

Helsinki 10.6.2010

Opetus- ja kulttuuriministeriö  
Marjo Hellström  
PL 29  
00023 Valtioneuvosto

cc: marjo.hellstrom@minedu.fi

Viite: Lausuntopyyntö 10.5.2010

## Lausunto kulttuuriteollisuutta ja luovan alan teollisuutta koskevasta Vihreästä kirjasta

Viestinnän Keskusliitto kiittää mahdollisuudesta antaa lausunto Euroopan komission Vihreästä kirjasta Kulttuuriteollisuuden ja luovan alan teollisuuden mahdollisuudet käyttöön (KOM(2010) 183 lopullinen). Liitto toteaa lausuntonaan seuraavaa:

### Pääviestit

1. Digitaalitekniikka on muuttanut perinpohjaisesti viestintäalan toimintaympäristöä. Eurooppalaisen kulttuuriteollisuuden menestyminen yhä kiihtyvässä murroksessa edellyttää sekä oikeudellisen toimintaympäristön kehittämistä että aiempaa huomattavasti suurempia panostuksia innovaatiotoimintaan.
2. Oikeudellisen toimintaympäristön kehittämisessä painopistealueita ovat tekijänoikeuslainsäädännön ajanmukaistaminen, mainonnan rajoitusten torjuminen sekä oikeudenmukaisten kilpailuedellytysten takaaminen.
3. Innovaatiotoiminnassa laaja-alainen ennakointi- ja strategiatyö toimii kaiken pohjana. Keskeistä on luoda uusia yhteistyömalleja yritysten, yliopistojen ja innovaatiotoimintaa tukevien tahojen välille. Kehittämisrahoitusta on suunnattava aiempaa merkittävästi enemmän kustannus- ja painotoimialojen ja niihin liittyvien toimijoiden innovaatio-ohjelmiin.
4. Kulttuurialan koulutuksessa on keskityttävä määrän sijasta laatuun ja täydennyskoulutusta on tehostettava digitaalisen murroksen tuomien osaamistarpeiden pohjalta. Lisäksi tutkimus- ja kehitystoiminnan tilastointiperusteita on tarkistettava, sillä tehdasteollisuudesta peräisin olevat tilastointirakenteet eivät vastaa nopeasti muuttuvan sisältötuotantoalan tarpeisiin.

## Muuttuva toimintaympäristö

Viestinnän Keskusliitto edustaa kulttuuriteollisuuden ydinaloja: aikakaus- ja sanomalehtien ja kirjojen kustannustoimintaa, näitä palvelevaa painotuotantoa sekä kaupallista televisio- ja radiotoimintaa.

Liitto yhtyy komission käsitykseen muuttuneen toimintaympäristön merkityksestä. Mielestämme Vihreässä kirjassa on analysoitu ansiokkaasti muutostekijöitä ja nostettu esiin kulttuuriteollisuuden menestymisen kannalta olennaisia kysymyksiä. Keskeinen havainto on kiteytetty seuraavassa:

”Kulttuuriteollisuuden on pystyttävä toimimaan nopeasti muuttuvissa olosuhteissa, joita luonnehtii ennen kaikkea digitaalisen tieto- ja viestintäteknikan nopea kehitys ja leviäminen koko maailmassa. Tällä muutosvoimalla on valtava vaikutus kaikkiin aloihin koko arvoketjun osalta, kulttuurihyödykkeitä ja – palveluja koskevasta luovasta työstä niiden tuotantoon, jakeluun ja kulutukseen.”

Viestintäalalla liiketoimintaympäristö on jatkuvassa muutoksessa. Uudet teknologiat, kulutuskäyttäytymisen muutokset ja uudet liiketoimintamallit avaavat mahdollisuuksia rakentaa uusia palveluita ja tuotteita.

Mediasisältöjen tuottaminen ja jakelu uudessa ympäristössä ei kuitenkaan merkitse sitä, että perinteiset tuotteet ja jakelukanavat menettäisivät merkityksensä. Vanha ja uusi maailma elävät pitkään rinnakkaiseloa, mikä merkitsee suurta haastetta liiketoiminnan kannattavuudelle. Digitaaliseen toimintaympäristöön luotavat uudet toiminnot edellyttävät usein mittavia kehityspanoksia, joita ei ole mahdollista kattaa lyhyessä ajassa. Samalla on ylläpidettävä ja kehitettävä myös perinteistä sisällöntuotantoa ja –jakelua, mikä on tavattoman kallista.

Suurin osa uusista mediapalveluista ei vielä ole kannattavia, vaan niihin tehtävät investoinnit katetaan perinteisemmistä tuotteista saatavilla tuloilla. Esimerkkinä voidaan mainita lehdistö, jossa uusia verkkopalveluja kehitetään painetuista lehdistä saatavan myynnin varassa. Tämän vuoksi on välttämätöntä huolehtia myös perinteisen median toimintaedellytyksistä.

Kiihtyvässä muutoksessa ja kovenevassa kilpailussa menestyminen edellyttää viestintäalan yrityksiltä syvää asiakasymmärrystä, edelläkävijyyttä tuote- ja palvelukehityksessä sekä kumppanuuksien hakemista niin toimialan sisällä kuin toimialarajat ylittäen.

Onnistuminen näissä avainkysymyksissä vaatii yritysten omien ponnistusten ohella julkisen vallan panostuksia: innovointityön tukemista ja suotuisan oikeudellisen toimintaympäristön kehittämistä. Yhteisenä tavoitteena tulee viestinnän alalla olla monipuolisten ja moniarvoisten mediapalvelujen tarjoaminen kansalaisille.

## Viestintäalan oikeudellisen toimintaympäristön kehittäminen

### KYSYMYS:

- Kuinka luoda enemmän tilaa ja vahvistaa tukea kulttuuriteollisuuden ja luovan teollisuuden kokeilu-, innovointi- ja yritystoiminnalle? Tarkemmin sanoen, kuinka parantaa mahdollisuuksia tieto- ja viestintätekniikan palvelujen saantiin kulttuuritoiminnassa ja luovassa toiminnassa tai niitä varten ja kuinka parantaa niiden kulttuurisisällön käyttöä? Kuinka vauhdittaa tieto- ja viestintätekniikalla uusien liiketoimintamallien omaksumista joillakin kulttuuriteollisuuden ja luovan teollisuuden aloilla?

Jotta riippumaton media voisi hyödyntää täysimääräisesti uuden tekniikan myötä avautuvia mahdollisuuksia ja ylläpitää toimialan työllisyyttä, oikeudellista toimintaympäristöä on kehitettävä. Painopisteet kehitystyössä ovat mielestämme seuraavat:

- **Tekijänoikeuslainsäädännön ajanmukaistaminen.** Uuden liiketoiminnan kehittäminen digitaalisessa toimintaympäristössä edellyttää, että tekijänoikeudet saadaan tehokkaasti käyttöön. Perinteiset oikeuksien jakelutiekohtaiseen viipalointiin perustuvat lisensiointimallit eivät välttämättä toimi dynaamisesti muuttuvissa olosuhteissa.

Sisältötarjonnan kasvu johtaa pienempiin kohdeyleisöihin, joita on samanaikaisesti tavoiteltava useilla eri jakelukanavilla ja -alustoilla. Näennäisesti aineistoa käytetään laajemmin, mutta todellisuudessa yksittäiset teokset saavat yhä vähemmän yleisöä. Vanhentuneille ajatusmalleille rakentuvat neuvotteluasetelmat eivät tämänkaltaisissa tilanteissa johda sopimuksiin riittävän sujuvasti ja joskus eivät lainkaan. Kehittyvän tekniikan tarjoamat hyödyt jäävän tällöin saavuttamatta.

Oikeuksien lisensiointia on mahdollista tehostaa monin keinoin, kuten säätämällä olettava tekijänoikeuksien siirtymisestä työnantajalle, tukemalla sisältöjen monikanavaista jakelua ja luopumalla tekijöiden asemaa ylikorostavasta kansallisesta erityysääntelystä.

Oikeuksien yksilöllisen lisensioinnin ja kollektiivilisensioinnin välinen rajanveto on harkittava huolellisesti kunkin osamarkkinan (musiikki, kustannustoiminta jne.) erityispiirteistä käsin. Digitaalisessa käyttöympäristössä luonteva lähtökohta on yksilöllinen lisensiointi. Esimerkiksi musiikin alalla tai arkistomateriaalien verkkokäytössä kyse voi kuitenkin olla niin laajamittaista ja massaluonteista toiminnasta, että kollektiivinen oikeuksien lisensiointi soveltuu siihen paremmin. Kollektiivihallinnon tulee kuitenkin aina olla läpinäkyvää ja siihen mahdollisesti liittyvät haitalliset kilpailuvaikutukset on eliminoitava tehokkaasti.

- **Mainonnan rajoitusten torjuminen.** Riippumaton media rahoittaa toimintansa suureksi osaksi mainoksilla. Tämän vuoksi toimiala on tavattoman herkkä mainonnan rajoituksille ja mainontaan liittyville tietosuojavaatimuksille: mitä enemmän mainonnalle asetetaan lainsäädännöllisiä esteitä, sitä vaikeampaa on turvata

monipuoliset ja laadukkaat viestintäpalvelut kuluttajille. Mainonnan rajoitukset ovat myös sananvapauden rajoituksia ja sananvapaus tulisi nostaa korostetummin esille unionin säädösvalmistelussa.

- **Oikeudenmukaisten kilpailuedellytysten takaaminen.** Julkisten ja yksityisten palvelujen väliseen tehtävänjakoon ja oikeudenmukaisiin kilpailuedellytyksiin on kiinnitettävä aiempaa enemmän huomiota, sillä digitaalinen toimintaympäristö moninkertaistaa epäreilun kilpailun markkinavaikutukset. Viestinnän alalla rajanveto nousee esille esimerkiksi yleisradiotoiminnassa, kirjastojen palveluissa ja oppimateriaalien tuotannossa. Julkisin varoin rahoitettavat palvelut on määriteltävä tarkasti ja on pidettävä huolta siitä, etteivät ne vääristä kilpailua kohtuuttomalla tavalla.

Tasapuoliset kilpailuedellytykset nousevat esille myös yritysten välisessä kilpailussa. Esimerkiksi hakukonepohjaiset sisältöaggregointipalvelut hyödyntävät korvauksetta sisällöntuottajien panostuksia ja keräävät niille tärkeää mainosrahaa verkossa, kantamatta samaa sisältövastuuta kuin sisällöntuottajat. EU:n tulee pitää huoli siitä, etteivät alueen omat toimijat ole tältä osin huonommassa kilpailuasemassa kuin esimerkiksi amerikkalaiset yritykset.

## Innovaatiotoiminnan tukeminen

Innovaatiotoiminnassa keskeistä on yritysten ja yliopistojen ja muiden tutkimustahojen välisten uudenlaisten toimintamallien kehittäminen, toimialalle suunnattujen sekä kansallisten että EU-tasoisien yrityslähtöisten kehittämisohjelmien käynnistäminen, T & K-käsitteen ja -tilastointiperusteiden kriittinen tarkastelu sekä kaiken pohjana riittävän laaja-alainen, mutta konkreettinen ennakointi- ja strategiatyö.

### KYSYMYKSIÄ:

- Kuinka lisätä taide- ja muotoilukoulujen ja yritysten välisiä kumppanuuksia, joilla voidaan tukea yritysten perustamista, nuoria yrityksiä ja yrittäjyyttä sekä tietoteknisten taitojen kehittämistä?

- Kuinka lisätä vertaisvalmennuksen käyttöä kulttuuriteollisuudessa ja luovassa teollisuudessa EU:n tasolla?

**KYSYMYKSIÄ:**

- Kuinka edistää yksityistä investointitoimintaa ja parantaa kulttuuriteollisuuden ja luovan teollisuuden rahoitusmahdollisuuksia? Saavatko EU-tason rahoitusvälineet lisäarvoa tukemalla ja täydentämällä kansallisella ja alueellisella tasolla toteutettuja toimenpiteitä? Jos saavat, miten?

- Kuinka parantaa kulttuuriteollisuuden ja luovan teollisuuden alan yritysten investointivalmiutta? Mitä toimenpiteitä voitaisiin toteuttaa ja millä tasolla (alueellinen, kansallinen vai eurooppalainen taso)?

**KYSYMYS:**

- Kuinka lisätä kulttuuriteollisuuden ja luovan teollisuuden integroitumista strategiseen alueelliseen ja paikalliseen kehitykseen? Mitä välineitä ja minkälaisia kumppanuuksia kokonaisvaltainen lähestymistapa edellyttää?

**KYSYMYKSIÄ:**

- Kuinka nopeuttaa muihin aloihin ja koko yhteiskuntaan kohdistuvia kulttuuriteollisuuden ja luovan teollisuuden oheisvaikutuksia? Kuinka kehittää ja ottaa käyttöön tehokkaat menetelmät tällaista osaamisen levitystä varten?

- Kuinka edistää kulttuuriteollisuuden ja luovan teollisuuden sekä oppilaitosten / yritysten / viranomaisten välisiä ”luovia kumppanuuksia”?

- Kuinka edistää jo olemassa olevien välittäjien käyttöä ja sellaisten uusien erilaisten välittäjien kehittämistä, jotka voivat toimia rajapintana taide- ja luovuusyhteisöille ja kulttuuriteollisuudelle ja luovalle teollisuudelle sekä oppilaitoksille / yrityksille ja viranomaisille?

Jotta media-ala voi vastata digitalisoitumisen aiheuttamaan murrokseen ja kehittää uusia käyttäjä- ja sisältölähtöisiä tuote- ja palveluinnovaatiota sekä liiketoimintamalleja, tarvitaan seuraavaa:

- **Laaja-alainen ennakointi- ja strategiatyö toimii kaiken pohjana.** Toimintaympäristön jatkuva muutos sekä globaalien toimijoiden aiheuttama kilpailutilanne kansallisella ja Euroopan tasolla edellyttävät jatkuvaa seurantaa ja laaja-alaista, yrityksistä lähtevää, eri sidosryhmät sitouttavaa ennakointi- ja strategiatyötä.

Yhteistyöstä on hyvä esimerkki media-alalle vastikään laadittu Viestintäalasta voittaja – Viestintäalan toimialastrategia, jonka pohjana toimi käyttäjätutkimukseen perustuva selvitys merkittävimmistä muutostekijöistä (liitteet). Työ on ainutlaatuinen ja lopputulosta on hyödynnetty myös muissa maissa. Vain tällaisten yhteistyössä

laadittujen strategisten linjausten ja tavoiteasetannan kautta eri tahot pystytään sitouttamaan toimenpiteiden konkreettiseen toteuttamiseen.

- **Luodaan uudentyyppisiä yritysten ja yliopistojen välisiä innovaatiotoiminnan yhteistyömalleja.** Uusien mediakonseptien ja liiketoimintamallien kehittäminen edellyttää yritysten ja yliopistojen sekä innovaatiotoimintaa tukevien tahojen kiinteää, monitieteistä yhteistyötä. Siinä tulee panostaa yrityksille strategisesti tärkeisiin aihealueisiin ja luoda yhteistä osaamista pitkällä aikavälillä.

Liiketaloustiede, teknologia ja taideteollinen osaaminen pitää yhdistää muun muassa käyttäytymistieteiden, journalistiikan, yhteiskuntatieteiden ja käyttäjätutkimuksen kanssa. Yhteistyö edellyttää yliopistojen pidemmän tähtäimen tavoitteiden ja yritysten lyhyen tähtäimen tavoitteiden sopivaa yhdistämistä.

Uudenlaisesta yhteistyöstä voidaan pitää hyvänä esimerkkinä Suomessa käynnistettyjä huippuosaamisen keskittymiä, joista yksi on Tieto- ja viestintäteollisuuden tutkimus Tivit Oy. Tutkimusyhteistyön puitteissa on käynnistetty täysin uudentyyppinen media-alan kehittämisohjelma Next Media, jossa luodaan uutta innovaatiotoiminnan kulttuuria koko toimialalle. Toinen oiva esimerkki eri tieteenalojen välisen yhteistyön lisäämisestä on vastikään käynnistetty Aalto-yliopisto ja sen kärkihanke Media Factory, jossa yhdistyvät liiketaloustiede, teknologia ja taideteollinen osaaminen.

- **Suunnataan merkittävästi enemmän kehittämisrahoitusta muun muassa kustannus- ja painotoimialan sekä näihin liittyvien muiden toimijoiden innovaatio-ohjelmiin.** Uusien, erityisesti viimeisintä tieto- ja viestintäteknikkaa hyödyntävien toimintamallien, tuotteiden ja palvelujen kehittäminen vaatii merkittäviä investointeja. Toimialalle suunnattuja kehittämisohjelmia pitää muodostaa sekä kansallisella että kansainvälisellä tasolla. Kustannus- ja painoalan tulee olla mukana viimeistään EU:n 8 puiteohjelmassa.

Tällä hetkellä puiteohjelmissa rahoitus suuntautuu suurelta osin tietoteknisten laitteiden ja tietoliikennetekniikan sekä elektroniikan kehittämiseen. Sisältö ja sen varaan rakentuvat palvelut ovat kuitenkin se moottori, johon tietoliikenneyhteyksiä valtaosaltaan käytetään ja käyttö tulee jatkuvasti lisääntymään. Yrityslähtöisyys ja yritysten osallistuminen myös puiteohjelmahankkeisiin on perusedellytys, jotta tulokset ovat käytännössä hyödynnettävissä.

- **Panostetaan koulutuksen laatuun määrän sijasta ja luodaan tehokkaat täydennyskoulutuksen menettelyt.** Media-alalla erityisesti sisällön tuotanto ja toimitukselliset prosessit ovat nyt ja tulevaisuudessa jatkuvassa muutoksessa. Tämä luo jatkuvaa painetta uusien osaamisten hankkimiseen ja olemassa olevien päivittämiseen sekä edellyttää muutoksia organisaatioihin.

Koulutusjärjestelmän tulee taata, että uudet alalle tulevat henkilöt omaavat tulevaisuuden kannalta oleelliset taidot. Lisäksi täydennyskoulutukseen on luotava järjestelmät, joilla työelämässä olevat henkilöt voivat päivittää osaamisiaan ja hankkia uusia taitoja. Tämä vaatii jatkuvaa ennakkointia, vuoropuhelua ja eri osapuolten yhteistä suunnittelua.

- **Tutkimus- ja kehitystoiminnan tilastointiperusteita tulisi tarkistaa.** Perusteiden on vastattava paremmin niitä rakenteita, joissa kulttuuriteollisuudessa ja luovilla aloilla toimivien yritysten innovaatiotoiminta tapahtuu. Tutkimus-, kehitys- ja innovaatorahoittajien tulee ymmärtää media-alan ja muiden kulttuurialojen erityinen luonne luovien sisältöjen hyödyntäjänä ja käyttäjiä palvelevana sektorina. Näille aloille eivät sovellu vanhat tehdasteollisuudesta peräisin olevat tutkimus- ja kehitystoiminnan rakenteet. Monesti innovaatiotoimintaa on vaikea erottaa muusta liiketoiminnasta, uutta luovat tiimit ja ryhmät kootaan tarpeen mukaan ja erilliset tutkimusosastot ja resurssit eivät välttämättä ole edes tarpeen.

Viestinnän Keskusliitto ry

Håkan Gabrielsson  
toimitusjohtaja

Viestinnän Keskusliitto on joukkoviestintäalan ja graafisen teollisuuden kattojärjestö, joka edistää toimialan yleisiä toimintaedellytyksiä tavoitteenaan turvata monipuoliset viestintäpalvelut suomalaisille. Viestinnän Keskusliitto edustaa noin 800 yritystä ja yhteisöä, jotka työllistävät noin 24.000 henkilöä. Edustettujen yritysten osuus joukkoviestintämarkkinoista on noin 80 %. Keskusliiton jäseniä ovat Aikakauslehtien Liitto, Graafinen Teollisuus, Sanomalehtien Liitto, Suomen Kustannusyhdistys, RadioMedia ja Suomen Televisioiden Liitto.

Lisätietoja lausuntoon liittyen antavat tarvittaessa:

Helene Juhola  
Kehitysjohtaja  
helene.juhola@vkl.fi  
Puhelin 09 2287 7220  
GSM 0500 512 371

Satu Kangas  
Johtaja, lakiasiat ja viestintäpolitiikka  
satu.kangas@vkl.fi  
Puhelin 09 2287 7305  
GSM 050 433 7250