

Tiedekunta-Fakultet-Faculty Valtiotieteellinen tiedekunta		Laitos-Institution-Department Viestinnän laitos	
Tekijä-Författare-Author Åman, Pirkka			
Työn nimi-Arbetets titel-Title Being lead or in the lead - arvio kolmannen sukupolven matkaviestinskenaarioista			
Oppiaine-Läroämne-Subject Viestintä			
Työn laji-Arbetets art-Level Pro gradu		Aika-Datum-Month and year 2002-09-23	Sivumäärä-Sidantal-Number of pages 86 s. + video (kaksi jaksoa 7:25 + 4:30, yht. 11 min. 55 sek.)
<p>Tiivistelmä-Referat-Abstract</p> <p>Matkapuhelimet ja niihin liittyvät kulttuuriset ja viestinnälliset ilmiöt ovat olennainen osa 2000-luvun alun suomalaisen tietoyhteiskuntaan ja sen konkretisoitumiseen liittyvää kehitystä. Matkapuhelimet mahdollistavat ajan ja paikan rajoituksia vähentävän ja yksilöllistä elämänhallintaa vahvistavan viestinnän liittyen saumattomasti ihmisten jokapäiväiseen kanssakäymiseen.</p> <p>Matkapuhelimia valmistavat yritykset markkinoivat yleisesti ajatusta siitä, kuinka tuotteensa tulevat mahdollistamaan "maailmanlaajuisen liikkuvan tietoyhteiskunnan" (engl. "global mobile information society"). Laitevalmistajien tulevaisuuskuvaa rakennetaan mm. visualisoitujen käyttökuvausten avulla. Tutkimusaineistona on kaksi videota, jotka ovat Nokian China Dragon – A 3G Story ja Ericssonin Towards Global Mobile Information Society. Nokian video on valmistunut vuonna 1999 ja Ericssonin vuonna 1998.</p> <p>Tutkielman tarkoituksena on selvittää laadullisen analyysin avulla, minkälaista kuvaa laitevalmistajat rakentavat tulevasta liikkuvasta tietoyhteiskunnasta, ja kuinka he sen tekevät. Videoissa esitettyjen asioiden painotukset on siksi tutkittu analyysikehikon avulla neljästä näkökulmasta, joissa kussakin on alakohtia.</p> <p>Miten digitaalisten medioiden piirteitä ja mahdollisuuksia on havainnollistettu? Mitä piirteitä on painotettu eniten?</p> <p>Kuinka jo olemassa olevia matkaviestintään liittyviä kulttuurisia piirteitä on painotettu?</p> <p>Miten kolmannen sukupolven matkaviestinnän palveluita on painotettu? Mitkä palvelukategoriat saavat eniten havainnollistuksia?</p> <p>Mihin tarpeisiin, missä ympäristöissä ja minkälaiset ihmiset teknologioita tutkimissani skenaarioissa käyttävät?</p> <p>Laitevalmistajat puhuvat skenaarioissaan tulevasta tietoyhteiskunnasta, johon liitetään yleisesti mm. demokratian, työllisyyden lisäämisen, marginaaliryhmien emansipaation sekä etäopiskelun ei-kaupallisia lupauksia. Tutkielmani päätty kuitenkin siihen, että suurin osa skenaarioista havainnollistaa liiketoiminnan tehokkuuden ja työn tuottavuuden lisäämistä uusien konvergenttien ja mobiilien viestimien avulla.</p> <p>Skenaarioiden tulevaisuuskuvan taustalla on edistysuskoinen, teknologiaa ihannoiva ja taloudellista menestymistä korostava arvomaailma. Lähitulevaisuuden elämää läpäisee jatkuva yhteys toisiin ihmisiin ja tietotekniisiin sovelluksiin viestimien ja niihin liittyvien palveluiden avulla.</p> <p>Skenaarioiden tarkoitus ilmitasolla on havainnollistaa digitaalisten medioiden positiivisia mahdollisuuksia. Syvemmällä ja abstraktimmalla tasolla skenaariovideoissa on kuitenkin myös kyse olemassaolon taistelusta, joka tässä tapauksessa asettuu binaarioppositiolle inkluusio : eksklusio verkottuneesta, mobiilista digitaalisesta viestinnästä. Ne, jotka käyttävät ja hallitsevat kolmannen sukupolven matkaviestimiä, menestyvät – muut jäävät taloudellisen ja sosiaalisen hyvinvoinnin ja menestyksen ulkopuolelle.</p>			
Avainsanat-Nyckelord-Keywords matkaviestimet skenaariot digitaalinen media			
Säilytyspaikka-Förvaringsställe-Where deposited			
Muita tietoja-Övriga uppgifter-Additional information Liitteenä VHS-videonauha			