

ään.

• • •

Paikallinen suhteutuu kirjoituksissa kansalliseen ja valtiolliseen, valtiollinen ja kansallinen ylikansalliseen ja kansainväliseen, ja ainakin Karvosen artikkelissa paikallinen pääsee ohimennen suhteutumaan myös suoraan kansainväliseen. Puhe on vähintään kahdesta, mutta usein myös kaikista kolmesta elementistä. *Heikki Hellman* tulee tavallaan tehneeksi yhteenvedon koko kirjoitussarjasta.

Hellman arvioi Suomea koossapitävän kansallisen julkisuuden katoamisen mahdollisuuksia tv-yleisön tähänastisesta todellisesta hajoamisesta kertovien empiiristen tutkimusten avulla. Asia näyttää territoriaalisesta Närpiöstä katsoen toisenlaiselta kuin distanssihaikuisesta Helsingistä, mutta kummaltakin suunnalta on nähtävissä arvaamattomalla ta-

valla hedelmällisiä paikallisen, kansallisen ja kansainvälisen välisiä jännitteitä sisältävä ristiriitakenttä.

Numeromme kirjoittajat ovat puhdassydämissä isänmaanystäviä. Yhteenvetokirjoittajaksi asettamani Hellmanin analyysit herättävät kysymyksen siitä, tarvitaanko Suomen ylläpitämiseksi välttämättä yhtä ja yhteistä kansallista julkisuutta, kun paikallisen, kansallisen ja kansainvälisen jännitekenttä ehkä tuottaa aivan uudenlaisia julkisuusmuotoja. Kirjoittajat eivät sen sijaan herätä kysymystä siitä, mihin oikeastaan tarvitaan mahdollisten uusien julkisuusmuotojen ylläpitämää yhtä ja yhtenäistä Suomea.

*Tampereen Kaukajärvellä*

7. toukokuuta 1989

Pertti Julkunen



valok. Pertti Julkunen

"Proletariaatti ei kummittele Tiedotustutkimuksen julkisuudessa enää."

## Muuttuva julkisuus ja kulttuurin tuotanto

*Liisa Uusitalo*

Kulttuurin ja talouden riippuvuus toisistaan korostuu mm. niissä huolestuneissa kannanotoissa, joita Länsi-Euroopassa ja Kanadassa on viime aikoina esitetty tulevien taloudellisten yhdentymisten johdosta. On vaadittu, että myös yhdentymisen kulttuurisia vaikutuksia tulisi arvioida (esim. Eskola 1988). Itse asiassa kulttuurituotannon rakenteessa samoin kuin julkisuuden rakenteessa yleisemmällä tasolla on jo kuitenkin tapahtunut muutenkin voimakkaita muutoksia, joita talouden yhdentymiskehitys mahdollisesti vain nopeuttaa.

Seuraavassa pyrin erittelemään joitakin kulttuurituotannon rakenteellisia muutoksia ja arvioimaan näiden vaikutusta kulttuurin tuotteisiin ja vastaanottotapoihin. Sitä ennen tarkastelen kuitenkin yleisemmällä tasolla, mitä muutoksia julkisuuden rakenteessa on tapahtunut. Julkisuuden ja julkisen argumentoinnin muutokset sekä nk. postmodernin teorioiden ja kulttuurisen tyylin leviäminen liittyvät olennaisesti kulttuurin teolliseen joukkotuotantoon.

Kulttuuri voidaan määritellä kollektiivisesti toiminnaksi, jossa tuotetaan ja uudelleen tuotetaan kulttuurisia symboleja ja luodaan niille merkityksiä. Kulttuuria eivät siten tuota vain luovat yksilöt tai organisaatiot, vaan kulttuuri tuotetaan uudelleen esimerkiksi jokai-

sessä vastaanottotilanteessa.

Kulttuurin määrittämistä merkitysten tuottamisena (eikä ideologiana) on arvosteltu mm. sen vuoksi, että se jättäisi vallankäytön tarkastelun ulkopuolelle (esim. Hall 1988). Tämä kritiikki kohdistunee kuitenkin ensi sijassa semioottiseen tutkimukseen, jossa kulttuuriset koodit ja niiden tulkinta on nostettu esnsisijaiseksi tutkimuskohteeksi. Sen sijaan kulttuurin tuotantoprosessien ja vastaanotto- prosessien tutkiminen usein juuri paljastaa tuotantorakenteen valtasuhteita, portinvartijamekanismeja tai vastaanottotapahtumaa sääteleviä sosiaalisia distinktiotarpeita.

Kulttuurin tuottamisen näkökulma olisi myös liian kapea, jos tarkastelisimme vain tuotannon rakenteellisia ja organisatorisia selitysmalleja. Bourdieulaisittain on konkreettisten tuotantoprosessien ja niiden organisoinnin ohella kiinnitettävä huomiota myös ns. symbolisen pääoman tuottamiseen. Tällöin keskeisenä tarkastelun kohteena ovat erilaiset instituutiot, esim. kasvatusta- ja koulutusjärjestelmä, kritiikki sekä makuja määräävät sosiaaliset hierarkiat.

Kaikkein onnekkainta olisi tietenkin, jos kulttuurin tuotannon rakenteelliset ja symbolisen pääoman luomista ymmärtävät ja tulkitsevat selitysmallit voitaisiin yhdistää. Käytännössä on nimittäin hyvin vaikea noudattaa

Bourdieu (1980) ideaa ja erottaa taloudellisen ja symbolisen pääoman tuottaminen toisistaan. Taloudelliset organisaatiot osallistuvat symbolisen pääoman ja merkitysten tuottamiseen valikoidessaan ja markkinoidessaan tuotteita, ja instituutit vuorostaan vaikuttavat symbolisten hierarkioidensa avulla konkreettiseen tuotantoon.

Tähän viittaa myös Habermas (1967) yhteiskuntatieteen tutkimuskäytäntöjä tarkastellessaan (empiiris-analyttinen vs. historiallis-hermeneuttinen). Kysymys ei ole vain jomman kumman valinnasta, vaan niiden kummankin universaalisuuden kritisoinnista ja synteetin löytämisestä: Kielellistä infrastruktuuria – olkoonkin että sen välitys tapahtuu symbolisesti – säätelevät myös reaaliset olosuhteet. Sekä tuotannossa vallitsevat menettelytavat että yhteiskunnan valta- ja dominanssisuhteiden sisäistäminen peilautuvat sosiaalisessa toiminnassa. Siksi sosiologia ei voi myöskään redusoida vain pelkän symbolisen välityksen, "kielen" ymmärtämiseen (Habermasin osalta ks. myös Gripp 1984). Tämän vuoksi puhetta Habermasin myöhemmästä "kielellisestä" käänteestä tai hänen esittämänsä kommunikatiivisen toiminnan teoriaa ei pidä myöskään käsittääkseni tulkita siten, että puheakteja ja yhteiskunnallista argumentointia tutkittaisiin pelkkänä kielenä.

### Julkisuuden muutos ja mediatodellisuus

Kulttuuria ja kulttuuriteollisuutta on tuskin mahdollista käsitellä puuttumatta julkisuuden muutosta koskeviin teorioihin. Historiallisen näkökulman tarjoaa Habermas (1962), joka liittyy julkisuuden rakennemuutoksen porvarillisen kapitalismin ja oikeusvaltion syntyyn sekä valtion ja kansalaisyhteiskunnan erottautumiseen toisistaan. Keskiajan feodaalinen julkisuus ei ollut poliittista kom-

munikaatiota varten tarkoitettu, vaan pikemminkin keino tuoda esille feodaalisen auktoriteetin asemaa. Valtion ja kansalaisyhteiskunnan erottaminen loi edellytykset uudelle julkisuudelle, jossa liberaalikapitalismin porvaristo saattoi tuoda esille näkökantojaan ja keskustella intresseistään. Organisoitun kapitalismin vaiheessa taas, jolloin markkinat eivät enää yksinään pysty huolehtimaan järjestelmän integraatiosta (yhteiskunnan valtiollistuksessa ja valtion yhteiskunnallistuksessa) edellä mainitun porvarillisen julkisuuden perusta – valtion ja yhteiskunnan erottelu – häviää tai hämärtyy. Julkisuus täytyy nyt "tehdä", se ei ole enää kriittistä arvojen pohdintaa ja tahdonmuodostusta, vaan ennemminkin demonstratiivista julkisuutta, kilpailua yleisön huomiosta ja suosiosta erilaisten intressiryhmien ja järjestäytyneitä "lobbyja" edustavien henkilöiden välillä.

Samanaikaisesti kulttuurista ja politiikasta keskusteleva yleisö on muuttunut lähes pelkäksi kulttuuria ja politiikkaa "kuluttavaksi" yleisöksi, jonka tehtävänä on jakaa suosiosoituksia poliittisen ja kulttuurisen näytämön esiintyjille.

Valtion kaksoisrooli, yhtäältä olemassaolon ja hyvinvoinnin ehtojen esim. taloudellisen kasvun ja stabiilisuuden takaajana ja tuottajana ja toisaalta julkisen kansalaismielipiteen esiintuojana ja rationaalisen keskustelujulkisuuden ylläpitäjänä ei helposti onnistu. Argumentoivan kansalaisjulkisuuden tilalle tuetaan kansalaisten äänestyskäyttäytymistä varten luotu tilapäinen, demonstratiivinen julkisuus.

Vielä vaikeampaa aidosti argumentoivan keskustelujulkisuuden ylläpitäminen on todennäköisesti siirryttäessä monikansalliseen teknokapitalismiin, jossa kansallisvaltion rooli pienenee huomattavasti.

Aikaisemman julkisuusihanteen mukaan



valok. Maire Riipinen

"Käytännössä on nimittäin hyvin vaikea noudattaa Bourdieun (1980) ideaa ja erottaa taloudellisen ja symbolisen pääoman tuottaminen toisistaan." (Uusitalo 1989)

henkilöt ja asiat tuli alistaa avoimen väittelyn ja argumentoinnin kohteeksi, ja poliittisia päätöksiä tuli keskustelun tuloksena voida muuttaa. Sen sijaan nykyinen tilanne on tavallaan paluuta "feodaaliseen" julkisuuteen, jossa pääpaino on suosion ja arvonannon hankkiminen eri intressejä edustaville henkilöille ja järjestäytyneille ryhmille (Habermas 1962, 1973).

Postmodernin teoreetikot puhuvat myös – tosin ilman vastaavaa taloudellista selitysperustaa – vastaavanlaisesta aatteellisten ja kulttuuristen erojen haipumisesta julkisesta keskustelusta. Aiemman, modernin ajan arvojen differentiaation tilalle olisi siten murtautunut postmodernin hengen mukainen indifferenssi: kaikkien metaselitysten, arvojen ja kritiikin perusteiden häviäminen kuin "mustaan aukkoon".

Universaalisten totuuksien ja normien puuttuessa takerrutaan koodin pysyvyyteen, sen tuomaan varmuuteen. Merkeistä tulee pysyvämpiä ja todellisempia kuin ne asiat, joihin ne alunperin viittasivat. Kulttuuria voidaan "lukea" poliittisena merkkikamppailuna, kielipeleinä (esim. Baudrillard 1988, Kellner 1988, Lyotard 1984). Tämän merkkisodan ja kulttuurisen resistenssin uudelleensuuntaamiseksi tutkitaankin sitten intensiivisesti näitä merkkejä, joiden keskellä elämme ja jotka määrittelevät meidät.

Edellä mainittu demonstratiivinen julkisuus heijastuu usein siten, että sosiaaliset distinktiot henkilöityvät. Tämä näkyy paitsi poliittisella näyttämöllä voimakkaasti myös kaikessa kulttuurin tuotannossa, jota hallitsevat "tähdet" ja "bestsellerit" (kustannus- ja elokuva-ala) tai ensin muualla kuuluisuutta hankkineet "mediapersonallisuudet" (lehdet, televisio). Tiedekään ei ole jäänyt tämän kehityksen ulkopuolelle. Julkisuuden henkilöistä tai henkilötyyleistä pitäminen on siten uusi osa-

kulttuureja yhdistävä tekijä. Mediatodellisuus, jossa nämä henkilöt esittävät kulttuurista tai poliittista spektaakkelia, on paljolti korvannut luonnollisen vuorovaikutuksen.

Näennäinen sosiaalisen rakenteen ja kulttuurin erkaneminen toisistaan antaa mielikuvan pluralismin lisääntymisestä: on esimerkiksi melko mahdotonta tehdä enää eroa korkeakulttuurin ja massakulttuurin välillä. Perinteisesti sosiaalisen hierarkian ylätasot ja niiden asiantuntijat määrittivät kulttuuridistinktiot. Nyt ei oikein tiedetä, mitkä kulttuurin ryhmät tai suunnat puolustavat hallitsevaa perinnettä, mitkä taas vastustavat sitä. Esimerkiksi massakulttuuri ei välttämättä ole vain alistettua, vaan sen alueella voi esiintyä myös aitoja kulttuurisia oppositioaineksia. Toisaalta, vaikka massakulttuurin parissa kehitettyjä "vallankumouksellisia" elementtejä voidaan omaksua ja siirtää marginaaliselta kulttuurituotannon alueelta keskustaan, niiden merkitys usein muuttuu tämän mukana puhtaasti kaupalliseksi. Näin on mm. käynyt useimpien nuorisolakulttuureissa tai etnokulttuureissa syntyneiden innovaatioiden osalta.

Kritiikin ja älymystön rooli tässä tilanteessa on hankala. Koherentti arvojärjestelmä, johon kulttuurikritiikki voisi perustua, edellyttäisi myös melko koherenttia yhteiskuntaa moraalisten tai eettisten argumenttien perustana (McIntyre 1981). Tai ainakin tarvittaisiin rationaalista yhteiskunnallista keskustelua, jossa eri argumentit perustuisivat universaalisesti hyväksytyille pätevyyskriteereille. Habermasin kommunikatiivisen toiminnan teoria (1981) pyrkii juuri tällaisten pätevyyskriteerien hahmotteluun (tieteellisten tosiasiaväittämien totuus, normatiivisten väittämien oikeutus ja esteettisten väittämien autenttisuus) samoin kuin näiden kaikkien keskustelutyyppeihin; tieteellisen, praktis-moraalisen

sekä esteettis/evaluatiivisen keskustelun sisällyttämiseen julkiseen keskusteluun.

Voidaan ehkä väittää, että monikansallisessa kapitalismissa ei enää edellytetä kulttuurista yhdenmukaisuutta, vaan kulttuurin diversifikaatio on hyväksytty ja toivottava asia-tila. Kuitenkaan nämäkään yhteiskunnat, tai niiden muodostamat kansainväliset yhteisöt eivät silti selviä ilman sosiaalista integraatiota ja kooperaatiota eri kulttuurien välillä. Postmodernin teoreetikot eivät tähän ongelmaan puutu hylätessään kaikki universaalit kriteerit ja yhteisymmärrykseen pyrkivät prosessit tarpeettomina.

Yhteiskunnallisen keskustelun puuttumiseen ja sen korvautumiseen demonstratiivisella ja manipulatiivisella julkisuudella on kulttuurin eliitti vastannut kahdella tavalla: joko heittäytymällä pseudo-populistisesti täysin innoin mukaan postmodernin ja massakulttuurin epäkriittiseen ihannointiin tai sitten kritikoimalla sitä, jolloin taas vaarana on elitistinen vetäytyminen arkitodellisuudesta, esim. puhtaasti esteettisen pariin. Jotkut voivat myös pyrkiä korvaamaan todellisuuden imaginaarisella maailmalla, joka vallitsi ennen urbaanin, rationaalisen teollisuuskapitalismin syntyä. Tässä mallissa sekä moderni että postmoderni kulttuuri hylätään esim. pyrkimällä nostalgisesti yhteisöelämän uudelleen konstruointiin (Stauth ja Turner 1988). Tällainen nostalginen pyrkimys yhteisöelämän juurille näkyy esim. eskapistisena elämäntyylinä osalla vihreää liikettä. Tai se näkyy mm. siinä, miten radio- ja TV-ohjelmien avulla (kontaktiohjelmat) pyritään luomaan uusia pseudoyhteisöjä.

Sekä Jameson (1984) että Habermas (1983) korostavat kuitenkin, ettei ole syytä vielä hylätä modernin tai "valistuksen" projektia universaaleihin pätevyyskriteereihin pyrkimiseksi ja sosiaalisen integraation saavuttamiseksi

diversifioituneiden elämänpiirien välillä. Kriittisellä teoriolla voisi olla annettavaa postmodernin teorian kehittämisessä sijoittamalla sen kuvaamat ilmiöt paremmin historialliseen taustaansa ja osoittamalla yhteydet taloudelliseen kehitykseen. Jameson peräänkuuluttaa "tiedollisia karttoja", joiden avulla voisi luoda kokonaiskuva postmodernista maailmasta. Myös Habermas esiintyy voimakkaasti tiedollisten, moraalisten ja esteettisten diskurssien rationaalistajana ja yhdistäjänä. Toiminta kulttuurin hyväksi edellyttää, että utopioiden lisäksi myös tiedostetaan vallitsevan kehityksen vaarat ja esteet. Eräitä kehityskulkuja tarkastellaan seuraavassa tarkemmin.

#### Kulttuurituotannon rakenne ja peruslogiikat

Kulttuurituotannon rakennetta voidaan tarkastella monella tasolla (Heiskanen 1986). Ensinnäkin voidaan tutkia tuotannon perusrakennetta, sitä miten organisaatiot ovat eriytyneet toimintansa, resurssiensa ja vallankäytön mukaan. Tällöin ollaan kiinnostuneita kulttuurituotannosta lähinnä toimialana, sen keskittymisestä, yritysryhmistä jne.

Toinen taso on tarkastella alan institutionaalista rakennetta, organisaatioiden ja yksilöiden välisiä suhteita ja vallankäyttöä. Esimerkiksi voidaan tutkia yritysten välistä integraatiota tai yhtiömuotoja, tai yleisön eriytymistä maun ja tyylien perusteella. Erityisen kiinnostavia tässä yhteydessä ovat ns. portinvartijarakenteet, ts. tuotteiden valitsijat, sisältöjen arvioijat, rahoittajat, mielipidejohtajat kuluttajien keskuudessa sekä näiden kaikkien toiminta "oikean maun tai elämäntyylin" määrittäjinä.

Kolmas tapa tarkastella kulttuurituotannon rakennetta on tutkia merkitysrakenteita, perusteluja ja ideologioita vallitsevien tuotanto-

ja kulutuskäytäntöjen sekä valtasuhteiden takana. Keskeisiä kysymyksiä ovat mm., vaikuttavatko tuotannossa puhtaasti kaupalliset vai myös "valistukselliset" tuotantoideologiat, mikä on yleisöjen tapa käyttää kulttuuria esim. ryhmä- tai kansallisen identiteetin muodostamiseen sekä miten vastaanottajat rakentavat todellisuutensa kulttuurin tuotteiden, esim. joukkotiedotuksen välityksellä.

Nämä eri rakenteet vaikuttavat toinen toisiinsa. Voi olla, että kulttuurin ja talouden riippuvuussuhteessa empiirisessä tutkimuksessa useimmiten tarkoitetaan sitä, miten perusrakenne tai institutionaalinen rakenne vaikuttavat vallitseviin merkitysrakenteisiin.

Kulttuurituotannon logiikka, tapa tuottaa, antaa erään lähtökohdan ryhmitellä konkreettisia kulttuurituotannon sektoreita (Miege 1987). Editoriaaliseen tuotantotapaan perustuvia tuotannon aloja ovat kirjojen, äänitteiden, elokuvien ja videoiden tuottaminen, joissa tuotteet valikoituvat samankaltaisesti moniportaisen portinvartijajärjestelmän kautta.

Tästä poikkeaa huomattavasti virta-tyyppinen kulttuurin tuotanto, esim. radio- ja televisiotoiminta, joissa tuotetaan kertaluonteisia tuotteita, jotka "kulutetaan" loppuun esityshetkellä ja jotka muodostavat katkeamattoman esitysvirran.

Nopea kulutusprosessi leimaa myös kirjoitetun informaation välitystä, josta ovat esimerkiksi sanoma- ja aikakauslehdet, mutta muussa suhteessa lehtien ja esim. televisiokanavien tuotantoprosessit eroavat suuresti. Lisäksi voidaan vielä erottaa elävän taiteen esitykset omaksi ryhmäkseen. Näiden tuotantosektoreiden keskinäiset suhteet ovat viime vuosikymmeninä muuttuneet voimakkaasti.

### Virtakulttuuri dominoi ja esineellistyy

Uusi viestintäteknologia on nostanut audiovisuaalisuuden ja virtakulttuuria edustavat joukkotiedotusvälineet dominoivaan asemaan. Ennenkaikeksi television merkitys kohoaa. Vaikutukset näkyvät parhaiten elokuva- ja videobusineksessa, jotka ensimmäisinä ovat voimakkaasti keskittyneet ylikansallisille media- ja levitysyhtiöille. Suuri osa elokuvateollisuudesta tuottaa jo nyt materiaalia, joka on tarkoitettu pelkästään televisiokanavien käyttöön.

Samalla virtakulttuuri "esineellistyy". Lukuisilla ohjelmaverkoilla ei ole varaa omaan ohjelmatuotantoon, vaan alkuperäisten oman kulttuurin piirissä tehtyjen kertaluonteisten ohjelmien tilalle tulee yhä enemmän monennettä, kansainvälisiltä markkinoilta ostettuja ohjelmia ja sarjafilmejä.

Usein virtakulttuurin ja editoriaalisen kulttuurin välillä on molemminpuolinen riippuvuus. Lisääntyneet radiokanavat tarvitsevat ja kuluttavat yhä enemmän ääniteteollisuuden tuotteita. Äänitteiden myyminen vuorostaan suoraan kuluttajille ei onnistu ilman radiosoittoa tai televisiovideoiden antamaa julkisuutta (Lassila 1987).

Kustannusalalla audiovisuaalisen virtakulttuurin dominanssi näkyy esitysoikeuksien myynnissä. Esitysoikeuksista on käännoikeuksien ohella tullut kustantajien tärkeimpiä myyntiartikkeleita. Suurissa kansainvälisissä kustannusyhtiöissä työpanos painottuu markkinointiin, sopimuksia hoitaviin lakimiehiin jne., ja kontaktit kirjailijoihin tai lukevaan älymystöön vähenevät (Coser et al. 1982). Kun monet kirjat kirjoitetaan "tilattuna" ja elokuvat ohjataan suoraan televisiota silmälläpitäen, muuttuu tuote myös tekotaltaan ja muilta ominaisuuksiltaan. Esimerkiksi Ranskassa ollaan huolissaan siitä, miten

elokuva taidemuotona jo teknisestikin muuttuu, kun se tehdään televisiota eikä elokuvateattereita varten. Toisaalta televisiokanavat antavat periaatteessa myös mahdollisuuden laajentaa elokuvataiteen markkinoita yleisölukemiin, joita ei elokuvateattereiden parhaimpinaan päivinä kyetty saavuttamaan.

Kulttuurisektoreiden keskinäinen riippuvuus saa aikaan myös aivan uuden tyyppisiä kulttuurituotteita. Esimerkkinä voi mainita kuuluisien elokuvaohjaajien (Saura, Brook, Rosi) versiot Bizet'n *Carmen*-opperasta (tai Ingmar Bergmanin versio Mozartin *Taikahuilusta*). Nämä produktiot eivät ole filmattua lavaoopperaa vaan oma uusi taidemuotonsa. Samalla tavoin uusia kulttuurituotteita ovat monet televisoidut urheilutapahtumat tai muut "karnevalistiset" tapahtumat. Ne ovat usein yhtä tarkoin ennalta suunniteltuja ja "ohjattuja" kuin mikä tahansa näytelmä tai performanssi.

Elävien esitysten on usein pelätty muuttuvan pelkästään virtakulttuurin materiaaliksi. Luultavasti ne kuitenkin pitävät pintansa myös itsenäisenä taidemuotona, koska virtakulttuuri ei pysty korvaamaan niihin olennaisesti liittyvää sosiaalista vuorovaikutusta. Sitäpaitsi elävän taiteen esitykset voivat myös saada vaikutteita virtakulttuurista, eikä vain päinvastoin. Mm. eläviin rock-konsertteihin on tuotu videosesityksistä tuttuja elementtejä, teatteriesitykset saattavat käyttää elokuvamontaasia jne.

### Kulttuurin kysynnän epävarmuuteen vastaaminen

Eri sektoreiden yhteen kietoutuminen näkyy myös ns. sekvenssijakelussa: Tämä tarkoittaa sitä, että voiton maksimoimiseksi samat kulttuurituotteet tai elementit kiertävät vuosia eri muotoisina eri kulttuurisektoreilla. Esimer-

kiksi Yhdysvalloissa on tuttu seuraava julkaisujärjestys populaariromaanille: ensin kovakantinen kirja, sitten esim. teatteriesitys, ensi-iltaelokuva, taskukirja, elokuva uusintona esittävässä teatteriketjussa, videokasetti, maksullinen kaapeli-TV, riippumaton tai julkinen TV, kansainvälinen TV-syndikaatti.

Jos ajattelemme rakennemuutoksia vielä erikseen kullakin sektorilla, on editoriaalisen kulttuurin tuottaminen alue, jossa ehkä kulttuurituotannon kaksoistehtävä taiteen ja kaupallisesti menestyvän kulttuurin (lue: korkeakulttuurin ja massakulttuurin) tuottajana on koettu problemaattisimpana tai jossa ainakin kauimmin on haluttu säilyttää myös korkeakulttuurisen tuottamisen imago. Suuri osa virtakulttuuria sen sijaan on yllättävän nopeasti ja ilman suurempia tunnontuskia asemoitunut itsensä kulttuurin kentässä viihteentekijäksi.

Editoriaalisella sektorilla riskin tasoitus epävarmassa kysyntätilanteessa tapahtuu leveällä tuotevalikoimalla, mikä johtaa tietyn tyyppiseen ylituotantoon. Toinen tapa vastata kysynnän epävarmuuteen on keskittää markkinointi- ja julkisuuspanostus muutamiin suurten joukkojen rakastamiin tähtiin ja best sellereihin ja pitää loput taitelijat ja tuotteet varmuusvarastossa. Tätä samaa logiikkaa noudatetaan mm. kustannus- ja ääniteteollisuudessa (Lassila 1987, Uusitalo 1988). Taitelijalle varmin tapa saada kustantajat kiinnostumaan on hankkia julkisuutta ensin muilla keinoin. On selvää että tällaisessa tilanteessa tuotteen laatu ei siis ole enää ensisijainen kriteeri. Tuottajat pyrkivät myös vähentämään riskejä panostamalla yhä enemmän ennalta myytyyn tuotantoon, joka pystytään suunnittelemaan ja johtamaan täysin yrityksestä käsin (esim. kustantajien kiinnostus opikirjojen tuottamiseen).

### Dualistisen tuotantorakenteen pysyvyys

Editoriaalisen tuotannon rakenne on kaikkein selkeimmin kaksijakoinen, yritykset ovat jakautuneet kahteen yritysryhmään: markkinoita hallitsevaan ytimeen, harvojen yritysten oligopoliryhmään (esim. Suomessa yleiskustantajat) ja pienten erikoistuneiden tuottajien periferia-ryhmään (pienkustantajat). Näiden ryhmien toimintastrategiat ja alalle tulon esteet poikkeavat toisistaan, ja yleensä ryhmien välillä vallitsee pysyviä kannattavuuseroja (Brunila 1989, Oksanen 1987, Uusitalo 1988). Oligopoliryhmän yrityksillä on useita suurtuotannon ja jakelun etuja, joita pienet eivät pysty hyödyntämään.

Kaksijakoinen rakenne olisi mielekäästä säilyttää (pelkän oligopolin asemesta), sillä se takaa laajemman tuotteiden monipuolisuuden. Pienten yritysten periferia pystyy tuottamaan erikoistuotteita pienillekin yleisöille.

Mainittu kahtiajako on Suomessa selkein kustannusteollisuudessa. Ääniteteollisuudessa suuntaus on hieman samantapainen mutta ei niin selvä, elokuvateatteritoiminnassa periferia on kutistunut lähes olemattomiin, videolevityksessä markkinat ovat vielä niin kehittyneitä että tarvittavaa erikoistumista ei pienjakelijoiden ryhmässä ole vielä tapahtunut, ja televisio-ohjelmatuotannossa taas erikoistuneiden pienyritysten periferia on vasta muodostumassa sitä mukaa, kun sille tarjoutuu mahdollisuuksia pysyvämpiin esityssopimuksiin jonkun televisiokanavan (esim. TV 3) kanssa.

Sama dualistinen rakenne kuin eri maiden rajojen sisällä, voidaan havaita myös kansainvälisessä kulttuurin tuotannossa. Tällöin ytimen muodostavat suuret monikansalliset yhtiöt, kun taas globaalinen periferia muodostuu pienistä kansallisista yhtiöistä. Kaikenkaikkiaan virtakulttuurin piirissä kahtiajakau-

tuminen ja toimivan periferian esiintyminen on vähäisempää kuin editoriaalisessa kulttuurissa. Virtakulttuurin tuotanto saattaa juuri sen vuoksi keskittyä liikaa vain enemmistön maun mukaisiin tuotteisiin.

### Kaupallisuus ja organisaatiomuutokset

Kaupallisuuden lisääntyminen on osittain seurausta omistusrakenteiden ja organisaatiotekniikoiden muutoksista. Esimerkiksi kustannusala on kaikkialla kokenut keskittymistä, fuusioita ja yritysostoja. Ensimmäisenä häviävät markkinoilta keskisuuret yritykset, jotka eivät löydä paikkaansa dualistisessa tuotannon rakenteesta. Kustannusyhtiöistä on myös tullut pörssiyrityksiä tai suurten konsernien osia. Tämä tuskin lisää niinkään paineita yksittäisten tuotteiden sisältöjä kohtaan. Sen sijaan koko tuotelinja voi olla vaarassa tulla poistetuksi, jos se ei osoita tarpeeksi suurta kannattavuutta ja kasvua konsernitilinpöytä. Tällöin kulttuurituotteet nähdään ensisijaisesti vain kasvuhakuisen teollisuuspolitiikan välineinä.

Toisaalta esim. aivan muiden alojen konsernien yritykset laajentua kustannusteollisuuden eivätkä aina ole osoittautuneet taloudellisesti onnistuneiksi ratkaisuksi. Usein myös alan työntekijät tai entiset osakkaat ovat vastustaneet näitä sulautumishankkeita ja niistä on jouduttu luopumaan. Myöskään kirjoitettu informaation, siis lehtiyhtiöiden laajeneminen televisiotuotantoon ei ole kovin hyvin onnistunut maailmalla. Informaation hankintakustannukset ovat suuret, joten hankittua tietoa ehkä haluttaisiin hyödyntää useissa medioissa. Virtakulttuurin tuotantotapa on kuitenkin niin erilainen kuin editoriaalisen tuotannon, ettei osaamista voida kovinkaan helposti hyödyntää toisella sektorilla.

### Vastakkaiset tendenssit radio- ja televisioteollisuudessa

Kulttuuriteollisuuden ristiriitaiset kehitystendenssit konkretisoituvat ehkä parhaiten audiovisuaalisen virtakulttuurin kohdalla, siis radio- ja televisioitoiminnassa, joka myös muodostaa tämänhetkisen kansainvälisen keskustelun ja kulttuurineuvotteluiden päähuolenaiheen. Se on ehkä keskeisin kulttuurin sektori myös sen vuoksi, että sen välittämä sosiaalinen ja poliittinen todellisuus ja kulttuuri on ainoa, mitä hyvin suuri osa ihmisistä haluaa vastaanottaa.

Uusi teknologia sekä radio- ja televisioitoiminnan vapautuminen ovat mahdollistaneet siirtymisen valtiomonopolista kohti polysentrisempää, demokraattisempaa viestintäjärjestelmää, jossa paikallisen radio- ja tv-toiminnan kautta mikä tahansa luova ryhmä tai yksilö pystyy halutessaan tuottamaan ohjelmia ja ilmaisemaan kulttuurista elämäntapaansa. Avoimen pluralistisen järjestelmän avulla on toivottu päästävän lähemmäksi kommunikation alkuperäistä ideaa, interaktiivista ja osallistuvaa toimintaa. Tässä näkyy ehkä nostalginen tendenssi, uusien tiedotusmuotojen avulla toivotaan jonkinasteista paluuta yhteisökulttuuriin, Gemeinschaftiin.

Tapahtunut säätelyn poistaminen, joka osaltaan heijastaa aiemman hyvinvointivaltioajattelun heikkenemistä, on samalla johtanut myös nopeaan kaupallistumiseen näiden medioiden piirissä. Tuotteita tuotetaan suuria valikoimia erilaisille kohdesegmenteille, mutta ohjelmien todellinen variaatio on itse asiassa kovin olematon. Ohjelmaa lähettävien yksiköiden hajauttaminen on toteutunut organisatorisesti, mutta hajautettu järjestelmä lähettää useimmiten tyypiltään hyvin yhteneviä ohjelmia. Todellinen kulttuurinen monimuotoisuus puuttuu. Esimerkiksi Yh-

dysvalloissa hyvin polysentrinen järjestelmä lähettää hyvin uniformistista kulttuuria (Jakobowitz 1988).

Myös pääomien keskittyminen ja mediateollisuuden kansainvälistyminen ovat ristiriidassa demokratisoitumishanteen kanssa. Kansainvälinen tuotanto suosii kylläkin tietynlaista erikoistumista – mikä näkyy mm. aihepiireittäin erikoistuneissa kanavissa ja satelliittitelevisiossa – mutta tällä erikoistumisella ei ole paljonkaan tekemistä todellisen sosio-kulttuurisen monipuolisuuden kanssa.

### Kulttuurin sulautuminen ja dekultraatio

Ohjelmien "transnationalisoituminen" (tai amerikkalaistuminen, koska Yhdysvalloilla on kansainvälisessä mediateollisuudessa ja sen välityksessä niin dominoiva asema) on myös merkittävä vastatendenssi tavoitellulle kulttuuriselle diversifikaatiolle. Eletään hyper-kommunikaation aikaa, jolloin kulttuurituotteet sulautuvat nopeasti muiden maiden kulttuurituotteisiin (Lévi-Strauss 1984). Synnyttää postmodernin teorioista tuttu kulttuurin muoto, jolle tyypillistä on juuri yhteensulautuminen, pastissi (vrt. esim. Jameson 1986). Kulttuurin tuotteet ovat lopulta täynnä lainauksia muista kulttuureista (tai lainauksen lainauksia). Tällaisessa "hyper-todellisuudessa" lainausta pidetään oikeana aitona tuotteena, jonka rinnalla alkuperäinen referentti vaikuttaakin varsin vaisulta. Baudrillard (1988) ja Eco (1986) antavat tästä useita esimerkkejä.

Suomessa Ullamaija Kivikuru (1988) on myös analysoinut prosessia, jossa ulkomaisten medioiden sisällöt omaksutaan ja transformoidaan "kotiuttamalla" (domesticate) ne paremmin omaan kulttuuriympäristöön sopiviksi (ks. myös Allardt 1988). Pessimistisimpiä näkemyksiä ovat sensijaan esittäneet Julku-

nen ja Sarmela (1987), joiden mukaan mm. suomalaiset maaseutuyhteisöt ovat täysin menettäneet kykynsä säilyttää omaa kulttuuri-identiteettiään sitä mukaa kuin globaalinen mediakulttuuri on syönyt paikallisen kulttuurin.

Kulttuuri-identiteetin häviämistä tapahtuu myös tuotteiden tahallisen dekultraation kautta. Menestys kansainvälisillä markkinoilla pyritään takaamaan riisumalla kulttuurin tuotteet kaikista kansallisista erityispiirteistä (esimerkkeinä mm. elokuva, pop-musiikki).

Jos kaupallistumis- ja kansainvälistymisketjitys jatkuu, on seurauksena todennäköisesti maailmanlaajuisesti tuotantoa ja jakelua kontrolloiva monosentrinen tai parhaassa tapauksessa oligopolistinen joukkoviestintäjärjestelmä, joka välittää sisällöllisesti yhtenäistä, dekultraoitua ohjelmaa. Näennäisesti tyyllinen ja genrevalikoima voi olla suuri, mutta sisällön sosiokulttuurinen monipuolisuus on vähäistä. Joukkotiedotukseen sisältyvä yhtenäinen piiloviesti on tällöin olemassaolevan maailmanjärjestyksen legitimointi (Jakubowicz 1988, Mosco 1982).

Kulttuurin tuotannon kohtalonkysymykseksi muodostuukin, käsitetäänkö kulttuurin tuotanto pelkästään osaksi kansainvälistä teollisuus- ja kasvupolitiikkaa, vai tarvitaanko myös jonkinlaista tietoista kulttuuripolitiikkaa ja tavoitteita. Kysymys on paljolti siitä hyväksytäänkö kehitys, jossa kaikki kulttuurin muut kuin taloudelliset arviointikriteerit menettävät perustansa ja jossa kulttuurin kaikista elementeistä tulee vähitellen kaupankäynnin kohteena olevia hyödykkeitä. Vai voidaanko, ja tulisiko kulttuuri ja kommunikatio ennemminkin mieltää myös julkiseksi yhteishyödykkeeksi ja resurssiksi?

### Kirjallisuus

- ALLARDT, E. Yhteiskuntamuoto ja kansallisvaltio. Teoksessa: ALLARDT, E. & HALL, S. & WALLERSTEIN, I. Maailmankulttuurin äärellä. Jyväskylän yliopisto, Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja, 11, s. 15-33, 1989.
- BAUDRILLARD, J. Selected writings. Ed. by Mark Poster. Stanford University Press, 1988.
- BOURDIEU, P. The production of belief: contribution to an economy of symbolic goods. *Media, Culture & Society* 2: 3, p. 261-93, 1980.
- BRUNILA, A. Formation and maintenance of market structure. *Helsingin kaupakorkeakoulu B:89*, 1989.
- COSER, L. & KADUSHIN, C. & POWELL, W. Books—the culture and commerce of publishing. New York, Basic Books 1982.
- ECO, Umberto. *Travels in hyper reality*. San Diego, Harcourt 1986.
- ESKOLA, Katarina. Aineellisen hyvän lupaus saattaa suomalaisia yhdyntävään Länsi-Eurooppaan, kulttuuri on jäämässä pahasti taloussuhteiden jalkoihin. *Helsingin Sanomat* 27.11.1988.
- GRIPP, H. Jürgen Habermas. München, UTB Schöningh 1984.
- HABERMAS, J. *Strukturwandel der Öffentlichkeit*. Neuwied 1962.
- HABERMAS, J. *Zur Logik der Sozialwissenschaften*. Philosophische Rundschau, Beiheft 5. Tübingen 1967.
- HABERMAS, J. *Kultur und Kritik*. Frankfurt am Main 1973.
- HABERMAS, J. *Theorie des Kommunikativen Handelns 1-2*. Frankfurt am Main, Suhrkamp 1981.
- HABERMAS, J. *Modernity—an incomplete project*. In: FOSTER, H. (ed.). *Postmodern culture*. London, Pluto Press, 3-15, 1983.
- HABERMAS, J. *The philosophical discourse of modernity*. Cambridge, Mass., MIT Press 1987.
- HALL, S. Kulttuuritaistelu ja vastarinta. Teoksessa: ALLARDT, E. & HALL, S. & WALLERSTEIN, I. Maailmankulttuurin äärellä. Jyväskylän yliopisto, Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 11, s. 68-86, 1989.
- HEISKANEN, ILKKA. Uusi viestintäteknologia ja rakenteellinen kuri suomalaisessa joukkoviestinnässä ja kulttuuriteollisuudessa. Teoksessa: MITCHELL, R. (toim.). *Uusi teknologia, taiteet, taidepolitiikka*. Taiteen keskuksimikunnan julkaisuja 28, 1986.
- JAKUBOWICZ, Karol. Media "reality" and culture: The only ones many people will (want to) know? Paper presented at the Unesco Conference on The evolution of culture in a media society, Lille, France 28.11.-1.12.1988.
- JAMESON, F. *Postmodernism, or the cultural logic of*

- late capitalism. *New Left Review* 146, p. 53-93, 1984.
- JAMESON, F. *Postmodernism and consumer society*. In: FOSTER, H. (ed.). *Postmodern culture*. London/Sydney, Pluto Press, p. 11-125, 1987.
- KELLNER, D. *Postmodernism as social theory: some challenges and problems*. In: *Theory, Culture & Society* 5: 2-3, 239-270. Sage Publications 1988.
- KIVIKURU, U. *From import to modelling: Finland—an example of old periphery dependency*. *European Journal of Communication* 3(1988):1.
- LASSILA, Juha. *Kultalevyn alkemia—rockteollisuus musiikin suodattajana*. Jyväskylän yliopisto, Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja no 6.
- LÉVI-STRAUSS, C. *Conservation, constraint and culture*. In: *Culture for all people for all times*. Paris, UNESCO 1984.
- LYOTARD, J-F. *The postmodern condition: a report on knowledge*. Minneapolis, University of Minnesota Press 1984.

- MCINTYRE, A. *After virtue*. London, Duckworth 1981.
- MIEGE, B. *The logics at work in the new cultural industries*. *Media, culture and society*, Vol. 9, no 3, 1987.
- MOSCO, V. *Toward a theory of the state and telecommunications policy*. *Journal of Communication*, Vol. 38, no 1, 1988.
- OKSANEN, A. *Dominant firms, competitive fringe and entry: a case of book publishing industry*. *Helsingin kaupakorkeakoulu F:165*, 1987.
- STAUTH, G. & TURNER, B. *Nostalgia, postmodernism and the critique of mass culture*. In: *Theory, Culture & Society* 5:2-3, 509-526. Sage Publications 1988.
- UUSITALO, Liisa. *The economic production of literature: structural changes in the establishing industry*. In: ESKOLA, K. & VAINIKKALA, E. (eds.). *The production and reception of literature*. University of Jyväskylä, Publications of the Research Unit for Contemporary Culture no 8, pp. 61-79, 1988.