



UNIVERSITY OF TAMPERE

This document has been downloaded from
TamPub – The Institutional Repository of University of Tampere

 *Publisher's version*

The permanent address of the publication is
<http://urn.fi/URN:NBN:fi:uta-201406021537>

Author(s): Kangaspunta, Seppo
Title: Minä ja masiina : miten tutkia mediasuhdetta teknologiasuhteena?
Main work: Radio- ja televisiotutkimuksen metodologiaa : näkökulmia
sähköisen viestinnän tutkimiseen
Editor(s): Keinonen, Heidi; Ala-Fossi, Marko; Herkman, Juha
Year: 2008
Pages: 167-180
ISBN: 978-951-44-7631-0
Publisher: Tampere University Press
Discipline: Media and communications
Item Type: Article in Compiled Work
Language: fi
URN: URN:NBN:fi:uta-201406021537

All material supplied via TamPub is protected by copyright and other intellectual property rights, and duplication or sale of all part of any of the repository collections is not permitted, except that material may be duplicated by you for your research use or educational purposes in electronic or print form. You must obtain permission for any other use. Electronic or print copies may not be offered, whether for sale or otherwise to anyone who is not an authorized user.

MINÄ JA MASIINA

Miten tutkia mediasuhdetta teknologiasuhteena?

Seppo Kangaspunta

Joitain vuosia sitten ku telkkari oli mun mielestä yhteiskunnan syöpä, en suostunut hirveesti katteleen. No sehän on paras tapa saada ihmiset aivokuolleiks, semmosta vilinää silmissä ilman, että tarttee ajatella yhtään mitään. (32-vuotias nainen Porvoosta.)

Sitaatti tuo television arvottamisen lisäksi mieleen Marshall McLuhanin tulkinnan televisiosta aistijatkeena. Teknologiapainotteisesta viestintänäkemyksestä tunnetun McLuhanin mukaan viestin on itsessään viesti. Hän korosti, etteivät viestinten vaikutuksissa oleellisia ole sisällöt vaan se, mitä ne teknologioina ovat (McLuhan 1965, 7–2; Pietilä 2004, 151–164). Kuten alun sitaatti osoittaa, pakotti television digitalisointi käyttäjät määrittelemään uudelleen suhteensa paitsi televisioon ja muihin medioihin myös mediateknologiaan.

Lähestynkin artikkelin peruskysymystä – median käyttöä – teknologisesta tulokulmasta, kuten muodikas ilmaisu kuuluu. Pohdin, millainen on teknologiasuhteemme ja miten sitä voisi tutkia. Artikkelin taustana on digi-tv-siirtymää koskeva käyttäjätutkimus, jossa haastateltiin kesällä 2007 yhteensä 30 perhettä ja niiden 72 jäsentä. Tutkimuksesta julkaistiin maaliskuussa 2008 ensimmäinen raportti (Kangaspunta 2008), ja jatkan aineiston analyysia professori Taisto Hujasen luotsaamassa Intermediaalisuus-projektissa.

Yleisötutkimuksen 1990-luvun etnografisen käänteen myötä huomio kiinnittyi yleisön ja yleisöyden tutkimuksesta median käyttöön ja käyttäjyyteen. Kun yleisötutkimuksissa aiemmin kysyttiin, mitä media teki ihmiselle

(vaikutustutkimus) tai mihin ihmiset tarvitsevat mediaa (käyttötarkoitustutkimus), nyt kysyttiin, mitä ihmiset medialla tekevät (reseptiotutkimus) ja miten he sitä käyttävät (mediaetnografia). (Ridell 1998, 431–453; Nieminen & Pantti 2004, 159–180.) Näkökulman vaihdos poiki toisinaan täydentävää median käytön tutkimushaaraa. Ensimmäinen suuntautui median kulutuksen ja kuluttajuuden tutkimiseen lähtökohtanaan aktiivinen kuluttaja. Toista versoa voi kuvata emansipatoriseksi tai valtaistavaksi käyttötutkimukseksi, jossa analysoitiin median tapoja lisätä käyttäjien toimintakykyä ja tuottaa nautintoa. Uusi mediateknologia, internet ja verkkoviestintä astuivat näyttämölle.

Kun ryhtyy tutkimaan käyttäjien suhdetta mediatekniikkaan, joutuu varsin helposti bittiviidakkoon ja viestintätieteiden rajamaastoon. Itsestään selvää ei ole myöskään se, mikä mediaksi määritellään. Esimerkiksi tietotekniikkaosaamista tarkastellaan tutkimuskirjallisuudessa joko kognitiivisesta, yksilöpsykologisesta tai osaamisen käytäntö- ja kontekstisidonnaisuutta korostavasta sosiokulttuurisesta näkökulmasta. (Talja 2003, 15.)

Teknologian kotouttaminen

Otan teknologiasuhteen metsästyksen avuksi sosiokulttuurisen kompassin. Digi-tv-siirtymän tutkimuksessa sovellettiin laadullista domestikaatioeli kotouttamistutkimusta. Domestikaatio-käsitteen juuret paikantuvat 1990-luvun taitteeseen, jolloin television katselua alettiin tarkastella osana sosiaalisia käytäntöjä ja perhesuhteita, jotka vääjäämättä määrittelevät sitä. (Morley 2000, 13; Peteri 2006, 56.) Tarkastelun kohteeksi otettiin perheet ja niiden jäsenet, joita haastateltiin kodeissa. Perhehaastatteluihin tuli esille muiden muassa se, että nuoremmat ikäluokat seurasivat useita välineitä ja käyttivät mediatekniikkaa monipuolisesti. Vanhimmalle väestölle jo kahden kaukosäätimen käyttö saattoi tuottaa vaikeuksia.

Medioiden monimuotoistumisen myötä suhde niihin on muuttunut. Digi-siirtymän ensimmäisen raportin perusteella käyttäjien identifioitumisen jonkun tietyn median faneiksi olisi vähenemässä (Kangaspunta 2008). Kyse ei ole vain perinteisten medioiden, kuten sanomalehden, radion ja tele-

vision, aseman muuttumisesta kuluttajan arjessa. Säännöllinen ja esimerkiksi aikaan sidottu rituaalinen kulutus on muuttumassa satunnaisemmaksi. Sisältöjä ja palveluita kulutetaan useilla välineillä, tilanteesta riippuen. Itsekin seuraan uutisia wap-palvelusta.

Kotouttaminen on teknologian sosiaalista muovuutumista osaksi ihmisten arkea historiallisena ja kulttuurisena kokemuksena. Kyse on teknologian hallinnan ja käyttöönoton vuorovaikutusprosessista, jota henkilöiden ja yhteisöjen kulttuuriset käytännöt ja resurssit määrittävät. Tässä prosessissa sekä ihmiset että teknologia muuttuvat. Dynamiikka toimii molempiin suuntiin. Lähtöoletuksena on se, että teknologia muuttaa arjen käytäntöjä. (Peteri 2006, 55.)

Uusi teknologia ei astu neutraaliin, tyhjään tilaan kotitalouksissa, vaan sen käyttömahdollisuuksien muotoutumiseen vaikuttavat monimutkaiset sosiokulttuuriset konventiot, kuten Mika Pantzar (1996) asian ilmaisee. Kyse on koneen inhimillistämisestä ja tutummaksi tekemisestä. Ja siitä, että mediateknologia muokkaa maaperää uudelle mediateknologialle. Juuri tämän vuoksi digisiiirtymän tutkimus on tärkeää.

Kotouttamisella tarkoitetaan lisäksi teknologian merkityksellistämistä arkielämässä, sen sovittamista arkeen. Prosessissa teknologiat muokataan ja artikuloidaan arkielämän rituaaleihin ja rutiineihin sopiviksi. Kulutus on merkitysten tuotantoa eikä vain artefaktien ja kulttuurin esineiden käyttöä tai jo valmiiden merkityspotentiaalien toistoa. Lisäksi teknologian omaksuminen kietoutuu osaksi ihmissuhteita. Puhutaan esimerkiksi medioiden ”oikeasta käytöstä”. Moraaliset säännöt ovat osa mediateknologioiden merkityksiä kodin kontekstissa.

Kotouttamisen tutkimusteorian toteuttaminen edellyttää laadullista haastattelua ja parhaimmillaan etnografista tutkimusta. Tässä onkin erityisesti televisiotutkimuksen ongelma. Laadullinenkaan haastattelu ei välttämättä paljasta todellista käyttöä, koska sosiaalinen ja kulttuurinen diskurssi ohjaa vastaamista. Eläminen perheen media-arjessa näyttäisi ehkä todellisen käytön, mutta kuka huolisi tutkijan viikoksi kotiinsa?

Teknologian sosiaalinen muovautuminen

Pantzarin mukaan teknologiatutkimuksessa on alettu puhua kulutuksesta yhä monivivahteisemmin. Paraatiesimerkiksi näkökulman muutoksesta sopii hänen mielestään teknologian sosiaalisen muovautumisen näkökulma (*social shaping of technology*). Tähän traditioon voidaan laskea kuuluvan näkemykset teknologiasta ihmisten, esineiden ja ajatusten muodostamana systeeminä, toimijaverkostoteoriat ja myös sosiaalisen konstruktionismin näkökulma. (Lievrouw & Livingstone 2001; MacKenzie & Wajcman 1999; Pantzar 1996.)

Sosiaalisen muovautumisen näkökulmaa leimaa Pantzarin mukaan tieteesosiologisesti virittynyt kiinnostus innovaatioiden alkuperään, niiden omaksumiseen ja yhteiskunnallisiin seuraamuksiin. Selkeimmin yhdistävä tekijä eri tutkijoiden välillä on kriittinen suhtautuminen teknologiseen determinismiin. Teknologia ei etene yksisuuntaisesti suunnittelijan pöydältä kuluttajan käyttöön, vaan keksinnöt syntyvät ja ”kesyntyvät”¹ aina tietyssä sosiaalisessa ja poliittisessä kontekstissa. (Pantzar 1996.)

Kyse on sosioteknisestä kokonaisuudesta, jolloin teknistä muutosta selitetään sosiaalisena prosessina. Tällöin tekninen muutos ei tapahdu yksinomaan teknisen edistyksen periaatteen mukaisesti, vaan kuluttajat ja käyttäjät ovat merkittävä tekijä tuotteiden ja teknologioiden vakiintumisessa. Teknisten laitteiden kehitys ja leviäminen on yhtäaikaista sekä tekninen että sosiaalinen prosessi, jossa teknologia ja yhteiskunta vastavuoroisesti muovaavat toisiaan. Laitteiden käyttöönottoa ja sosiaalista hyväksyntää ei voi selittää vain niiden teknisillä ominaisuuksilla. Teknistä innovaatiota ei suinkaan aina oteta käyttöön siksi, että se olisi teknisesti ylivoimainen.

Suomen television digitalisointiprosessissa käyttäjätasoa ei otettu huomioon, eikä teknologian sosiaalisen muovautumisen palauteprosessista käyttäjältä tv-yhtiöille, maahantuojalle tai valmistajalle voi edes puhua. Useissa maissa varmistettiin ennen digitalisointia, ettei viallisia tai puutteellisia laitteita tulisi markkinoille. Meillä Yleisradio julkisti yli kuusi vuotta digitalisoinnin käynnistymisen jälkeen joulukuussa 2007 viallisten maan-

1 Pantzarin tulkinta ja käännös domestikaatioprosessista.

päällisten digisovitinten listan, jossa oli 40 laitetta. Helmikuussa 2008 julkaistiin viallisten kaapelisovitinten lista, jossa oli 23 laitetta. (Yleisradio 2007 ja 2008.) Perheiden haastatteluissa teknisten ongelmien selville saaminen oli helpointa. Sen ohella, että Suomessa tv-katsojat pakotettiin ostamaan digisovittimia, suurin kritiikki kohdistui laitevikoihin ja tekniikan keskeneräisyyteen (Kangaspunta 2008). Viestintäviraston selvityksen 2/2007 mukaan säännöllisesti tai silloin tällöin teknisiä ongelmia ilmeni yli 70 prosentilla kotitalouksista.

Medialaitteiden käyttöönottoprosessissa on useita vaiheita tiedostamisesta omaksumiseen. Tuotteiden hankinta ja käyttöönotto eivät tapahdu puhtaasti yksilön ratkaisuna vaan vuorovaikutuksessa muiden henkilöiden kanssa. Ihmisen käsitys itsestään ja muista relevanteista henkilöistä on tällöin tärkeä. Markkinoille tullessaan tuote ei ole koskaan valmis sosiaalisessa ja teknisessä mielessä. Tuote sopeutuu ympäristöön ja samalla sopeuttaa ympäristöä eli kotoutuu.

Digi-siirtymän haastatteluissa perheissä televisio oli usein vain osa laitekokonaisuutta ja sillä oli erilaisia käyttötarkoituksia, jotka oli räätälöity kunkin perheen tarpeisiin. Aikaisemmin perheissä miehet vastasivat laitteista, nyt myös naiset. Lapset vaikuttivat median käytön muovautumiseen, ja murrosikäiset lapset opastivat usein vanhempiaan uuden tekniikan käytössä.

Teknologian omaksuminen

Haastateltavat perheet jakautuivat pääosin kahteen ryhmään: niihin joilla ei kesäkuussa 2007 ollut sovitinta ja niihin, joilla se jo oli. Kulutustutkimuksissa käytetään medialaitteiden leviämisestä – penetraatiosta – luokitusta, jolla kuluttajat erotellaan laitteen omaksujaryhmiin. Esimerkiksi liikenne- ja viestintäministeriö käytti digi-tv:n alkuvuosina selvityksessään seuraavaa omaksumisluokitusta: innovatiiviset edelläkävijät, varhaiset omaksujat, varhainen pääjoukko, myöhäinen pääjoukko ja hidastelijat (Liikenne- ja viestintäministeriö 2002).

Muitakin luokituksia käytetään. Esimerkiksi mainostoimisto MRM Partners jakaa hybridimedian omaksujat innovaattoreihin, varhaisiin omak-

sujiin, varhaiseen enemmistöön, myöhäiseen enemmistöön ja myöhäisiin omaksujiin.

Päädyn jälkimmäiseen luokitukseen siksi, että myöhäiset omaksujat on neutraalimpi ilmaus kuin hidastelijat. Luokituksen käyttöön digi-tv:n omaksumisessa täytyy sisällyttää se varaus, että kyse ei ole aivan normaalista uuden tuotteen leviämisestä. Suuri osa koki siirtymisen pakkona, jota ilman he eivät olisi digi-laitteita hankkineet.

Uudet hyödykkeet näyttävät normaalisti tulevan osaksi arkea kolmea väylää: intohimoisen halun, rationaalisen harkinnan tai muodin välityksellä. Elämäntavaksi juurtuminen (neljäs motivaatiotekijä) kestää kauemmin. Ajan ja arjen myötä mielihyvä astuu taustalle ja hyödykkeen valinta muuttuu enemmän mukavuudeksi ja tarkoituksenmukaisuudeksi. (Pantzar 1996.)

Elämäntapaan vakiintuneita kulutustottumuksia kutsutaan Pantzarin (1996) mukaan kulutusrituaaleiksi. Ne uusintavat itse itseään ja sitä sosiaalista kontekstia, jossa kulutuspäätökset tehdään. Kulutusrituaalit korostavat arkisten päätösten välisiä takaisinkytkentöjä, jotka ylläpitävät ja vahvistavat kulutuksen käytäntöjä. Kulutusyhteiskunta perustuu tähän itse itseään ruokkivaan logiikkaan. Tiettyjen mediavälineiden omaksuminen johtaa tietynlaiseen elämäntapaan, joka puolestaan lisää jo valittujen mediavälineiden tarvetta. Tätä ketjureaktiota nimitetään Diderot-efektiksi. (Pantzar 1996, 77–79.) Hyödykkeiden arkipäiväistymisessä ja kulutusrituaalien synnyssä voi siis nähdä samankaltaisuutta.

Teknisen ilmaisumuodon lumo

Kun medialaite on hankittu ja se kotoutuu, jatketaan sen käytön motiiveista. Perinteisemmin mediasuhdetta tarkastellaan sen käyttötarkoituksen mukaan. Syyt luokitellaan tunnepohjaisiin, sosiaalisiin ja tiedollisiin käyttösyihin. (Mustonen 2001, 75–95.)

Osa käyttömotiiveista näyttäisi selittyvän jossain määrin ”mcluhanlaisittain” aistikokemuksena. Televisio viehättää ja vangitsee paitsi tarinoin myös ilmaisumuotona, elokuvan tapaan. Vastaavasti esimerkiksi peli- ja tietokoneiden pelien lumo ei selity vain pelinä. Mikä merkitys käyttöko-

kemukselle on television teknisellä ilmaisumuodolla, kun liikkuva kuva- ja äänimaailma tulvii ja välkkyi kodin taikalaatikosta napin painalluksella?

Television lumo- ja aistiulottuvuus on paitsi yhteisöllinen myös varsin yksilöllinen kokemus, mutta siitä puhuminen tuo sen sosiaalisen piiriin. Median valtaan joutumista ei haluta myöntää, ei itselle eikä muille. Tämä voisi osaltaan selittää television katselua koskevaa ristiriitaista puhetta.

Se on media, mutta se on sellanen tosi hallitseva media, et yleensä joku lehtikin on sellainen, et sä luet sitä ja sit sä pistät sen pois, mut se televisio on niinku... se on huonekalu ja et se on koko ajan siinä niinku näkyvillä ja aika monet myös pitää sitä koko ajan [auki], niinku tuli puheeks. Et se on ehkä jotenki vielä hallitsevampi asia siel kodissa ku muut mediat. (29-vuotias nainen Nokialta.)

Television katsomistottumusten tutkimus ei ole ongelmatonta. Median käyttöä koskevissa tutkimuksissa nousee esille voimakkaasti muiden medioiden käyttöä arvottavampi suhtautuminen televisioon. Lähes poikkeuksetta haastateltavat vastaavat seuraavansa televisiota vähän, jos ollenkaan, vaikka katsominen olisi runsasta. Ja jos televisiota katsotaan, niin ajankoh-taisohjelmia ja dokumentteja, vaikka haastatteluiden loppumetreillä suosikeiksi paljastuvat sarjat, urheilu ja visailut. Viihteen ja hömpän seuraaminen ei siis ole suotavaa. (Vrt. Ang 1985; Alasuutari 1991; Mäntymäen artikkeli tässä teoksessa.)

Tässä ilmenee niin määrällisten kuin laadullisten televisiotutkimusten haastatteluiden musta aukko. Kuka näissä televisiohaastatteluissa puhuu? ”Kulttuuri” olisi helppo vastaus, mutta miten on mahdollista, että television ja televisiotutkimusten alkuaikojen argumentaatio 1960–1970-luvuilta yltyä vuosikymmenien päähän. Diskurssi ei selity pelkästään vaikutustutkimuksen dominoivuudella ”televisionherviön” asettuessa olohuoneisiin. Ky-seessä on luja sosiaalisen yhteisön ja kollektiivisen identiteetin ilmentymä.

Television paheksuntaparadoksi näyttäisi olevan kuitenkin katoamassa. Digi-tv:n siirtymätutkimuksessa kävi ilmi, että sivistysargumentaatio tois-tui lähinnä yli 30–35-vuotiaiden puheessa. Sitä nuorempien suhde televi-sion käyttöön oli mutkattomampi. Tuo ikäluokka on aloittanut koulunsa

1980-luvulla ja kasvanut toisenlaisessa ilmapiirissä. Median televisioituminen ja television normalisoituminen ovat edesauttaneet muutosta. (Herkman 2005, 269.)

Miten tutkia tämän käytön arvottamisilmiön syntyä, ilmenemistä ja mahdollista murtumista? Kulttuuri- ja sosiaalishistoriasta voisi lähteä. Syvemmät haastattelut voisivat ylittää ”näin tähän kuuluu vastata” -sosiaalipaineen. Murtajiksi voisivat soveltua myös yksilölliset mediapäiväkirjat.

Jos television seuraamista paheksuva tulkinta edustaa sosiokulttuurista painetta, voisi samoista vastauksista löytää yksilöllisemmän tulkinnan. McLuhanin mukaan televisio lumoo, ja jääme ikään kuin sen vangiksi. Kun illasta vierähtää tunteja taikalaatikon lumoissa, synnyttää se ”uhrissa” mahdollista syyllisyyttä. Taasko tässä näin kävi, ohjelma ohjelman perään?

Vastaavia lumokokemuksia synnyttävät toki muutkin viestimet. Haastatteluaineiston noin 30-vuotias nainen saattoi tutkia auton valmistajien ja -myyjien nettisivustoja tuntikausia, vaikka hänellä ei ollut edes ajokorttia. Internetin yhä uusia sivustoja ja sisältöjä tarjoava loputon verkkoavaruus lumoo. Peli- ja internet-tutkimuksissa puhutaan immersioista, voimakkaasta psykologisesta eläytymisestä median sisältöön. Median käyttäjälle syntyy tunne, että hän sulautuu mediaan ja ”uppoaa” virtuaaliseen mediamaailmaan. (Sihvonen 2001.)

McLuhanin mielestä televisio on kylmistä kylmin väline, vaikka sen voisi olettaa lämpimäksi. ”Kylmät viestimet” vaativat katsojaa osallistumaan, lämpimät eivät. Visuaalisesti televisio on sumea mosaiikkiverkko, jota katsoja joutuu kaiken aika täydentämään. Lisäksi televisio ei puhuttele ensi sijassa näköä tai kuuloa vaan tuntoaistia. Kyse on eräänlaisesta aistinten yhteispelistä. Televisiokuva vaatii katsojaa osallistumaan aistimellisesti, kineettisesti ja kosketuksellisesti. Katsoja on kuvaruutu. (McLuhan 1965, 313–314; Pietilä 2004, 137–164.) McLuhanin aspektia on melko vaikea saada haastattelututkimuksissa esille.

Kanadalaistutkijat korostivat (Pietilä 2004, 137–164), että televisio rakentaa aikasidoksen ja hallitsee tilaa. Televisio ohjelmavirtana jäsentää ja rytmittää arkea. Paikallisesti se taas hallitsee tilaa, jonne se on sijoitettu. Tästä näkökulmasta televisio astuu jälleen myös sosiaalisen alueelle. On olemassa perheitä, joissa televisio on iltaisin lähes aina päällä riippumatta siitä, katsotaanko sitä keskittyneesti vai ei.

Teknologinen identifiointumisen

Mediateknologian murros ja ilmeinen muutos median käytössä siivittävät tarkastelemaan mediaidentiteettiä ja teknologista identifiointumista. Haastatteluissa nousi esille sisäistynyt käsitys välttämättömyydestä osata käyttää uutta tietotekniikkaa. Kulttuurisesti näin oletetaan odotettavan eli kyse on sosiaalisesta paineesta ja ulkoisesta identiteetin määrittelystä. Näyttäisi siltä, että tietoyhteiskunnan kansalaisuuteen kuuluu tietotekninen osaaminen. Tällöin jokaisen tulisi määritellä suhteensa uuteen mediateknologiaan.

Identiteetin tutkimus kytkeytyy usein murrokseen, ja digi-tv:n siirtymässä näyttäisi olevan kyse laajemmasta ja kauaskantoisemmasta median kulutukseen ja mediateknologian käyttöön liittyvästä murroksesta.

Digisiirtymän tutkimuksissani² ilmeni murros alle ja yli 35-vuotiaiden median identifoinnissa. Vanhemman polven mediasuhde oli yksilöidympi tyyliin ”olen radioihminen”. Osa taas määritti suhteensa esimerkiksi uutisten tai urheilun kuluttajana. Nuoremman polven suhde yksittäiseen mediaan oli väljempi. Esimerkiksi uutisia saatettiin seurata epäsäännöllisesti, milloin internetistä tai televisiosta, milloin sanoma- tai ilmaisjakelulehdistä. Nuoremman polven median käyttö ei ollut niin ritualistista kuin iäkkäämpien.

Tutkimus voisi fokuoittaa tähän oletettuun murrokseen ja paljastaa, onko kyseessä yleisempi asennemuutos vai vain ikäluokan ja elämänvaiheen ilmentymä. Vastaavasti voisi tutkia median käytön sosiaalisia eroja, vaikka puhtaasti luokkanäkökulmasta.

Tulkintarepertuaareista tietotekniikkaminuuteen

Sanna Talja (2003) analysoi tietotekniikkaosaamisen tulkintarepertuaareja sosiaalisen konstruktionismin ja diskurssianalyysin näkökulmista. Hän ottaa teoreettiseksi lähtökohdaksi tietotekniikkaminuuden käsitteen vaihtoehtona tietokonekulttuurin ja tietotekniikkataitojen käsitteille. (Emt., 15.)

² Digi-siirtymän käyttäjätutkimus (Kangaspunta 2008), Intermediaalisuus-projekti ja mentor-analyysi (RIPE@08).

Idea on siinä, että käyttäjän tulkinta taidoistaan ja suoriutumisestaan ei ole totuus itse osaamisesta.

Tietotekniikkaosaamisen tulkinnat ovat Taljan mukaan näkökulma- ja kontekstisidonnaisia. Tietotekniikkaminuus on se tarina, jonka kerron itsestäni tietokoneen käyttäjänä. Tietotekniikkaminuus on tulkinta omasta tietokonesuhteestani ja taidoistani vertailussa muiden käyttäjien ja ryhmien konesuhteisiin ja taitoihin. (Emt., 16.)

Tietotekniikkaminuus muotoutuu dialogisesti suhteessa muiden ihmisten esittämiin kertomuksiin, kulttuurin ”valmiisiin tarinoin” (Barthes 1994), yhteisen kielen mahdollistamiin kokemusten ja asioiden jäsennys- ja merkityksellistämistapoihin. Talja käyttää näistä tavoista termiä tulkinta-repertuaari. Tietotekniikkaminuus on monikerroksinen, kontekstisidonnainen ja hetkellinen entiteetti. (Talja 2003, 17.) Monikerroksisuus viittaa vertailtavaan, kontekstisidonnaisuus tiettyyn keskustelu- ja argumentaatio-kontekstiin ja hetkellisyys ajalliseen prosessiin. Ja mikä tärkeintä, tietotekniikkaminuus perustuu kulttuurin ja kielen mahdollistamiin kategorisointeihin (emt., 17).

Media ja identiteetti

Medialla sanotaan olevan tärkeä rooli persoonallisten ja sosiaalisten identiteettien rakentumisessa. Mediakeskeiset näkökulmat (kuten sosiaalisen oppimisen teoria, kultivaatioteoria ja sosiaalinen konstruktionismi) korostavat mediasisältöjen osuutta enemmän kuin yleisökeskeiset teoriat (kognitiivinen näkökulma, käyttötarkoitustutkimus ja balanssiteoria). Mediasuhteessa identiteetti toimii mielikuvia ja kokemuksia enemmän tai vähemmän organisoivana kehyksenä tai filterinä, joka suodattaa, seuloa, valikoi, tulkitsee ja hallitsee informaatiota. Identiteettikäsitteillä on tärkeä rooli mediasuhteessa. (Mustonen 2001, 119, 121.)

Identiteetti määritellään yksinkertaisesti vastaamalla kysymykseen, kuka minä olen erityisesti suhteessa toisiin ihmisiin ja ryhmiin. Identiteetti on kuvattu minäkuvan abstraktioksi, johon sisältyy kaksi puolta: persoonallinen ja sosiaalinen identiteetti. Jälkimmäistä nimitetään myös kollektiiviseksi identiteetiksi, johon lukeutuvat muiden muassa etninen ja kulttuurinen identiteetti. (Emt., 119–120.)

Sosiaalisena identiteettinä pidetään sitä osaa minäkuva, joka nojaa sosiaaliryhmien jäsenyyksiin ja niihin liittyviin tieto-, arvo- ja tunnemerkityksiin. Kun tulkitsemme sosiaalista ympäristöämme ja samastumme joihinkin ryhmiin, rakennamme omaa identiteettiämme. (Emt., 122.)

Identiteettiä voidaan tarkastella diskurssiivisena konstruktiona tai sijoittumisena tilametaforan kautta erilaisiin yhteiskunnallisiin diskurssiivisiin asemiin. Sosiaalinen elämä voidaan kuvainnollisesti ymmärtää erilaisina tiloina tai paikkoina, joihin olemme sijoittuneet ja joista käsin identiteettimme määrittyy. (Vrt. Joseph 2002, xviii–xxvi; Saastamoinen 2003, 170.) Teknologista identiteettiä voitaisiin siten tutkia kulttuuri- ja sosiaalihistorian näkökulmasta, esimerkiksi suhteena työvälaineisiin, koneisiin ja media-laitteisiin.

Kulutussosiologi Liisa Uusitalon (2002) mukaan internetin, kuten muunkin median, tärkein tehtävä informaation levittämisen ohella on toimia sosiaalisen samastumisen ja erottautumisen välineenä. Media tarjoaa kiinnekohtia ja oman identiteetin rakennuspuita eri intresseihin, harrastuksiin ja kulttuurisiin makuihin perustuville ryhmille. Media tuottaa ja uusintaa koko ajan näitä kuvitteellisia ryhmiä. (Uusitalo 2002, 216.)

Viestintäteknologioiden yleistyminen ja laajentuminen on tuonut mukanaan uudet yhteisöllisyyden ja identiteetin rakentumisen tavat. Perinteisten kasvokkaisten identiteettiä rakentavien yhteisöjen merkitys on vähentynyt, kun niiden rinnalle on syntynyt yhä lisääntyvästi teknologisesti välittyneitä yhteisöjä. Tässä yhteydessä ei voi sivuuttaa myöskään ihmisen ja koneen välistä suhdetta ja kyborgi-identiteettiä. (Esim. Sihvonen 2001; Siivonen 1996.)

Moderni aika synnytti laajamittaisen kulutustavaroiden massakulutuksen, ja postmodernissa ajassa kulutustottumukset yhdistyvät identiteetin rakennusprosesseihin (Turner 1994, 153–168). Postmoderni yhteiskunta ruokkii pikemminkin jäsentensä kykyä kuluttaa kuin tuottaa, mikä on postmodernin ratkaiseva ero moderniin yhteiskuntaan (Bauman 2002, 95). Tämä pätee televisioon, mutta internetistä on kehittynyt myös tuottamisen väline.

Päinvastoin kuin normatiivisesti säädeltyyn tuottajan elämään sisältyy kuluttajan ympärille organisoituun elämään rajattomuus. Sitä ohjaavat viettelykset, jatkuva halu ja pikaiset toiveet. Kuluttamisen yhteiskunta on

yleisen vertailun yhteiskunta. Koska ei ole normia, ei ole kiinnekohtaa yhdenmukaisuuden kriteereille. Siksi kannetaan huolta ajan tasalla olemisesta, valmiudesta, kyvystä tarttua tilaisuuteen, kyvystä kehittää haluja, kyvystä omaksua uutta ja enemmän. (Emt., 95.)

Yhteiskunnan modernisaatioprosessi on kuvattu myös esimodernin, modernin ja myöhäismodernin kolmena vaiheena. Sinikka Sassin (2000) tulkinnassa kuvataan aikaan ja paikkaan kiinnittyvän elämäntavan muuttumista syklisestä (esimoderni) lineaariseksi (moderni) eli eteenpäin suuntautuvaksi ja siitä sekä ajallisaikallisesti tiivistetyimmäksi että hajautuneemmaksi (myöhäismoderni). Suhde teknologiaan muuttuu Sassin (2002, 29) mukaan eri vaiheissa: varhaisvaiheessa ihmisellä on joukko työkaluja, seuraavassa koneet ovat mekaanisia ja nykyvaiheessa koneen ja ihmisen raja hämärtyy teknologian pienentyessä.

Yhteenveto

Koti ja arki medioituvat ja teknologisoituvat. Uuden median ja tekniikan myötä käyttäjät joutuvat määrittelemään suhteensa niihin aina uudelleen. Media- ja teknologiasuhde eivät ole pysyviä vaan alati muuttuvia. Television digisiirtymä oli tyyppillinen – ja epätyypillinen – prosessi, joka pakotti käyttäjät määrittelemään suhteensa mediateknologiaan ylipäättään.

Teknologiasuhteen tutkiminen on hyvin haastavaa ja yhdistää useita tieteenaloja. Tässä sitä on tarkasteltu lähinnä sosiokulttuurisesta näkökulmasta puuttumatta kuitenkaan kodin kontekstiin. Uudempi käyttäjätutkimus, kuten kotouttaminen, antaa vastauksia erityisesti teknologian sosiaaliseen muovautumiseen.

Käyttäjätason teknologiasuhteen tutkimukseen sisältyy runsaasti ongelmia, joista tyyppisimpiä ovat tulkitsijoiden sosiokulttuuriset konstruktiot. ”Näin minä vastaan, koska näin kuuluu vastata.” Laadullinenkaan haastattelu ei varmenna käytön todellisuutta. Teknologiasuhteen tutkiminen vaatii eri tieteenalojen ja lähestymistapojen näkökulmia ja useiden tutkimustyökalujen käyttöä.

Lähteet

- Alasuutari, Pertti (1991) Tv-ohjelmien arvohierarkia katsomistottumuksista kertovien puhetaipojen valossa. Teoksessa Kytömäki, Juha (toim.) *Nykyajan sadut. Joukkoviestinnän kertomukset ja vastaanotto*. Helsinki: Gaudeamus ja Yleisradio.
- Ang, Ien (1991) *Desperately seeking the audience*. London: Routledge.
- Joseph, Miranda (2002) *Against the Romance of Community*. London: University of Minnesota Press.
- Kangaspunta, Seppo (2008) *Keskeneräistä pakolla. Tutkimus digi-tv:n ja mediateknologian kotouttamisesta*. Journalismin tutkimusyksikön julkaisuja C42/2008. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Kangaspunta, Seppo (2006) *Yhteisöllinen digi-tv. Digitaalisen television uusi yhteisöllisyys, yhteisöllisyyden tuotteistaminen ja yhteisötelevisiön vaihtoehto*. Sarja Media Studies. Tampere: Tampere University Press.
- Lievrouw, Leah & Livingstone, Sonia (toim.) (2001) *A Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs*. London: Sage.
- Liikenne ja viestintäministeriö (2002) *Digi-TV Suomessa. Suomalaisen toimijoiden näkemykset digitaalisen television nykytilasta ja suositukset etenemisstrategiasta 2002–2004*. Liikenne- ja viestintäministeriö.
- MacKenzie, Donald & Wajcman, Judy (1999) *The Social Shaping of Technology*. Buckingham and Philadelphia: Open University Print.
- McLuhan, Marshall (1965) *Understanding of Media. The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.
- Morley, David (2000) *Home territories. Media, mobility and identity*. London: Routledge.
- Mustonen, Anu (2001) *Mediapsykologia*. Helsinki: WSOY.
- Mäenpää, Pasi (1999): Digitaalisen arjen ituja. Kännykkä ja urbaani elämäntapa. Teoksessa Hoikkala, Tommi & Roos, J.P. (toim.) *2000-luvun elämä*. Helsinki: Gaudeamus.
- Nieminen, Hannu & Pantti, Mervi (2004) *Media markkinoilla. Jobdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen*. Helsinki: Loki-kirjat.
- Nurminen, Markku (2004) MRM Partners Focus, seminaariesitys. http://akseli.tekes.fi/opencms/opencms/OhjelmaPortaali/ohjelmat/FENIX/fi/Dokumenttiarkisto/Viestinta_ ja_aktivointi/Seminaarit/Hybridimedia_040420/MainosjaviestintxMarkkuNurminenHybridimedia200404.pdf.
- Pantzar, Mika (1996) *Kuinka teknologia kesytetään. Kulutuksen tieteestä kulutuksen taiteeseen*. Helsinki: Tammi.
- Peteri, Virve (2006) *Mediaksi kotiin. Tutkimus teknologioiden kotouttamisesta*. Sarja Media Studies. Tampere: Tampere University Press.

- Pietilä, Veikko (2004) Kaiken takana on teknologia: Harold Innis ja Marshall McLuhan tekivät välineistä viestintäteoriaa. Teoksessa Mörä, Tuomo; Salovaara-Moring, Inka & Valtonen, Sanna (toim.) *Mediatutkimuksen vaeltava teoria*. Helsinki: Gaudeamus.
- Ridell, Seija (1998) Suuri yleisönmetsästys: Joukkoviestinnän vastaanoton käsitteellistämisestä ja tutkimisesta 1930-luvulta nykypäiviin. Teoksessa Kivikuru, Ulla-maija & Kunelius, Risto (toim.) *Viestinnän jäljillä*. WSOY: Helsinki.
- Saastamoinen, Mikko (2003) Elämäntapayhteisöt ja yhteisöllistämisen teknologiat – identiteetti, ekspressiivisyys ja hallinnointi. Teoksessa Kuusela, Pekka & Saastamoinen, Mikko (toim.) *Ruumis, minä ja yhteisö – sosiaalisen konstruktionismien näkökulma*. Yhteiskuntatieteet, selvityksiä E 21. Kuopio: Kuopion yliopisto.
- Sassi, Sinikka (2000) *Verkko kansalaisyhteiskunnan käytössä. Tutkimus Internetistä ja uusista politiikan muodoista*. Viestinnän laitoksen julkaisuja 3. Helsinki: Helsingin yliopisto.
- Sihvonen, Jukka (2001) *Koneliban värinä*. Helsinki: Like.
- Siivonen, Timo (1996) *Kyborgi: Koneen ja ruumiin niveltymisiä subjektissa*. Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 53. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Silverstone, Roger (1994) *Television and everyday life*. London: Routledge.
- Talja, Sanna (2003) Tietotekniikkaminuus – miten se rakentuu? Teoksessa Talja, Sanna & Tuuva, Sari (toim.) *Tietotekniikkasuhteet, kulttuurinen näkökulma*. Tietolipas 196. Helsinki: SKS.
- Uusitalo, Liisa (2002) Kuluttajasta merkitysten tuottajaksi – verkkoyhteisöllisyyttä hakemassa. Teoksessa Uusitalo, Liisa (toim.) *Kuluttaja virtuaalimarkkinoilla*. Helsinki: Edita.
- Viestintävirasto (2007) *Digi-tv:n käytettävyytystutkimus 2/2007*. Viestintävirasto.
- Yleisradio (2007 ja 2008) *Digi-tv-vastaanotintestit DVB*. http://www.yle.fi/tekniikka/docs/Digiboksitestit_07.pdf