

Kulttuurihäirintä eng. Culture Jamming

Laura Hokkanen



Imitoimalla ja ivaamalla, esimerkiksi mainontaa, yrityksiä, yhteiskuntaa, se kyseenalaistaa kuka oikeasti hallitsee julkista tilaa. (Tamminen 2013)



Starbucks logoparodia (James Leadbitter 2015)

Kulttuurihäirintä (eng. culture jamming) kritisoi, kommentoi ja protestoi yhteiskuntaa erilaisin taiteen keinoin. Sen tarkoitus on herättää ajattelua sekä luoda häiriöitä kansalaisten ja mainoksien tai yritysten välille. (Tamminen 2013)



Teoksilla kannustetaan ihmisiä aktiiviseen arviointiin ja mediakriittisyyteen; kuinka mainonta vaikuttaa meihin

Kulttuurihäirintä

(Poisel 2011; Tamminen 2013, 26.)

- alun perin sanasta radiohäirintä.
- Radiohäirintää käytettiin yhtenä sodankäynnin aseena häiritsemään vastapuolen radioviestejä
- Kulttuurihäirintä tulee mainostajan ja kuluttajan väliin häiritsemään kuluttajalle osoitettua viestiä.
- voidaan vaikuttaa kuluttajan mielipiteisiin, aiheuttaa keskustelua ja mahdollisesti saada jopa muutoksia mainostajien toimiin.
- Olennainen osa populaarikulttuuri

Lähteet

- Poisel, Richard 2011. *Modern Communications Jamming Principles and Techniques*. Norwood: Artech House Books.
- Tamminen, Jari 2013. *Kulttuurihäirinnän aakkoset*. Helsinki: Voima & Into.
- Väänänen, Kirsi 2016. *Vastamainos osana kulttuurihäirintää - Käsikirjoitus mediakasvatustyöpajaan*. Opinnäytetyö. Mikkelin ammattikorkeakoulu.