



## Urbaania maaseutupolitiikkaa

<https://doi.org/10.30677/terra.112331>

Konsulttitoimistoilla on keskeinen rooli suomalaisen aluekehittämisen tietopohjan tuottajina. Etenkin kaupunkisuunnitteluun on tarjolla monenlaisia yritysten kehittämiä työkaluja.

Kaupallisten toimijoiden asema on vahvistunut myös maaseudun kehittämistoiminnassa. Tämä on merkittävä muutos, sillä nykymuotoinen suomalainen maaseutupolitiikka muotoutui paljolti maaseutuun sitoutuneiden tutkijoiden voimin ja se on perinteisesti tukeutunut yliopistoissa ja tutkimuslaitoksissa tehtävään maaseutututkimukseen. Poliitiikan toimijoiden yhteys yliopistoihin on ollut tiivis viime vuosiin saakka.

Ajat ovat kuitenkin muuttuneet, maaseutupolitiikan tutkimus- ja kehittämishankkeiden budjetit pienentyneet ja aatteellisten tutkijoiden hiukset harmaantuneet. Tässä tilanteessa voisi olettaa, että vastuuministeriössä keskusteltaisiin parhaillaan perinpohjaisesti siitä, millaisia toimijoita halutaan sitouttaa niukasti resursoitun maaseutupolitiikan palvelukseen. Kaupallisten ja ei-kaupallisten toimijoiden tavoitteet, toimintatavat ja tuotteet ovat kovin erilaisia, joten maaseutupolitiikan tietopohjan tuottajien valinnalla on merkittävä vaikutus politiikan sisältöihin.

Yritykset ovat yliopistoihin verrattuina ketteriä tiedon tuottajia ja hankkeiden toteuttajia. Ne tuntevat asiakkaansa ja osaavat puhua heidän kielellään. Ne eivät kyseenalaista asiakkaansa kysymyksenasetteluja, vaan tekevät sen, mitä niiltä tilataan.

Tilastot muokataan taulukoiksi ja kartoiksi, ja tutkijoiden elämäntyönään kehittämät käsitteet ja ideat tyhjennetään suoraviivaiseen uusiokäyttöön. Tulokset ovat käytettävissä tuota pikaa; ne kerrotaan yleistajuisessa muodossa ilman varauksia. Konsulttitoimistot tuntevat kaikenlaiset yleisöt, taitavat markkinoinnin, bloggauksen ja sometuksen. Kaupan päälle ne lupaavat tuottaa hankkeissa vertaisarvioituja tieteellisiä artikkeleita, mikäli tilaaja niin haluaa.

Tutkijoiden tapana on haastaa valmiit kysymyksenasettelut, käyttää tutkimuksen tekemiseen aikaa ja esittää tuloksensa tieteellisissä julkaisuissa. Oman tieteenalansa käsitteisiin ja keskusteluihin perustaville hakijoille voi olla epäselvää, mitä esimerkiksi maa- ja metsätalousministeriön valtakunnallisilta tutkimus- ja kehittämishankkeilta halutaan, kun niiden toivotaan tuottavan lisäarvoa ja hyötyä ”kehittämiseen”. Myös tulosten julkaisemista ja viestintää koskevat tavoitteet poikkeavat akateemisen maailman käytännöistä. Viestinnältä odotetaan samanaikaisesti sekä yleistajuisuutta että vaikuttavuutta ja se pitää kohdistaa oikeille tarvisijatahoille. Kohdejoukko ei koostu tiedeyhteisön jäsenistä.

Kaupallisten toimijoiden roolin vahvistuminen maaseutua koskevan tiedon tuottajina kehittämispolitiikan tarpeisiin voi olla ministeriöltä tietoinen päätös, jolla pyritään vaikuttamaan erilaisiin maaseutuja koskeviin mielikuviin. Konsultit taita-

vat positiivisen viestinnän sosiaalisessa mediassa. Monopoliasema kuitenkin tunnetusti nostaa hintoja. Konsulttitoimistojen panttivangiksi jäämiseen sisältyy myös muita riskejä pienessä maassa, jossa samat yritykset sekä perustelevat suurimpien kaupunkiseutujen roolia Suomen kansallisessa selviytymisessä että bloggaavat maaseutujen mahdollisuuksista. Toinen ilmeinen seuraus yliopistojen ja tutkimuslaitosten korvaamisesta yrityksillä on

se, että maaseutua koskevat kysymyksenasettelut ja odotettavissa olevat tulokset perustuvat tilaajan esiymmärrykseen aihepiiristä. Tämä johtaa siihen, että maaseutuja määritellään yhä vahvemmin hallinnon tunnistamista tarpeista käsin.

MAARIT SIRENI  
*Terran päätoimittaja*