

Tiedekunta-Fakultet-Faculty Valtiotieteellinen tiedekunta		Laitos-Institution-Department Sosiaalipsykologian laitos	
Tekijä-Författare-Author Matikainen, Janne			
Työn nimi-Arbetets titel-Title Tuoko se sitten bisnestä? - Internetiin ja virtuaaliseen oppimisympäristöön asennoituminen pk-yrityksissä			
Oppiaine-Läroämne-Subject Sosiaalipsykologia			
Työn laji-Arbetets art-Level Väitöskirja		Aika-Datum-Month and year 2002-08-30	Sivumäärä-Sidantal-Number of pages
<p>Tiivistelmä-Referat-Abstract</p> <p>Tutkimuksen tavoitteena on tarkastella puheessa ilmaistavia asenteita. Perinteinen asennetutkimus sisältää kiistanalaisen oletuksen, että asenne on yksilön stabiili ominaisuus. Vaihtoehtoisia lähtökohtia asennetutkimukseen tarkastellaan diskursiivisen sosiaalipsykologian, sosiaalisten representaatioiden tutkimuksen, retorisen sosiaalipsykologian ja laadullisen asennetutkimuksen kautta, joille kaikille on yhteistä kielellinen ja kontekstuaalinen painotus.</p> <p>Tutkimuksen perustana on asennetutkimuksen kaksi yleistä lähtökohtaa: arvottavuus ja kohteellisuus. Asenne on jostakin kohteesta esitetty arvottava tulkinta. Tässä tutkimuksessa asennoituminen tulkitaan kontekstuaaliseksi: asennoituminen liittyy asenteen esittäjän toimintakontekstiin. Asenteen ilmaisussa turvaututaan erilaisiin tulkintarepertuaareihin, joilla tarkoitetaan diskursiivisia resursseja. Tämän tutkimuksen kohteena olivat pk-yritysten henkilöstö ja yrittäjät, joten huomio kiinnittyi erityisesti yrittäjyyden ja pk-yrityksen toimintakontekstiin. Tulkintarepertuaarit puolestaan nousivat esiin analyysin kautta. Asennoitumisen kohteiksi täsmennettiin Internet-tietoverkko ja virtuaalinen oppimisympäristö.</p> <p>Teoreettisista lähtökohdista katsottuna laadulliset menetelmät sopivat hyvin tutkimuksen kokonaisuasetelmaan. Tutkimusaineisto kerättiin ryhmä- ja yksilöhaastatteluin viidestä eri toimialoja edustavasta pk-yrityksestä. Haastatteluaineisto kerättiin kahdessa vaiheessa: aluksi suoritettiin viisi ryhmähaastattelua, joiden analyysin pohjalta neljä yksilöhaastattelua.</p> <p>Tuloksissa hahmottui neljä yleisluontoista asennoitumista kuvaavaa arvottamisen dimensiota. Keskeistä näissä dimensioissa oli se, että Internetiin suhtauduttiin yleisellä tasolla positiivisesti, mutta oman yrityksen tasolla negatiivisesti. Lisäksi Internetiä pidettiin pitkällä aikavälillä tärkeänä, mutta lyhyellä aikavälillä Internetin merkitystä ei nähty suurena. Positiivinen ja negatiivinen asennoituminen määrittyi sen mukaan, mihin tulkintarepertuaareihin puhe sijoittui. Liiketaloudellisessa repertuaarissa Internetiä arvotettiin negatiivisesti, kun taas tietoyhteiskuntaan liittyvissä repertuaareissa arvottaminen oli positiivista. Tutkimuksessa hahmottui kaikkiaan kahdeksan erilaista repertuaaria, joiden puitteissa Internetistä ja virtuaalisesta oppimisympäristöstä puhuttiin.</p> <p>Esitetty laadullinen kontekstuaalisuutta painottava lähestymistapa asennetutkimukseen osoittautui empiirisesti päteväksi ja ratkoi perinteisen asennetutkimuksen ongelmia.</p>			
<p>Avainsanat-Nyckelord-Keywords</p> <p>asenteet - Internet</p> <p>laadullinen tutkimus - pienet ja keskisuuret yritykset</p> <p>virtuaalinen oppimisympäristö</p>			
Säilytyspaikka-Förvaringsställe-Where deposited			
<p>Muita tietoja-Övriga uppgifter-Additional information</p> <p>Tutkimus- ja koulutuskeskus Palmenia, tutkimuksia ISSN 1457-3431;7</p>			