


# Näkyvyys ei mittaa kulttuurin arvoa

16.9.2026

Urheilussa yleisömäärä, näkyvyys ja mediahuomio näyttävät lähes itsestään selviltä mittareilta. Mitä enemmän katsojia, mitä suurempi kiinnostus ja mitä vahvempi julkisuus, sitä merkittävämpänä ilmiö helposti nähdään. Ajatus tuntuu loogiselta, sillä kilpailu tuottaa selkeitä tuloksia, vertailtavuutta ja jatkuvasti uusiutuvia huippuhetkiä. Kulttuurissa sama mittaristo ei kuitenkaan toimi. Vaikka yleisön suosio on tärkeä, sen perusteella ei voida ratkaista teoksen, ilmiön tai taiteellisen työn merkitystä samalla tavalla. Kulttuurin arvo ei synny yksin näkyvyydestä, kulutuksesta tai välittömästä suosiosta, vaan ajasta, tulkinnasta ja hitaasti rakentuvasta ymmärryksestä.

Tässä mielessä yleisö on kulttuurissa pikemminkin seuraus kuin todiste. Se, että teos tavoittaa suuren yleisön, voi kertoa sen ajankohtaisuudesta, saavutettavuudesta tai jakelun onnistumisesta, mutta ei vielä sellaisenaan sen taiteellisesta tai yhteiskunnallisesta arvosta. Vastaavasti pieni yleisö ei tee teoksesta vähäarvoista. Monet myöhemmin merkittävinä pidetyt teokset, tekijät ja ilmiöt ovat syntyneet marginaalissa, ilman laajaa julkisuutta ja ilman välitöntä tunnustusta. Kulttuurissa merkitys ei avaudu aina nopeasti, eikä sitä voi palauttaa siihen, kuinka moni sattui olemaan paikalla juuri tietyllä hetkellä.

## Media ei vain näytä vaan myös valikoi

Tämä liittyy myös median toimintatapaan. Urheilussa media vahvistaa usein jo olemassa olevaa kilpailullista järjestystä, jossa voittajat, ennätykset, sarjataulukot ja mestaruudet tarjoavat valmiin ja ennakoitavan rungon uutisoinnille. Samalla tarkempi analyysi on siirtynyt yhä useammin uutisjournalismin reunoille ja erikoistuneempiin formaatteihin, kuten podcasteihin, joissa otteluiden, ilmiöiden ja rakenteiden purkamiseen on enemmän aikaa kuin nopearytmisessä perusuutisoinnissa. Niissä urheilulle tehdään jotakin sellaista, mitä kulttuuritoimitus parhaimmillaan tekee taiteelle, kun yksittäinen tapahtuma asetetaan laajempaan yhteyteen,

merkityksiä avataan ja mennään ilmiöihin syvemmälle.

Kulttuurissa media ei sen sijaan ainoastaan välitä ilmiöitä eteenpäin, vaan myös valikoi, kehystää ja arvottaa niitä. Julkisuuteen päätyvät usein ne teokset ja tapahtumat, jotka on helppo kertoa kiinnostavina, ajankohtaisina tai kohua herättävinä tapauksina. Huomio ei siis jakaudu tasaisesti, vaan kasaantuu ilmiöihin, jotka sopivat median rytmiin ja muotoon. Banksy on tästä hyvä esimerkki. Kun hänen tuotantoaan esiteltiin laajasti Mäntässä Serlachius-museo Göstassa vuonna 2021 ja nyt Turussa uudessa näyttelykokonaisuudessa, huomio ei kiinnittynyt vain teoksiin itseensä vaan myös siihen, että sama nimi ja ilmiö voidaan nostaa yhä uudelleen eri paikoissa näkyväksi kulttuuritapahtumaksi. Juuri tällaisissa tapauksissa näkyy hyvin, miten media ei pelkästään raportoi kiinnostavasta ilmiöstä, vaan myös vahvistaa sen asemaa toistamalla sitä, minkä yleisö jo tunnistaa. Samalla jää huomiotta pitkäjänteinen kehittely, paikallinen toiminta, vaikeasti luokiteltavat teokset ja sellainen taiteellinen työ, jonka vaikutus syntyy hitaasti ja kerrostuneesti.

# Mitä tapahtuu, jos näkyvyydestä tulee arvo?

Jos kulttuurin arvoa alettaisiin mitata suoraviivaisesti näkyvyydellä, syntyisi nopeasti itseään vahvistava kehä. Se, mikä on jo valmiiksi näkyvää, saisi lisää huomiota, resursseja ja legitimiteettiä, kun taas heikommin esillä olevat muodot jäisivät yhä kauemmas keskustelun ja rahoituksen piiristä. Tällainen logiikka kaventaisi väistämättä kulttuurin moninaisuutta, sillä se suosisi helposti omaksuttavia, nopeasti viestittäviä ja välittömästi palkitsevia sisältöjä. Samalla vaarana olisi, että kulttuurista katoaisi kyky tuottaa hitaita oivalluksia, synnyttää ristiriitoja ja avata kokemuksia, joita ei voi mitata pelkällä suosiolla.

Siksi kulttuurin ja median välinen jännite ei ole tilapäinen häiriö vaan rakenteellinen kysymys. Kulttuuri tarvitsee yleisöä, julkisuutta ja näkyvyyttä, mutta se ei voi rakentua yksin niiden varaan ilman, että sen oma perustehtävä alkaa vääristyä. Yleisö osallistuu kulttuurissa merkitysten muodostumiseen, mutta se ei ratkaise niitä lopullisesti. Juuri siksi näkyvyys ei mittaa kulttuurin arvoa, vaan korkeintaan sitä, mikä kulloinkin nousee esiin, leviää nopeasti tai sopii median logiikkaan. Jos kulttuurista halutaan käydä vakavaa keskustelua, on osattava erottaa toisistaan se, mikä näkyy, ja se, mikä todella merkitsee.

**Kimmo Kulmala**
SEAMK
Kirjoittaja toimi lehtorina SEAMKin urheiluliiketoiminnan tradenomikoulutuksessa ja Urheiluakatemia-vastaavana.

Artikkeli on osa sarjaa, jossa tarkastellaan urheilua, huippu-urheilua ja urheilujärjestelmää urheilupyramidi-käsitteen eri näkökulmista. Aiemmin ilmestyneet artikkelit:

Urheilun pyramidiHuippuun katsova urheiluHuippu-urheilun vie median ja sponsoreiden huomion(Opens in a new window)Seuratoiminnan arki pyramidin ehdoillaKulttuurin pyramidi ja sen rajat(Opens in a new window)Huippu kulttuurissa ei taivu yhteen mittaanKulttuurin ja urheilun rahoituslogiikka