

Peteri Virve (2006).

Kotisohvalla ja matkalla – printtimedian uudet merkitykset arjen mediakentällä

Artikkelissa analysoidaan haastatteluaineiston pohjalta printtimedian eli kirjojen ja lehtien saamia uusia merkityksiä 2000-luvun alun Suomessa. Keskeinen ajatus on se, että uusien median muotojen myötä myös printtimedia, yleensä traditionaalisen ja vakiintuneena median muotona pidetty, on saanut tuoreita merkityksiä. Lähtökohtana on näkemys siitä, että kun arjen mediakentälle saapuu jotain uutta, myös tutut median muodot voivat saada uusia piirteitä. Ihmiset arvioivat printtimediaa kriteereillä, jotka ”uusi” media on heille tarjonnut. Siten kirjoja ja lehtiä jäsennetään haastatteluissa käytettävyyden, navigoitavuuden ja mobiiliuden kriteereillä.

1990-luvun lopun teknologian murrosdiskurssi tuotti vahvasti jakoa uusiin ja vanhoihin median muotoihin. Uudet teknologiat esiteltiin vallankumouksellisesti uusina. Murroksen diskurssi esitteli myös ajatuksen uudesta mobiilista elämäntavasta. Artikkelin osoittaa miten uusi mobiili elämäntapa on saanut myös yllättäviä merkityksiä kun tuttuja kulttuurin tuotteita on alettu ymmärtää mobiileina median muotoina. Omaksuessaan uusia laitteita arkeensa, ihmiset ovat haastaneet murroksen diskurssin tuottaman selkeän jaon uuteen ja vanhaan mediaan.

Aikuiskasvatus 3/2006, Vol. 26.

Petteri Virve (2006).

On your couch and on the road – the new roles of print media in everyday media

Based on interview data, the author analyses the new roles of print media, i.e. books, newspapers and magazines, in Finland in the early 21st century. His central idea is that with the emergence of new media forms, print media, generally considered a traditional and established form of media, has also obtained fresh meanings. When something new emerges in the field of everyday media, old and familiar forms of media can also get new features. People evaluate print media with criteria provided by ”new” media. Thus, when interviewed, people use criteria such as usability, navigability and mobility to analyse books, newspapers and magazines.

At the end of 1990’s, discourse on technological change strongly divided media into old and new forms, so new technologies were presented as revolutionary. Also emphasised was the idea of a new mobile way of life. The author demonstrates, however, how this new mobile way of life has also found surprising meanings as familiar cultural products have begun to be understood as mobile forms of media. When people adopt new gadgets into their everyday lives, they have challenged the clear-cut division into old and new media.

Aikuiskasvatus 3/2006, Vol. 26.