

Elina Arminen

Kutsumuksen hinta: Antero Viinikaisen *Orgo* ja Kreetta Onkelin *Kutsumus* kustannusmaailman peilinä

”Kirjailijoiden pitää oppia ajattelemaan ammattimaisemmin ja kaupallisemmin. -- On tärkeää, että kustannuskonseptin takana on kiinnostava persoona. Ihmiset eivät halua vain kirjaa, he haluavat kirjailijan.” (Majander ja Saarikoski 2010.) Näin luonnosteli markkinahenkisen kirjailijan ihannetta WSOY:tä hallinnoineen konsernin johtaja Jacques Eijkens *Helsingin Sanomien* paljon keskustelua herättäneessä haastattelussa 22.6.2010. Kirjailijan asema kaupallistuvassa kustannusmaailmassa on ollut viime vuosina laajan mediahuomion kohteena. Se on ollut myös suosittu kaunokirjallinen teema. Kotimaisessa proosassa on ilmestynyt useita satiireja, joissa edellä mainitun kaltaisen visio on toteutunut. Tässä artikkelissani tarkastelen kahta tällaista teosta, Antero Viinikaisen *Orgoa* (2009) ja Kreetta Onkelin *Kutsumusta* (2010).

Viinikaisen *Orgo* kertoo kirjailija Aulis Saastamoisesta, jonka omaelämäkerralliset teokset eivät vääranlaisen imagon vuoksi myy. Paremman menestyksen toivossa hän rakentaa kokonaan uuden identiteetin ja turvautuu jopa murhiin. Onkelin *Kutsumus* kertoo kahdesta vastakkaisesta kirjailijatyypistä: apurahojen varassa kitkuttavasta Sanelma Salmisesta ja bestseller-kirjailija Gunnevi Björkenheimistä ja heidän keinoistaan selvitä kustannusmaailman koukeroista. Sekä Viinikaisen että Onkelin teoksissa kirjailijat pyrkivät ”todellisuuden” kuvaukseen, mutta törmäävät markkinoiden ”totuudelle” asettamiin vaatimuksiin. Molemmat teokset ovat päällisin puolin kepeitä, mutta pinnan alla kuplii kirpeä kritiikki. Samankaltaista tematiikkaa on käsitelty aiemmin esimerkiksi Kari Hotakainen. Hänen teoksensa *Klassikko* (1999) kuvaa kirjailijan hinkua julkisuuteen millä hinnalla hyvänsä.

Artikkelissani tarkastelen, millaisena Viinikaisen ja Onkelin satiirit hahmottavat suomalaisen kirjailijan roolin kaupallistuvassa kustannusmaailmassa. Analysoin, kuinka teokset kuvaavat 1) kirjailijan julkisuuskuvan merkitystä, 2) ja markkinoiden, tekstin ja todellisuuden suhdetta ja 3) kustannusalan arkea. Pohdin, millaisia kirjailijan rooliin liittyviä ongelmia ja pelkoja näihin teemoihin kohdistuva satiirinen nauru pyrkii paljastamaan. Pohdin myös, miksi kustannusmaailma näyttäytyy teoksissa synkkänä. Lukutapani on kontekstuaalinen: suhteutan romaanien teemoja muuhun 2000-luvun suomalaista kirjallista kulttuuria koskevaan keskusteluun.

Lähtökohtanani on sosiologisessa kirjallisuudentutkimuksessa yleinen näkemys kaunokirjallisesta teoksesta vastausyrityksenä syntyjäjankohtansa kulttuurisyyhteis-

kunnalliseen tilanteeseen. Tarkastelen Viinikaisen ja Onkelin teoksia puheenvuorona keskustelussa, jossa määritetään kirjailijan ja kirjallisuuden paikkaa suhteessa markkinoihin ja mediaan. Tällainen näkökulma sopii hyvin satiiriin. Satiiri on kirjallisuudenlaji, joka pyrkii esittämään kohteensa niin että se näyttäytyy naurettavana. Pelkän hauskuuttamisen sijaan satiirin tarkoitus on kriittinen: se pyrkii ottamaan ottaa kantaa ja osoittamaan kohteensa heikot kohdat (Petro1982, 8–10). Koska satiirin kohteena on usein jokin ajankohtainen poliittinen, kulttuurinen tai sosiaalinen ilmiö, sen dialogi kirjallisuudenulkoisen todellisuuden kanssa on avointa (Petro 1982, 17; Ogborn & Buckroyd 2001, 21, 25–27).

Vaikka tämänhetkinen keskustelu kirjailijan työstä onkin villkasta, ilmiö ei ole poikkeuksellinen. Vastaava keskustelu kirjailijan ammatillisesta roolista ja kirjallisuuden ja muiden viestinten suhteista oli yleistä myös esimerkiksi 1960-luvun kirjallisuudessa.¹ Näenkin Viinikaisen *Orgon* ja Onkelin *Kutsumuksen* osana jatkuvaa neuvottelua kirjallisuuden asemasta ja olemassaolon ehdoista.

Kustannustoiminnan haasteita 2000-luvulla

2000-luvun kirjallinen elämä sisältää useita tekijöitä, jotka ovat pakottaneet sekä kirjailijat ja kustantajat pohtimaan identiteettiään. Ensinnäkin kirja-alan markkinoiden painopainopisteet ovat muuttuneet, mikä on luonut epävarmuutta. Kaunokirjallisuutta julkaistaan enemmän kuin koskaan ennen, mutta varsinkin tietokirjojen menekki on romahtanut. Kirjan myynti-ikä on lyhentynyt ja kilpailu on pienentänyt kustantamoiden ja kirjakauppojen myyntikatteita.² Yhtenä syynä voidaan pitää lukemiskulttuurin digitalisoitumista. (Turunen 2009, 82–83; Ekholm & Repo 2010, 78.) Kirja-alalla resursseja on suunnattu uudentyyppeisiin palveluihin, kuten digitaalisiin kirjastoihin ja e-kirjoihin, mutta niiden suosio ei ole ainakaan vielä lähtenyt jyrkkään nousuun. Kustantamoille nämä muutokset ovat merkinneet pakkoa tehdä radikaaleja liiketaloudellisia ratkaisuja.

Uudentyyppisiä ristiriitoja ovat tuottaneet myös yritysmaailman globalisoituminen ja kustannusalallakin yleistynyt uusliberalistinen ajattelu. Suomessa kustannustoiminta on ollut kautta historiansa niin sanottujen sivistysporvarillisten sukujen hanke, jota on vienyt eteenpäin ajatus kansallisesta hyvästä. Viime vuosina suomalaiset kustantamot ovat kuitenkin vastanneet nopeasti muuttuvien markkinoiden haasteisiin fuusioilla ja purkamalla työntekoa sääteleviä institutionaalisia rakenteita (Turunen 2009, 93). Useat kustantamot ovat nykyään suurten kotimaisten tai kansainvälisten konsernien omistuksessa. Esimerkiksi WSOY oli pitkään osa Sanoma-konsernia; nyt se kuuluu ruotsalaiselle Bonnierille. Fuusioiden myötä sivistyksellisten ihanteiden merkitys on vähentynyt ja kustantamot ovat törmänneet kvartaalikapitalismin varjopuoliin (Turunen 2009, 93). Alalle on tullut puhtaasti liiketaloudellisia johtajia ja kansainvälisiä osakkeenomistajia, jotka ovat etsineet nopeita voittoja. Toimintatapojen tehostaminen on merkinnyt usein

työntekijöiden vähentämistä ja tulospalkkausta. (Vrt. Sennet 2007, 77–78; ks. myös Patomäki 2007, 29–30.)

Markkinavoimien merkityksen kasvun vaikutuksia suomalaistenkin kustantamoiden toimintaperiaatteisiin voidaan kuvata pitkän ja lyhyen tähtäimen hyödyn tavoittelun kautta. Näitä käsitteitä käyttää Pierre Bourdieu teoksessaan *The Field of Cultural Production* (1993). Hänen mukaansa perinteisesti korkeakirjallisuuden kustantaminen on perustunut hitaaseen kulttuuripääoman keräämiseen. Varsinkin vanhat arvostetut kustantamot ovat panostaneet lupaaviin kirjailijoihin, jotka ovat tuoneet kirjoja ja voittoa kustantamolle vuosikymmenten ajan, ja joista on tullut kestoklassikoita. Ensimmäiset painokset ovat olleet pieniä, mutta uusintapainosten suuria. Kustannustoiminta on perustunut luottamuksellisiin, henkilökohtaisiin suhteisiin. (Bourdieu 1993, 97.) Suomessa esimerkiksi Otava keräsi 1950- ja 1960-luvulla ”talliinsa” koulittavakseen nuoria lupaavia kirjailijoita, kuten Pentti Saarikosken ja Hannu Salaman, joiden teoksista tuli klassikoita (Lassila 1990, 238–275).

Nykyisessä kustannustoiminnassa pyrkiminen rationaaliseen toimintaan lyhyellä tähtäyksellä näyttää myös yleistyneen. Tarkoituksena on kerätä omistajille nopeasti rahaa. Perinteisesti tällainen on koskenut viihdekirjallisuutta. Suomen kustannuselämässä suuntana näyttää olevan, että pitkän tähtäimen hyödyn tavoittamisen osuus on kutistunut, ja näin on tapahtunut myös niin sanotun vakavan kirjallisuuden osalta (ks. Lehtonen 2001, 170–171). Kirjailijan tulisi heti olla valmis tuote. Myös kirjailijat ovat liikkuvampia: harva julkaisee koko tuotantoaan samassa kustantamossa.

Pyrkimys välittömään liiketaloudelliseen hyötyyn kytkeytyy brändiajattelun yleistymiseen kirjallisuuden markkinoinnissa. Brändillä tarkoitetaan haluttuja mielikuvia ja ominaisuuksia, jotka tarjotaan tuotteen oletetulle kohderyhmille – tai enemmänkin: nuo mielikuvat ovat tuote. Brändejä tarvitaan avuksi hallitsemaan valtavaa informaation määrää, joka kilpailee ihmisen huomiosta. (Karvonen 1999, 18; Klein 2001, 26.) Tällöin kaunokirjallisuuttakin voidaan ajatella tuotemerkkinä. On tehokasta myydä jaritervoa, karihotakaista ja sofioksasta, joihin liittyy mielikuvia korkeasta laadusta.

Tarkasteltaessa edellä kuvattuja kustannusalan toimintatapoja, on hedelmällistä nostaa esiin jälleen ajankohtaistunut tavaroitumisen eli reifikaation käsite. Tavaroitumisella eli reifikaatiolla tarkoitetaan klassisessa marxilaisessa käsitteistöissä modernin kapitalistisen järjestelmän tuottamaa tilaa, jossa ihminen sekä työvoimana että kulutusvoimana muuttuu tavarankaltaiseksi objektiksi (Lukács 1972/1931, 83, 92–93). Näin tapahtuu, jos oletetaan, että kaikki resurssien jakamiseen ja liiketoimintaan liittyvät päätökset voidaan tehdä markkinasignaalien perusteella. Tällöin oletetaan, että kaikki prosessit, esineet ja sosiaaliset suhteet ovat jonkun omaisuutta ja että niille voidaan asettaa hinta (Harvey 2008, 202). Nykyiselle tavaroituneelle kulutuskulttuurille on Richard Sennettin (2007, 140) mukaan ominaista jatkuva uusien kiihokkeiden etsiminen ja vanhoista

luopuminen. Luopuminen on helppoa, jos tavaroihin suhtaudutaan standardisoituina hyödykkeinä.

Kirja on tietenkin tuote, jonka tarkoituskin tuottaa voittoa. Tavaroitumisesta voidaan kuitenkin puhua erityyppisten kustannusprosessiin liittyvien ilmiöiden yhteydessä. Organisaatiomuutoksissa työntekijää saatetaan kohdella siirreltävänä esineenä. Kirjailijan työprosessiin suhtaudutaan tavarankaltaisesti, jos kirjailijalta odotetaan kykyä sylkeä joka vuosi tehtaastaan samankaltaisten kirjojen sarjaa. Tavaroitunut asenne näkyy myös tarkasteltaessa kirjan myynti-ikää: kirjan elinkaari on usein vain yhden sesongin mittainen.

Suomalaisessa kirjallisessa kulttuurissa toimii myös kaupallistumiselle ja tavaroitumiselle vastakkaisia, tasapainottavia tekijöitä. Suomessa apuraha- ja palkintojärjestelmällä on suuri merkitys, joten korkealaatuisen kaunokirjallisuus ei ole markkinoista kokonaan riippuvaista (ks. Jokinen 2010). Kustannusala on myös kulkenut kohti erikoistuneempaa ja rajatuille kohderyhmille suunnattua kustannuspolitiikkaa. Markkinat suosivat kyllä suuria kustantamoita mutta myös pieniä ja vikkeliä, kuten Avain, Sannakko, Teos ja Arktinen Banaani (Turunen 2009, 94). Erikoistuminen korkeatasoiseen kauno- ja tietokirjallisuuteen on lähtökohtana esimerkiksi Touko ja Aleksi Siltalan Siltala-kustantamossa. Kun lukemisen kulttuurit pirstoutuvat, erilaiset tekstimuodot edellyttävät monentyyppisiä toimijoita.

Seuraavaksi tarkastelen, millaisen peilin Viinikaisen ja Onkelin satiirit edellä hahmotelluille kirjallisen kulttuurin ilmiöille tarjoavat.

“No smile – no success!”

Antero Viinikaisen *Orgossa* ja Onkelin *Kutsumuksessa* nykykirjailijan rooliin liittyvät ristiriidat tulevat selkeimmin esiin satiirisina kuvauksina julkisuuskuvan merkityksestä. Teosten maailmassa oikeanlainen brändi näyttäytyy välttämättömänä selviytymiskeinona. Ilman julkisuuden taitavaa hallintaa tavara ei mene kaupaksi.

Kirjallisuuspuheessa brändillä on viitattu tavaramerkin kaltaiseen ominaislaatuun, josta yleisö tunnistaa kirjailijan ja hänelle tyypillisen kirjallisen tuotteen. Tuotekuvan rakentumiseen vaikuttavat kirjailijan tuotanto ja sen markkinointi sekä muu kirjailijaan liittyvä julkisuus. Ajatus kirjasta tuotteena on liittynyt aiemmin viihteeseen mutta on viime vuosikymmeninä levinnyt koskemaan myös vakavampaa kirjallisuutta. Brändi-ajattelun edellytyksenä on ollut se, että jatkuvasta esiintymisestä mediassa on tullut yhä tärkeämpi osa kirjailijan työtä.³ Tätä on tukenut julkisuuden henkilöityminen ja spektakelisoituminen, olipa kyse viihteestä, kulttuurista tai politiikasta (ks. Rojola 2003, 71–73; Juntunen & Välväronen 2009, 264). Kun kirjailija on tuttu monilta foorumeilta, markkinoinnissa on helppo nojata hänen persoonaansa. Henkilökohtaisuuden korostumista on selitetty myöhäismodernin ajan individualismilla, yksilöllisyyden

korostumisella yhteiskunnallisen epävarmuuden lisääntyessä. Yksilöllisestä kokemuksesta on tullut autenttisen identiteetin tae. (Giddens 1991; Pantti 2009, 194–195.)

Näkemykseen kirjallisuudesta tuotemerkkeinä sisältyy monia ongelmia. Kirjailijat ja kulttuurivaikuttajat ovat huolestuneina pohtineet, onko kirjallisuuden ja taiteen alalla tuotekuvan rakentaminen menestyksen ehto ja onko kirjailijalla mahdollisuutta päättää, kuinka suuren osan työajastaan hän markkinointiin panostaa (ks. esim. Raittila 2006). Kirjallisuutta ja taidetta ei myöskään voi rinnastaa ongelmitta kauppatavaraan. Ajatus tunnistettavasta tuotekuvasta on vastakkainen niihin liittyville luovuuden ja uudistumisen vaatimuksille. Haastavaa kirjallisuutta ei yleensä kirjoiteta kuluttajien ostomielitymyksiä silmällä pitäen. Brändiä jattelussa on nähty uhka taiteelle kriittisen ajattelun muotona. (Ks. Rastenberger 2008, 296.)

Viinikaisen *Orgossa* kustantaja tiivistää markkinoiden kirjailijalle asettamat vaatimukset kiinnostavasta julkisuuskuvasta seuraavasti:

Romaanillakin on kirjoittajansa. Me emme markkinoi kirjoja vaan kirjailijoita. Kirjan on oltava uskottavaa tekstiä, kirjailijan tekstiä, omakohtaista. --Tämän päivän lukijat haluavat kuulla kiinnostavien ihmisten todellisesta elämästä, siitä, mitä tapahtuu tuolla todellisessa maailmassa – kaduilla, kapaakoissa, oikeiden ihmisten keskellä. Me emme kustanna tällaista epäuskottavaa paskaa. (*Orgo*, 109–110.)

Fiktiivisen kustannustoimittajan puhe on kärjistys näkemyksestä, jossa markkina-arvo on kirjailijan työn ainoa arvo ja selkeä tuotokuva menestyksen perusta. Puhe ”kiinnostavien ihmisten omakohtaisesta tekstistä” viittaa julkisuuden muuttumiseen yhä henkilökeskeisemmäksi sekä julkisuuden henkilöiden kirjoittamien tunnustuksellisten teosten suosion kasvuun 1990-luvulta alkaen (ks. Rojola 2003, 83). Vaikka kyse on ironisesta liioittelusta, Viinikaisen teoksen kustannustoimittajan näkemykset tulevat varsin lähelle niitä periaatteita, joilla esimerkiksi WSOY:n Jacques Eijkens (Majander ja Saarikoski 2010) kirjailijakeskeistä markkinointivisiotaan luonnehti.

Orgon päähenkilö, kirjailija Aulis Saastamoinen, on sisäistänyt kustantajansa suositat kaupalliset tavoitteet paremmin kuin hyvin. Hänelle kirjoittamisessa on kyse rahan tekemisestä, ei elämysten tuottamisesta tai näkemysten esittämisestä. Saastamoinen paljastaa asenteensa esimerkiksi arviossaan brasilialaisen menestyskirjailijan Paulo Coelho'n tuotannosta: ”Mitä muuta Paulo Coelho'n menestys on kuin hyvin hoidettua markkinointia -- Itsekeskeisen tompelin surkealla tekstillä tahkotaan rahaa ympäri maailmaa.” (*Orgo*, 31.) Kyseessä ei ole kuitenkaan loukkaus vaan vilpityn kateus.

Saastamoinen kirjoittaa leipätyönään edesmenneen kulttuuripersoonan, Sakari Ikävälkon, elämäkertaa, mutta hänen todelliset ambitionsa liittyvät ”todellisuusproosaan”, jonka aiheet ovat suoraan hänen omasta elämästään. Periaatteessa hanke vaikuttaa vastaukselta ääri-individualistisen, tunnustuksia vaativan ajan vaateisiin. Omaelämäkerralliselta pohjalta ponnistavana kirjailijana Saastamoisella on se etu puolellaan, että

hänen elämänsä vaikuttaa jo valmiiksi juoru- tai rikoslehtien materiaalilta. Hän on sotkeutunut virolaisen mafian välienselvittelyihin, ja jaloissa pyörii sekä kanankoipeen tukehdutettuja vaimoja että keittiöveitsellä tapettuja rakastajattaria. Saastamoisen suureksi hämmästykseksi ”todellisuusproosa” ei kelpaa kustantajalle eikä yleisölle. Syy on vääränlaisessa imagossa. Saastamoinen on tylsä ja ruma, eikä hän selviä änkyttämättä edes kirjansa esittelystä kirjakaupassa. Kustantaja toteaa tyylysti: ”Katso nyt itseäsi. Voisiko yksikään markkinointiosasto esitellä nauruun tikahtumatta sinunlaista aneemista olmia kylmäverisenä murhamiehenä.” (*Orgo*, 109.)

Viinikaisen romaanissa kirjailijan imago ja siihen perustuva brändi näyttäytyvät konkreettisesti rakennettuina, eräänlaisena fiktiona. Koska Saastamoinen ajattelee uskottavuuden puutteen johtuvan ulkonäöstään, hän kehittää itselleen sivupersonan, Orgon. Tämä on sekä ulkoisesti että sisäisesti jotakin aivan muuta kuin epävarma Saastamoinen.

Otin esiin Kuokkasen tarvikelaukun, rakensin tekoleuan, työnsin hammas-kuoret suuhuni ja asettelin mustan peruukin päähäni. Spreijasin leuan ja poskien päälle reippaasti tallinnalaista keinoihoä. Lopuksi laitoin piilolinsit silmiini ja pokalasin nenälleni ja nostin katseen peiliin. En ollut uskoa silmiäni: tanakkaleukainen ja mustatukkainen tyyppi tuijotti minua röyhkeästi kuperanuskeilla latinosilmillään. *Orgo*, minä älähdin. (*Orgo*, 118.)

Sivupersona *Orgo* on koostunut renttukirjailijakliseistä. Hän on Helsingin yökerhojen kuningas, hänellä on tekoleuka ja leveä hymy. *Orgo* ”kirjoittaa” värikkäitä raportti-romaaneita yöllisistä seikkailuistaan. Kyseessä on eräänlainen kokonaistaideteos: ”*Orgo*-vihkoissa” ilmestyneet sepustukset ovat ainoastaan osa *Orgon* ”tuotantoa”. Toinen ja tärkeämpi osa muodostuu siitä, mitä lehdet kirjoittavat hänestä. *Orgon* jutut ovat aihepiireiltään melko identtisiä Saastamoisen aiemman ”todellisuusproosan” kanssa, mutta nyt ne menevät kaupaksi. *Orgon* ja Saastamoisen ainoa ero onkin se, että toinen paketti on myyvä ja toinen ei. *Orgo* ironisoi brändipuheeseen sisältyvää tavaroitunutta näkemystä kirjallisuudesta viemällä äärimmilleen käsityksen siitä, että teos on vain osa tuotetta. *Orgon* maailmassa media on ottanut roolin merkityksen antajana. Teoksen sisällöllä ei ole väliä, vaan siitä julkisuudessa syntyneellä kuvalla. (Vrt. Rojola 2003, 93.)

Oikeanlaisen imagon hankkimisen paine koskettaa myös Onkelin *Kutsumuksen* kirjailijoita. Teoksessa asetetaan vastakkain kaksi kirjailijaa, jotka edustavat hyvin erilaisia kirjailijatyyppejä. Sanelma Salminen on pienlevikkinen, apurahoilta kitkuttava prosaisti, joka kuvaa lyhyissä romaaneissaan suomalaista arkea. Hänen teoksensa ovat kuvaavasti nimeltään *Tililläni ei ollutkaan mitään*, *Tänä aamuna hyvin hautunutta puuroa* ja *Yksinäisyys sallittu suojaiteilla*. Ne eivät juuri myy eivätkä tunnu tuottavan nautintoa kirjailijalle itselleenkään. Sanelma on kuin menestyskirjailijan antiteesi: hän ei pukeudu eikä meikkaa, ja julkinen esiintyminen on hänelle kauhistus. Ongelman pukee osuvasti sanoiksi eräs lukija:

Miksi sinä et kirjoita sellaisia kirjoja kuin toiset naiset? Sellaiset, joita on *Annan* kannessa, ja jotka myyvät. Niillä on kauniit vaatteet ja ihana koti. Sinun kirjoistasi tulee pakosti tarkistaneeksi kirjailijan nimen. Aivan kuin Antti Hyry kirjoittaisi yksinhuoltajan arjesta. Anteksi nyt vain! (*Kutsumus*, 121.)

Kutsumuksen toinen kirjailija, Gunnevi Björkenheim, on kaupallisesti ajattelevan kustantajan unelma. Hän on suomenruotsalaista hienostosukua ja entinen pöytälaatikkorunoilija. Hänen esikoisteoksensa *!!!POSTIA TERVEYSKESKUKSESTA!!!!*, joka koostuu omituisista huudahdusrunoista, on kirjasyksyn tapaus. Gunnevista tulee hetkessä tähti – eikä vähiten siksi, että hän hallitsee elegantin liikkumisen jakkupuvussa.

Gunnevi oli uusi kansallisorunoilija. Postia terveyskeskuksesta oli yhdistänyt kansan. Kokoelma oli myynyt käsittämättömät satatuhatta kappaletta. Luin ällistyttäviä haastatteluja. Kymmenen vuotta nuorentunut hiuspidennyksen laitannut Gunnevi hymyili yhden viikon aikana kolmen aikakauslehden kannessa. Paitapuserojen sävy vaihtui, haastattelujen sisältö ei. Gunneville myönnettiin ensimmäinen 15-vuotinen apuraha sitten vuosituhannen vaihtumisen. (*Kutsumus*, 92.)

Kutsumuksessa näiden kirjailijatyyppeiden avulla hahmotellaan monenlaisia kirjailijan julkisuuskuvaan liittyviä ongelmia nykyisessä kirjallisessa elämässä. Sanelma on kirjailijana puurtaja. Hänen asenteensa lähenee monille suomalaisille kirjailijoille tyypillistä käsitystä kirjailijan työstä ammattina muiden ammattien joukossa.⁴ Tällainen kirjailija suhtautuu kirjoittamiseen kuin mihin tahansa työhön ja lunastaa mielessään olemassaolon oikeutuksensa julkaisemalla tasaiseen tahtiin. Kuten kirjailijaidentiteettiä tutkinut Elina Jokinen (2010, 221–229) on osoittanut, monelle suomalaiselle kirjailijalle apurahoitus on tunnustus siitä, että on oikea kirjailija. Kuva Sanelman taloudellisesta kurimuksesta ja penseästä suhtautumisesta kaikenlaiseen esiintymiseen on liioiteltu, mutta samantapaisia kokemuksia työstään on ollut ”todellisillakin” kirjailijoilla. Esimerkiksi Hannu Raittila (2006, 103–119) on purkanut turhautumistaan siitä, että suuri osa ajasta menee markkinointiin, eikä suomalaisittain hyvä 2000 painoksen myynti takaa toimeentuloa. Sanelman ”laitostunut” suhde apurahajärjestelmään edustaa toimimattomaa asennetta nykyisessä mediavetoisessa taidekulttuurissa. Teos implikoi ajatusta, että menestys nykyisessä kirjallisessa kulttuurissa vaatii kirjailijaltakin aktiivisempaa ja monipuolisempaa suhdetta työhönsä. Sanelman hahmo nostaa esiin kysymyksen, pärjääkö kirjailija ”brändäämättä” itseään.

Gunnevin hahmo puolestaan edustaa Bourdieun (1993) hahmottelemaa ajatusta nykyisen kustannusmaailman suosimasta kirjailijatyypistä, joka tulee kuin valmiina tuotteena markkinoille. Gunnevin ilo on lyhytaikainen: kun toista teosta ei ala heti kuulua, hän painuu unohduksiin. Gunnevin hahmo nostaa esiin näkökulman kirjasta ja kirjailijasta uudelle kapitalismille ominaiseen tapaan hetkellisenä kulutushyödykkeenä, josta on helppo luopua, kun jotain uutta ja houkuttavampaa saapuu markkinoille (ks. Sennett 2007, 140). Gunnevin kautta teoksessa sivutaan myös suosion ja palkintojen

välistä ristiriitaista suhdetta. Suomessa korkean ja matalan ero on pitkään näkynyt esimerkiksi siinä, että painosten kuninkaat ja kuningattaret on tulkittu helposti viihteeksi (Jokinen 2010, 14). Näin käy Gunnevillekin: hän saa turhaan odottaa kutsuja palkintojenjakotilaisuuksiin. Jyrkkä ero on vähitellen murtunut, mistä esimerkkinä toimii viihdekirjailijana pidetyn Laila Hirvisaaren Finlandia-palkintoehdokkuus 2011. *Kutsumuksessa* keskinkertainen, apurahojen varassa kituuttava taideproosa edustaa menneisyyttä, mutta kirjallisuuden tuottaminen markkinoiden ehdoilla ei näyttäyty sen parempana.

Sekä Viinikaisen että Onkelin teoksissa brändi on huomion vangitsija, joka auttaa kirjailijaa erottumaan muiden samanlaisten joukosta. Sekä kirja että kirjailija näyttävät tavarana, joita täytyy hioa markkinoille sopivaksi. Kysymykset taiteilijan brändämisestä kustannuspoliittisista syistä liittyvät teoksissa myöhäismodernille kulttuurille ominaiseen minuusproblematiikkaan, jossa identiteetin rakentaminen on jatkuvaa ja minuuden raja häilyvä (ks. Hall 1999, 20–23). Teosten kuvaamassa maailmassa subjekti ei ole olemassa ilman että laaja mediayleisö tunnistaa sen subjektina. ”Orgon” ja Gunnevin tapauksessa oikeanlaista imagoa seuraa julkisuudessa tunnistettu, oikea kirjailijuus, kun taas Sanelma ja Saastamoinen eivät tällaista asemaa saavuta. Mediayleisölle brändätty taiteilija on kertomus tavoitellusta ja halutusta minuudesta, jota muut voivat käyttää oman minuutensa rakennusaineena. Teosten satiiri kohdistuu tuon median hellimän tarinan ontoutteen. Sekä kertomus menestyvästä taiteilijasta että kirjallisuus, jota menestystaiteilijat tuottavat, ovat tyhjiä. Tämä tuottaa olosuhteet, jossa minuus alkaa määrittyä suhteessa markkinoihin.

Todellisuusproosaa ja aitoja elämyksiä

Viinikaisen *Orgossa* ja Onkelin *Kutsumuksessa* tärkeänä irvailun kohteena on 1990- ja 2000-luvulla suosittu omaelämäkerrallinen ja tunnustuksellinen trendi. Tunnustuksellisen kirjallisuuden aalto kytkeytyy samoihin tekijöihin kuin julkisuuden personoitumisenkin: länsimaisen kulttuurin kääntymiseen kohti tuntevaa ja kokevaa minää (Lehtonen 2001, 133–136; Rojola 2003, 83–85). Nykykulttuurissa median kertomukset suodattuvat kuitenkin elettyyn ja koettuun maailmaan siinä määrin, että on vaikea vetää rajaa ”todellisuuden” ja sen representaatioiden välille (Lehtonen 2001, 126–136). Viinikaisen ja Onkelin teokset vievät huomion kirjailijan minuuden, sen esitysten ja markkinoiden suhteeseen. Teokset kysyvät, mitä myydään kun myydään ”todellisuutta”.

Orgon päähenkilön, Saastamoisen, kirjalliset hankkeet – Sakari Ikävalkon elämäkerta ja omaelämäkerrallinen ”todellisuusproosa” – edustavat periaatteessa biografia- ja autobiografakirjallisuuden kunniaakasta traditiota. Saastamoisen motiivit ovat kuitenkin oudolla tavalla vääristyneitä. Hänen suhdettaan todellisuuteen kuvataan varastamisena, ammatillisesti impotentin kynäilijän hätäratkaisuna. Hän ottaa materiaalikseen eletyn elämän ja alkaa muokata sitä romaaniiksi. Saastamoinen kuvaa itseään seuraavasti:

Minulta puuttui kyky luoda tyhjästä uskottavia ihmisiä ja kiinnostavia tapah-
tumuksia. Juuri tuon puuttuvan luovuuden korvikkeeksi olin kehittänyt oman
todellisuusproosani: kirjoitin vain siitä mitä näin ja koin. (*Orgo*, 112.)

Saastamoisen ”todellisuusproosaa” määrittelee narsistinen päämäärä. Hän haluaa saat-
taa oman elämänsä toisten luettavaksi ja siten kokea olemansa olemassa. Saastamoinen
joutuu kuitenkin käsikirjoittamaan ja lavastamaan elämäänsä uudelleen, räväkämmäksi,
jotta voisi kirjoittaa siitä ”todenmukaisesti”. Syyn hän näkee julkisuuden logiikassa:
ihmiset – kustantaja ja lukijat mukaan lukien – ovat tottuneet sellaiseen ”todellisuus-
teen”, joka on kirjallisesti tuotettua. Jos teksti ei noudata ”todellisuudesta” kirjoittami-
sen konventioita, se ei myy.

Viinikaisen romaani viittaa metafiktiivisin keinoin siihen, että ”todellisuutta” ei
teksteistä erillisenä maailmana ole olemassa. Kuten Saastamoinenkin toteaa: ”Nykyään
todelliset ihmiset vierailevat fiktiossa yhtä luontevasti kuin fiktiiviset hahmot todelli-
suudessa, eikä pirukaan ota enää selvää miten paljon missäkin on totta ja miten paljon
tarinaa”. (*Orgo*, 74.) Saastamoisen ”elämä”, josta hän yrittää kirjoittaa, on koostetta
aiemmasta kirjallisuudesta. Sen subteksteinä ovat muiden muassa *Rikos ja rangaistus*,
Tohtori Jekyll ja Herra Hyde sekä *Sinuhe Egyptiläinen*. Myös Markku Envallin, ”todel-
lisen” kirjailijan, hahmo näyttäytyy romaanissa ja rinnastuu sepitettyihin hahmoihin.
Viinikaisen teoksessa ajatus elämän narratiivisesta struktuurista (ks. esim. Ricoeur 1988)
saa karun tulkinnan: kokemuksillemme antamamme merkitykset on luotu jossain muu-
alla, paremman puutteessa vaikka iltapäivälehtien lööpeissä.

E erityisen paradoksaaliseksi toden ja sepitteen suhde muuttuu, kun tarkastellaan eri-
laisia julkisuudessa muovautuneita tai sitä varten luotuja roolihahmoja. Kuten edellä on
todettu, *Orgo* rakenneleukoineen on kärjistetty esimerkki mediaa varten ”brändätystä”
kirjailijasta. Tarkastelemalla *Orgon* sepiteluonnetta Viinikainen syventää kirjailijan
subjektiviteettiin liittyviä kysymyksiä. Saastamoinen pohtii *Orgon* suhdetta todelli-
suuteen seuraavasti:

Romaanikirjailijat loivat kuvitteellisia hahmoja ja keksivät niille kuvitteellisia
tapahtumia kuvitteellisessa ympäristössä. Minä sen sijaan olin luonut todelli-
sen lihaa ja verta olevan henkilön, joka liikuskelin näkyvänä ja kuuluvana kes-
kuudessamme ja jonka olemassaolosta ei voinut olla pienintäkään epäilystä.
Jos kirjoittaisin, miltä maailma tuon henkilön silmin näyttää, miltä hänestä
tuntuu, mitä hän haluaa ja mitä tekee, eikö se olisi todellista todellisuusproo-
saa, sitä jota kohti olin pyrkinyt? (*Orgo*, 126.)

Orgo syntyi lopullisesti vasta katseista ja huomiosta. *Orgo* ei voinut olla
subjekti olematta objekti. (*Orgo*, 134.)

Teoksessa Saastamoisen olemassaolo kirjailijana, subjektius toisten huomion kohteeksi
asettumisen kautta, toteutuu vasta *Orgon* avulla. Kuten kirjallisuudessa usein, myös
Orgossa julkisuutta varten luotu hahmo alkaa käyttäytyä hirviön tavoin. *Orgo* alkaa elää

omaa elämäänsä, eikä piittaa siitä, että Saastamoinen yrittää haudata hänet vähitellen. Viinikaisen romaanissa nauretaan nykyiselle mediakulttuurille, jossa julkikkiset kirjoittavat itseään näkyviksi kaikin mahdollisin keinoin. Orgon irvikuvamainen hahmo tekee näkyväksi median ja markkinoiden vaikutusvallan kasvuun liittyvän pelon siitä, että kirjailija tarvitsee mediahuomiota kokeakseen ylipäättään olevansa olemassa. Viinikaisen romaanissa kirjailija paitsi kirjoittavana subjektina, myös yksilöllisenä persoonana häviää julkisuutta varten luodun kuvajaisten taakse. Tämä ilmentää näkemystä yksilösubjektin heikkoudesta suhteessa markkinoihin.

Myös Kreetta Onkelin *Kutsumuksessa* todellisuuspohjaisen romaanin kirjoittamista kuvataan varastamisen problematiikan avulla. Kirjailijantyötä on perinteisesti pidetty ”kutsumusammattina”, mutta tässä teoksessa ”kutsumus” näyttättyy perin vinksahaneena. Sanelma Salmisen teokset edustavat realistista arkiproosaa, jossa aiheena on ”pienten ihmisten”, kuten työttömien ja yksinhuoltajien arki. Suomalaisessa kirjallisessa kulttuurissa tällaiset aihepiirit on perinteisesti nähty yhteiskunnallisesti merkittävinä. *Kutsumus* riisuu niistä kaiken yleyyden. Sanelmalle kirjallinen ”varastaminen” on sitä, että hän kasaa lyhyet kirjansa mekaanisesti arkisista havainnoista: naapuriensa edesotamuksista, kadunkulkijoista, kuulemistaan elämäntarinoista. Sanelmalle varastamalla kirjoittaminen on osa ”kutsumusta”. Häntä ajaa kirjoittamiseen sisäinen pakko, eikä hän muutakaan osaa. Hän rinnastaa kirjallisen varastelunsa synnynnäiseen keskinkertaisuuteensa: ”Olin keskivertokoululainen, keskivertourheilija, keskivertokaveri. Minulla oli keskiverto ruumiinrakenne, keskiverto luonne ja keskiverto ajatusmaailma.” (*Kutsumus*, 10.) Kutsumus ajoi hänet lapsena varastelemaan ”kemikaaliosta pinnejä, S-marketista luomiväriä ja suklaata” (*Kutsumus*, 12).

Sanelma ei ole kuitenkaan huonossa seurassa. Hänen kirjallinen metodinsa rinnastuu monien tunnettujen suomalaisten realistien teoksiin. Sanelma puolustelee latteuksiansa kirjaamista sillä, että työn kuvaaminen on ollut suomalaisessa kirjallisuudessa korkeassa kurssissa:

Moni romaanini sai paksuutta erilaisten työmenetelmien kuvailusta. Ansoitunut työnkuvaaja oli suomalaisen kirjailijan laatumääre. Jospa minäkin tekisin matkan talonrakennustyömaalle kerätäkseni aineistoa. Kuten Elias Lönnrot Karjalaan. Kuvailisin ensin kolmesataa sivua omakotitalon rakentamista. Joka toinen luku käsittelisi rakennusvaiheita, joka toinen pääparin rakkaustarinaa. Harjakaisia seuraili kihlaus, tupaantuliaisia ero. (*Kutsumus*, 51.)

Sanelman puheet voidaan tulkita monella tavalla. Hänen kirjallisessa metodissaan voi nähdä Lönnrotin lisäksi viittauksen teoksessa eksplisiittisesti mainittuun Antti Hyryyn, erityisesti teoksiin *Aitta* (1999) ja *Uuni* (2009), jotka ovat hyvin tarkkoja työn kuvauksia. Samalla hän rinnastaa monille suomalaisille ”duunarikirjailijoille” ominaiseen tapaan kirjailijan työn mihin tahansa työhön. ”Varastaminen” viittaa realistisen kirjallisuuden pyrkimykseen ”lainata” tai esittää todellisuutta sellaisenaan. Ristiriita

syntyy siitä, että todellisuus ei ole kopioitavissa, vaan siihen täytyy liittyä jokin tulkinta. Sanelmalla tämä tulkinta on hukassa, eikä hän ei koe kirjoittamistaan minkään luovan työn tulokseksi. Kuvaukset muistuttavat mekaanista lainaamista aiemmasta traditiosta. Keinot jotka ovat toimineet realismin kukoistuskausina, eivät toimi nyt. Arki sinänsä ei ole kirjallisuutta, vaan siitä luotu tulkinta. Teos kysyy, missä menee luovuuden ja diletanttimaisen tekotaiteen raja ja mahdollistaako suomalainen kirjallisuusjärjestelmä jälkimmäisen tukemisen taiteena.

Kutsumuksessa Gunnevin runokokoelmaan *!!!!POSTIA TERVEYSKESKUKSESTA!!!!* sisältyy ironiaa yksityisissä tunnekuhuissa vellovaa ja terapeutista kirjatyyppeä kohtaan. Tällainen kirjallisuus linkittyy nykyiselle länsimaiselle kulttuurille ominaiseen individualismiin, jossa terapiapuhe on usein uskonnon asemassa. Useat yhteiskunta-teoreetikot ovat kuitenkin esittäneet, että yksilöiden tunteisiin liittyvästä terapiadis-kurssista on tullut kansan oopiumia, joka tukahduttaa kriittisen ajattelun. (Sennet 1986; Furedi 2003, 23–25; ks. myös Pantti 2009, 105.) Gunnevin runojen nimet ovat ”Juurihoido” ja ”Me kaksi kirurgisen sairaalan avarassa käytävässä”. Kustantajan mukaan Gunnevin kokoelma tarttuu koskettavasti tuntoihin, joita leikkaukset terveydenhuollossa ja luokkaerojen kasvaminen tuottavat. Sanelman mukaan Gunnevin runot perustuvat tiukasti elettyyn elämään: Gunnevi oli retkahtanut asunnottomaan elosteliijaan, Campari-Leinoseen, ja ”jonotti spurgun kanssa maksa-arvojen mittaustuloksia” (*Kutsumus* 2010, 96). Tyyli on intohimoinen ja avoimen ruumiillinen:

Suljettu kanttiinini. Mikä tahansa aamu voisin kävellä yksityisen lääkärin vastaanotolle. Sitä en koskaan tee. En halua luopua kahdesta tunnista kanssasi Marian päivystyksessä. Et ole ottanut suihkua tässä kuussa. Emme halua luopua hajusta. (*Kutsumus*, 58.)

Gunnevin runokokoelman kaltaisten tunnekirjojen arvo on siinä, että ne voivat tarjota lukijoilleen kosketuskohtia omiin kokemuksiinsa. Terapeuttinen elämäntapakirjallisuus – jota esimerkiksi Coelhon tuotanto edustaa – on kustantajien kannalta tärkeää, sillä ihmiset kuluttavat erilaisten myöhäiskapitalistisen kulttuurin tunnesairauksien vuoksi kaikenlaista ”elämänviisautta” runsaasti. Omakohtaiset terapia- ja tunnustuskirjat jäävät kuitenkin usein tilannesidonnaisuutensa vuoksi päiväperhoiksi. Niin Gunnevinkin kirja: häneltä loppuu itseluottamus, eikä hän saavuta kestäväää asemaa ”kollektiivisena terapeutina”. *Kutsumuksessa* sekä Sanelman että Gunnevin teokset edustavat molemmat tavallaan nolla-arvoista kirjallisuutta. Sanelman synty on se, että hän raportoi latteaa todellisuutta tietämättä miksi, eivätkä hänen lauseensa herätä siksi vastakaikua muissa. Gunnevi on harrastaja, joka uskoo latteuksiensa sisältävän suuria totuuksia, koska julkisuus tekee hänestä hetkeksi ilmiön.

Viinikaisen ja Onkelin teoksissa todellisuuden elementtien hyödyntäminen kirjallisuuden rakennusaineiksina on itsestään selvä lähtökohta. Kirjallisuus pikemmin luo

ja muokkaa sitä todellisuutta, jonka tärkeä osa julkisuus on, ei niinkään kuvaa sitä. Romaaneissa ei ole kyse siitä, voiko todellisuutta tavoittaa, vaan tavoittelemisen syistä ja siihen sisältyvästä totuudellisuudesta. Molempien teosten ironisesti vedostelluille kirjailijahahmoille kirjallisuuden suhde todellisuuteen määrittyy jonkinlaisena arvona tai markkinavalttina.

Saastamoisen ja Sanelman mielikuvissa kirjoittaminen rinnastuu varastamiseen, sillä kummallakaan ei ole tavoitteena lisätä tai rikastaa ”todellisuutta” luomalla sellaisia tulkintoja, jotka antaisivat lukijoille jonkin uuden näkökulman. Saastamoinen toimii näin ahneuttaan; Sanelma puolestaan siitä syystä, että hänen kirjailija- ja kirjallisuuskäsityksensä edustaa mennyttä päivää. Molemmat suhtautumistavat ovat loismaisia: he kokevat ottavansa mutta eivät antavansa. Tällaista todellisuussuhdetta voidaan yleisemminkin pohtia sellaisen kirjallisuuden kohdalla, joka tarttuu esimerkiksi rankkoihin tai paljastaviin aiheisiin itsetarkoituksellisesti, paremman myynnin tai kriitikoiden tunnustuksen toivossa (ks. esim. Karkulehto 2011). ”Todellisuusproosaan” liittyvä problematiikka tuo Onkelin ja Viinikaisen teoksissa esiin kaupallisen ajattelun vaikutuksen kaunokirjallisiin sisältöihin. Teokset kysyvät, onko toinen toistaan rehellisemmässä todellisuudenkuvauksissa kyse pyrkimyksestä sanoa jotakin olennaista meitä ympäröivästä kulttuurista vai ainoastaan hyödyn tavoittelusta.

Kustannusyriyten kutsumustyöläiset

Suomessa kustannustoiminta on ollut pitkään sivistyksellisen ja taloudellisen toiminnan epäpyhä liitto. Kustantajat ovat tasapainoilleet taloudellisen voitontavoittelun ja valituksellisen tehtävänsä välillä. (Turunen 2009, 86–87.) Painopisteen siirtyminen pitkäjänteiseksi mielletystä kirjankustantamisen konseptista uudenlaiseen, välittömiä voittoja tuottavaan kustannustyöhön on tuottanut epävarmuutta (vrt. Bourdieu 1993). Samalla on purkautunut tunteita, jotka lähenevät Sennetin (2007, 84) hahmottelemaa, uudelle kapitalismin kulttuurille ominaista hyödyttömyyden pelkoa. Kustannusalalla epävarmuus ei liity niinkään ulkomaisen työvoiman tai automaation aiheuttamiin uhuksiin vaan siihen, että kansainvälisissä suuryrityksissä päätöksiä tehdään kaukaa. Ammattitaito ei takaa menestystä uudentyypisessä työelämässä, vaan työntekijän on mukauduttava muutoksiin, joissa ei näe järkeä.⁵ Viinikaisen ja Onkelin teokset kommentoivat tilannetta, jossa puhe kirjailijasta kutsumustyöläisenä ja kustannustoiminnasta sivistyksellisenä toimintana elää edelleen, vaikka kustantamot kilpailevat myyntitilasta verissä päin. Teokset tarttuvat hyödyttömyyden kokemukseen, joka syntyy kun ihmisiä ja kirjoja käsitellään minä tahansa tavaranäkökulmasta.

Orgossa kustannustoimintaan liittyvä tavaroitumispuhe on viety äärimmäisyyksiin, kuten myös toimittajien ja kirjailijoiden sopeutumiskyvyt. Kustannustoimittajan nimi on Höylä. Se viittaa tekstin hiomiseen mutta myös säästämiseen, tehosta-

miseen ja menojen leikkaamiseen. Kuten edellä on esitetty, Höylää – kuten kirjailija Saastamoistakin – kiinnostaa vain raha. Mutta vaikka *Orgon* kuvaamassa kustantamossa toimintamalli perustuukin kilpailuttamiseen ja kannattavuuslaskelmiin, vaivihkaisesti kuvaan ututetaan toisenlainen toimintamalli. Esiin vedetään Otavan menneiden aikojen kustannustoimittajien suhteet legendaarisiin kirjailijoihinsa. Tämä kiinnittää huomion muutokseen pitkäaikaisten luottamussuhteiden ja nykyisen, nopeita voittoja etsivän toimintatavan välillä.

”Näytät kurjalta”, Höylä sanoi. ”Haluatko lasin vettä?”

”Viinaa minä haluan. Haavikko tarjoili Saarikoskelle viinaa sohvalle.”

”Sinä et ole Saarikoski”

”Etkä sinä Haavikko.”

”Kaksi hyvää syytä pitäytyä vedessä.” (*Orgo*, 78.)

Kontrasti on iso. Saarikoski ja Haavikko ovat kulttuurihistoriaa. Heidän toimintatapansa olivat epämuodollisia ja tavanomaisen työsuhteen rajat ylittäviä. Tällaiseen kustannustoiminnan malliin sisältynyt luottamus, joka salli viinalla läträämisen ja jatkuvan ennakkojen makselun, on suureksi osaksi menneisyyttä. Nykykustantajilla ei ole varaa odotella käsikirjoituksia vuosikausia. Välähdys menneisyydestä alleviivaa kuitenkin sitä, että luottamuksellisia suhteita on vaikea luoda, jos kustannustoimintaa määrittelee vaihtuvuus ja epävarmuus. Ironista kyllä, myös kustannustoimittaja Höylä joutuu ahtaalle ”markkinoiden vaatimusten” vuoksi. Saastamoinen panee *Orgon* – kustantamon tähtikirjailijan – vaatimaan Höylän eroa ja valtaa itse tämän paikan. Hänen ajatuksenaan on kustannustoimittajan pallia hyödyntäen saada omaa todellisuusproosaansa kustannettua. Juoni toimii hyvin: ”Kustantamon johto luopui mieluummin huonosta päälliköstä kuin hyvästä tuotteesta.” Saastamoinen analysoi tilannetta: ”En usko, että valintani puolesta puhui mikään muu kuin halu varmistaa ykköstuotteen pysyminen talossa. (*Orgo*, 167.) Tämän lähemmäs ihminen kauppatavaraa tuskin pääsee.

Onkelin *Kutsumuksessa* kustannustoimintaa valotetaan sekä kirjailijan että kustannustoimittajan suunnalta ja useiden vuosikymmenten perspektiivistä. Näkymä kustannustyön arkisimpaan puurtamiseen avautuu Sanelma Salmisen ensimmäisessä työpaikassa Mestarikustantamon käsikirjoitusten lukijana. Sanelman suhde lukemiinsa teoksiin on keveän välineellinen. Hän lukee kymmenen käsikirjoitusta kerralla ja laatii lausuntonsa selailun perusteella. Sanelman työskentelytapa kiteyttää käsityksen kirjoista kulutustavarana. Toiminta rinnastuu liukuhihnalla työskentelevän laadunvalvojan tapaan erotella jyvät akanoista. Kannanottona luovan työn erityislaadun puolesta voidaan nähdä se, että Sanelma näkee hylkäämistään käsikirjoituksista painajaisia lopun ikänsä.

Kutsumuksessa johtoportaan näkökulma piirtyy pitkän linjan kustannustoimittajan, Jarmo Purkin, kautta. Purkki pyrki vastaamaan markkinoiden haasteisiin ja myy tarokkaasti tähtikirjailijoita, kuten Gunnevi Björkenheimiä. Purkissa kuitenkin henkilöi-

tyy vanhanaikainen käsitys kustantamisesta. Hän haikailee menneitä vuosikymmeniä ja muistamiaan henkilökohtaisia suhteita kirjailijoihin. Hän näkee vanhat kirjailijamyytit velvoittavana ja odottaa turhaan nykykirjailijoilta saarikoskimaisia elkeitä. Häntä suorastaan loukkaavat nykyajan ”hyveelliset ja ahkerat” kirjailijat, jotka eivät kustantamon järjestämässä juhlassa juopottele ja joiden ei voi luottaa tansittavan myyntipuolen nais-työntekijöitä (*Kutsumus*, 211–213). Tämä on Purkille osoitus luottamuksen lopullisesta purkautumisesta. Purkki myös tietää, että hän on ainoastaan työntekijä, jonka työ on näkymätöntä ja että hänen edustamansa arvot eivät vastaa nykytodellisuutta. Hän kokee itsensä hölmöksi ja hyödyttömäksi.

No, Jarmo, hän toppuutteli itseään: sinä et kuitenkaan ole kirjailija, vaan kuukausipalkkainen kustannustalon työntekijä. Tämä on sinulle pelkkä työ. Jos oletkin pitänyt suomalaisia eturivin kirjailijoita pystyssä haudan partaalla, kannatellut rannetta näppäimistöillä, järjestellyt heidän pankkilainojaan ja sparrannut heitä kirjoittamaan myös toisen lauseen, olet aina ja vain kustantamon vakituinen työntekijä. Nimesi mainitaan artikkeleissa joissa käsitellään kustantamojen yksipuolista julkaisulinjaa. Tai etsitään syntipukkeja siihen, miksi suomalaista kirjallisuutta ei käännetä ja myydä maailmalle. (*Kutsumus*, 212.)

Jarmo edustaa sellaista kustannusalan työntekijää, joka kokee tehtävänsä ”kutsumuksena” ja sitoutuu henkilökohtaisesti. Tämä tuo esiin kustannusyrittäjien johdon hankalan aseman kirjailijoidensa sparraajana ja voittoa tavoittelevan liikeyrityksen edustajana.

Molempien romaanien kontrasti nykyisen, äärimmilleen kaupallistuneena kuvatun kustannustoiminnan ja kaihoten muistettujen ”vanhojen vanhojen hyvien aikojen” välillä on tietysti ironinen. Samalla siihen liittyy pilkahdus inhimillisyyttä. Esimerkeissä pelot markkinoiden objektiksi joutumisesta koskevat niin kirjailijoita kuin kustantajakin. ”Markkinoiden” takaa ei löydykään näkymätöntä kättä vaan yksittäisiä ihmisiä, jotka keinolla millä hyvänsä yrittävät pysyä kehityksessä mukana. Myös teosten loput korostavat luovan taiteilijan arvoa. Viinikaisen teoksessa median luoma hirviö Orgo tekee Saastamoisesta sätkynukkensa eikä päinvastoin. Onkelin teos päättyy taas toisenlaiseen ratkaisuun: kyyninen kustannustoimittaja Purkki tunnistaa Sanelman pakossa kirjoittaa pohjimmiltaan aidon kirjailijankutsumuksen. Tämän olisi ruvettava uskomaan siihen itsekin ja noustava latteuksien suosta.

Lopuksi

Onkelin *Kutsumuksen* ja Viinikaisen *Orgon* kuva aikansa suomalaisesta kulttuurielämästä on surkuhupaisa. Verkossa ja lehdissä suolletaan avulaiden julkisuudenhenkilöiden tuottamista aineksista villimpää fiktiota kuin kirjailijat ikinä edes pystyisivät kirjoittamaan. Kirjailija on joko median sätkynukke tai täydellinen mitättömyys.

On kuitenkin huomioitava, että teokset ovat satiireja ja sellaisina tietoisia kärjistyksiä. Satiiri tunnistaa ongelmia ja tekee hankalia kysymyksiä. Paisuttelemalla uhka-

kuvia se etsii muutosta tai yrittää estää epäsuotuisan muutoksen. (Petro 1982, 17–21.) Viinikaisen ja Onkelin teoksissa on kyse kirjallisen kulttuurin tilaa koskevien pelkojen hahmottamisesta ja keskustelun herättämisestä, ei niinkään vakiintuneiden toimintatapojen kuvauksesta.

Antero Viinikaisen ja Kreetta Onkelin satiireissa nykyinen suomalainen kirjallinen kulttuuri nähdään lähtökohtaisesti median ja markkinoiden voimakkaasti ohjaamana. Siihen sisältyvä pelot voidaan jäsentää seuraavasti: 1) *Orgossa ja Kutsumuksessa* luova työ ja sen tekijät näyttävät äärimmilleen tavaroituneena. Kirjailijabrändi on kirjailijaa tärkeämpi, jopa siinä määrin, että kirjailija on vaarassa hävitä julkisuuskuvansa taa. Tämä nostaa esiin pelon siitä, että kaupallisten päämäärien korostuessa kirjailija kadottaa kokemuksen työnsä merkityksestä tai suorastaan menettää subjektiviteettinsa joillekin ”markkinavoimille”. 2) *Orgossa ja Kutsumuksessa* kirja-alalla pärjääminen merkitsee esteettisten ja eettisten ihanteiden korvautumista kaupallisilla. Tämä implikoi huolta siitä, että kirjallisuuden alan toimijat antavat markkinoiden määrätä kirjallisuuden sisältöjä ja tapaa, jolla kirjallisuudesta puhutaan. Tällöin kirjallisuus menettää erityisluonteensa muihin kulttuurituotteisiin verrattuna ja yksinkertaistuu. Olivatpa uhat todellisia tai eivät, teokset korostavat markkinoiden ja julkisuuden nykyisten toimintatapojen negatiivisia vaikutuksia kirjailijan ammatti-identiteettiin ja kirjallisuuden sisältöihin. Teoksista välittyy näkemys, että kirjailijantyön ytimen täytyy löytyä kirjoittamisesta, joskus jopa vanhanaikaisesta kutsumuksesta.

Miksi käsitys suomalaisesta kirjallisesta kulttuurista näyttää näin mustana? Viinikaisen ja Onkelin teoksissa jyrkät vastakkainasettelut ja kirjallisen kulttuurin hahmottaminen pelkojen kenttänä liittyy kirjailijantyötä ja kustannustoimintaa koskevien mielikuvien murrokseen. Suomessa käsitys kirjailijasta päteväna ammattilaisena toisten ammattilaisten joukossa on ollut pitkään hyväksytty – ehkäpä demokraattisuuttaan. Mielikuvassa painopiste on lopullisessa tuotteessa ja menestys on palkkio hyvin tehdystä työstä. Nämä käsitykset ovat kehittyneet aikana, jolloin myös kustannustoimintaa ohjasivat jossain määrin kansalliset ja sivistykselliset päämäärät. Tätä taustaa vasten nykymedian ruokkima kuva siitä, että kirjailijan pitäisi lunastaa paikkansa esiintymisellä ja nopealla kaupallisella menestyksellä, on outo. Se on irrallaan kirjoittamisesta kirjailijan tärkeimpänä työnä. Se kuitenkin vastaa ajallemme ominaisia käsityksiä ”menestyksestä” nopeana *Idols*-tähteytenä. Molemmista mielikuvissa on kyse konstruktioista, jotka tuskin ovat koko totuus. Viinikaisen *Orgo* ja Onkelin *Kutsumus* esittävät kirpeää kritiikkiä markkinavoimien merkityksestä kustannusalalla, mutta myös teräviä huomioita median voimasta tuottaa mielikuvia siitä, mitä kirjailijantyön tulisi olla.

Viitteet

¹ Muun muassa Hannu Salaman, Pentti Saarikosken, Timo K. Mukan ja Christer Kihlmanin teoksissa käsiteltiin kirjailijan muuttuvaa yhteiskunnallista roolia, apurahajärjestelmän

ongelmia ja kirjallisuuden suhdetta muuhun mediaan (ks. Karkama 1998; Arminen 2009).

² Tällä hetkellä kirjallisuuden kokonaistuotannon volyyymi liikkuu 12000 nimekkeessä. Kaunokirjallisuutta julkaistiin vuonna 2005 lähes 2000 kirjanimikettä. (Turunen 2009, 82–85.)

³ Esimerkiksi Jari Tervon kirjailijakuvaan on kuulunut ilmestyminen joka lauantai suomalaisten olohuoneisiin Yle TV 1:n *Uutisvuodossa*. Esiintyminen ja kolumnit ovat tärkeä osa myös Heli Laaksosen runoilijantyötä.

⁴ Näkemys kirjailijan työstä työnä muiden joukossa yleistyi 1950-luvulla modernismin myötä, jolloin kirjailijan ammattia verrattiin taitavaan käsityöläiseen (Turunen 1999, 191–193). 1960-luvulla kirjailijat puhuivat työstään ammattina, johon tulisi sisältyä palkka ja eläke- ja sairaskorvaukset, kuten muihinkin ammatteihin (Arminen 2009, 306–316). Muiden muassa Hannu Raittila (2006) on korostanut olevansa kirjailijana ”duunarityyppi”.

⁵ Tällaisia kokemuksia kustantamonsa uudelleenjärjestelyistä nostivat esiin esimerkiksi WSOY:n kirjailijat ja kustannusalan työntekijät vuosina 2009 ja 2010. Kirjailija Mari Möro totesi: ”kahdet yt-neuvottelut vuoden sisällä, ja niitä seuranneet irtisanomiset, toimintojen ulkoistamiset, epävarmuus tulevaisuudesta, loputtomat organisaatiouudistukset ja kriisikokoukset ovat uuvuttaneet työntekijät.” (Kokko 2010.) WSOY:n Johnny Kniga -osaston toimituspäällikkö Timo Ernamo kuvasi tilannetta seuraavasti: ”Alalla vallitsee hermostunut ilmapiiri. Koulu- ja tietokirjojen myynti on laskussa, kirjan ikä on lyhentynyt, sähköinen kirja tekee tuloaan, organisaatioita uusitaan eikä irtisanomisiltakaan ole välttytty. Kun siihen lisätään taantuma, ihmisiltä kysytään venymistä joka tasolla. Jatkuvat muutokset rassaavat ja heijastuvat työntekoon.” (Kylänpää 2009.)

Lähteet

- ARMINEN, ELINA 2009: *Keskeltä melua ja ääntä. Timo K. Mukan myöhäistuotanto, kirjallisuuskäsitys ja niiden suhde 1960-luvun yhteiskunnallis- kulttuuriseen keskusteluun*. Helsinki: SKS.
- BOURDIEU, PIERRE 1993: *The Field of Cultural Production. Essays on Art and Literature*. Cambridge: Polity Press.
- EKHOLM, KAI & REPO, YRJÖ 2010: *Kirja tienhaarassa vuonna 2020*. Helsinki: Gaudeamus.
- FUREDI, FRANK 2003: *Therapy Culture. Cultivating Vulnerability in an Uncertain Age*. London & New York: Routledge.
- GIDDENS, ANTHONY 1991: *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.
- HALL, STUART 1999: *Identiteetti*. Toim. ja suom. Mikko Lehtonen ja Juha Herkman. Tampere, Vastapaino.
- HARVEY, DAVID 2008: *Uusliberalismin lyhyt historia*. Alkuteos: *A Brief History of Neoliberalism*. Suom. Kaisa Koskinen. Tampere: Vastapaino.
- JOKINEN, ELINA 2010: *Vallan kirjailijat. Valtion apurahoituksen merkitys kirjailijoille vuosittuhannen vaihteen Suomessa*. Helsinki: Avain.

- JUNTUNEN, LAURA & VÄLIVERRONEN, ESA 2009: Intiimin politiikka ja skandaalin yhteiskunnallinen merkitys. Teoksessa *Journalismi murroksessa*. Toim. Esa Väli­verronen. Helsinki: Gaudeamus, 262–284.
- KARKAMA, PERTTI 1998: Intellektuelli ja representaation kriisi. Näkökulmia 1960-luvun kirjailijintellektuellin ongelmiin. Teoksessa *Älymystön jäljillä. Kirjoituksia suomalaisesta sivistyneestä ja älymystöstä*. Toim. Pertti Karkama ja Hanne Koivisto. Helsinki: SKS.
- KARKULEHTO, SANNA 2011: Seksi + taide = helppoa rahaa. Esitelmä Kulttuurintutkimuksen päivillä Turussa 17.12.2011.
- KARVONEN, ERKKI 1999: *Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa*. Tampere: Gaudeamus.
- KLEIN, NAOMI 2000: *No Logo. Tähtäimessä brändivaltiaat*. Alkuteos: *No Logo: No Space, No Choice, No Jobs*. Suom. Liisa Laaksonen & Maarit Tillman. Helsinki: WSOY.
- KOKKO, KARRI 2010: Kirja-ala pohtii kirjan ja kustantamisen tulevaisuutta. Suomen Kuvalehti.fi. 4.10.2010. <http://suomenkuvalehti.fi/blogit/kohtaamisia/kirja-ala-pohtii-kirjan-ja-kustantamisen-tulevaisuutta>
- KYLÄNPÄÄ, RIITTA 2009: Mistä johtuu kaaos WSOY:ssä? Suomen Kuvalehti. fi. 31.10.2009. <http://suomenkuvalehti.fi/jutut/talous/mista-johtuu-kaaos-wsoyssa>
- LASSILA, PERTTI 1990: *Otavan historia*. Kolmas osa 1941–1975. Helsinki: Otava.
- LEHTONEN, MIKKO 2001: *Post Scriptum. Kirja medioitumisen aikakaudella*. Tampere: Vastapaino.
- LUKÁCS, GEORG 1971/1931: *History and Class Consciousness: Studies in Marxist dialectics*. Alkuteos: *Geschichte und Klassenbewusstsein. Studien über Marxistische Dialektik*. Trans. Rodney Livingstone. Cambridge and Mass.
- MAJANDER, ANTTI & SAARIKOSKI, SASKA 2010: WSOY:n ykköspomo Jacques Eijkens tukee Anna Bajarsia. ”Muutos sattuu aina.” *Helsingin Sanomat* 22.6.2010.
- OGBORN, JANE & BUCKROYD, PETER 2001: *Satire*. Cambridge: Cambridge University Press.
- ONKELI, KREETTA 2010: *Kutsumus*. Turku: Sannakko.
- PANTTI, MERVI 2009: Tunteellisempaa journalismia. Teoksessa *Journalismi murroksessa*. Toim. Esa Väli­verronen. Helsinki: Gaudeamus, 193–206.
- PATOMÄKI, HEIKKI 2007: *Uusliberalismi Suomessa. Lyhyt historia ja tulevaisuuden vaihtoehto*. Helsinki: WSOY.
- PETRO, PETER 1982: *Modern Satire: Four Studies*. Berlin–New York–Amsterdam: Mouton Publishers.
- RAITTI­LA, HANNU 2006: *Kirjailijaelämää*. Helsinki: WSOY.
- RASTENBERGER, ANNA-KAISA 2008: Kuvataiteen brändäys – The Helsinki School. Teoksessa *Minä ja markkinavoimat. Yksilö, kulttuuri ja yhteiskunta uusliberalismin valtakaudella*. Toim. Jussi Ojajärvi & Liisa Steinby. Helsinki: SKS.

- RICOEUR, PAUL 1988/1985: *Time and Narrative I–III*. Alkuteos: *Temps et Récit*. Trans. Kathleen McLaughlin ja David Pellauer. Chigago: University of Chicago Press.
- ROJOLA, LEA 2003: Läheisyyden löyhkä käy kaupaksi. Teoksessa *Kurittomat kuvitelmat. Johdatus 1990-luvun kotimaiseen kirjallisuuteen*. Toim. Markku Soikkeli. Turku: Turun yliopisto.
- SENNET, RICHARD 1986: *The Fall of Public man*. London and Boston: Faber and Faber.
- SENNET, RICHARD 2007: *Uuden kapitalismin kulttuuri*. Alkuteos: *The Culture of the New Capitalism 2006*. Suom. Kaisa Koskinen. Tampere: Vastapaino.
- TURUNEN, RISTO 1999: Nykyaikaistuva kirjallinen elämä. Teoksessa *Suomen kirjallisuushistoria 3. Rintamakirjaista tietoverkkoihin*. Toim. Pertti Lassila. Helsinki: SKS, 187–198.
- TURUNEN, RISTO 2009: Kirjatuotanto ja kulttuurinen murros. Teoksessa *Kulttuurituotanto. Kehykset, käytäntö, prosessit*. Toim. Maarit Grahn & Maunu Häyrynen. Helsinki: SKS, 82–104.
- VIINIKAINEN, ANTERO 2009: *Orgo*. Helsinki: WSOY.