat kauppakeskukset ovat valtaosin syrjäytyneet kaupan aluerakenteesta aiemmin keskeiset automarketit ja lähiöiden ostoskeskukset (Pietala 2003).

Kauppakeskuskonseptin huima ero mainitsemiini, kaupankäynnin modernistista ydintä edustaneisiin myymälätyyppeihin havainnollistaa osuvasti suunnitteluajattelun jälkimodernia muutosta. Automarketit, ostoskeskukset ja valintamyymälät edustivat sodanjälkeiselle modernismille ominaisia ”ankaran funktionaalisia” ratkaisuja jakeluverkon ja ihmisten ajankäytön rationalisointitarpeisiin. Ne toivat palvelut esikaupunkien lähiöihin muuttaneen väestön lähelle. Aikanaan vallankumouksellinen itsepalveluperiaate tähtäsi myyjien kanssa tapahtuvan kanssakäymisen minimoimiseen. Liiketilan fyysisessä organisoimisessa tavoitteena oli samaan tapaan mahdollisimman suoraviivainen ja nopea ostoksien suorittaminen (Hankonen 1994: 225–278; ks. myös Crawford 1992). Ajanviettopaikoiksi suunnitelluissa kauppakeskuksissa tyypillisiä ovat päinvastaisesti tilaratkaisut, jotka kannustavat ihmisiä oleskelemaan

ja kiertelemään virikepaljouden ja ostosmahdollisuuksien keskellä. Margaret Crawfordin (1992: 14) sanoin kyse on ”epäsuorasta hyödykkeistämisestä”, periaatteessa ei-kaupallisten asioiden, aktiiviteettien ja mielikuvien tuomisesta hyödykemaailman ja kulutusmahdollisuuksien keskelle. Kauppakeskustyyppien ”mukavoinnissa” (Lehtonen & Mäenpää 1997: 74) hyödynnetyt fyysiset elementit vaihtelevat taideteoksista, istutuksista, suihkulähteistä ja muista ornamentaalisista tilaelementeistä maisemahisseihin, torinkaltaihin aukioihin, kahviloihin, penkkeihin ja muihin pysähdyspaikkoihin, joista voi katsella tapahtumia ja ympäröivää ihmisvilinää. Tavaramaailman keskellä tapahtuvaan kiertelyyn kuluttajia ohjaa kauppakeskuksissa myös se, että niiden kulkuyhdöt on yleensä suunniteltu sokkeloisiksi (Andersson 1993: 92–93; Goss 1993: 29). Oleskelun fyysisen miellyttävyyden – säästä ja vuodenajoista riippumattoman ”ikuisen kesän” – kruunaa kauppakeskuksissa lasikate, jonka esikuvana on pidetty 1800-luvun eurooppalaisten kauppakujien ja tavaratalojen arkkitehtuuria (ks. Benjamin 1999).

Millaisia kaupunkitilan käyttämisen ja kokemisen tapoja kauppakeskukset ruokkivat? Kaupunkien ja kulutustutkijat ovat verranneet postmodernissa kuluttamisen tiloissa kiertelyä 1800-luvun pariisilaisten *flanöörien* (”kuljeskelijoiden”) tapaan havainnoida kaupunkielämää ilman ennalta määrättyä päämäärää ja vaikutelmien paljoudelle antautuen, uusia elämyksiä ikään kuin pala palalta ympäristöstä aistien (esim. Bauman 1996: 26–27; ks. myös Benjamin 1999: 14, 416–455). On selvää, että haaveksiva uupoutuminen yltäkylläiseen hyödyke- ja virikepaljouteen on jyrkkä vastakohta modernille tilan kokemiselle ominaisena pidetylle välineellisyydelle. Ostosparatiiseissa liikkumista on verrattu myös uusia elämyksiä ja nähtävyyksiä etsivälle matkailijalle ominaiseen mielen-tilaan (Lehtonen 1994: 200; ks. myös Urry 1990). Usein toistetun näkemyksen mukaan länsimaisista kuluttajista on tullut ”turisteja omassa kaupungissaan” (Wilson 1995: 157). Jälkimodernerissa ostosparatiiseissa elävöitettyllä (puoli)julkisella tilalla on epäilemättä ollut tärkeä rooli prosessissa, jossa matkailijan tapa nähdä ja kokea ympäristöä on arkipäiväistynyt koskemaan myös tutun kaupunkitilan kokemista.

Kauppakeskusten yhtäläisyyttä matkailuun korostaa myös se, että ne ovat muusta kaupunkirakenteesta erilleen rakennettuja saarekkeita, ikään kuin omia sisäänpäin kääntyneitä pienoismaailmoja. Esimerkiksi maailman kauppakeskuksista tällä hetkellä suurimman, kanadalaisen West Edmonton Mallin monenkirjavaan kokoelmaan vetonauvoja kuuluvat yli 20 000 parkkipaikan, useiden ta-

varatalojen, satojen hotellihuoneiden, 110 ravintolan ja 26 elokuvateatterin lisäksi muun muassa Europa Boulevard-, Bourbon Street- ja Chinatown-teemaosastot, kappeli, kasino, huvipuisto, luistinerata, vesipuisto, delfinaario sekä mahdollisuus pienoissukellusveneellä matkustamiseen (ks. Shields 1989; Hopkins 1990; Feature issue 1991; Crawford 1992; WEM 2004). Erityisesti suurimmista kauppakeskuksista on kehittynyt huvipuistomaisia fantasiamaailmoja, joita markkinoidaan erityyppisiin ”kollektiivisiin unelmiin” – kuten lapsuuteen, luontoon, historiaan ja yhteisöllisyyteen – vetoamalla yhtä lailla paikallisille kuluttajille kuin matkailijoillekin (Goss 1999).

Kauppakeskukset ovat monille kaupungeille tärkeitä matkailullisia vetonauloja, mutta niiden aikaansaamaa muutosta ei tule väheksyä myöskään paikallisväestön kannalta. On korostettu niiden luonnetta uudentyyppeinä sosiaalisen vuorovaikutuksen ja yhteisöllisyyden kokemisen tiloina. Kanadalaisen sosiologin Rob Shieldsin (1992) mukaan kauppakeskuksista ja vastaavista ostosympäristöistä on kehittynyt entisaikojen markkinapaikkojen kaltaisia seurallisuuden näyttämöitä, joihin ihmisiä yhteen kokoavat tapahtumat kaupungeissa yhä vahvemmin keskittyvät. Siinä missä sodanjälkeisen ”vakavuuden tyrannian” (Shields 1996b: 83; ks. myös Hannigan 1998: 33–48) vuosikymmeninä kaupunkisuunnittelua ohjasi pakkomielle vapaamuotoisen yhdessäolon rajoittumisesta kodin yksityisyyteen, kaupankäynti on löytänyt tiensä takaisin *sosiaalisen keskeisyyden*, ihmisten kehollisessa läsnäolossa tuotetun yhteisöllisyyden kokemuksen, ytimeen (Lefebvre 1975; sit. Shields 1992: 103–105; 1996b: 86). Kriittisten tutkijoiden mukaan väitteeseen sisältyy kuitenkin räikeä ristiriita. On arvosteltu Harveyn (1989) näkemysten hengessä etenkin sitä, että ”elävän” kaupunkiyhteisöllisyyden tuottaminen perustuu nykyisissä ostosparatiiseissa keskiluokkaista elämäntyyliä häiritsevien epämiellyttävyyksien ja ei-toivottujen ihmisryhmien poissulkemiseen (Sibley 1995: xi–xii; Haarni 1997: 56; Ellin 1996: 150; Mitchell 2000: 129–139). Sosiaaliset erot, köyhyys, pahoinvointi, rikollisuus ja muut urbaanit ongelmat, vastakulttuuriset ilmiöt ja jopa hyväntekeväisyyskampanjat ovat häiriötekijöitä ja imagohaittoja, jotka eivät näytä kuuluvan jälkimodernin urbanismin gentrifoiduille kulutusnäyttämöille (esim. Berman 1990; Goss 1993). Esimerkiksi kauppakeskusten ja historiallisen torielämän vastaavuuksissa on kriitikkojen mukaan kyse ainoastaan markkinointitarkoituksessa hyödynnetystä urbaanista nostalgiaasta, jatkuvan valvonnan avulla ylläpidetyistä säröttömän yhdessäolon ja yhteisöllisyyden unelmakuvista (esim. Judd 1995).

Olivatpa kauppakeskukset kuinka ”kesytettyjä” sosiaalisia tiloja hyvänsä, on niistä eri maissa tehtyjen tutkimusten valossa kehittynyt useille käyttäjärühmille tärkeitä ajanvietto- ja kohtaamispaikkoja (Hopkins 1991; Lehtonen & Mäenpää 1997; Jackson 1998; Vanderbeck & Johnson 2000). On lisäksi oleellista korostaa, että pyrkimys (puoli)julkisen tilan elävöittämiseen ei ole koskenut viime vuosikymmeninä ainoastaan paljon analysoituja kauppakeskuksia, vaan leimannut yleisemminkin kaupunkien kehitystä. Ympäristön elävyydestä ja virikkeellisyydestä on kehkeytynyt keinoja, joilla erityyppiset ja -kokoiset, niin esikaupunkialueilla kuin keskustoissakin sijaitsevat kohteet kilpailevat kuluttajien rahoista ja suosioista (esim. Crawford 1992; Short 1996: 452–460; Miller ym. 1998). Kaupunkitilan tarkoituksellinen elävöittäminen – vastaiskuna modernin kaupunkisuunnittelun funktionaalille ihanteille – on ilmenismuodoiltaan hyvin moninainen ilmiö. Suomalaisiinkin kaupunkeihin ovat tuoneet viime vuosina uudentyyppeistä ”city-henkisyyttä” paitsi amerikkalaistyyppiset kauppakeskukset, myös tyyliltään ”eurooppalaiset” kävelykadut, sisäpihat, kahvilat ja kulttuuritapahtumat (Mäenpää 1993; Isokangas ym. 2000). Avaan seuraavaksi näköalan suomalaisen kaupunkikehityksen lähihistoriaan tarkastelemalla Oulun ydinkeskustassa sijaitsevan kävelykatu Rotuaarin kehittämistä elävän kaupunkikulttuurin näyttämönä.

Kaupunkitilan elävöittäminen oululaisella kävelykadulla

Oululaisen kaupunkikulttuurin ylpeydenaihe, kävelykatu Rotuaari, on nykyisellään kahdesta risteävästä katuosuudesta muodostuva alue, joka yhdistää kaupungin keskustakorttelit kauppatoriin meren rannalla (kuva 1). Oulun ydinkeskusta on kokenut monia näkyviä muutoksia vuonna 1987 pysyvästi avatun kävelykadun myötä. Autoilun kieltäminen, uudet tyylitellyt penkit ja katulamput, nopakivetys, rakennusten julkisivujen restauroiminen, kesäiset kukka-asetelmat, esiintymislava, kävelykatuaukion keskellä sijaitseva, kaupungin uudeksi keskipisteeksi usein mainittu (esim. Myllylä 1989: 16) porraspylväikkö sekä monet muut kansainväliseen kävelykatukonseptiin kuuluvat yksityiskohtat (ks. Heikkilä ym. 1996) ovat eittämättä ”gentrifioineet” keskusta-alueen ilmettä. Nämä, samoin kuin Rotuaaria ympäröiviin kortteleihin rakennetut lasikatetut sisäpihat, kulkuväylien puhkominen liike-tiloja yhdistämään sekä muut kauppakeskusmaiset fyysiset muutokset ovat edustaneet irtiottoa modernin kaupunkitilan tiukasta funktionaalisuudesta.



Kuva 1. Kävelykatu Rotuaari Oulun keskustassa.

Figure 1. The pedestrian street Rotuaari in the centre of Oulu.

Kuitenkin kävelykadun kehittäminen nimenomaan *sosiaalisena tilana* avaa aivan erityisen kiinnostavia näkökulmia jälkimoderniin muutokseen suurista metropoleista varsin huomattavasti poikkeavassa suomalaisessa kaupunkikontekstissa. Yhden tärkeän esikuvansa, Kööpenhaminan Strøgetin tavoin oululaisen kävelykadun kehittämisessä on nimittäin panostettu fyysisten muutosten ohella voimaperäisesti ja usein kekseliäästikin ”elämään rakennusten välissä”, ihmisten ympäristöään kohtaan osoittaman välinpitämättömyyden voittamiseen (Gehl 2001; ks. Strøgetin vaikutuksesta pohjoismaiseen kaupunkikulttuuriin: Andersson 1993: 92).

Analyysini alueen kehittämissyrkimyksistä perustuu *Oulu-lehdessä* vuosina 1987–2000 ilmestyneisiin kirjoituksiin ja mainoksiin (ks. myös Vuolteenaho 1999, 2001: 77–101). Mikrofilmille tallennettua aineistoa tulkitessani olen käsitellyt systemaattisesti vuosien 1987, 1988, 1992, 1996 ja 2000 osalta kaikki kahdesti viikossa ilmestyneen *Oulu-lehden* numerot ja näiden väliin jäävien vuosien osalta kesällä (touko–syyskuussa) ilmestyneet numerot. Kiinnostavimpien ajankohtien osalta olen lisäksi hyödyntänyt Rotuaarin kehittämiseen liittyviä kirjoituksia sanomalehti *Kalevasta* ja muista, tutkimusajankohtana *Oulu-lehteä* epäsäännöllisemmin ilmestyneistä ilmaisjakelulehdistä.

Jo aineistonvalintani tähdentää sitä, että olen kiinnostunut kävelykatu Rotuaarista jälkimodernin muutoksen paikallisena näyteikkunana. Etsin paikallislehdistä erilaisia ajallisesti vaihtelevia *elävöittämisdiskursseja* – kävelykadun kehittämisajattelua ja -puhetta ohjanneita tapoja (ks. Foucault 1974 diskurssin käsitteestä), joiden kautta alueesta on pyritty tuottamaan muus-

ta kaupunkiympäristöstä ja ydinkeskustan aiemasta ilmeestä elävyydellään erottuvaa katutilaa. Lehtiaineistoa analysoidessani olen kiinnittänyt huomiota paitsi kävelykadun fyysisten ja toiminnallisten muutosten kuvauksiin, myös aineistossa toistuviin, katutilan tosiasiallisia ja potentiaalisia käyttäjiä ja kohdeyleisöjä koskeviin esittämistapoihin. Kuten seuraava katkelma erään kauppiaan *Oulu-lehdessä* julkaistusta kirjoituksesta ”Olohuoneemme Rotuaari” ilmentää, ”kaupungin kuuluisimman kadun” on nähty uudistaneen olennaisesti Oulun keskustan ilmettä ja paikallisten ihmisten suhtautumista siihen:

Olemme juuri oppineet, mikä merkitys toimivalla kävelykadulla on koko paikkakunnalle, ydinkeskustasta puhumattakaan. Rotuaari on ollut todellinen imago-katu tälle kaupungille: elävä, viihdyttävä, mielihyvää tarjoava, persoonallinen, kutsuva – sanalla sanoen: ainakin meille kauppiaille ylpeydenaihe. Tuskin erehdyn jos laajennan mairesanat koskemaan suurinta osaa oululaisista. (OL 2000: 6)

Oulun kävelykadun historia kytkeytyy erottamattomasti paikallisen liike-elämän ja kaupunkisuunnittelijoiden pyrkimykseen kehittää keskusta-alueita viihtyisänä, kaupunkilaisia ja vierailijoita houkuttelevana ympäristönä. Yrittäjien etuja on ajanut etenkin keskustan kauppiaiden yhteenliittymä Oulun Liikekeskus ry. ja sen idearikkaana toiminnanjohtajana vuoden 1997 syksyyn asti toiminut Hemmo Kuuranhalla, aiemmin muun muassa valtakunnallisen iltapäivälehdien lööppisuunnittelijana ja *Oulu-lehden* toimittajana ansioitunut ”maan johtava kävelykatuekspertti” (OL 1995a: 7). Utterat paikalliset ponnistelut kävelykadun eteen eivät kuitenkaan

tarkoita, että alueen kehittäminen olisi tapahtunut irrallaan laajemmista kaupunki- ja kultuskulttuurisista trendeistä. Päinvastoin, muualta omaksuttujen, paikallisesta näkökulmasta uudenlaista ”kansainvälisyyttä” edustavien ja osin myös kauppa-konseptia jäljittelevien elementtien tuottaminen oululaiseen katukuvaan on ollut tietoinen osa Rotuaarin elävöittämistä. Erinomaisen paljastavaa on vaikkapa se, että vuonna 1992 *Oulu-lehdessä* kerrottiin kävelykadun kehittäjien käyneen etsimässä ”seminaarimatkoillaan” ideoita lähes 20 ulkomaisessa kaupunkikohteessa: Tukholmassa, Göteborgissa, Kööpenhaminassa, Oslossa, Frankfurtissa, Kölnissä, Düsseldorfissa, Berliinissä, Pariisissa, Amsterdamissa, Brysselissä, Lontoossa, Milanossa, Zürichissä, Torontossa, Ottawassa ja Minnesotassa [sic] (OL 1992a: 6).

Ei siis ole sattumaa, että aineistostani aukeavat julkisen taiteen suosimiseen, katutilan karnevalisointiin, paikallisyhteisöllisyyden ja -historian tuottamiseen sekä katutilan kaupalliseen hyödyntämiseen liittyvät elävöittämisdiskurssit (taulukko 2) edustavat ahkerasti kierrätettyä keinovali-

koimaa maailmalla viime vuosikymmeninä toteutetuissa kaupunki-uudistuksissa. Muualta omaksuttujen ideoiden hyödyntämisestä huolimatta oululaisen kävelykadun kehittämiseen liittyy silti myös piirteitä, joita ei ole juurikaan käsitelty suurista linjoista kiinnostuneessa tutkimuskirjallisuudessa. Erityisen kiinnostavaksi Rotuaarin menestystarinan tekee metropoliluokkaa pienempien kaupunkiseutujen kannalta se, että tiettyjä sen historian omaleimaisuuksia näyttäisi osaltaan selittävän Oulun suhteellisen kapea väestöpohja. Rotuaarin kehittämisessä sosiaalisesti elävänä katutilana on ollut ainakin osin kyse välttämättömyydestä: koska suunnitelmassa eläteltyä ”todellisen kauppa-kukun” rakentamista ydinkeskustaan ei ole katsottu taloudellisesti mahdolliseksi, alueen kehittämistä ovat leimanneet uupumattomat pyrkimykset ihastuttaa oululaiset uuteen kävelykatuun erilaisia tapahtumia ja ihmisten omaa spontaania toimintaa synnyttämällä. Etenkin 1990-luvun jälkipuolelta asti, ennen toiminnanjohtaja Kuuranhallan siirtymistä eläkkeelle, hyvin tärkeä asema Rotuaarin elävöittämisdiskursseissa oli paikallisella

Diskurssi / Discourse	Keskeiset teemat ja kohdeyleisöt / Central themes and target audiences	Ajallinen painopiste / Temporal focus
Katutaide / Street art	Taidenautintojen ja viihtymisen tila (konserteissa kävijät, fanit ym.) / <i>Space for aesthetic experiences and enjoyment (concert goers, fans, etc.)</i> Taiteen tukija (korkeakulttuurin tuntijat) / <i>Patron of art (connoisseurs)</i> Populaari opastaja taiteen saloihin (tavalliset oululaiset) / <i>Popular instructor into the secrets of art (ordinary people of Oulu)</i> Taidetta koskevien kiistojen areena (ihailijat/arvostelijat) / <i>Arena for conflicting interpretations of art (admirers/critics)</i>	1987–1991 (koskien erityisesti veistostaidetta / <i>regarding especially sculpture art</i>)
Karnevalismi / Carnivalism	Massatapahtumien näyttämö (juhlijoiden joukko) / <i>Scene for mass gatherings (crowd of celebrators)</i> Matkailun vetonaula (turistit, ulkopaikkakuntalaiset) / <i>Tourist attraction (tourists, non-locals)</i> Kunnollisuutta koskevien kiistojen areena (vapaamieliset/paheksujat) / <i>Arena for disputes over properness (libertines/reproachers)</i>	1990–1997
Yhteisöllisyys / Community-centredness	Julkinen olohuone (kaikki oululaiset) / <i>Public living-room (all people of Oulu)</i> Paikallisperinteen vaalija ja elvyttäjä (oululaiset, kiinnostuneet vierailijat) / <i>Reserve and re-vitalizer of local heritage (people of Oulu, interested visitors)</i> Esittäytymisen näyttämö (alakulttuurit, yhdistykset, seurat ym.) / <i>Stage for display (subcultures, associations, teams, etc.)</i> Osallistumisen foorumi (äänestäjät, aktivistit, mielenosoittajat) / <i>Forum for participation (voters, activists, protestors)</i>	1987–
Kaupallisuus / Commercialism	Ostosparatiisin sisäänkäynti (vaativat kuluttajat & turistit) / <i>Entrance into a shopping paradise (demanding consumers & tourists)</i> Tavallinen ostoskatu (tyypilliset ostoksilla kävijät) / <i>Ordinary shopping street (normal shoppers)</i> ”Todellinen kauppa-keskus” (Oulun tulevat sukupolvet) / <i>”Real shopping mall” (future generations of Oulu)</i>	1987–1991 1997–

Taulukko 2. Neljä julkisen tilan elävöittämisdiskurssia Oulun kävelykadulla.
Table 2. The four discourses of enlivening public space on Oulu's pedestrian street.

medialla. Kyse oli markkinointistrategiasta, jossa tiedotusvälineet valjastettiin esittelemään kävelykatua ”pohjoisilla leveysasteilla” ennennäkemättömän elävänä katunäyttämönä, jonka uutuuksiin ja tapahtumiin oli lähestulkoon mahdotonta suhtautua välinpitämättömästi.

Millaisia elävän kaupunkitilan tuottamiseen liittyviä diskursseja Rotuaarin elinkaaren aikana ilmestyneistä paikallislehdistä avautuu? Entä mitä eroja ja yhtäläisyyksiä Rotuaarin elävöittämisdiskurssit ilmentävät suhteessa katettuihin kauppa-keskuksiin, jälkimodernin urbanismin ehkä näkyvimpään kehittämiskonseptiin?

Katutaideiskurssi

Julkisten muistomerkkien ja taiteen avulla on tuotettu kaupungeissa kautta historian yhteisöllisyyttä lujittavaa ”monumentaalista tilaa” (Lefebvre 1991: 221–227). Uudessa jälkimodernissa kontekstissa eri taidemuotojen näkyvyys julkisessa kaupunkitilassa ja kauppakeskuksissa on kuitenkin liitetty enemmänkin elegantin ulkoisen imagon ja näyttävien spektaakkeliin tuottamiseen. Myös Rotuaarin elävöittämisessä tällä katutaideiskurssilla on ollut näkyvä rooli. Etenkin alkuvuosina – nousukauden aikaan 1980- ja 1990-lukujen vaihteen molemmin puolin – alueesta rakennettiin ”korkean profiilin” ostoskatua nimenomaan veistostaiteen avulla. Sarja taidenäyttelyitä käynnistettiin heinäkuussa 1987 kävelykadun avajaisissa, jolloin ”mannermaiselle” Rotuaarille avattiin ”kesän merkittävin veistosnäyttelykatu”. Kadulle oli tuotu parisensymmentä veistosta, joiden saloihin paikallisen taidemuseon asiantuntijat opastivat matkailijoita ja ”tavallisia kaupunkilaisia”. Vastaavanlaisia, valtaosin nykytaiteeseen keskittyneitä näyttelyitä toteutettiin kävelykadulla myös kesinä 1989 ja 1991. Yritykset tuoda taide gallerioista kadulle keräsivät huomiota muuallakin: Suomen kuvanveistäjäliitto myönsi vuonna 1991 kaupungin veistoskadulle kansallisen Pro Sculptura -palkinnon. Katutaiteen oululaisilta saama huomio ei kuitenkaan ollut pelkästään myönteistä. Kuten ”Kadunvarrella asuvan miehen” puheenvuoro *Oulu-lehdessä* paljastaa, monet suhtautuivat kävelykatuun ja sen taidepyrintöihin epäillen:

Ostin Kirkkokadulta osakkeen ennen kuin siinä mitään Rotuaari-nimistä paikkaa olikaan. Oli väärin rakentaa mitään Rotuaaria keskustaan, missä joudutaan asumaan. Eihän autoja ja pyöriä voi kantamalla kotiin kuljettaa. Lisäksi [Rotu]aarilla on liikaa melua ja aivan alakanttiin taidetta, suoranaista roskaa. Paljon parempaa taidetta vetää kaupunginohan puhdistajat siivotessaan oja. Laittakaa Rotuaari vaikka Torinrantaan tai Pakkalan kentälle [urheilukenttä keskustan läheisyydes-

sä]. Siellähän sitä sirkusta muutenkin pidetään... (OL 1989a: 12)

Erityisen kiinnostavaksi alkuvuosien yritykset toimia ”taiteen estradina ja mesenaattina” (OL 1988a: 3) tekevät tavat, joilla paikalliset suhtautuivat katunäyttelyihin ja joiden pohjalta Rotuaarin kehittäjät puolestaan kasvattivat entisestään kävelykadun saamaa huomiota tiedotusvälineissä. Katua alettiin markkinoida taidetta koskevien mielipide-erojen kautta. Paikallislehdissä raportoitiin toistuvasti, kuinka katutaide koetteli milloin yksittäisten kaupunkilaisten, milloin kaupungin viranomaisten sietokykyä. Ilkivallan ja etenkin liiallisen abstrakteina tai sokeeraavina pidettyjen teosten aiheuttaman närkästyksen seurauksena Rotuaarilla ryhdyttiin panostamaan myös populaarimpaan katutaiteeseen, mikä puolestaan ärsytti monia ”elitistisen” taiteen ystäviä. Rotuaarista kehkeytyi nopeasti julkiseen tilaan soveltuva ”oikeanlaista” taidetta koskevien kiistojen näyttämö. Huomion kerääminen katutaiteen saaman ristiriitaisen vastaanoton kautta oli ilmeisen tarkoituksellista. Oli pa julkisuus kielteistä tai myönteistä, pääasia nähti olevan välinpitämättömyyden voittaminen uusia kävelykatuun liittyviä puheenaiheita synnyttämällä. Erityisesti se, että taiteen herättämiä kiistoja kommentoitiin alituisen paikallisessa, valtakunnallisessa ja joskus jopa ulkomaisessa mediasa, oli omiaan kasvattamaan Rotuaarin mainetta värikkäänä katutilana, jossa tapahtui ja oli paljon nähtävää (kuva 2).

Yksi ikimuistettava tapahtumasarja kävelykadun alkuvuosina oli kesällä 1989 toteutettu veistosnäyttely ja sitä seuranneet tapahtumat. Näyttely ärsytti ja vihastutti monia, sillä osa nuorten suomalaisten nykytaiteilijoiden töistä (kuten mallinukeista rakennettu, toisiinsa kietoutuneita verisiä ihmishahmoja esittänyt *Sairaalaosasto*-installaatio) oli hyvin sokeeraavia. Äänekkään arvostelun seurauksena koottiin uusi näyttely, johon kaupunkilaiset saivat rakentaa ”omia parempia veistoksiaan” (OL 1989b: 1). Kehittäjien ideoiman populaarin tempauksen seurauksena kiisteltiin vuorostaan kadulle tuodun ”kansantaiteen” taiteellisesta arvosta. Rotuaarin kauppiaat hyödynsivät tätäkin kiistelyä, järjestäen *Oulu-lehdessä* jopa ”kiistaveistosten” sopivinta sijoituspaikkaa koskevan ”kansanäänestyksen”. Uusi skandaalinkäryinen käänne seurasi, kun syksyllä 1989 tuli tieto Neuvostoliiton presidentti Mihail Gorbatšovin yllätysvierailusta Ouluun. Rotuaarin kehittäjät reagoivat jälleen nopeasti: kävelykatu päätettiin koristella vieraan kunniaksi neuvostoaiheiseksi Rotuaari Prospektiksi (OL 1989c: 4). Viranomaiset kielsivät kuitenkin tämän spontaanin spektaakkelin ja komensivat lisäksi siivoa-



Kuva 2. Lehtileikekollaasi Oulu-lehden artikkeleista vuosilta 1987–1989, jolloin Oulun kävelykadun kehittämisessä panostettiin veistostaiteen näkyvyyteen. Figure 2. A collage of newspaper clippings from the articles in Oulu-lehti in 1987–1989, when the developing efforts of Oulu's pedestrian street were focused on the visibility of sculpture art.

maan ”kuvainpölvontaa ja epätaidetta” (OL 1989d: 4) edustaneet veistokset pois kadulta Gorbatšovin näkyviltä. Jopa kansainvälinen uutiskynnys ylitettiin, kun eräs veistoksista, presidentti Kekkonen esittävä patsas tuhoutui siirron aikana (kuva 2).

Huolimatta siitä, että katutaiteen herättämä huomio oli usein ristiriitaista, alituinen läsnäolo mediassa lisäsi luonnollisesti ihmisten tietoisuutta ja mielenkiintoa kävelykatua kohtaan. Edellä kuvatun kaltaiset tapahtumat siivittivät Rotuaarin mainetta erinäisten ”oululaisten omituisuuksien” näyttämönä, ei niinkään alkuperäisten tavoitteiden mukaisena hienostuneena ostoskatuna. Katutilan elävöityä tuotettiin alkuvuosina erityisen aktiivisesti nimenomaan taiteen avulla. Katutaiteen avulla rikottiin tavanomaisen arjen rajoja, synnyttiin puheenaiteita ja saatiin ihmi-

set liikkeelle. Lefebvreläistä käsitettä soveltaen kyse oli oleellisesti juuri median välityksellä tuotetusta ”sosiaalisesta keskeisyydestä” (sit. Shields 1992: 103–105): oli saavuttava tapahtumien keskipisteeseen nähdäkseen, mistä lehdissä ja kaupungilla puhuttiin. Alussa tärkeä veistostapahtumien järjestäminen hiipui kuitenkin vuoden 1991 katunäyttelyn jälkeen, mihin pääsimmäisenä syynä oli kaupungilta saadun taloudellisen tuen loppuminen. Katutaideediskurssi ja erityisesti veistostaide väistyivät kehittämissyrkimyksissä syrjemälle talouden laskusuhdanteen myötä. Tämä ei kuitenkaan merkinnyt kaupunkilaisille tarjottujen puheenaiteiden ehtymistä, vaan johti uudentyypisiin, ajankohdan yhteiskunnallisiin muutoksiin kiinteästi liittyneisiin painotuksiin Rotuaarin elävöittämisiksi.

Karnevaalidiskurssi

Erityisen voimakkaaksi 1990-luvun alkupuoliskolla nousutta kehityslinjaa Rotuaarin historiassa on osuvinta nimittää *karnevaalidiskurssiksi*. Suomessa elettiin ”eurooppalaistumisen”, tiukan alkoholi-poliittisen holhouksen höllentämisen ja terassikulttuurin nousun aikaa (esim. Ruoppila & Cantell 2000). Myöhäiskeskiajan ja renessanssin karnevaalielämää ja siihen liittyntä maailmankuvaa tutkineeseen kielifilosofi Mihail Bahtiniin (1996) tuke-tuen voi väittää, että oli käsillä otollinen kulttuuri-nen murrosaika arjen ja normaaliuden rajoja rikko-vien ilmiöiden hetkellisille ryöpsähdyksille. Kuten samanaikaisesti monissa muissa suomalaisissa kau-pungeissa (esim. Mäenpää 1993; Terho 2002), Oul-lussakin ryhdyttiin panostamaan suuria väkijouk-koja keräävien katutapahtumien järjestämiseen. Rotuaarin kehittäjät alkoivat lietsoa oululaiseen ka-tuelämään ”ripausta hulluutta” ja osallistuivat usein itsekkin eräänlaisina ”karnevaalikuninkaina” kat-tilan tavanomaisen järjestyksen ylösalaisin kääntä-neisiin tempauksiin. Medialla oli sosiaalisen keskei-syyden provosoinnissa jälleen tärkeä asema. *Oulu-lehdessä* ja muissa paikallislehdissä luotiin aktiivi-sesti mielikuvaa erikoisuuksien ja riehakkaan juhla-humun näyttämöstä esimerkiksi seuraavaan tapaan: “Kaupasta putkahti kadulle lauma zuluja, meno oli kuin suoraan viidakosta, rummut kumisivat ja ba-naanit lensivät.” (OL 1990: 9)

Rotuaarin massatapahtumat alkoivat lisääntyä lukumäärältään ja kasvaa kooltaan, houkutellen kaupunkiin myös vuosi vuodelta enemmän mat-kailijoita. Huippukautena, 1990-luvun puolivälin molemmiin puoliin, Rotuaarilla järjestettiin jopa yli 150 erilaista tapahtumaa vuodessa, joista massii-visimmat keräsivät kymmeniätuhansia osallistujia. Tiedotusvälineissä raportoitiin kesä toisensa pe-rään aiempien yleisöennätysten rikkoontumisesta. Oululaiseen katuelämään löi leimansa monen-kirjjava sekoitus korkea- ja populaarikulttuurisia teematapahtumia. Erottamaton osa ajan karnevaali-diskurssia oli, että megatähtivierailuja, konsertte-ja, Taiteiden öitä, ”etnisen” ruuan ympärille raken-nettuja tapahtumia, Valkosipuliöitä, ”rotusäärille”, ”viskisiepoille” ja ”karmeille röyhtäisyyille” järjes-tettyjä kilpailuja ja muita Rotuaarin tapahtumia kommentoitiin julkisuudessa superlatiiveja sääs-tämättä. Ainakin paikallislehtien perusteella vai-kuttaa siltä, että lama-ajan oululainen katuelämä joskus todellakin ravisteli vakiintuneita käyttäyty-miskoodeja ja kulttuurisia hierarkioita. Valloilleen päästetty karnevalismi ei jäänyt Rotuaarilla pelkäs-tään sisällyksettömiksi rituaaleiksi, mistä entisai-kojen torielämää jäljitteleviä kaupakeskuksia on usein arvosteltu (esim. Judd 1995: 147–148). Tästä

todistaa erityisesti vähitellen yhä äänekkäämmäk-si käynyt paheksunta paikallislehdissä.

Kulttuurintutkijat Peter Stallybrass ja Allon White (1986) ovat todenneet, että länsimaiselle kulttuurille on leimallista kahtiajakautunut suhtau-tuminen karnevalismiin ja muihin symbolisiin rajan-ylityksiin. Arjen normaaliuden ylittäviin jaettuihin tilakokemuksiin tunnetaan yhtäältä vetoa, toisaal-ta niitä halveksutaan järjestyksen, rationaalisuuden ja moraalisen kunnollisuuden nimissä. Oulusa nämä ristiriitaiset suhtautumistavat esittäytyivät 1990-luvulla usein kärjekkäänäkin mielipiteenvaihto-na paikallislehtien palstoilla, mikä takasi kävely-kadun pysymisen puheenaiheena. Vuosikymmenen puoliväliin tultaessa yhä äänekkäämmäksi alkoi nousta näkökanta, jossa keskikaupungin tapahtu-mia arvosteltiin muun muassa tilanahtaudesta, sii-vottomuudesta, katutilan ”normaalin” käytön estä-misestä, ”yömyöhään jatkuvan hillittömän menon” ja musiikitapahtumien aiheuttamista meluhäiriöistä, ”kännisten aikuisten” ja nuorisoporukoiden ”jul-kijuopottelusta” sekä ylipäätään kielteisestä vaiku-tuksesta Oulun kaupunkikuvaan (esim. OL 1992b: 7; 1995b: 4; 1997: 2). Niinpä esimerkiksi Rotuaarin ohjelmistoon vuonna 1995 otetut Weindorf-juh-lat esiteltiin kaupungin uutta virallista kehittä-mispolitiikkaa (ks. myös Oulupolis... 1999: 134–135) toteuttavana oppituntina kultvoidumpaan kansainvälisyyteen. Arvostelijat nimesivät ”Skandinavian ensimmäisen viinikyläfestivaalin” kuiten-kin nopeasti ”Schweindorfiksi” (Sikakyläksi), sil-lä juhlien yleisilme ei heidän mielestään poiken-nut paljoakaan Rotuaarin aiemmista, kyseenalais-ta mainetta niittäneistä katukarnevaaleista. Jatku-vien konfliktien myötä karnevalismi alkoiakin muu-taman vuoden kukoistuksen jälkeen seestyä 1990-luvun jälkipuoliskolla (ks. Terho 2002: 322 katuta-pahtumien elinkaaresta). Tärkeä käännekohta Ro-tuaarin katuelämän muutoksessa oli se, että pää-vastuu paikalliselle matkailuelinkeinolle tärkeiksi nousseiden suurten ulkoilmatapahtumien järjestä-misestä siirtyi vuonna 1998 läheiselle kauppatoril-le (esim. OL 1998: 2). Kävelykatu ei ole lakannut toimimasta kaupunkitapahtumien näyttämönä, mut-ta sen karnevalistinen luonne on kesyynyt. Ro-tuaari on kytketty yhä kiinteämmin osaksi laajem-paa, torille ulottuvaa kävelypainotteista vyöhyket-tä, jonka markkinoinnissa on alettu korostaa enem-mänkin alueen luonnetta paikallishistoriaan kiinnit-tyvänä tilana ja turisteja ja paikallisia houkuttava-na korkealuokkaisena ostosympäristönä.

Yhteisödiskurssi

Kolmas, sanomalehtiaineistossani koko Rotuaarin elinkaaren ajan näkyvässä asemassa ollut elävöit-

tämisdiskurssi liittyy muita diskursseja suoremmin Rotuaarin kehittämiseen yhteisöllisenä ja paikallis-historiaan ankkuroituneena tilana. Jo alueen nimeäminen yleisökilpailun perusteella vuonna 1987 oli kädenojennus nimenomaan paikallisperinteelle – onhan *rotuaari*-sana miltei unohtumaan päässyt oululainen murrekielinen väänös ranskan jalkakäytävää tarkoittavasta sanasta *trottoir*. *Yhteisödiskurssi* on säilynyt elinvoimaisena kävelykadun myöhemmissäkin vaiheissa, riippumatta siitä mihin alueen kehittämisessä on muuten panostettu.

Kävelykatua on iskostettu kaupunkilaisten mieliin ”oululaisten olohuoneena”, paikallisyhteisöä yhteen kokoavana ja sosiaalisesti sekoittuneena esittäytymis-, kohtamis- ja oleskelupaikkana (kuva 3). Rotuaarilla on järjestetty vuosittain kymmeniä eri tavoin paikallisuuteen liittyviä, eri ikäryhmille suunnattuja tapahtumia. Osansa ohjelmistossa ovat saaneet niin tiernapoikien laulukilpailut, Santa Lucian kruunaamiset, keskusta-alueen kehittämisessä ansioituneen ”rotuaarin” vuosittainen palkitseminen, maakunnan tuotteille tarkoitettut sadonkorjuujuhlat, katuristikko- ja katušakkikilpailut, paikallisten ylioppilaiden yhteiskukitus, lemmikkieläinten kauneuskilpailut sekä etenkin lama-aikana suosittu (eri ryhmille ja alakulttuureille suunnattu) kirpputoripäivät. Erityisesti alkuvuosina näkyviä olivat myös yritykset juurruttaa oululaiseen katukuvaan muualta jäljitelyjä perinteitä – kuten kokeiluasteelle jäänyt oululaisversiota Lontoon Hyde Parkin kaikille avoimesta puhujanpöntöstä sekä ”niin Oulun kaupungin asiat kuin lady Sarahin äitiyden tilan” tietävää, myyntikärryineen kadulla kiertelevää puheliasta ”lehtimummoa” (OL 1988b: 6). Osa ”uusista perinteistä” on jäänyt pysyvästi kävelykadun ohjelmistoon, toiset taas unohtuneet vuosien kuluessa.

Rotuaarin identiteettiä ”koko kaupungin peilinä” ja ”helposti lähestyttävänä” katutilana on siis olennaisesti rakentanut pyrkimys taata paikallisyhteisön monille äänille sija katutaiteen, karnevalistisen juhinnan ja kaupallisen toiminnan rinnalla. On totta, että myös kadulla esiintynyt ilkeä, järjestyshäiriöt ja katutilan valvonta ovat puuttaneet aika ajoin paikallisessa mediassa. Kuitenkin lehtiaineiston perusteella vaikuttaa vahvasti siltä, ettei turvallisuuteen ja ainoastaan keskiluokkisiin perhearvoihin vetoaminen ole Rotuaarin tapauksessa saavuttanut monopoliasemaa yhteisöllisyyden ”kollektiivisten unelmien” tuottamisessa (vrt. Goss 1999 minnesotalaisen Mall of America -kauppakeskuksen osalta). Yhdestä empaattisesta eleestä yhteiskunnan huono-osaisten suuntaan käy esimerkiksi se, että paikallisille työttömille tarjottiin joskus Rotuaarin kirpputoripäivinä 1990-luvun lama-ajan hengessä ”ilmainen, pitkä pöytä tulla kierrättämään tavaraa” (OL 1992c: 5). Rotuaarin avointa ja moniäänistä luonnetta sosiaalisena tilana osoittaa erityisesti se, että ainakin monien pohjoisamerikkalaisten kauppakeskusten karsastamilla potentiaalisilla konfliktien aiheilla (Goss 1993; Judd 1995), kuten mielenosoituksilla, hyväntekeväisyystapahtumilla, vaihtoehtoisella kaupankäynnillä ja jopa antikaupallisilla mielenilmauksilla, on ollut oma näkyvä asemansa kävelykadun tapahtumien joukossa.

Yhteisöllisen moniäänisyyden taustalla on tulkintani mukaan Rotuaarin tapauksessa vaikuttanut oleellisesti kolme kontekstuaalista tekijää: (1) suomalaisen yhteiskunnan ja hyvinvointivaltion jyrkkiä sosiaalisia erontekoja kaihtava perinne; (2) yhteiskunnan ja kaupunkien kehitystä Suomessa 1980- ja erityisesti 1990-luvulla luonnehtinut kulttuurisen avautumisen ilmapiiri (esim. Alasutari 1996; Ruopila & Cantell 2000) sekä



Kuva 3. Väenpaljoutta Rotuaarin keskusaukiolla (Kuva: Janne Kekonen 07/99).
Figure 3. Crowding in the central square of Rotuaari (Photo: Janne Kekonen 07/99).

(3) se paikallisten kehittäjien oivallus, että sosiaalista keskeisyyttä sykkivän kaupunkitilan synnyttäminen edellyttää Oulun kokoisessa kaupungissa mahdollisimman monien ja erilaisten ihmisten houkuttelemista kävelykadulle. Myös ”tavallisten kaupunkilaisten” tutustuttaminen taiteeseen (katutaidekursssi) ja huomion kerääminen viljeläkin ideoita hyödyntäen (karnevaalidiskurssi) ovat osaltaan palvelleet päämäärää, jossa elävän katutilan tuottamisessa avainasemassa ovat olleet aluetta kansoittavat ja sen urbaaniin ilma- piiriin uteliaasti suhtautuvat ihmiset. Kävelykatu on myyty julkisuutta hyödyntäen osaksi oulu- laista identiteettiä yhtä aikaa yhteisöllisenä tilana ja lähellä sijaitsevana nähtävyytenä. Rotuaaria on markkinoitu ikään kuin paikallisen ja matkailullisen tilan yhteensulautumana, katunäyttämönä jossa ”oululainenkin luulee olevansa turisti” (OL 1991: 4) ja arjen rutiinit hetkeksi unohtaen nauttii Oulun pohjoisilla leveysasteilla harvinaislaatusesta urbaanista ilmapieristä.

Kauppakeskusdiskurssi

Oululaisissa paikallislehdissä on kirjoitettu paljon Rotuaarista paikallisyhteisön omakseen ottamana, vierailijoiden ihastelemana ja muiden suomalaisten kaupunkien kehittäjien kadehtimana elävän katukulttuurin näyttämönä. Vähemmän on sen sijaan korostettu Rotuaarin luonnetta kaupallisenä ostoskatuna (osittaisina poikkeuksina kuitenkin kävelykadun alkuvuodet, 1990-luvun lopulla alkanut talouden uusi nousukausi sekä tietysti aineistoni varsinaiset mainokset). Kävelykadun kehittäminen ei ole selvästikään perustunut yhtä estottomalle kaupallisudelle kuin Harvey (1989) kriittisessä jälkimodernismin tulkinnassaan esittää. Olisi kuitenkin sinisilmäistä lukea lehtiaineistoa pelkästään pyyteettömän yhteisöllisen kehittämisen näkökulmasta (ks. Goss 1993: 26). Ei ole epäilystäkään siitä, etteikö kävelykadun yhteisöllisten ponnistusten taustalla olisi vaikuttanut myös alueen taloudellisen vetovoiman kasvattaminen. Kannustimena ydinkeskustan ja Rotuaarin *kauppakeskusdiskurssissa* ovat toimineet jälkimodernille urbanismille hyvin tyypilliset, ydinkeskustojen kehittämiseen liittyvät päämäärät: keskikaupungin imagon ja matkailullisen houkuttavuuden parantaminen sekä kamppailu sitä uhkakuvaa vastaan, että paikallinen väestö ”karkaa” ostoksille keskustan ulkopuolisiin kohteisiin, kuten suuriin automarketteihin ja naapurikunta Kempeleen Zeppelin-kauppakeskukseen.

Suurempiakin yhteyksiä kauppakeskuskonseptin ja Rotuaarin kehittämissyrkimysten välillä on helppo löytää. Kävelykadun alkuvuosina, edellisen nousukauden aikaan kehittäjät pyrkivät rakenta-

maan kävelykadusta nimenomaan ”korkean profiilin” ostoskatua. Alueen kehittämissuhteissa on nyt monessa suhteessa palattu tähän alkuperäiseen kulutuskulttuuriseen lähtökohtaan. On myös muistettava, että samanaikaisesti kun kävelykatua on kehitetty taiteen, karnevalismin ja yhteisöllisyyden näyttämönä, ympäröivissä kortteleissa on toteutettu sisäpiha- ja sokkeloratkaisuja ja muita jälkimodernien kulutusmaaisemien muodikkaita tunnusmerkkejä. Suunnitelmissa on itse asiassa elätelty huomattavasti suurisuuntaisempiakin visioita ”todellisesta Rotuaarin kauppakeskuksesta”. Eräänä, aika ajoin paikallislehtiinkin kaupunkilaisten ihmeteltäväksi päätyneenä kehittämissuhteena on ollut kattaa koko alue, rakentaa jopa kävelykadusta ”Skandinavian suurin katettu ulkotila” ja ”Eiffeltornin veroinen maamerkki” (OL 1992d: 2). Vaikka kaikkein huimimmat suunnitelmat ovatkin jääneet utopiaksi, liiketoiminnallisesta näkökulmasta kävelykadun tehtävänä on ollut toimia ulkomailta haettujen esikuvien mukaisesti houkuttavana ”etupihana” ja ”sisäänkäyntinä” keskustan tavarataloihin, ravintoloihin ja erikoisliikkeisiin.

Se, että 1990-luvun lopulta alkaen on jälleen korostettu Rotuaarin luonnetta kaupallisena ostoskatuna, ilmentää talouden nousu- ja laskusuhdanteiden heijastumista alueen kehittämissyrkimyksiin. Ilmeistä onkin, että alueen ponnekas kehittäminen moniäänisenä sosiaalisena tilana on ollut osaltaan taloudellisten pakkojen sanelemaa. Erityisesti laman aikana taloudellisesta välttämättömyydestä tehtiin hyve: panostettiin suurten fyysisten investointien sijasta katutilan elävöittämiseen yhteisöllisenä näyttämönä. Oleellista Rotuaarin tarinassa on kuitenkin se, ettei sen sosiaalisesti avoin luonne näytä olleen ainakaan pitkällä aikavälillä ristiriidassa alueen kaupallisen vetovoiman kanssa. Kun tarkastelu ulotetaan kävelykadun koko elinkaareen, tilanne näyttää ennemminkin päinvastaiselta. Oulun ydinkeskustan Rotuaarin myötä saavuttamaa vetovoimaa ilmentävät monet viime vuosien mittavat investoinnit, kuten kävelykadulle vastikään avatut Stockmann-tavaratalo ja Sokos-ketjun ravintola- ja hotellikompleksi sekä osin jo käynnistyneet muutokset uusien katuosuuksien liittämisestä kävelykeskustaan (esim. Oulun kaupunki... 2004a) (kuva 1). Alue on saanut viime vuosina julkisuutta myös mobiililaitteita ja -palveluita kehittävän SmartRotuaari -projektin koeympäristönä. Vireillä on niin ikään suunnitelmia laajan maan alle louhittavan paikoitustilan rakentamisesta sekä keskeisten kävelykadun varrella sijaitsevien korttelien muuttamisesta ”yhtenäisiksi, monipuoliset sisäyhteydet tarjoaviksi kauppakeskukseksi” (Oulun kaupunki... 2004b; 2004c). Ainakin yhdysvaltalaiskaupungeista saatujen kokemusten

perusteella onkin ehkä pelättävissä, että ydinkeskustan kehittäminen liian yksipuolisesti vain kaupallisista ja liikenteellisistä lähtökohdista voi johtaa kävelykatualueen hyväksytyjen käyttötapojen tiukkenevaan valvontaan ja sosiaalisen moniäänisyyden vähenemiseen.

On tietysti mahdollista sanoa varmuudella, olisiko Oulun ydinkeskustan imagon uudistanut menestystarina toteutunut, mikäli Rotuaaria olisi alusta alkaen kehitetty vain kesytettynä, ”sisäsiistinä” kuluttamisen tilana, lyhytnäköisiä kaupallisia etuja ja ensisijassa varakkaita väestöryhmiä silmällä pitäen. Ajoittain villitkin – stereotyyppisen kauppakeskuskonseptin kannalta usein hyvinkin marginaaliset – ideat kävelykadun elävöittämisiksi ovat joka tapauksessa kantaneet sen hedelmän, että Rotuaarista on muodostunut keskeinen osa elävää paikallishistoriaa ja oululaista identiteettiä (ks. Vuolteenaho 2001: 120–129 oululaisten työttömien Rotuaariin liittämistä merkityksistä). Vaikka alueen elävöittämissyrkimykset ilmentävätkin jälkimodernia markkina-, imago- ja matkailulähtöisyyttä, ei sitä voi historiansa valossa syyttää sulkeutumisesta ”todelliselta kaupungilta” (vrt. Judd 1995: 148). Omaleimaisin, erityislaatuista identiteettiä ilmentävä piirre oululaisen kävelykadun tarinassa on ollut sen avoimuus sosiaalisille eroille, paikallisille erikoisuuksille ja kulttuuriseen muutokseen liittyville konfliktiteille.

Päätelmiä

Jälkimodernismi on länsimaista nykykulttuuria kuvaava käsite, jolle on vaikeaa löytää yhtä täsmällistä sisältöä. Kaupunkien kehitykseen jälkimodernin muutoksen vaikutukset ovat kuitenkin jossain määrin yksiselitteisimpiä. Tunnuksomaisia piirteitä uudelle urbaanille muutokselle ovat olleet markkinaohjautuvuuden korostuminen modernististen suunnitteluhanteiden sijaan sekä pyrkimykset vetovoimaisten imagojen, kulutusmahdollisuuksien ja kaupunkikulttuurisen elävyyden tuottamiseen. Yhtenä jälkimodernin urbanismin näkyvimmistä ilmiöistä on tutkimuskirjallisuudessa pidetty katettuja kaupakeskuksia. Ostoksilla käymisen rentoon vapaaajan viettoon yhdistävän kauppakeskuskonseptin vaikutukset koko kaupunkikehityksen dynamiikkaan ovat olleet huomattavat. Ne ovat toimineet ylläkkeinä myös kaupunkikeskustojen elävöittämiselle viihtymisen, kuluttamisen ja matkailun ympäristöinä. Samalla shoppailusta ja kuluttamisen tiloissa kiertelystä on tullut entistäkin suosittumpi kaupunkilainen ajanviettopa. On kuitenkin väitetty, että urbaanin kulutusmaiseman käynnissä ole-

va muutos synnyttää puolijulkista, muulle kaupunkielämälle ja erityisesti sen varjopuolille selkänää kääntävää tilaa. Erityisesti pohjoisamerikkalaisten kaupunkien nykykehityksessä on ongelmaksi nähty erilaisten sosiaalisten ryhmien, näkökulmien ja arvomaailmojen kohtaamisille rakentuvan, eroille ja moniäänisyydelle avoimen julkisen tilan häviäminen (esim. Berman 1990; Mitchell 1995).

Tarkastelemani kävelykatu Rotuaarin historia on tarjonnut erityisen empiirisen näkökulman jälkimoderniin urbanismiin ja sen paikallisiin erityispiirteisiin. Oululaisen ”citykulttuurin” näyttämön kautta on käynyt selväksi, ettei jälkimoderni muutos ole vain suurten metropolien ja muusta kaupungista erilleen rakennettujen viihtymisen saarekkeiden yksinoikeutta. Oulun ydinkeskustan kehittämisessä on panostettu ulkomailta saatujen esikuvien mukaisesti niin julkiseen taiteeseen, karnevalisointiin, paikallisyhteisöllisyyteen ja -historiaan kuin alueen kaupalliseen vetovoimaisuuteenkin. Nämä kehittämissyrkimykset ovat vaihdelleet ajallisesti, mutta myös tukeneet toisiaan yleisessä tavoitteessaan elävöittää ja herättää kiinnostusta katutilaan.

Toisaalta analyysini on osoittanut, että yleisistä trendeistä huolimatta urbaanin muutoksen ilmenemismuodot ovat väistämättä kontekstisidonnaisia: riippuvaisia niin kaupunkien koosta kuin erinäisistä taloudellisista, kulttuurisista, historiallisista, väestöllisistä ja muista paikallisista tekijöistä. Rotuaarin erityispiirteitä näyttäisivät selittävän suomalaisen yhteiskunnan tasa-arvoisuutta korostava perinne, kehittämissyrkimysten ajoittuminen suomalaista yhteiskuntaa perinpohjaisesti ravitteleeseen muutosvaiheeseen 1980- ja 1990-luvuilla sekä kaupunkiseudun väestöpohjan suhteellinen pienuus. Oululaisen katukulttuurin elävöittäminen lähtökohtana on ollut ihmisten saaminen liikkeelle mahdollisimman sankoin joukoin, mikä on tapahtunut usein mielikuvituksellisiakin ideoita ja median välityksellä markkinoituja ”paikallisia puheenaiheita” hyödyntäen. Varsinkin lama-aikana taloudellisesta välttämättömyydestä tehtiin suoranainen hyve ja aluetta kehitettiin ensisijaisesti moniäänisenä julkisena tilana. Kaupunkikulttuurista elävyyttä on ammennettu Rotuaarille paitsi kulutuskulttuurisista houkutuksista, mitä oleellisimmin myös ihmisten läsnäolollaan ja kiinnostuksellaan tuottamasta urbaanista ilmapiiristä.

Eräs seuraus Rotuaarin kehittämisestä fyysisesti avoimena ja sosiaalisesti moniäänisenä tilana on ollut marginaali-ilmiöiden toistuva näyttäytymisen aivan kaupungin ytimessä. On poikkeuksellista, että potentiaalisia häiriötekijöitä ja konfliktinaiheita siedetään pidempään kaupungin keskeisimmillä paikoilla ja kulutusnäyttämöillä (ks. Zukin

1995). Tulos näyttäisi omalla tavallaan vahvistavan asuinalueita ja kauppakeskusten käyttäjäryhmiä tutkittaessa tehtyjä havaintoja suomalaiskaupunkien sosiaalisesta sekoittuneisuudesta (ks. Lehtonen & Mäenpää 1997; Vuolteenaho 2001: 49–75, 103–131). Kävelykadun saavuttama maine oululaisten ”julkisena olohuoneena” ilmentää, etteivät kaupunkitilan sosiaaliset jaot ole Suomessa jyrkkyydeltään edelleenkaan samaa luokkaa kuin vahvasti segregoituneissa yhdysvaltalaismetropoleissa, joihin esimerkit kuluttamisen tilojen sosiaalisesti poissulkevasta luonteesta useimmiten viittaavat. Nähtäväksi kuitenkin jää, uhkaako alueen sosiaalista avoimuutta sen nykyinen kehitys kohti kauppakeskusmaisempaa ja käyttäytymiskoodeiltaan säädellympää kaupunkitilaa.

Artikkelini tuloksiin kaupunkien jälkimodernista muutoksesta ja sen ilmenemisestä Oulun ydinkeskustassa sisältyy kaksi oleellista haastetta. Ensimmäinen näistä on suunnattu erityisesti kaupunkien kehittäjille. Oululaisen kävelykadun tapaus on rohkaiseva esimerkki siitä, että keskustan ja muiden julkisten tilojen muutos eläväksi kaupunkikulttuuriseksi näyttämöksi on mahdollista toteuttaa sosiaalisia eroja tukahduttamatta ja jopa näitä paikallisina voimavaroina hyödyntäen. Toinen, maantieteilijöille ja muille kaupunkitutkijoille suunnattu haaste liittyy siihen, että kulutuskulttuuri ja siihen liittyvät ilmiöt ovat erottamaton osa suomalaisissakin kaupungeissa käynnissä olevaa muutosta. Englanninkielisissä maissa koettu innostus kulutustutkimukseen ei ole toistaiseksi toden teolla tavoittanut suomalaista maantiedettä. Varsinkin käyttäjänäkökulman huomioon ottavat, erikokoisissa suomalaisissa kaupungeissa tehdyt tutkimukset ovat jääneet vähäisiksi, vaikka juuri ne voisivat tuoda keskusteluun tuoreita ja tarpeellisia näkökulmia. Erityinen tarve olisi nähdäkseni tutkia kulutuskulttuurisen muutoksen erityyppisiä paikallisia ilmenismuotoja sekä ihmisten arkisia rooleja osana kaupunkien nykyistä muutosta.

Kiitokset

Kiitän artikkelin kolmea ennakoarvioijaa ja *Terran* päätoimittajaa parannusehdotuksista sekä Hiikka Ailiota, Kirsti Lehtoa ja Pirkko Nummista avusta kuvien ja taulukoiden viimeistelyssä. Kiitos myös Janne Kekoselle Rotuaarilta otetusta valokuvasta.

KIRJALLISUUS

Alan Sokal articles on the ”Social Text” affair (2004). New York University. 31.5.2004. <<http://www.physics.nyu.edu/faculty/sokal/>>
 Alasuutari, P. (1996). *Toinen tasavalta. Suomi 1946–1994*. 301 s. Vastapaino, Tampere.

Andersson, H. (1993). *Rakennettu ympäristö – kaupunkirakentamisen modernina projektina*. 116 s. Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskus, Turku.
 Andersson, H. (1997). Kulttuuri ja paikan politiikka kaupunkiuidistuksessa. *Teoksessa* Haarni, T., M. Karvinen, H. Koskela & S. Tani (toim.): *Tila, paikka ja maisema*, 107–128. Vastapaino, Tampere.
 Bahtin, M. (1996). *Francois Rabelais – keskiajan ja renessanssin nauru*. 458 s. Taifuuni, Helsinki.
 Bauman, Z. (1996). From pilgrim to tourist – or a short history of identity. *Teoksessa* Hall, Stuart & P. du Gay (toim.): *Questions of cultural identity*, 18–36. Sage, London.
 Beauregard, R. (1999). Julkinen kaupunki. *Janus* 7: 3, 214–223.
 Benjamin, W. (1999). *The arcades project*. 1073 s. The Belknap Press of Harvard University, Cambridge.
 Berman, M. (1990). Take it to the streets: conflict and community in public space. *Dissent* 33: 4, 476–485.
 Buttner, A. (1999). Humanism and relevance in geography. *Scottish Geographical Journal* 115: 2, 103–116.
 Collins, J. (1995). *Architectures of excess*. 236 s. Routledge, London.
 Crang, M. (1998). *Cultural geography*. 215 s. Routledge, London.
 Crawford, M. (1992). The world in a shopping mall. *Teoksessa* Sorkin, M. (toim.): *Variations on a theme park*, 3–30. Hill & Wang, New York.
 Crewe, L. & M. Lowe (1995). Gap on the map? Towards a geography of consumption and identity. *Environment and Planning A* 27: 12, 1877–1898.
 Davis, M. (1998). *The city of quartz*. 462 s. Pimlico, London.
 Dear, M. (1994). Postmodern human geography: a preliminary assessment. *Erdkunde* 48: 1, 2–13.
 Dear, M. & S. Flusty (1998). Postmodern urbanism. *Annals of the Association of American Geographers* 88: 1, 50–72.
 Dear, M. & S. Flusty (2002; toim.). *The spaces of postmodernity*. 486 s. Blackwell, Oxford.
 Deleuze, G. & F. Guattari (1992). Rihmasto. Johdanto. *Teoksessa* Deleuze, G.: *Autioma*, 22–52. Gaudeamus, Helsinki.
 Douglass, W. A. & P. Raento (2004). The tradition of invention. Conceiving Las Vegas. *Annals of Tourism Research* 31: 1, 7–23.
 Ellin, N. (1996). *Postmodern urbanism*. 348 s. Blackwell, Cambridge.
 Featherstone, M. (1991). *Consumer culture and postmodernity*. 164 s. Sage, London.
 Feature issue: The West Edmonton Mall and mega-malls (1991). *The Canadian Geographer* 35: 3, 226–305.
 Foucault, M. (1974). *The archaeology of knowledge*. 218 s. Tavistock, London.
 Gehl, J. (2001). *Life between buildings. Using public space*. 202 s. Arkitektens Forlag, Copenhagen. Nähtävissä Internet-osoitteessa <www.rudi.net/bookshelf/classics/lifebetweenbuildings/index.shtml>
 Giedion, S. (1967). *Space, time and architecture. The growth of a new tradition*. Harvard University Press, Cambridge.

- Goss, J. (1993). The "magic of the mall": An analysis of form, function and meaning in the contemporary retail built economy. *Annals of the Association of American Geographers* 83: 1, 18–47.
- Goss, J. (1999). Once-upon-a-time in the commodity world: an unofficial guide to Mall of America. *Annals of the Association of American Geographers* 89: 1, 45–75.
- Gregory, D. (1989). Areal differentiation and post-modern human geography. *Teoksessa* Gregory, D. & R. Walford (toim.): *Horizons in human geography*, 67–96. MacMillan, Basingstoke.
- Gregory, D. (1994). *Geographical imaginations*. 442 s. Blackwell, Cambridge.
- Gregson, N. (1995). And now it's all consumption. *Progress in Human Geography* 19: 1, 135–141.
- Haarni, T. (1997). Kaupungit verkossa – Löytyykö kansalaisten uusi julkinen tila sähköisistä verkoista kaupunkitilan kaupallistuksessa? *Alue & Ympäristö* 26: 1, 55–59.
- Hankonen, J. (1994). *Lähiöt ja tehokkuuden yhteiskunta*. 539 s. Gaudeamus, Helsinki.
- Hannigan, J. (1998). *Fantasy city*. 239 s. Routledge, London.
- Harvey, D. (1989). *The condition of postmodernity*. 378 s. Blackwell, Oxford.
- Harvey, D. (1992). Social justice, postmodernism, and the city. *International Journal of Urban and Regional Research* 16: 4, 588–601.
- Heikkilä, M., T. Santasalo & S. Karppinen (1996). *Suomalaisia kävelykeskuksia*. 146 s. Ympäristöministeriö, Helsinki.
- Hietala, V. (1992). *Kulttuuri vaihtoi viihteelle – johdasta postmodernismiin ja populaarikulttuuriin*. 126 s. Kirjastopalvelu, Helsinki.
- Hopkins, J. S. P. (1990). West Edmonton Mall: landscape of myths and elsewhere. *The Canadian Geographer* 34: 1, 2–17.
- Hopkins, J. S. P. (1991). West Edmonton Mall as a centre for social interaction. *The Canadian Geographer* 35: 3, 268–279.
- Häkli, J. (1999). *Meta hodos*. 231 s. Vastapaino, Tampere.
- Isokangas, A., K. Karvala & M. von Reiche (2000). *City on sinun*. 140 s. Tammi, Helsinki.
- Jackson, P. (1998). Domesticating the street: the contested spaces of the high street and the mall. *Teoksessa* Fyfe, N. R. (toim.): *Images of the street*, 176–191. Routledge, London.
- Jackson, P. (1999). Postmodern urbanism and the ethnographic void. *Urban Geography* 20: 5, 400–402.
- Jackson, P. & N. Thrift (1995). Geographies of consumption. *Teoksessa* Miller, D. (toim.): *Acknowledging consumption*, 204–237. Routledge, London.
- Jameson, F. (1991). *Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism*. 438 s. Verso, London.
- Judd, D. R. (1995). The rise of the new walled cities. *Teoksessa* Liggett, H. & D. C. Perry (toim.): *Spatial practices*, 144–166. Sage, Thousand Oaks.
- Kauppi, T. (2002). *Satamat kaupungissa, esimerkkinä Helsinki*. Julkaisematon pro gradu -tutkielma. 96 s. Maantieteen laitos, Helsingin yliopisto.
- Kearns, G. & C. Philo (1993; toim.). *Selling places: the city as cultural capital, past and present*. 316 s. Pergamon, Oxford.
- Knox, P. (1993; toim.). *The restless urban landscape*. 285 s. Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- Kowinski, W. S. (1985). *The mall of America*. 415 s. William Morrow, New York.
- Lefebvre, H. (1991). *The production of space*. 454 s. Blackwell, Oxford.
- Lehtonen, T.-K. (1994). Shoppailu sosiaalisena muotona. *Sosiologia* 31: 3, 192–203.
- Lehtonen, T.-K. & P. Mäenpää (1997). Valtava mustekala. Kuinka kauppakeskusta käytetään? *Helsingin kaupungin tietokeskuksen tutkimuksia* 1997: 6. 91 s.
- Ley, D. & K. Olds (1988). Landscape as spectacle: world's fairs and the culture of heroic consumption. *Environment and Planning D* 6: 2, 191–212.
- Lyotard, J.-F. (1985). *Tieto postmodernissa yhteiskunnassa*. 106 s. Vastapaino, Tampere.
- Marcuse, P. & R. van Kempen (2000; toim.). *Globalizing cities. A new spatial order?* 318 s. Blackwell, Oxford.
- Massey, D. (1994). A global sense of place. *Teoksessa* Space, place and gender, 146–156. Polity, Cambridge.
- Miller, D. (1995). Consumption as the vanguard of history. *Teoksessa* Miller, D. (toim.): *Acknowledging consumption*, 1–57. Routledge, London.
- Miller, D., P. Jackson, N. Thrift, B. Holbrook & M. Rowlands (1998). *Shopping, place and identity*. 214 s. Routledge, London.
- Mitchell, D. (1995). The end of public space? People's park, definitions of the public, and democracy. *Annals of the Association of American Geographers* 85: 1, 102–116.
- Mitchell, D. (2000). *Cultural geography. A critical introduction*. 325 s. Blackwell, Oxford.
- Morris, M. (1992). The man in the mirror: David Harvey's 'condition' of postmodernity. *Theory, Culture & Society* 9: 1, 253–279.
- Myllylä, M. (1989). Rotuaari – jalostettu katutila Oulussa. *Kunnallistekniikka* 1989: 2, 14–16.
- Mäenpää, P. (1993). Niin moni tulee vastaan: katutaso tutkimus kaupunkijulkisuudesta. *Helsingin kaupunkisuunnitteluviraston julkaisuja* 14. 69 s.
- OL = *Oulu-lehti* 30: 13 (1988a), s. 3. Keskusaukiolle vetinen kivipallo ja valopallo päälle.
- OL = *Oulu-lehti* 30: 28 (1988b), s. 6. Lehtimuumon kärryt odottavat.
- OL = *Oulu-lehti* 31: 61 (1989a), s. 12. Leipää ja sirkushuveja.
- OL = *Oulu-lehti* 31: 62 (1989b), s. 1. Veistoskatu muuttuu veistoskaduksi.
- OL = *Oulu-lehti* 31: 74 (1989c), s. 4. Rotuaari-prospektille 175 Gorban kuvaa.
- OL = *Oulu-lehti* 31: 76 (1989d), s. 4. UKK:n päästä tulossa oikeusjuttu.
- OL = *Oulu-lehti* 32: 49 (1990), s. 9. Katukarnevaalit Rotuaarilla.
- OL = *Oulu-lehti* 33: 53 (1991), s. 4. Potnapekan viimeiset kurvit.
- OL = *Oulu-lehti* 34: 27 (1992a), s. 6. Sevillaan parturiin.

- OL = *Oulu-lehti* 34: 61 (1992b), s. 7. Keskustan asukkaat vaativat: Rotuaari rauhoitettava.
- OL = *Oulu-lehti* 34: 68 (1992c), s. 5. Suurkirppis päättää Rotuaarin kesän.
- OL = *Oulu-lehti* 34: 23 (1992d), s. 2. Keskusaukiolle Eiffel-tornin veroinen maamerkki.
- OL = *Oulu-lehti* 37: 42 (1995a), s. 7. Hemmo matkasaarnaajana.
- OL = *Oulu-lehti* 37: 64 (1995b), s. 4. Kävelykadulla ei kaivata liikaa suitsia suuhun.
- OL = *Oulu-lehti* 39: 48 (1997), s. 2. Lehdistö mukaan hulinatarkkailuun.
- OL = *Oulu-lehti* 40: 44 (1998), s. 2 Oulu elvyttää merihenkeään.
- OL = *Oulu-lehti* 42: 34 (2000), s. 6. Olohuoneemme Rotuaari.
- Oulun kaupunki, Tekninen keskus 18.11.2004: Osallistumis- ja arviointisuunnitelma. I kaupunginosan katualueita koskeva asemakaavanmuutos AM1877 <043856> (Keskustan joukkoliikennekatu ja kävelyalueiden laajennus) (2004a). 27.4.2005. <www.oulu.ouka.fi/tekninen/osallistumis/kaavat/1877_OAS.pdf>
- Oulun kaupunki, Tekninen keskus 15.10.2004: Osallistumis- ja arviointisuunnitelma. I kaupunginosan (Pokkinen) korttelin 19 tontteja 2,3,4,5 ja 69 koskeva asemakaavan muuttaminen (Kauppuri-kortteli; Isokatu, Kauppurienkatu, Kirkkokatu) AM1878 <043862 (2004b). 27.4.2005. <www.oulu.ouka.fi/tekninen/osallistumis/kaavat/1878oas.pdf>
- Oulun kaupunki, Tekninen keskus 2.11.2004: Osallistumis- ja arviointisuunnitelma. I kaupunginosan korttelia 16 koskeva koskeva asemakaavanmuutos (PALLAS; Pakkahuoneenkatu, Kirkkokatu, Kauppurienkatu ja Torikatu) AM1876 <043838> (2004c). 27.4.2005. <www.oulu.ouka.fi/tekninen/osallistumis/kaavat/1876oas.pdf>
- Oulupolis: Oulun kansainvälisyyden historia* (1999). 149 s. Oulun kaupunki, Oulu.
- Pennanen, P. (2003). Ruoholahden ja Arabianrannan kehitysstrategiat ja kaupunkipolitiikan suunnat Helsingissä 1980–2000. *Yhdyskuntasuunnittelu* 41: 1, 8–30.
- Pietala, J. (2003). Päivittäistavarakaupan dynamiikka ja ostokäyttäytyminen pääkaupunkiseudulla. *Acta Universitatis Oeconomicae Helsingiensis* A217. 173 s.
- Raento, P. & W. A. Douglass (2001). The naming of gaming. *Names* 49: 1, 1–35.
- Ruoppila, S. & T. Cantell (2000). Helsingin ravintolat ja kaupunkikulttuurin elävöityminen. *Teoksessa Stadiipiiri* (toim.): *Urbs. Kirja Helsingin kaupunkikulttuurista*, 35–53. Edita, Helsinki.
- Schulman, H. (1988). Moderni ja postmoderni maantiede. *Terra* 100: 4, 459–460.
- Sennett, R. (1977). *The fall of public man*. 386 s. Cambridge University Press, Cambridge.
- Shields, R. (1989). Social spatialization and the built environment: the West Edmonton Mall. *Environment and Planning D* 7: 2, 147–164.
- Shields, R. (1992). The individual, consumption cultures and the fate of community. *Teoksessa* Shields, R. (toim.): *Lifestyle shopping*, 99–113. Routledge, London.
- Shields, R. (1996a). A guide to urban representation and what to do about it: alternative traditions of urban theory. *Teoksessa* King, A. D. (toim.): *Re-presenting the city*, 227–252. Macmillan, Houndmills.
- Shields, R. (1996b). Feel good here? Relations between bodies and urban environments. *Teoksessa* Caulfield, J. & L. Peake (toim.): *City lives and city forms*, 82–97. University of Toronto Press, Toronto.
- Short, J. R. (1996). *The urban order*. 506 s. Blackwell, Cambridge.
- Sibley, D. (1995). *Geographies of exclusion*. 206 s. Routledge, London.
- Soja, E. W. (1989). *Postmodern geographies. The reassertion of space in critical social theory*. 266 s. Verso, London.
- Soja, E. W. (2000). *Postmetropolis*. 440 s. Blackwell, Oxford.
- Stallybrass, P. & A. White (1986). *The politics and poetics of transgression*. 228 s. Cornell University Press, Ithaca.
- Terho, H. (2002). Festivaali kaupungissa. Down by the Laituri, Turku ja kaupunkitila. *Teoksessa* Syrjämaa, T. & J. Tunturi (toim.): *Eletty ja muistettu tila*, 307–322. SKS, Helsinki.
- Thrift, N. (1997). Cities without modernity, cities with magic. *Scottish Geographical Magazine* 113: 3, 138–149.
- Urry, J. (1990). *The tourist gaze*. 176 s. Sage, London.
- Vanderbeck, R. M. & J. H. Johnson Jr. (2000). "That's the only place where you can hang out": urban young people and the space of the mall. *Urban Geography* 21: 1, 5–25.
- Venturi, R., D. S. Brown & S. Izenour (1977). *Learning from Las Vegas*. 192 s. MIT Press, Cambridge.
- Vilkko, S. (2005). Postmodernin kontekstit maantieteessä. *Acta Universitatis Tamperensis* 1073. 280 s.
- Virtanen, A. (2001). Julkis-yksityinen yhteistyö kaupunkiudistuksessa: Esimerkinä Bristolin Harbour-side-hanke. *Terra* 113: 4, 245–254.
- Vuolteenaho, J. (1999). Learning from Rotuaari: cultural change and local pedestrian renaissance. *Nordia Geographical Publications* 28: 2, 35–58.
- Vuolteenaho, J. (2001). Työn lopun kaupunki. Arjen maantiede, työttömyys ja kulttuurinen muutos. *Nordia Geographical Publications* 30: 3. 255 s.
- Vuolteenaho, J. (2002). "Uusia sanoja, uusia maailmoja": tekstuaalisuus, sosiaalisesti tuotettu tila ja maantieteen kulttuurinen käänne. *Terra* 114: 4, 237–252.
- WEM = West Edmonton Mall (2004). 30.4.2004. <www.westedmall.com/flash/index.htm>
- Wilson, E. (1995). The rhetoric of urban space. *New Left Review* 209, 146–160.
- Zukin, S. (1995). *The cultures of cities*. 322 s. Blackwell, Cambridge.
- Äikäs, T. A. (2001). Imagosta maisemaan. Esimerkkeinä Turun ja Oulun kaupunki-imagojen rakentaminen. *Nordia Geographical Publications* 30: 2. 357 s.