

Työryhmä 11. Media ja kulttuuriteollisuus

Työryhmän vetäjät: Raija-Leena Loisa ja Anita Kärki

Muistion laatija: Kaisu Kumpulainen

Työryhmän esitelmissä käsiteltiin kulttuuripolitiikkaa kulttuuriteollisuuden ja median näkökulmasta. Edustettuina oli televisioon, elokuvaan kirja-alaan ja musiikkiteollisuuteen liittyviä teemoja.

Heikki Hellmanin esitys tarkasteli suomalaista television toimilupa-politiikkaa. Hellman on tutkinut sitä, miten 90-luvulla lisääntynyt kilpailu ja uusien toimijoiden, eli kaupallisten kanavien tulo televisioon on vaikuttanut ohjelmatarjontaan ja sen monipuolisuuteen. Suomessa kilpailu on säilynyt maltillisena, eikä ole aiheuttanut eri kanavien samankaltaistumista. Suomalainen toimilupapolitiikka on osa viestintäpolitiikkaa, jonka keskeisenä keinona on säännellä toimijoiden rakenteellisia ehtoja. Hellman näkee YLE:n toimilupapolitiikan tärkeänä kulttuuripoliittisena keinona taata televisio-ohjelmien monipuolisuuden säilyminen kilpailusta huolimatta.

YLE:n yleisötutkijana toimiva **Johanna Jääsaari** Åbo Akademiästä on tehnyt kyselytutkimuksen, jossa hän on selvittänyt kansalaisten näkemyksiä Yleisradiosta. Kansalaiset kokevat sen julkisen palvelun tehtävän edelleen tärkeäksi ja kansalaiset ovat muutenkin kiintyneitä Yleisradioon. Toisaalta YLE:ssä ei kerätä systemaattista tai laajempaa tutkimustietoa kansalaisten mielipiteistä ja arvostuksista. Esimerkiksi digitaalisen television kehityksessä yleisön mielipiteet on täysin ohitettu ja kehitys kulkee eteenpäin talouden ja markkinoiden intresseistä käsin. Kansalaisten rooli vaikuttajana on lähinnä kuluttajan rooli. Kansalaisvaikuttaminen, tai sen puute, on tärkeä osa viestintäpolitiikkaa - ja sitä kautta myös kulttuuripolitiikkaa.

Laëtitiä Kulyk Jyväskylän yliopistosta tutkii lisensointityössään pohjoismaista kulttuuripolitiikkaa elokuvan kautta. Kulyk vertailee eri pohjoismaiden tuotannon, jakelun ja esitystoiminnan järjestelmiä. Pohjoismaiden ulkopuolella puhutaan usein pohjoismaisesta elokuvasta ja tutkimus päättyy pohtimaan tätä oletusta, eli onko olemassa yhtenäistä pohjoismaista mallia. Kulykin mukaan ei ole olemassa selkeää ja yhtenäistä pohjoismaista elokuvapolitiikkaa, mutta toisaalta mielikuva siitä voi olla tärkeä markkinointitehtävänä kulttuuriviennissä. Tästä nousee kysymys, kuinka hyödyntää sitä ja tarvitaanko lisää yhteistyötä pohjoismaiden välillä kulttuuriteollisuuden kansainvälisillä markkinoilla.

Riitta Korpipää Jyväskylän yliopistosta tarkastelee kirja-alan muutoksia 90-luvulla osana kulttuurialan ja yhteiskunnan laajempaa murrosta. Tietotekniikan kehitys, informaatioyhteiskunnan synty ja internet toivat kirjat ja kirja-alan markkinat verkkokaupan piiriin. Esimerkkitapauksena Korpipää käsittelee erään uusmediayrityksen kehitystä (Meteori Books Oy) ja tuhoa. Informaatiotekniikan kehitys ja verkkokauppa antoivat suuria lupauksia uusista mahdollisuuksista ja teknisistä innovaatioista, ja samalla uudenlaisesta kuluttajatietoisuudesta. Monet näistä visioista jäivät tosin toteutumatta.

Tarja Rautiainen-Keskustalo Tampereen yliopistosta tutkii musiikkikulttuuria ja sen tuotteistamista 2000-luvulla. Hänen tarkastelunsa lähtökohtana on ajatus yhteiskuntaelämän kulttuurisoitumisesta, siitä miten poliittista ja taloudellista toimintaa oikeutetaan yhä enemmän kulttuurisilla arvoilla. Hyvänä esimerkkinä tästä on puhe luovasta taloudesta. Kuluttajuus määrittää kansalaisuutta, ja kokemuksellisuuden sekä

elämyksellisyyden aspektit korostuvat mediassa. Esimerkkeinä Rautiainen-Keskustalo mainitsee suomalaisen musiikin vientiprojektin ja Idols-kilpailun, jotka heijastelevat muutoksia yleisissä ja poliittisissa asenteissa sekä kansalaisuuden uudenlaista kulturisoitumista.

Janne Mäkelä Helsingin yliopistosta tarkastelee esityksessään Suuria odotuksia: suomalaisen popviennin paineet ja ihanteet, suomalaista musiikkivientiä uutena ilmiönä. 2000-luvulla on keskitytty voimakkaasti suomalaisen musiikin menestyksen edistämiseen kansainvälisillä markkinoilla. Talous- ja kilpailupuhe ovat nousseet keskeiseksi arvottajaksi puhuttaessa populaarimusiikista. Ennen populaarimusiikkia koskeva kulttuuripolitiikka oli Suomessa enemmän suojelevaa, joka pyrki suojelemaan kansallista identiteettiä imperialistisilta vaikutuksilta. 2000-luvulla valtio on pyrkinyt aktiivisen viennin edistämisen ja kulttuuripolitiikan avulla suuntautumaan enemmän ulospäin. Vaikka kansallinen identiteetti ei ole enää yhtä keskeisessä asemassa, tulee se Mäkelän mukaan yhä säilymään. Esimerkiksi media korostaa suomalaisuutta osana kansainvälisesti menestyvien yhtyeiden tarinaa. Suomalainen popvienti on osa valtion aktiivisesta kulttuuripolitiikasta, jossa yhdistyvät eri tasot (paikallinen ja globaali) ja intressit (taloudelliset ja poliittiset intressit sekä kansallinen identiteetti).