



Turun yliopisto  
University of Turku

# **RIIPPUVUUDEN RAJAT?**

## **Digitaalisen kulutuksen diskurssit ja käytännöt mediateksteissä**

Taloussosiologian pro gradu -tutkielma  
Master's Thesis  
in Economic Sociology

Laatija/Author:  
Maisa Aho

Ohjaajat/Supervisors:  
VTT Erica Åberg  
VTT Arttu Saarinen

24.4.2025  
Turku

Turun yliopiston laatu järjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä.

<input type="checkbox"/>	Kandidaatintutkielma
<input checked="" type="checkbox"/>	Pro gradu -tutkielma
<input type="checkbox"/>	Lisensiaatintutkielma
<input type="checkbox"/>	Väitöskirja

Oppiaine	Taloussosiologia	Päivämäärä	24.4.2025
Tekijä(t)	Maisa Aho	Sivumäärä	78 + 5 liitesivua
Otsikko	Riippuvuuden rajat? – Digitaalisen kulutuksen diskurssit ja käytännöt mediateksteissä		
Ohjaaja(t)	VTT Arttu Saarinen, VTT Erica Åberg		

**Tiivistelmä**

Digitaalisen kulutuksen riippuvuutta on aiemmin tarkasteltu erityisesti yksilöpsykologisesta näkökulmasta, vaikka nykyään tunnistetaankin kohdennetun mainonnan ja digitaalisten alustojen käyttöliittymäsuunnittelun merkitys kulutuskäytäntöjen muotoutumisessa. Sen sijaan mediatekstien merkityksenantoa ja tulkintoja aiheesta on tutkittu vähemmän, erityisesti suomalaisessa kontekstissa.

Tämän pro gradu -tutkielman tarkoitus on vastata tähän tietotarpeeseen tarkastelemalla sitä, miten Suomen kaksi suurinta uutismediaa, Helsingin Sanomat ja Yle, kuvaavat ongelmalliseksi miellettyä digitaalista kulutusta. Tutkielmassa analysoidaan, minkälaisia merkityksiä ja diskursseja nämä uutismediat tuottavat, ja pohditaan, minkälaisia seurauksia tietynlaisilla kuvauksilla aiheesta voi olla.

Tutkielman aineistona toimii 42 uutisartikkelia, joissa käsitellään digitaaliseen mediaan liittyviä ongelmia tai sen negatiivisia vaikutuksia. Analyysimenetelmänä käytettiin diskurssianalyysiä, jonka avulla tarkasteltiin, millaisia subjektipositiioita kuluttajille tarjotaan ja minkälaiden diskurssien kautta digitaalisen kulutuksen riippuvuutta tai negatiivisia vaikutuksia ymmärretään. Tuloksia tulokittiin käytäntöteoreettisesta näkökulmasta, joka auttoi ymmärtämään toisteista kulutuskäyttäytymistä rutiininomaisena, arkisena käytäntönä yksilöllisen ja tietoisien kulutuksen sijaan.

Tutkielma osoittaa, että uutislehdistö käsittelee ongelmalliseksi miellettyä digitaalista kulutusta riski- ja uhkakeskeisesti esittäen sen ilmiönä, johon tarvitaan niin yhteiskunnallista sääntelyä kuin yksilöllistä itsekuria. Vastuu ongelmien syyllisistä ja ratkaisijoista jakautuu eri tavoin tutkielmassa tunnistetussa diskurssissa: normatiivisessa ohjausdiskurssissa, manipulaatiodiskurssissa ja itsekuridiskurssissa. Näissä diskurssissa media ei ainoastaan raportoita huolista, vaan osallistuu aktiivisesti ongelman määrittelyyn ja kehystämiseen. Tämä vaikuttaa siihen, miten kuluttajat ja heidän toimintansa näyttäytyvät julkisessa keskustelussa.

Tutkielma täydentää aiempaa kansainvälistä tutkimusta median luomista representaatioista digitaalisesta kulutuksesta ja riippuvuudesta, ja tuo aiheeseen suomalaisen näkökulman. Tutkielma myös lisää ymmärrystä siitä, miten media muokkaa käsityksiä aiheesta ja kulutuksen sosiaalisista ja kulttuurisista merkityksistä.

Asiasanat	digitaalinen kulutus, diskurssit, käytäntöteoria, riippuvuus
Muita tietoja	

## Sisällysluettelo

1	JOHDANTO .....	5
2	DIGITAALISET KÄYTÄNNÖT JA KULUTUS .....	8
	2.1 Digitaalinen kulutus datatalouden aikakaudella.....	8
	2.2 Moraalipaniikit ja teknologian uhkakuvat.....	15
	2.3 Media, mieli ja riippuvuus: diskurssit ja kehystäminen uutismediassa .....	20
3	KÄYTÄNTÖTEORIA KULUTUSTUTKIMUKSEN VIITEKEHYKSENÄ.....	26
	3.1 Käytäntöteoreettinen lähestymistapa.....	26
	3.2 Käytäntöjen rakenne ja toiminnan elementit.....	29
	3.3 Kulutus (sosiaalisena) käytäntönä.....	32
	3.4 Toistuvat digitaaliset käytännöt ajallisina rytmeinä.....	34
4	TUTKIMUSASETELMA .....	39
	4.1 Tutkimuskysymykset .....	39
	4.2 Aineisto .....	39
	4.3 Diskurssianalyttinen lukutapa .....	42
	4.4 Tutkimusetiikasta, tutkijan positiosta ja rajoitteista.....	46
	4.5 Analyysi .....	47
5	DIGITAALISEN KULUTUKSEN DISKURSSIT .....	51
	5.1 Digitaalisen kulutuksen problematisointi mediassa: riippuvuus ja mielenterveys .....	51
	5.2 Rutiininomainen ja pakonomainen digitaalinen kulutus: diskursiiviset rakentumiset .....	57
	5.2.1 Normatiivinen ohjausdiskurssi.....	57
	5.2.2 Manipulaatiodiskurssi.....	64
	5.2.3 Itsekuridiskurssi .....	70
	5.2.4 Vastadiskurssit .....	74
6	JOHTOPÄÄTÖKSET .....	77
	6.1 Yhteenveto .....	77
	6.2 Tutkimuksen rajoitukset ja jatkotutkimus.....	81
	LÄHTEET.....	83
	LIITTEET .....	101

Liite 1: Tutkimusaineisto.....	101
Liite 2. Aineiston ylä- ja alataason koodit ja niiden esiintyvyys aineistossa .....	104

## **Taulukot**

Taulukko 1. Diskurssien esiintyvyys aineistossa.....	57
Taulukko 2. Diskurssien keskeiset erot ja suhteet toisiinsa .....	77

# 1 JOHDANTO

Internetistä on kehittynyt kaikkialla läsnä oleva ja lähes välttämätön digitaalinen ympäristö, jossa ihmiset viestivät, hakevat tietoa, tekevät päätöksiä ja kuluttavat. Digitalisaatio on muuttanut paitsi kulutuksen muotoja, kuten käytettyjä alustoja ja välineitä, myös kulutusta jäsentäviä sosiaalisia käytäntöjä ja toimintatapoja (Ruckenstein 2017). Digitaalista kulutusta on tutkimuksessa määritelty esimerkiksi ”verkkokauppoina, markkinointitapoina sekä teknologisten alustojen ja mobiilisovellusten muodostamana kokonaisuutena, joka muokkaa erilaisia tuotannon, jakelun ja kulutuksen prosesseja” (Ruckenstein 2017, 466). Samalla digitaalista kulutusta on tarkasteltu osana laajempaa murrosta, jossa kuluttaminen ja tuotanto kietoutuvat yhä tiiviimmin toisiinsa tuottajakulttuurin muodossa (Ruckenstein 2017, 467). Tässä tutkielmassa ymmärrän digitaalisen kulutuksen laajasti sekä taloudelliseen vaihdantaan liittyvänä, kuten verkkokauppaostoksina ja palveluiden tilaamisena, että ei-materiaalisena ja maksuttomana digitaalisen sisällön kuluttamisena, kuten sosiaalisen median selaamisena, videoiden katseluna ja sovellusten käyttönä.

Muutkin kulutustoiminnot kuten tuotehaku, vertailu ja yhteydet fyysisiin myymälöihin tapahtuvat yhä tiiviimmin internetissä tai mobiililaitteiden välityksellä (Cochoy ym. 2017, 1). Digitaalista kulutusta luonnehtii myös aineettomien hyödykkeiden merkityksen kasvu (Corrado, Hulten & Sichel 2009) ja hallitsevan markkinalogiikan omaksuminen. Lisäksi suosittelujärjestelmien ja arviointialustojen kasvava tarjonta on noussut keskeiseksi tekijäksi kulutuskäyttäytymisessä (Mellet, Beauvisage, Beuscart & Trespouch 2014). Olipa kyse ravintoloista, elokuvista, kirjoista, musiikista tai vaatteista, tekoäly ja algoritmit tarjoavat niihin suositteluja, joiden äärelle kuluttaja enenevässä määrin hakeutuu. Nämä esimerkit kuvastavat kulutuksen digitalisoitumista, joka edistää uudenlaisten kulutuskulttuurien ja -käytäntöjen kehittymistä. (Cochoy ym. 2017, 1.)

Vaikka digitaalinen ekosysteemi tarjoaa lukemattomia mahdollisuuksia tuotteiden ja palveluiden kuluttamiseen sekä sisällön jakamiseen ja luomiseen, se sisältää myös älykkäitä ja mukautuvia valinta-arkkitehtuureja. Ne on ensisijaisesti suunniteltu maksimoimaan kaupalliset hyödyt, vangitsemaan ja ylläpitämään käyttäjien huomiota, hyödyntämään käyttäjätietoja taloudellisesti sekä ennustamaan ja ohjaamaan tulevaa käyttäytymistä. (Chen, Hedman, Distler & Koenig 2023; Zuboff 2019.) Ihmisten päivittäinen ruutuaika, eli näyttölaitteiden kulutus onkin lisääntynyt viimeisen reilun vuosikymmenen aikana huomattavasti (Tilastokeskus 2023). Aihetta koskeva tutkimus on keskittynyt selvittämään erityisesti sitä, mitkä yksilöpsykologiset tekijät vaikuttavat esimerkiksi sosiaalisen median riippuvuuden syntyyn (Allcott, Gentzkow & Song 2022; Banyai ym.

2017; Hormes, Kearns & Timko 2014). Nämä huolet nousevat esiin myös julkisessa, toisinaan moraalipaniikin (Cohen 2011) sävyttämässä keskustelussa ruutuajasta ja online-tiloista (Facer 2012; Haddon & Stald 2009; Lundahl 2021; Marwick 2008; Mascheroni, Jorge & Farrugia 2014; Ponte ym. 2009; Stern & Burke Odland 2017; Størup & Lieberoth 2022).

Samanaikaisesti mediasta on tullut yhä erottamattomampi osa jokapäiväistä elämää. Se ei ainoastaan välitä tietoa, vaan toimii myös kulttuurisena resurssina ja maailmantulkintavälineenä, jonka avulla ihmiset jäsentävät kokemuksiaan ja ymmärtävät ympäröivää yhteiskuntaa (Humphreys 2010a; Humphreys 2010b; Humphreys & Latour 2013; Oster-tag 2010). Medialla on lisäksi merkittävä valta sen määrittämisessä, mitkä aiheet nousevat yhteiskunnalliseen keskusteluun (George & Odgers 2015; Luo, Burley, Moe & Sui 2019; Seppänen & Väliverronen 2012).

Moraalipaniikkia hyödyntävät, emotionaalisesti sävyttyneet ja riskikeskeiset artikkelit herättävät helpoiten lukijoiden kiinnostuksen. Samalla tällainen mediarepresentaatio saattaa kuitenkin vaikuttaa yksilöiden käsityksiin todellisuudesta ja vahvistaa tietynlaisia stereotyyppioita ja uskomuksia. Kultivaatioteorian näkökulmasta media “kultivoi”, eli viljelee sen kuluttajissa vähitellen rakentuvaa, usein tietynlaista ymmärrystä yhteiskunnasta, joka voi kuitenkin poiketa todellisuudesta. (Gerbner 1998.) Ilmiöön liittyy Altheiden ja Michalowskin (1999) ajatus pelon kulttuurista, jossa median narratiivit ovat yhä systemaattisemmin rakentuneet ongelmakehysten ympärille. Yhteiskunnallisten ongelmien kuvaamisella viihteellisin, dramatisoivin ja yksinkertaistavin keinoin voi kuitenkin olla laajempia sosiaalisia seurauksia, jos pelko ei ainoastaan muokkaa yksilöiden maailman kuvaan vaan vaikuttaa myös poliittisiin toimenpiteisiin (Altheide ja Michalowski 1999) esimerkiksi liialliseen sääntelyn muodossa (Thompson 1998). Tämän tutkielman tavoitteena onkin analysoida digitaalisen kulutuksen uutisointia sekä yhteiskunnallista keskustelua aiheeseen liittyvistä merkityksistä ja puhetavoista. Aiemman tutkimuksen perusteella lähtökohtani on, että se, miten asioista puhutaan, vaikuttaa siihen, miten yksilöt kokevat mahdollisuutensa toimia. Toisaalta se vaikuttaa myös siihen, millaista vastuuta ja tukea yhteiskunnalta odotetaan ja minkälaisia poliittisia ratkaisuja pidetään tarpeellisina ja oikeutettuina.

Vaikka sosiaalinen media on vahvistanut asemaansa uutisten välittäjänä, on Suomessa luottamus perinteiseen uutismediaan edelleen vakaata ja maailman kärkeä (OECD 2024; Reunanen, Alanne, Hubara, Kauppinen, Mäkinen, Shingler, & Silfverberg 2024). Perinteiset mediat ovat edelleen tärkeitä yhteiskunnallisia toimijoita, jotka ohjaavat huomiota tiettyihin kysymyksiin, käsittelemällä poliittisia ongelmia ja ratkaisuja ja moderoimalla julkista keskustelua (esim. Djerf-Pierre & Shehata 2017; King, Schneer & White 2017;

Shehata & Strombäck 2013). Tämän vuoksi keskityn tutkielmassani selvittämään juuri perinteisen median luomia käsityksiä kuluttajista sekä sitä, millaisia diskursseja digitaalisen kulutuksen arkisista käytännöistä rakennetaan. Käytän tutkielmassani termiä media viitatessani perinteiseen mediaan, erityisesti analysoimaani uutislehdistöön.

Uutislehdistön tapoja kuvata digitaalista kulutusta on tutkittu esimerkiksi Tanskassa (Størup & Lieberoth 2022) ja Isossa-Britanniassa ja Yhdysvalloissa (Lundahl 2021). Suomessa aihetta on tarkasteltu vain rajallisesti, eikä digitaalisen kulutuksen riippuvuuden representaatioita valtamedian näkökulmasta ole analysoitu systemaattisesti. Tämä tutkielma pyrkii paikkaamaan tätä tutkimusaukkoa tarkastelemalla, millaista kuvaa digitaalisen kulutuksen riippuvuudesta Suomen kaksi suurta uutismediaa, Helsingin Sanomat ja Yle (Reunanen & Kunelius 2021, 48–49), tuottavat. Tutkielmani aineistona toimii Helsingin Sanomien ja Ylen ajanjaksolla 1.1.2024 – 22.11.2024 julkaistut 42 artikkelia, joissa käsitellään digitaaliseen mediaan liittyviä ongelmia tai sen negatiivisia vaikutuksia koukuttavuuteen, riippuvuuteen tai mielenterveyteen liittyen. Analysoidakseni uutismedian puhetapoja, pohjautuu tutkielmani diskurssianalyttisen lähestymistapaan. Siinä kieli ymmärretään toiminnallisena ja todellisuutta rakentavana (Jokinen, Juhila & Suoninen 2016a; 2016b; Pietikäinen & Mäntynen 2009; 2019). Tavoitteena on tunnistaa diskurssit, joilla digitaalisen kulutuksen riippuvuutta käsitellään, sekä hahmottaa, millaisia subjektipositioita, mahdollisuuksia ja rajoituksia niissä määritellään riippuvaisille kuluttajille. Tutkielmani syventää ymmärrystä siitä, miten media osallistuu digitaalisen kuluttajuuden ja ”oikeanlaisen” digitaalisen kuluttamisen määrittelyyn, eli millaisia arvoja ja normeja se tässä yhteydessä vahvistaa.

Tutkielman teoreettisena viitekehyksenä toimii käytäntöteoria, jonka avulla tarkastelen rutiinomaista, toisinaan riippuvuudeksi kehystettyä digitaalista kulutusta arkisena ja toistuvana arjen käytäntönä (Warde 2005; Shove, Pantzar & Watson 2012; Reckwitz 2002a). Käytäntöteoreettinen lähestymistapa tuo uuden näkökulman digitaalisen kulutuksen riippuvuuteen, sillä se kuvaa kulutusta rutiinina ja käytäntönä, jossa materiaaliset välineet, kulttuuriset merkitykset ja kompetenssit kietoutuvat toisiinsa (Shove ym. 2012). Se myös painottaa päätöksenteon ja tietoisien harkinnan sijasta taipumuksia ja käytännöllistä tietoisuutta (Warde 2014, 286–287). Käytäntöteoreettinen lähestymistapa haastaa yksilöpatologista ja -psykologista kuvaa riippuvuudesta ymmärtäen toistokäyttäytymistä sosiaalisena ja kulttuurisena ilmiönä, joka rakentuu arjen käytännöissä.

## 2 DIGITAALISET KÄYTÄNNÖT JA KULUTUS

### 2.1 Digitaalinen kulutus datatalouden aikakaudella

Digitaalisen teknologian kehitys on muuttanut maailmaa huomattavasti ja tuonut uusia ulottuvuuksia kulutuskäyttäytymiseen. Luvussa esitellään ja määritellään digitaalista kulttuuria ja kulutusta osana alusta- ja datatalouden aikakautta, jossa muun muassa digitaaliset alustat, datafikaatio ja algoritmit ohjaavat kulutuskäyttäytymistä uusilla tavoilla. Tässä tutkielmassa jaan näkemyksen siitä, että kulutusta ei voida ymmärtää vain kuluttajia tutkimalla, minkä takia yhdyn muiden tutkimusten tavoin kehotukseen tutkia sitä, miten markkinointitieto, -välineet ja -käytännöt vaikuttavat ja muokkaavat kuluttajakäyttäytymistä (Araujo & Kjellberg, 2010; Cochoy & Mallard 2018; Cochoy Hagberg, Petersson McIntyre & Sörum 2017; McFall, 2014). Seuraava tarkastelu muodostaa pohjan digitaalisten käytäntöjen ymmärtämiselle ja valottaa niitä tekijöitä, jotka tekevät digitaalisesta kulutuksesta omanlaisensa ilmiön. Esittelen digitaaliseen kulutukseen liittyviä tutkimustuloksia ymmärtäen ilmiö Ruckensteinin (2017, 467) tapaan alati kehittyvänä ja jatkuvasti muuttavana vuorovaikutuksen alueena. Teknologisia alustoja syntyy, epäonnistuu ja katoaa, käyttäjät liittyvät niille ja siirtyvät sitten toiselle alustalle. Nämä jännitteet ja neuvottelut ovat kriittisen tärkeitä digitaalisen kulutuksen ymmärtämisen kannalta, sillä niissä havainnollistuu kulutuksen ja markkinoiden fundamentaalisesti sosiaaliset luonteet ja kuluttajien aktiivinen toimijuus (Ruckenstein 2017, 467).

Digitaalinen kulutus on syntynyt viimeisen puolen vuosisadan aikana, siirtymässä analogisesta koodauksesta digitaaliseen (Ruckenstein 2017, 466). Sen kompleksisuutta korostaa sen kehitys useiden kulttuuristen voimien kuten hallinnollisten, teknologisten ja taiteellisten vaikutteiden risteämässä (Allison 2006; Kline, Dyer-Witthof, & De Peuter 2005). Digitaalista kulutusta hahmotetaan niin ostos- ja kulutuskäyttäytymisenä kuin strategioina, joissa yksilöt osallistuvat digitaalisen kulutuksen tuotantoon, jakeluun ja arvonluontiin (Ruckenstein 2017). Tässä yhteydessä yksilöt näyttävät tuottajakuluttajina (eng. prosumers) (Ritzer & Jurgenson 2010; Seppänen & Väliaverron 2012, 36). Tutkimuksessa digitaalista kulutusta onkin määritelty ”verkkokaupoiksi, markkinointitavoiksi, tai teknologisten alustojen ja mobiilisovellusten laajenevaksi kentäksi, joka edistää erilaisia tuotannon, jakelun ja kulutuksen muotoja” (Ruckenstein 2017, 466). Lisäksi sitä on käsitelty kuvaamalla laajempaa, tuotannon ja kuluttamisen yhdistänyttä muutosta kulutusympäristössä (Ruckenstein 2017, 467).

Digitaalinen kulutus on myös ymmärrettävissä osana nykyajan data- ja alustataloutta. Datataloudella viitataan Lammin ja Pantzarin (2019, 1) tavoin digitaalisen talouden kehi-

tykseen, jossa kaikki, myös tavalliset kansalaiset, keräävät valtavia määriä dataa ja jossa datan liikkuminen on nopeampaa kuin koskaan aiemmin. Alustatalous taas kattaa ”joukkon aloitteita, jotka välittävät vertaisten välistä hajautettua vaihtoa digitaalisten alustojen kautta” (Acquier, Daudigeosb & Pinkse 2017). Alusta- ja datatalouden yhteys on keskeinen: alustojen liiketoimintamallit pohjautuvat usein tuottajakuluttajien omaisuuden ja työpanoksen kaupallistamiseen (Kenney & Zysman 2016; Martens 2021), eli niiden menestys perustuu kykyyn hyödyntää dataa (Rangaswamy, Moch, Felten, van Bruggen, Wieringa & Wirtz 2020).

Data- ja alustatalouden ominaisuudet eivät ole vain talouden teknisiä muutoksia, vaan ne edustavat laajempaa kapitalistisen logiikan laajentumista, jossa datasta tulee yhä keskeisempi resurssi ja pääomanmuodostuksen väline (Sadowski 2019). Nykyään finanssi-kapitalismin hegemonista pääomanmuodostuslogiikkaa täydentävät datafikaatio (Sadowski 2019) ja valvontakapitalismin logiikka (Zuboff 2015). Datafikaatiolla tai dataistumisella tarkoitetaan prosessia, jossa päivittäiset toiminnot, kuten kulutustottumukset, ystävyyssuhteet ja liikkuminen, muunnetaan datasyötteiksi (Sadowski 2019). Valtio ja kaupalliset toimijat keräävät, tallentavat, käsittelevät, analysoivat, jakavat, arvioivat ja hyödyntävät yhä enemmän arkielämän tietoja, kuten kulutukseen, työhön, terveyteen, liikkuvuuteen, viestintään, sosiaaliseen kanssakäymiseen ja vapaa-aikaan liittyviä tietoja, ja toimivat niiden pohjalta eri tavoin (Kitchin 2014). Näin syntyy määrällistä tietoa, joka tallennetaan tietokantoihin ja jalostetaan arvokkaaksi, myytäväksi *big dataksi* (esim. van Dijck 2014; Couldry & Yu 2018). Tämä kullannarvoinen data on suurien alustayrityksien kuten Tiktokin omistavan Bytedancen tai Facebookin, Instagramin ja Threadsien omistavan Metan liiketoiminnan ydin, sillä käyttäjätietojen kerääminen mahdollistaa koukuttavamman sisällön luomisen ja sitä kautta kävijämäärien nousun ja suuremmat tulot (Seppänen & Väliaverronen 2024, 11–12). Datan avulla algoritmit voivat personoida kulutuskokemuksia ja tarjota käyttäjille tehokkaita, personoituja tapoja kuluttaa palveluita ja tuotteita (esim. Ameen, Tarhini, Reppel & Anand 2021; Obiegbu & Larsen 2024).

Datafikaatiota ohjaa jatkuvan (data)pääoman kasautumisen ja kierron logiikka. Se yhdistää edellä mainitut kaksi prosessia: ihmiselämän muuttamisen dataksi kvantifioinnin kautta sekä arvonluonnin datan pohjalta (Sadowski 2019). Datan määrittelyminen pääomaksi, jolla on juuret taloudellisessa pääomassa, auttaakin ymmärtämään uudella tavalla nykypäivän organisaatioiden motivaatioita hyödyntää dataa arvonluonnissa (Sadowski 2019). Datan hallinnan keskittyminen luokin nyky-yhteiskunnassa uudenlaisia valtasuhteita ja -asetelmia (Thatcher, O’Sullivan & Mahmoudi 2016). Valtavat määrät käyttäjätietoa antavat suurille digialustoille valtaa ja mahdollistaa voittojen maksimoinnin. Tämä synnyttää epätasa-arvoisen suhteen niiden välille, jotka omistavat nämä alus-

tat ja hyötyvät niistä, ja niiden välillä, jotka toimivat pääasiassa niiden käyttäjinä ja kuluttajina. (Ruckenstein 2017.)

Sekä kuluttajat että kauppiat hyödyntävät digitaalisessa kaupankäynnissä enenevässä määrin käyttäjätietoihin perustuvaa algoritmista profilointia, automatisoitua päätöksentekoa ja ennakoivaa analytiikkaa (Helberger, Sax, Strycharz & Micklitz 2022). Algoritmit ovat digitaalisessa kontekstissa tietokoneohjelmia, jotka luokittelevat, ennustavat, järjestävät ja suodattavat tietoa joko sääntöpohjaisesti (ihmisten ohjelmoimina) tai itseoppien (Kozyreva, Lewandowsky, & Hertwig 2020). Datan avulla alustojen automaattiset suosittelualgoritmit rakentavat yksilöllisiä kulutusprofiileja ja käyttäjäkokemuksia (Cho, Ahmed, Hilbert, Liu & Luu 2020; Hemker, Herrando & Constantinides 2021) suositellen palveluita, tarjotakseen yksilöityjä mainoksia ja muistuttaakseen tuotteista, jotka kuluttaja ehkä vielä haluaisi ostaa (Helberger ym. 2022). Tämä tapahtuu personoimalla ehdotuksia klikkauksista, katseluista, kommentoinnista tai luokituksista saatujen tietojen perusteella ja tarjoamalla niiden perustella kuluttajan mieltymyksiin sopivaa sisältöä (Roy & Dutta 2022). Tällaiset verkkomainonnan selkärankana (Strycharz, van Noort, Smit & Helberger 2019) toimivat kohdennetun mainonnan strategiat rakentuvat henkilökohtaisista suositteluprofiileista ja mukautuvista kohdentamisstrategioista (Helberger ym. 2022).

Helberger ja kumppanit (2022) argumentoivat, että suostuttelustrategiat, jotka tarjoavat oikean viestin oikealle kuluttajalle oikeassa paikassa ja oikeaan aikaan, edustavat vain jäävuoren huippua laajemmasta kokonaisuudesta. Tämän kokonaisuuden rakenteellisella tasolla alustat ja digitaalisten valintaympäristöjen luonti mahdollistavat uusia strategioita, joilla on mahdollista vaikuttaa kuluttajien valintoihin. Nämä vaikuttamisstrategiat on upotettu alustojen arkkitehtuuriin ja ilmentyvät erilaisina suunnitteluvalintoina ja käytäntöinä. (Helberger ym. 2022.) Esimerkiksi pimeät käytännöt (dark patterns) ovat verkkosivujen ja muiden käyttöliittymien suunnitteluratkaisuja, joiden valintamuotoilu ohjaa käyttäjiä tekemään mahdollisesti kuluttajalle epäedullisia, mutta alustaa hyödyttäviä päätöksiä (Mathur, Acar, Friedman, Lucherini, Mayer, Chetty, & Narayanan 2019) hyödyntäen ihmisten tunnetiloja, tiedonkäsittelyn heikkouksia (Kilpailu- ja kuluttajavirasto n.d.) tai psykologisia ominaisuuksia (Matz, Kosinski, Nave & Stillwell 2017). Monet keinoista ja käytännöistä ovat jo lainvastaisia EU:n digipalvelusäädöksen myötä, mutta joidenkin keinojen arviointi edellyttää tapauskohtaista harkintaa (Kilpailu- ja kuluttajavirasto n.d.). Lainsäädäntö voikin olla tärkeässä roolissa käytäntöjen oikeudenmukaisuuden arvioinnissa. Esimerkkejä pimeistä käytännöistä ovat muun muassa epäedulliset oletusvalinnat ja -asetukset, kiireen tai rajoitetun saatavuuden korostaminen, tunnereaktioiden hyväksikäyttö tai vaikeaselkoiset tiedot ja kieli (Kilpailu- ja kuluttajavirasto n.d.).

Digitaalisten ympäristöjen suunnitteluvalintoja testataan jatkuvasti, ja näistä kokeiluista saatuja tietoja voidaan käyttää edelleen valintaympäristön elementtien personointiin. Syklinen prosessi havainnollistaa nykyajan digitaalisia kaupallisia käytäntöjä, joissa kulutuskäyttäytymistä analysoimalla pyritään syventämään kaupallisia suhteita ja samalla kasvattaa mahdollisuuksia hyödyntää kuluttajien haavoittuvuuksia ja jopa luomaan niitä. (Helberger ym. 2022.) Järjestelmien kyky kerätä jatkuvasti tietoa kuluttajien ominaisuuksista ja reaktioista tiettyihin ärsykkeisiin mahdollistaa käyttäytymisen yhä tehokkaamman manipuloinnin (Susser, Roessler & Nissenbaum 2019). Esimerkkinä sosiaalisen median alustoista TikTokin algoritmi on suunniteltu analysoimaan käyttäjän vuorovaikutusta sisältöön, kuten yksittäisen videon katseluaikaa, ja tarjoamaan sen perusteella räätälöityä sisältöä (Shin & Jitkajornwanich 2024). Käyttäjien sitoutuminen alustaan tuottaa yrityksille voittoa mainostulojen kautta (Raffoul, Ward, Santoso, Kavanaugh, Austin & Guidi 2023).

Samankaltaisia algoritmisia käytäntöjä havaitaan muillakin alustoilla. Esimerkiksi YouTuben algoritmit ketjuttavat sisältöä tavoitteenaan ylläpitää katsojien huomiota mahdollisimman pitkään (Klobas, McGill, Moghavvemi & Paramanathan 2019). Järjestelmät eivät ainoastaan lisää käyttäjien sitoutumista, vaan ne voivat myös muokata merkittävästi käyttäytymistä, joskus jopa riippuvuuden kaltaisin seurauksin. Toisaalta Klobas kollegoineen (2019) huomauttaa, ettei eksessiivinen käyttö aina viittaa toimintahäiriöön, vaan se voi ilmentää käyttäjien aktiivista tapaa hyödyntää alustaa.

Netflixin suosittelujärjestelmä puolestaan osoittaa, miten käyttäjät ja algoritmit toimivat vuorovaikutuksessa (Siles, Espinoza-Rojas, Naranjo & 2019). Netflix arvioi, että sen suosittelualgoritmit vaikuttavat yli 80 prosenttiin katseluvalinnoista alustalla säästäten yritykselle yli miljardin euron vuosittaiset kustannukset lisäämällä asiakkaiden sitoutumista (Gomez-Urbe & Hunt 2016). Esimerkki havainnollistaa algoritmien kykyä vaikuttaa käyttäjien valintoihin, mutta myös niiden taloudellista merkitystä data- ja alustataloudessa.

Algoritmien vaikutus kuluttajiin ei rajoitu yksinomaan kulutuskäyttäytymisen muokkaukseen, vaan niillä on laajempia sosiaalisia ja kulttuurisia ulottuvuuksia. Logg, Minson ja Moore (2019) havaitsivat, että kuluttajat saattavat antaa enemmän painoarvoa algoritmien suosituksille kuin ihmisten antamille neuvoille, erityisesti objektiivisiksi koetuissa asiayhteyksissä. Subjektiiivisemmissä tilanteissa, kuten huumorin arvioinnissa, ihmiset saattavat kuitenkin luottaa enemmän toisten ihmisten näkemyksiin (Siles ym. 2019). Esimerkki osoittaa kuinka algoritmien hyväksyttävyyys ja vaikutus ovat vahvasti kontekstisidonnaisia.

Digitaalisen haavoittuvuuden käsite tarjoaa välineen tarkastella, miten digitaalista teknologiaa hyödynnetään epäreiluun ja valtasuhteitaan epätasapainoiseen kaupankäyntiin (Helberger ym. 2022). Käsite tuo esiin digitaalisten järjestelmien potentiaalin vaikuttaa ihmisten toimintaan tavoilla, jotka eivät aina ole heidän etunsa mukaisia. Helbergerin ja kumppaneiden (2022) mukaan digitaalinen haavoittuvuus kuvaa universaalia puolustuskyvyttömyyden tilaa ja alttiutta hyväksikäyttävälle valtasuhteille. Nämä juontuvat digitaalisten markkinapaikkojen arkkitehtuurista, dataperusteisista suhteista kuluttajien ja myyjien välillä sekä digitaalisen kaupankäynnin ja kulutuksen käytäntöjen yhä lisääntyvästä automatisoitumisesta. (mt.) Ei toisaalta pidä ajatella, että digitaalisissa kulutuskäytännöissä tuottajakuluttajat ovat sokeasti huiputettavissa, vaan he myös toimijoina aktiivisesti taivuttavat digitaalisia palveluita omiin tarkoituksiinsa, tiedostavat verkkotoimintansa taloudellisen arvon, kritisoiivat kaupallisia pyrkimyksiä ja etsivät vaihtoehtoja yritysten tarjonnalle. Digialustojen hallinnoimat monimutkaiset, mielikuvitukselliset ja hyväksikäyttävät suhteet kuluttajiinsa ovat kuitenkin tuottajakuluttajille vaikeasti havaittavissa ja verhoiltuna näennäiseen itsenäisyyteen. (Ruckenstein 2017.)

Sosiologi Max Weberin (1947) mukaan valta sosiaalisissa suhteissa tarkoittaa sitä, että yksi toimija on asemassa toteuttaa oman tahtonsa, vaikka toinen osapuoli sitä vastustaisi. Klassinen määritelmä painottaa vallan olevan kykyä ja mahdollisuutta vaikuttaa muiden mielipiteisiin, asenteisiin tai käyttäytymiseen. Valta muodostaa olennaisen osan sosiaalista todellisuutta, olipa kyse yksilöistä, ryhmistä tai organisaatioista. Edellä esitettyjen esimerkkien mukaisesti myös instituutiot ja teknologiset järjestelmät voivat käyttää merkittävää valtaa ihmisiin ja heidän toimintaansa. Helberger ja kumppanit (2022) korostavat, että kaupallisten käytäntöjen oikeudenmukaisuuden arvioinnissa kaupallisten, suostuttelevien viestien lisäksi tulisikin tarkastella järjestelmän rakennetta ja sitä, miten teknologia muokkaa mainostajan ja kuluttajan välistä suhdetta. Näkökulman mukaan digitaalinen haavoittuvuus ei ainoastaan rajoitu viestintään, vaan kytkeytyy tiiviisti koko toimialan jatkuvaan pyrkimykseen kehittää kokeellisia ja luovia digitaalisia markkinointikäytäntöjä, joiden tavoitteena on käyttäytymisen optimointi (mt., 183).

Digitaalisen kulutuksen kontekstissa valtarakenteet järjestyvät erityisesti kahden keskeisen periaatteen varaan: tuottajakuluttajien työpanoksen ja datan hallintaan sekä digitaalisen kulutuksen mahdollisuuksiin. Digitaalisen kulutuksen mahdollisuuksia määrittävät taloudelliset, poliittiset ja sosiaaliset jakolinjat niin kuin muutakin kulutusta, mutta uudenlaiset teknologiat vaativat erilaista kyvykkyyttä kuin fyysisen maailman kulutus (Ruckenstein 2017). Digitaaliset alustat ovatkin laajemman (kulttuuri)sisällön välittämisen ja uusien yleisöjen sisällyttämisen lisäksi myös luoneet uudenlaisia mahdollisuuksia kulttuuriseen erotteluun ja eriarvoisuuteen (Mihelj, Leguina & Downey 2019).

Digitaalisen kompetenssin lisäksi digitaalisen kulutuksen eriarvoisiin mahdollisuuksiin liittyy lisäksi se, kenellä on mahdollisuus irtautua digitaalisesta maailmasta. Digitaalinen eriarvoisuus ei siis ole pelkästään pääsykysymys, vaan myös mahdollisuutta irtautua ja valita digitaalisen kulutuksen ulkopuolelle jääminen. Kuntsman & Miyake (2022) tutkivat digitaalisen irrottautumisen käsitettä eri aloilla ja korostavat, millaisia haasteita irrottautumiseen liittyy digitaalisesti riippuvaisessa maailmassa. He esittävät, kuinka sekä ihmisiä että julkisia palveluja pidetään tänä päivänä oletusarvoisesti digitaalisina (Fotopoulou 2016; Mejias 2013) ja että digitaalisen muutoksen ulkopuolelle jääneillä on ”riski jäädä pysyvästi jälkeen” (Yhdistyneet Kansakunnat 2022). Viimeisen vuosikymmenen aikana digitaalisten laitteiden ja alustojen valikoiman ja niiden parissa käytetyn ajan vähentämiseen kehottavat puheenvuorot ovat kuitenkin lisääntyneet. Digitaalisen kulutuksen vähentämiseen kannustavat ovat usein niitä, jotka ovat jo verkostoituneita ja digitaalisesti taitavia (Kuntsman ja Miyake 2022, 1). Karppi, Chia ja Jorge (2021) argumentoivatkin, että digitaalisen vieroituksen ihanne tunkeutunut populaarikulttuuriin. Tarve irrottautua digitaalisesta maailmasta voi näyttäytyä uusliberaalina tarpeena parempaan elämään, elitistisenä diskurssina (Jovicic 2020), joka on noussut esiin eräänlaisena vastarintamuotona teknologian läpituokevaa vaikutusta vastaan jokapäiväisessä elämässä (Syvertsen & Enli 2020). Ilmiön taustalla on pyrkimys aitouteen ja itsesäätelyyn jatkuvan yhteydenpidon aikakaudella (Syvertsen & Enli 2020).

Digitaalista vieroitusta harjoittavia henkilöitä motivoi usein havaittu ristiriita ihanteellisen minänsä ja teknologiasta riippuvaisen todellisuutensa välillä, ja he pitävät digitaalisia laitteita uhkana arvoille, itsesäätelylle ja itsetunnolle (Vialle, Machin, Abel & Shackelford 2024). Käytäntö on kehystetty uusliberalistisen itsesäätelyn kontekstissa, jossa yksilöiden odotetaan hallitsevan riskejä ja paineita itsenäisesti (Syvertsen & Enli 2020). Vaikka digitaalinen vieroittuminen puoltaa pikemminkin tasapainoa ja tietoisuutta kuin pysyvää yhteyden katkaisemista, se edustaa myös autenttisuuden ja nostalgian tuotteistamista nykykulttuurissa (Syvertsen & Enli 2020). Karppi ja kumppanit (2021) väittävät, että tällaiset tuotteistamisen muodot – kuten sovellukset, ominaisuudet ja tuotteet, joita teknologiayritykset tarjoavat käyttäjille yhteyksiensä hallintaan (Kuntsman & Miyake 2019; Natale & Trerè 2020), ovat erityisen ongelmallisia. Nämä digitaaliset ratkaisut, jotka on suunniteltu kaupallisten tavoitteiden mukaisesti ja markkinoitu ”apuvälineinä”, toimivat tosiasiaassa ”tuottavan subjektin kurinpitovälineinä” (Kuntsman & Miyake 2019, 910).

Kuntsman ja Miyake (2022, 2–3) esittävät, että digitaalisen median ja yhteiskunnan tutkimus on painottunut tarkastelemaan, miten ihmiset toimivat vuorovaikutuksessa laitteiden, alustojen ja median kanssa ja millaisia ihmiset ovat sitoutuneina käyttäjinä.

Sen sijaan mahdollisuus tai halu irrottautua tai kieltäytyä digitaalisista ympäristöistä on usein nähty poikkeuksellisenä ilmiönä. Digitaalista irrottautumista tarkastellaan harvoin muuna kuin poikkeamana, oli kyseessä sitten tilallisajallinen, demografinen tai ideologinen eroavuus. Irrottautuminen sijoitetaan usein marginaaliin, oudoksi ilmiöksi, joka samalla heijastaa ja vahvistaa digitaalista normaalia. Jos ja kun irrottautumista on tutkittu, se on keskittynyt käyttäjien käytäntöihin ja kokemuksiin. Sen sijaan on tarkasteltu vain vähän niitä teknisiä, taloudellisia ja poliittisia rakenteita, jotka muokkaavat poisjättäytymisen mahdollisuuksia. (Kuntsman & Miyake 2022, 3.) Kuten Hesselberth (2018) huomauttaa teknologiasta poisjättäytymistä koskevan tutkimuksen kriittisessä tarkastelussaan, tutkimukset, jotka keskittyvät poisjättäytymisen motiiveihin ja käytäntöihin, "sopivat henkilökohtaisen vastuun kertomukseen ja siihen kytkeytyvään uusliberalistiseen hallittavuusmalliin, jossa yksilöitä pidetään anteeksipyytelemättömästi vastuullisina omasta teknologian (väärin)käytöstä" (Hesselberth 2018, 1998). Esimerkiksi Karppi (2018) varoittaa Facebookin kontekstissa alustan ja datan vallasta sekä ihmisen rajallisista mahdollisuuksista vastarintaan. Hänen kirjansa keskittyy niihin teknologisiin ja emotionaalisiin sidoksiin, joita Facebook hyödyntää estääkseen käyttäjiään irrottautumaan palvelusta.

Kuntsman & Miyake (2022, 9) esittävät digitaalisen irrottautumisen siten olevan monisyinen, sosioteknologinen ansa. Sosiokulttuuriset normit voivat luoda painetta palata digitaalisiin ympäristöihin (van Dijck 2013) ja taloudelliset rakenteet, kuten työnantajien ja työmarkkinoiden vaatimukset, voivat estää pitkäkestoisen irrottautumisen (Hesselberth 2018), minkä lisäksi alustojen tekniset ominaisuudet sitovat käyttäjiä tehokkaasti (Karppi 2018). Lisäksi valtioiden sekä instituutioiden asettamat oikeudelliset vaatimukset kaventavat irrottautumisen mahdollisuuksia. Näiden kerrostumien purkaminen vaatii sekä yhteiskunnallisten instituutioiden sääntelytoimia että teknologioiden suunnittelun kriittistä tarkastelua.

Tässä luvussa olen esitellyt digitaalista kulutusta ilmiönä, jota ohjaavat monimutkaiset algoritmit, älykkäät valinta-arkkitehtuurit ja datan hallinnan keskittyminen. Luku on esitellyt teknologiajättien datavaltaa ja digitaalisen kulutuksen eriarvoisuutta ja ominaispiirteitä tuottajakuluttajien ja kuluttajien näkökulmasta. Digitaalisen kulutuksen kontekstin ja luonteen ymmärtäminen on keskeistä myös silloin, kun tarkastellaan sitä, miten median diskurssit vaikuttavat tapaan käsittää digitaalista kulutusta.

## 2.2 Moraalipaniikit ja teknologian uhkakuvat

Mediasta on tullut alati läsnä oleva ja erottamaton osa nykyajan yhteiskuntaa ja ihmisten elämää. Se on keskeisessä asemassa siinä, mitkä teemat nousevat yhteiskunnalliseen keskusteluun (esim. George & Odgers 2015; Luo, Burley, Moe & Sui 2019), minkä takia mediaa usein esitetään neljänneksi valtiomahdiksi lainsäädäntö-, toimeenpano ja tuomiovallan ohelle (Seppänen & Väliverronen 2012, 170). Karppinen, Jääsaari ja Kivikuru (2010, 9–11) ovat tutkineet median roolia yhteiskunnallisena vallankäyttäjänä. Heidän mukaansa media toimii osana systeemistä valtakoneistoa, jolla pyritään ohjaamaan yhteiskunnan eri toimintoja. Media liittyy näin kiinteästi poliittiseen ja taloudelliseen järjestelmään sekä sosiaalisia suhteita sääteleviin instituutioihin ja kulttuurisiin rakenteisiin. (mt.)

Viestinnän ja median valta ymmärretään usein vaikutuksena ihmisten ajatteluun ja käyttäytymiseen, ja sen lähteenä pidetään erityisesti median sisältöjä. Perinteinen ajatus on, että esimerkiksi väkivaltaiset mediasisällöt voivat lisätä väkivaltaista käyttäytymistä tai alkoholin käyttöä kuvaavat ohjelmat voivat kasvattaa myönteisiä asenteita juomista kohtaan (esim. Anderson, Shibuya, Ihori, Swing, Bushman, Sakamoto... Saleem 2010; Fischer, Greitemeyer, Kastenmüller, Vogrincic & Sauer 2011; Graupensperger, Calhoun, Fairlie, & Lee 2024). Vaikka sisällöllä voi olla vaikutusta, argumentoidaan myös, että niiden merkitystä on liioiteltu ja yksinkertaistettu (esim. Wahlber & Sjöberg 2000). Kehittyneempi näkökulma korostaa, että viestinnän valta liittyy erityisesti sosiaalisen todellisuuden määrittelyyn (esim. Adoni & Mane 1984; Seppänen & Väliverronen 2024, 19) ja julkisen asialistan määrittämiseen (Karppinen ym. 2010, 9–11; Kunelius 2003, 142). Media voi asettaa agendan määrittelemällä, mitkä asiat ovat merkityksellisiä ja miten niitä esitetään tai kehystetään (agenda-setting-teoria, McCombs & Shaw 1972). Medialla on siis merkittävä vaikutus sekä yksilöiden ajatteluun että yleisen mielipiteen muotoutumiseen (Bolsen & Shapiro 2018; Boukes, Boomgaarden, Moorman & de Vreese 2015; Han & Federico 2018), sillä se tuottaa yhteisesti jaettua todellisuutta. Esimerkiksi tiettyjä mediaesityksiä, kuten tv-uutisia, tulkitaan yksilöiden keskuudessa varsin samankaltaisilla tavoilla. (Seppänen & Väliverronen 2012, 16.)

Median toimintaa voidaan tarkastella medialogiikan (Altheide & Snow 1979) käsitteen avulla. Käsite tarjoaa hyödyllisen työkalun tarkasteltaessa uutismedian tuottamia uhkakuvia. Käsite perustuu ajatukseen, että media noudattaa omaa logiikkaansa, joka eroaa muiden instituutioiden, kuten politiikan, toimintatavoista. Medialogiikka määrittää ne säännöt ja käytänteet, joille media perustaa tuotantonsa. Logiikan mukaan eri medioilla on paljon yhteistä, ja näitä ominaisia muotoja ovat esimerkiksi dramatisoiminen, yksin-

kertaistaminen, stereotyyppien hyödyntäminen, vastakkainasettelujen rakentaminen, henkilöiminen ja visualisoiminen. Nämä logiikat ohjailevat toimittajien työtä, mutta median vaikutusvallan myötä muutkin yhteiskunnan toiminnot pyrkivät ottamaan median ja sen toimintalogiikan huomioon tekemällä itsestään sopivamman median. (Altheide & Snow 1979, Isotaluksen 2017, 25–30 mukaan.)

Isotalus (2017) esittää, kuinka poliittisen viestinnän tutkimuksessa on alettu puhua erikseen uutismedian logiikasta, koska perinteinen medialogiikka on nähty liian laajana käsitteenä. Uutismedian logiikkaan on nähty kuuluvan keskeisesti ammatillisuus, kaupallisuus ja mediateknologia. Ammatillisuus viittaa toimittajien ammattikuntaan sekä journalistisiin käytäntöihin ja sääntöihin. Kaupallisuus liittyy siihen, että uutisten valikointia ja tuottamista ohjaavat yleisömäärän kasvattamiseen pyrkivät taloudelliset tavoitteet. Mediateknologia puolestaan viittaa siihen, kuinka sisältö muovautuu viestintäalustan teknisten ominaisuuksien ja rajoitteiden mukaan. (Isotalus 2017.)

Medialogiikan käsitettä on kuitenkin kritisoitu, ja esitetty että normatiivinen logiikka ja markkinalogiikka tarjoavat osuvammat käsitteet joukkoviestimien ja poliittisten toimijoiden käyttäytymisen teoreettiseen hahmottamiseen ja empiiriseen tarkasteluun (Landerer 2013). Asp (2014) kritisoi medialogiikan käsitettä mediakeskeisyydestään ja median ja logiikan käsitteiden epämääräisyydestä. Hänen mielestään medialogiikan epämääräisten termien käyttämisestä yhdessä on tullut varsin löyhä tapa viitata median yleiseen toimintatapaan. Tästä huolimatta Aspin (2014) mielestä medialogiikka on edelleen validi ja hyödyllinen käsite. Hän kuitenkin ehdottaa, että on tehtävä erottelu kahdenlaisen medialogiikan välillä: median tuotantoprosesseihin liittyvän merkityksen ja toisaalta yhteiskunnan medioitumiskeskusteluissa käytetyn merkityksen välillä. Asp (2014, 261–262) käsittelee uutismedialogiikan tuotantoprosessia kuvailemalla sitä ammatillisten normien eli objektiivisuuden ja riippumattomuuden, ja ammatillisten standardien, kautta. Ammatilliset standardit on suunniteltu yleisön tarpeisiin, tehostamaan uutisten sisällön omaksumista ja tukemaan nopeaa päätöksentekoa. Niiden avulla varmistetaan, että yleisö saa ajankohtaista tietoa sekä mahdollisuuden vertailla raportoituja tapahtumia keskenään. Ammatillisiin standardeihin kuuluvat myös ammatilliset *käytännöt*, jotka ohjaavat uutisten valintaa ja tuottamista. (Asp 2014, 261–262.) David Ryfen (2006) jaottelun mukaisesti Asp erottaa vielä kaksi ammatillisten käytäntöjen alaluokkaa: Konstitutiiviset työskentelysäännöt määrittävät, mitä pidetään uutisena. Näihin kriteereihin kuuluvat uutuus, merkittävyys ja kiinnostavuus. Regulaatiiviset säännöt puolestaan ohjaavat uutisten muotoilua yleisölle houkuttelevaksi. Näitä ovat muun muassa kerrontatekniikat, kuten yksinkertaistaminen, kärjistäminen ja henkilökohtaistaminen (Strömbeck 2008) sekä uutismedian kaupallisen logiikan piirteet, kuten konfliktien ja tunteiden korostaminen (Karidi 2018).

Edellä esitetyt journalistiset käytännöt eivät toimi tyhjiössä, vaan ne kytkeytyvät laajempaan yhteiskunnalliseen ja teknologiseen kehitykseen sekä niistä seuraaviin huolenaiheisiin ja keskusteluihin. Størup ja Lieberoth (2022) esittävät, että mobiiliteknologian yleistyminen 2010-luvulla kiihdytti keskustelua uusista teknologisista kehityksistä ihmisten arjessa. Samalla valtavirtamedia keskittyi entistä enemmän digitaaliseen kulutukseen eli ruutuihin maailmassa, jossa uutismediat pyrkivät uusien talousmallien mukanaan tuoman kilpailun vuoksi maksimoimaan yleisönsä kiinnostuksen. Clickbait-otsikoiden yleistyminen (Vaidhyanathan 2018, 46–47), sensaatiohakisempi retoriikka (Ponte, Bauwens & Mascheroni 2009; Schäfer 2011), riskien ja pelkojen korostaminen (Altheide & Michalowski 1999; Beck 1992) ja yleisölähtöisyys (Valkenburger, Peter, Walther & Fiske 2016) voidaankin ymmärtää siten myös medialogiikan kontekstissa.

Kautta historian ihmiset, erityisesti vanhemmat ja huoltajat (esim. Downes 1999; Drotner 1999; Livingstone 2002; Willett 2015) ovat toistuneesti suhtautuneet huolestuneesti uusiin ja kehittyviin teknologioihin ja medioihin, kuten elokuvaan (Rapp 2002), televisioon (Leick 2019) tai videopelien (Markey & Ferguson 2017) ja pelänneet niiden turmelevan kansan tai vähintäänkin nuorison (Leick 2019). Drotner (1999) esittää näiden mediapaniikkien olevan modernin yhteiskunnan toistuva ilmiö. Hän korostaa mediapaniikkien liittyvän sukupolvien, kulttuurien ja vallankäyttöön liittyviin ristiriitoihin sekä yhteiskunnan pyrkimykseen määritellä kasvatuksen ja moraalien normeja. Cohen (2011, xix) viittaa siihen, kuinka toistuvasti yhteiskunnat ajautuvat huoleen siitä, että median uudet muodot vaikuttavat haitallisesti. Media ei siis ole ainoastaan moraalipaniikin välittäjä, vaan usein myös sen kohde. Drotnerin (1999) kuvaa ilmiötä käsitteellä *mediapaniikki*, joka kuvaa sitä, kuinka uudet mediat, painotuotteet, elokuvat, ja tietokoneet, ovat herättäneet tunnepitoista vastustusta ja samalla toimineet sekä julkisen reaktion kohteena että välineenä. Furedikin (2016) esittää, kuinka mediapaniikit liittyvät pelkoihin median vaikutuksista – siitä, miten media mahdollisesti horjuttaa moraalista auktoriteettia ja ohjaa yleisön käyttäytymistä ei-toivottuun suuntaan.

Sosiaaliseen mediaan kohdistuvien reaktioiden voidaan katsoa edustavan viimeisintä esimerkkiä niin kutsutuista mediapaniikeista (Drotner 1999) tai teknopaniikeista (Marwick 2008), jotka heijastavat syvälle juurtuneita pelkoja yhteiskunnallisesta muutoksesta ja sen vaikutuksesta ihmisiin. En kuitenkaan tässä pro gradu -tutkielmassa pyri tulkitsemaan digitaalisen kulutukseen liittyvää keskustelua ensisijaisesti moraalitai mediapaniikkina (Buckingham & Strandgaard Jensen 2012; Drotner 1999), vaan Størupin ja Lieberothin (2022) tapaan luomaan käsityksen siitä, millaisia kysymyksiä digitaalisesta kulutuksesta uutismediassa nostetaan esiin ja miten. Heidän analyysinsä pohjautuu Bacchin (2009) *What's the problem represented to be?* -lähestymistapaan, jonka mukaan

politiikka sisältää representaatioita siitä, mitä pidetään ongelmana. Lähestymistapa ohjaakin tarkastelemaan sitä, miten ongelmat määritellään, sillä ongelmien kehystäminen tietyllä tavalla synnyttää erilaisia subjektipositioita.

Huolestuneet reaktiot ovat joskus legitiimejä: edellä olevassa luvussa esittelin kuinka esimerkiksi nykyinen keskustelu datavallasta (Lammi & Pantzar 2019; Rangaswamy ym. 2020; Sadowski 2019; Zuboff 2015; 2019) tuo esiin perusteltuja huolia datatalouden poliittisista, taloudellisista ja sosiaalisista vaikutuksista. Toisinaan muuttuvan mediakentän herättämät pelot ovat irrationaalisempia, ja ne kumpuavat ”syvään juurtuneista sosiaalisen muutoksen peloista” (Walsh, 2020, 844). Walsh (2020, 840–841, mukailen Cohen 2011) esittelee rikollisuutta, poikkeavuutta ja valvontaa koskevan yhteiskuntatieteellisen käsitteen, moraalipaniikin. Moraalipaniikkiteorian keskeinen anti on ollut tiedotusvälineiden merkityksen esiin tuominen sosiaalisten ongelmien rakentamisessa, muokkaamisessa ja vahvistamisessa (Cricher, 2003; Jewkes, 2015). Walshin (2020, 841) mukaan Cohen (2011) ja hänen kollegansa esittävät paniikit mediatapahtumina, joissa toimittajat ja media toimivat poikkeavan käyttäytymisen määrittäjinä ja luovat konsensusta sekä huolta yleisön keskuudessa. Tiedotusvälineet eivät ainoastaan luo ylimääräistä näkyvyyttä ja esitä muuten marginaalista käyttäytymistä haitallisena ja laajalle levinneenä, vaan ne toimivat myös riippumattomuutta edustavana äänitorvena (Goode & Ben-Yehuda 2010). Mediamaisema on kuitenkin muuttunut viime vuosikymmenten aikana huomattavasti, mikä on saanut jotkut kyseenalaistamaan Cohenin työn merkityksen (esim. McRobbie & Thornton 1995).

Legitiimiä yhteiskunnallista keskustelua ja huolta ovat herättäneet kysymykset haavoittuvuudesta, kuten verkkoahdistelijoiden, seksiviestien, verkkokiusaamisen sekä väkivaltaisen ja pornografisen sisällön kohtaaminen (Barak 2005; Gabriel 2014; Lynch 2002; Milosevic 2015). Walsh (2020, 844) argumentoi, että näiden ilmiöiden yhteydessä nuoret kuitenkin usein kuvataan patologisina ja leimataan kurittomiksi ja sosiaalinen media keskeiseksi syypääksi. Median valta ilmeneekin myös digitaalisen kulutuksen ja teknologian kontekstissa, joissa media voi kehystää tietyt ongelmat uhkina tai ongelmina. Tämä pro gradu -tutkielma on saanut inspiraationsa juuri tällaisesta julkisesta keskustelusta, jossa digitaalinen kulutus kehystetään ongelmaksi tai jopa riippuvuutta aiheuttavaksi toiminnaksi.

Marwickin (2008) tutkimus tuo internetin herättämään yhteiskunnalliseen huoleen toisen näkökulman ja yhdistää siihen keskustelun tiedotusvälineiden vastuusta. Hän tarkastelee tutkimuksessaan verkkoahdistelijoihin ja MySpaceen kohdistuvaa paniikkia havainnollistaakseen, miten tiedotusvälineiden uutisointi kytkeytyy lainsäädäntöön. Marwick (2008) esittää, että näissä tapauksissa internetiin kohdistuva sääntely on ollut

suoraan yhteydessä mediajulkisuuden synnyttämään moraalipaniikkiin, joka keskittyy lasten hyvinvoinnille haitalliseksi katsottuun teknologian käyttöön. Paniikit perustuivat tiedotusvälineiden luomiin narratiiveihin, jotka korostivat lapsille koituvia vaaroja perusteluna internetin sisällön rajoittamiselle. Marwick (2008) argumentoi, että tällainen sääntelytoimi on poikkeuksellinen reaktio ja voi jopa hämärtää todellisia ongelmia, joiden ratkaisemiseen sen sijaan tulisi pyrkiä. Hän perustelee tätä sillä, että vaikka lasten seksuaalinen hyväksikäyttö on vakava yhteiskunnallinen ongelma, se ei kuitenkaan johdu MySpacea käyttävistä alaikäisistä, ”eikä lasten estäminen sosiaalisten verkostosivustojen käytöstä auta millään tavoin poistamaan näitä ongelmia.” (mt.) Størup ja Lieberoth (2022, 202–203) esittävät myös, että digitaalisen median sääntelyyn liittyvät aloitteet ovat vuorovaikutuksessa uutismedian ja mielipidekirjoitusten herättämien ja voimistamien tunteiden kanssa ja lisäksi synnyttävät tilan ja tarpeen asiantuntijapuheenvuoroille (esim. Albæk 2011). Toimittajien ja asiantuntijoiden suhde onkin vuorovaikutteinen, ja molemmat osapuolet vaikuttavat lopulliseen uutisointiin. Asiantuntijat voivat ohjata uutista joko faktapohjaisempaan tai spekulatiivisempaan suuntaan. (Nygaard Blom, Rønlev, Hansen & Ljungdahl 2021.) Nämä esimerkit osoittavat, kuinka digitaalista kultusta koskeva julkinen keskustelu ja sääntely eivät välttämättä kohdistu ongelman ytimeen, vaan voivat osaltaan rakentaa moraalipaniikkia ja uhkakuvia. Tämän takia on perusteellista arvioida sitä, miten ongelmia määritellään ja ketkä siihen osallistuvat.

Esimerkiksi Laidlawin, O’Maran ja Wongin (2021) tutkimus osoittaa, että media voi vaikuttaa merkittävästi vanhempien ja opettajien käsityksiin lasten digitaalisten laitteiden käytöstä. Lisäksi mediatekstit vaikuttavat kulutuskulttuurin muotoutumiseen toimimalla kulttuurisina lähteinä, joita kuluttajat hyödyntävät hahmottaessaan maailmaa ja kulutuskäytäntöjä (esim. Gerbner 1998; Humphreys 2010a; Humphreys 2010b; Humphreys & Latour 2013; Ostertag 2010). Outi Lundahl (2021) korostaa, että koska media toimii yksilön kulttuurisena resurssina ja maailmantulkintavälineenä, voi sosiaalisen median riippuvuuden esittäminen vääjäämättömänä ja väistämättömänä vähentää yksilön koettua kontrollia sosiaalisen median käyttöönsä (Armitage & Conner 2001; Bandura 1977; Gökçearsan ym. 2016). Median vaikutus ulottuu siis sekä poliittiseen valmisteluun että kansalaisten asenteisiin ja käsityksiin.

Tutkimukset osoittavat, että esimerkiksi videopelien uutisrepresentaatio on muuttunut 1970-luvulta lähtien, heijastaen sekä muutoksia yleisessä käsityksessä aiheesta sekä vuorovaikutteisen teknologian kasvavaa roolia arjessa. Esimerkiksi Williams (2003) kuvasi uutisointia videopeleistä vuosina 1970–2000 sarjana ”mustamaalaamisen vaiheita, joita seurasi osittainen vapahdus”. Samansuuntaisia havaintoja teki McKernan (2013), joka analysoi New York Timesin videopeliihaisia artikkeleja vuosina 1980–2010. Hän havaitsi aikakauden jutuissa narratiivin, joissa pelejä kuvattiin pääasiassa

sosiaalisena uhkana. 2000-luvulla narratiivi muuttui vastakertomukseksi videopelien taiteellisesta arvosta (McKernan 2013). Nämä esimerkit havainnollistavat, kuinka uutismedia vaikuttaa teknologian sosiaaliseen rakentumiseen, yleisön asenteisiin ja reaktioihin liittyen riippuvuuskäyttäytymiseen. Onkin olennaista tarkastella, miten media kehystää riippuvuuksia, sillä tämä voi vaikuttaa sekä suoraan että epäsuorasti yksilöihin ja laajemmassa mittakaavassa yhteiskuntaan. McKernanin (2013, 309) mukaan uudet teknologiset muodot eivät synny tyhjiössä ilman ennalta määrättyjä merkityksiä, vaan ne tarjoavat diskursiivisille kanaville tilaisuuden rakentaa tai toistaa kulttuurisia koodeja ja maailmankuvia.

Walsh (2020, 852) korostaa, että vaikka digitaalisten alustojen ja teknologioiden leviämisen myötä muuttunut mediamaisema vaatii moraalipaniikkiteorian uudelleentarkastelua, perinteisellä medialla säilyy edelleen merkittävä rooli moraalipaniikkien synnyssä ja leviämässä. Tämän perusteella on edelleen aiheellista tarkastella sitä, kuinka media ei ainoastaan tuota yleistä huolipuhetta, vaan osallistuu myös tiettyjen ilmiöiden, kuten riippuvuuksien määrittelyyn. Seuraavassa luvussa tarkastellaan, millaisia merkityksiä media liittyy digitaalisen kulutuksen ilmiöihin ja minkälaisia diskursseja ja kehystämisen tapoja ilmiöön liittyy.

### **2.3 Media, mieli ja riippuvuus: diskurssit ja kehystäminen uutismediassa**

Kaikki viestinnälliset tekstit tarvitsevat kerronnallisia rakenteita viestin välittämiseen. Uutismedia noudattaa usein tiettyä logiikkaa (ks. luku 2.2), joka vaikuttaa siihen, millaisia nämä rakenteet ovat. Representaatio tarkoittaa jonkin asian tai ajatuksen esittämistä sanoin, äänin tai kuvin. Representaatio merkitsee prosessia, jossa jokin tehdään *uudelleen* läsnä olevaksi. Representaatio on aina enemmän tai vähemmän onnistunut kopio alkuperäisestä, eikä se voi kielellisistä syistä koskaan olla todenmukainen, vaan sen suhteen tehdään aina valintoja esittämisen tavoissa. Viestinnän tutkimuksessa kiinnostuksen kohteena ovatkin juuri nämä valinnat ja niiden kulttuurisidonnaiset tulkinnat. Representaatiot liittyvät valtaan ja merkityksistä käytäviin kamppailuihin, sillä ne vakiinnuttavat mielikuvia ja tuottavat tietoa esittämistään asioista ja (tiettyyn pisteeseen saakka) yhteisesti jaettua todellisuutta. (Seppänen & Väliaverronon 2012, 90–96.) Esimerkiksi edellisessä luvussa esitettiin, miten nuoret esitetään uutismediassa usein *avuttomina teknologian uhreina*. Uutisartikkelit voivat lisäksi käyttää esimerkiksi metaforia tai kuvia nuorista, jotka ovat yksin pimeässä huoneessa sinisen valon valaisemina representoidakseen kuvaa nuoresta verkkokiusaamisen tai -ahdistelijoiden uhrina.

Representaatiot nivoutuvat aina laajempiin käsityksiin, diskursseihin ja kehyksiin. Vies-tinnän tutkimuksessa kehystämisen käsite kuvaa keinoja, joilla asiasta pyritään luomaan halutunlainen ymmärrys, ja valintojen ja muokkausten prosessia, jolla mediaesityksiä tuotetaan. Esimerkiksi journalisteilla on vakiintuneita tapoja, joilla he käsittelevät ja esittävät maailman tapahtumia. Kehystämällä siis rakennetaan konteksti representaati-oille, määritellen ne rajat, joiden sisällä jostain asiasta ylipäättään puhutaan. (Seppänen & Väli-verronen 2024, 261–267.) Esimerkiksi sosiaalisen median kohdalla kehys voi olla taloudellinen (kustannukset ja tuotot), eettinen (käyttäjätiedon louhiminen) tai kult-tuurinen (erilaisten tapojen ja arvojen kohtaaminen).

Käsitteiden suhdetta voidaan Seppäsen ja Väli-verronen (2024) mukaan ymmärtää siten, että representaatiot, tarinat ja kertomukset jäsenyivät yhteiskunnallisiksi puhe- ja ilmai-sutavoiksi, eli diskursseiksi. Representaatiot muotoutuvat tekijöidensä tekemien, joko tietoisesti tai alitajuisesti tehtyjen valintojen kautta. Uutisia luodessaan ja kuvittaessaan toimittajat korostavat tiettyjä näkökulmia ja sivuuttavat toisia, jolloin he kehystävät ai-hetta käyttämällä valittuja sanoja, kuvia ja näkemyksiä. Näin uutisaihe nivoutuu osaksi laajempia yhteiskunnallisia diskursseja. (mt.)

Vaikka nykyään tunnustetaan, että teknologiajätit tarkoituksellisesti muokkaavat alus-toistaan koukuttavia (esim. YLE 2017; 2023), tutkimuksessa on keskitytty erityisesti digitaalisen kulutuksen yksilöpsykologisten selittävien tekijöiden tunnistamiseen, kuten persoonallisuuspiirteisiin (esim. Sheldon, Antony & Sykes 2021), tunteiden säätelyyn (esim. Hormes, Kearns & Timk 2014) ja yksilöllisiin kokemuksiin (esim. Blease & Alexander 2015) (ks. systemaattinen kirjallisuuskatsaus Pellegrino, Stasi, & Bhatiasevi 2022). Esimerkiksi sosiaalisen median ongelmakäytöllä on kuitenkin myös sosiaalinen ja yhteiskunnallinen aspekti, sillä ihmisten tarve kuulua ryhmään ja sosiaalisen median alustoilla koetut myönteiset vuorovaikutuskokemukset selittävät merkittävästi sekä on-gelmakäytön syntyä että sen kielteisiä vaikutuksia (Marttila 2024). Viime vuosina tutki-jat ovatkin siirtyneet yksilöpsykologisista tekijöistä tarkastelemaan myös sosiaalisen median alustojen suunnitteluvalintoja (Berthon, Pitt & Campbell, 2019; Chen ym. 2023; Ruiz, Molina León, Heuer... & Beigl 2024) toistokäyttäytymiseen vaikuttavina tekijöi-nä.

Riippuvuuden käsitteellä on tutkimuksellisen ulottuvuuden lisäksi keskeinen rooli me-diassa tuotetuissa uhkakuvissa, joissa käyttäytyminen kehystetään lääketieteelliseksi, sosiaalisesti tai yhteiskunnalliseksi ongelmaksi. Tiedotusvälineet eivät ainoastaan välitä näitä määritelmiä, vaan osallistuvat aktiivisesti prosesseihin, joissa määritellään tervey-den ja sairauden välistä rajaa (Järvi 2011). Tämä liittyy laajempaan kehityskulkuun,

jossa psykiatrinen ja psykologinen tieto yhdessä terapeuttisten käytäntöjen kanssa ovat kietoutuneet yhteiskunnallisiin rakenteisiin ja vallan mekanismeihin.

Teoksen *Terapeuttinen valta – Onnellisuuden ja hyvinvoinnin jännitteitä 2000-luvun Suomessa* toimittajat Kristiina Brunila, Esko Harni, Antti Saari ja Hanna Ylöstalo esittävät, että psykiatrisen ja psykologisen tiedon, terapeuttisten käytäntöjen ja niiden leviämisen tarkastelussa voidaan hyödyntää foucault’laista valta-analytiikkaa. Terapeuttisen vallan käsite auttaa ymmärtämään, miten psykologiatieteellisen asiantuntijuuden ja terapiamuotojen sanastoilla, arvoilla ja toimintatavoilla hallitaan yksilöitä (Brunila, Harni, Saari & Ylöstalo 2021b, 13) ja ohjataan heitä kohti tietynlaista terveyden ihanetta ja itsehoivan käytäntöjä (Rose 1999). Psykologiselle hallinnalle on ominaista psykologian, käyttäytymistieteiden ja yhä enenevässä määrin neurotieteiden hyödyntäminen kansalaisten käyttäytymisen analysoinnissa ja ohjaamisessa. Tämän vuoksi ilmiötä on kutsuttu myös *neuroliberalismiksi*. (Mannevuola 2019; Rose & Abi-Rached 2013.) Rose ja Abi-Rached (2013) argumentoivat kirjassaan *Neuro: The New Brain Sciences and the Management of the Mind* että yhä useammin syvintä olemustamme etsitään aivoistamme. Taustalla on ajatus, jonka mukaan ihmisluontomme määräytyy ensisijaisesti aivojen rakenteen ja toiminnan perusteella. Neurotieteellinen näkökulma ei täysin syrjäytä muita tapoja ymmärtää itseämme, mutta se kytkee yhä enemmän psykologista ja sosiaalista elämää sekä eettisiä arvoja aivoihin. (mt.)

Aivojen roolin korostaminen ihmisen mielen ja ihmisyyden muodostumisessa on uusin vaihe jatkumoa, jossa neurotieteillä nähdään olevan keskeinen rooli siinä, miten ymmärrämme, hallitsemme ja hoidamme ihmisiä, niin yksilöinä kuin yhteiskunnassakin (Rose & Abi-Rached 2013, 6). Vaikka terapeuttinen valta ei ole yhtä kuin psykologisoituminen, se liittyy siihen korostetusti. Psykologisella, psykoterapeuttisella ja psykiatrisella tiedolla on keskeinen rooli modernin ihmisen muotoutumisessa ja hallinnassa sekä siinä, kuinka tästä tiedosta on tullut itseymmärryksen, itsesäätelyn ja elämän tulkinnan väline. (Brunila, Harni, Saari & Ylöstalo 2021b, 16–17). Nämä psykologiset ihmiskäsitykset alkoivat vaikuttaa 1900-luvulla keskeisesti normalisoinnin ja sääntelyn mekanismeihin, kasvatukseen, mainontaan ja kulutuskulttuuriin sekä käyttäytymisen hallintaan eri instituutioissa, kuten kouluissa, tehtaissa ja armeijassa (Rose & Abi-Rached 2013, 7–8). Tänä päivänä valta ilmenee erityisesti terapeuttisissa käytännöissä ja diskursseissa, jotka kutsuvat yksilöä muokkaaman suhdetta itseensä ja ympäristöönsä psykologisen ymmärryksen avulla sen sijaan, että yksilö turvautuisi yhteiskunnallisiin turvaverkkoihin. Terapeuttinen valta näyttää yksilön voimaannuttamisen, aktivoimisen ja hyvinvoinnin edistämisenä, mikä tekee sen vastustamisesta haastavaa. (Brunila, Harni, Saari & Ylöstalo 2021b, 14–15.)

Psykologiasta ja erilaisista terapiamuodoista omaksutut keskustelut, sanastot ja tulkinnat ovat levinneet osaksi laajempaa kulttuuria, instituutioiden käytäntöjä ja sosiaalista vuorovaikutusta. Psykologisen tiedon ja terapiamuotojen edustajat tarjoavat kansalaisille julkisessa keskustelussa moninaisia hyvinvointi- ja elämäntapavinkkejä ja yhteiskunnallisessa keskustelussa terapeutitiset käytännöt esitetään usein ratkaisuna laajoihin rakenteellisiin ongelmiin, kuten työttömyyteen ja uupumukseen. (Brunila, Harni, Saari & Ylöstalo 2021a, 7–8.) Tässä pro gradu -tutkielmassa analysoin, miten nämä psykologisoivat ja terapeutitiset kehykset ovat läsnä digitaalista kulutusta käsittelevässä uutisoinnissa.

Neurotieteiden ja psykologian tieteenalojen vaikutus ulottuvat myös julkiseen keskusteluun, kuten mediauutisointiin. Tiedotusvälineiden lempiaiheisiin ovat perinteisesti kuuluneet terveys ja sairaus (Kärki 1998; Gwyn 2002). Sinikka Torkkolan (2008, 16) mukaan suomalaisessa terveystjournalismin tutkimuksessa on perinteisesti lähestytty terveyttä ja sairautta (bio)lääketieteellisinä ilmiöinä. Tästä lähtökohdasta tutkimuksen kohteena oleva terveystjournalismi on ymmärretty enemmän sairaussanomien ”kantajana” tai välittäjänä, eikä niiden merkityksen tuottajana. Viestinnän tutkimuksessa terveys on myös perinteisesti ymmärretty arvovapaana ja tavoiteltavana asiana. Terveystjournalismi on omaksunut tämän lähtökohdan, esittäytyen objektiivisena ja viattomana, sivuuttaen sen tosiasian, että se tosiasiaa vaikuttaa osaltaan terveyden ja sairauden määrittelyyn ja siihen, millaisia käytäntöjä niiden ympärille muodostuu. Terveys ja sairaus eivät siis ole viestinnästä irrallisia ilmiöitä, vaan ne muotoutuvat ja saavat merkityksensä viestinnän kautta syntyvinä ilmiöinä ja käytäntöinä. (Torkkola 2008.)

Esimerkiksi Tanskassa uutismedioita ja digitaalisen median kehystämistä ongelmana tarkastelleiden Størupin ja Lieberothin (2022) tutkimus tarjoaa hyödyllisen näkökulman siihen, kuinka riippuvuutta kehystetään mediassa ja millaisia vaikutuksia tällaisilla narratiiveilla on yleisön asenteisiin ja käsityksiin. Størup ja Lieberoth (2022) erittelivät huolenaiheiden, syyllisten ja ongelmien ratkaisemisesta vastaavien tahojen välisiä yhteyksiä. Heidän tutkimustulostensa mukaan median representaatioissa digitaalisen median kulutus kehystetään usein ongelmalliseksi ja liitetään mielenterveysongelmiin, riippuvuuteen ja sosiaaliseen häiriöön. Heidän mukaansa kyse ei ole siitä, että uutismediat tarkoituksellisesti ja systemaattisesti levittäisivät disinformaatiota digitaalisen median vaaroista. Sen sijaan artikkelit on usein esitetty näkökulmasta, joka heijastelee yleisiä huolia, jolloin negatiiviset näkemykset korostuvat sekä tekstissä että otsikoissa (Facer 2012; Stern & Burke Odland 2017). Størup ja Lieberoth, (2022) argumentoivat, että nämä näkemykset eivät taas aina ole linjassa tieteellisen konsensuksen kanssa (esim. Markey & Ferguson 2017). Størupin ja Lieberothin (2022, 215) mukaan sekä puhelimet, sosiaalinen media että laaja käsite näytöt liitettiin yleisesti riippuvuuteen. He argumen-

toivat, että laaja ajatus näytöistä on ”diskursiivisesti häilyvä mekanismi, joka toisaalta voi kattaa kaiken ja toisaalta jättää ’tyhjän tilan’ avoimeksi lukijan tulkinnalle.” Tätä mekanismia ja käsitteitä näytöt ja ruutuaika diskurssiteoreettisesti tarkasteltaessa ne näyttäytyvät monitulkintaisinta ja kontekstissa määräytyviltä (Størup & Lieberoth 2022, 215 mukailen Laclau 1990). Laclauin tyhjän merkitsijän käsitteen mukaisesti ne toimivat avoimina kehyksinä, joihin yksilöt projisoivat omia tulkintojaan (Størup & Lieberoth 2022, 215, mukailen Kraniuskas, 2014, 31). Näin ollen uutismediassa nämä termit aktivoivat samanaikaisesti useita erilaisia merkityksiä, mikä voi hämärtää digitaalisen kulutuksen vaikutusten ymmärrystä (Størup & Lieberoth 2022). Tutkimukset korostavatkin, että teknologian psykologisia ja käyttäytymiseen liittyviä seurauksia tulee tarkastella erilaisten käyttötapojen ja -kontekstien kautta, eikä yleistäen (Størup & Lieberoth 2022, 215, mukailen Kaye, Orbe, & Ellis 2020 2020; Orben 2020).

Myös Haddon ja Stald (2009) esittävät, että sanomalehtien medialogiikan mukaiset rutiinikäytännöt saattavat korostaa verkossa esiintyviä vaaroja ja johtaa internetin käsittämiseksi ensisijaisesti riskialttiiksi paikaksi, erityisesti lapsille. Tutkimuksessa tarkasteltiin vuoden 2007 aikana julkaistujen, lapsia ja internetiä käsittelevien 1035 artikkelin otsikoita neljässätöistä eurooppalaisessa lehdessä. Artikkeleista 19 prosenttia käsitteli lapsia ja internetiä positiivisesti, 37 prosenttia kielteisesti ja loppuja ei voinut luokitella selkeästi kumpaankaan. Lähes kaksi kolmasosaa (64 %) kaikista tarinoista käsitteli riskejä, kuten verkkokiusaamista ja seksuaalista sisältöä, kun taas mahdollisuuksia, kuten sosiaalisuutta ja luovuutta, käsitteli alle viidennes (18 %). Maiden välinen vertailu osoitti, että vaikka medialogiikat vaihtelevat jonkin verran eri maiden välillä, sanomalehtiraportoinnissa on myös yhteisiä piirteitä. Näitä ovat esimerkiksi sanomalehtien kuukausittainen keskimääräinen raportointimäärä, mikä viittaa yhteisiin uutisarvoihin useissa maissa. (Haddon & Stald 2009.) Samaa aineistoa tutkimuksessaan hyödyntäneet Ponte ja kumppanit (2009, 166) esittävät, että internetin kontekstissa lapsia kuvattiin toimijoiden sijaan ”haavoittuvina, tietämättöminä ja viattomina vastaanottajina” (2009, 166) tai väärintekijöinä. Facerin (2012) tutkimuksessa huoli kohdistui haavoittuvassa asemassa olevien lasten kohtaamiin vaaroihin internetissä, esittäen lapset haavoittuvaisina ja riippuvaisina toimijoiden sijaan. Myös Stern ja Burke Odland (2017) havaitsivat samankaltaista kehystämistä tutkiessaan 339 yhdysvaltalaisista uutisartikkelia teini-ikäisistä ja sosiaalisesta mediasta. Teinien ja sosiaalisen median suhde kuvattiin ongelmallisena ja vaarallisena, korostaen, että ”teknologia hallitsee teinejä, eikä toisinpäin” (Stern & Burke Odland, 2017, 518).

Størupin ja Lieberothin (2022) tutkimuksen ristiintaulukointi kuvaa, kuinka tietyt mediateknologiat yhdistetään tiettyihin ongelmiin: puhelimet tarkkaavaisuuden häiritsijöinä, pelit addiktiivisina ja sosiaalinen media demokratiaa vaarantavana tekijänä. Tutki-

muksessa riippuvuuden diskurssi esiintyy läpi aineiston, ja riippuvuus liitetään sekä puhelimiin, sosiaaliseen mediaan että ruutuihin yleisesti. Størup ja Lieberoth (2022) mainitsevat huomionarvoisena seikkana sen, että riippuvuuteen liittyvät diskurssit tanskalaisessa uutismediassa ovat suhteellisen uusia ja puuttuvat aiemmasta eurooppalaisia uutismedioita koskevasta analyysistä (Ponte ym. 2009, 164). Tämä viittaa käsitteen lisääntyneeseen käyttöön viime vuosikymmenen aikana (Størup & Lieberoth 2022) ja vastaa Haslamin (2016, 9) analyysiä siitä, kuinka riippuvuuden kliininen käsite, joka on perinteisesti rajattu psykologiseen ja lääketieteelliseen diagnostiikkaan, on ”hiipimässä alaspäin”, käymässä läpi semanttista inflaatiota ja näin yleistymässä arkikieliseksi termiksi julkisessa keskustelussa. Toisaalta kuten edellisessä luvussa esitettiin, digitaalinen kulutus on luonut uudenlaisia ja koukuttavampia tapoja kuluttaa ja yhteiskunnan ja kulttuurin muuttuessa uusille ilmiöille tarvitaan uudenlaisia kuvaavia sanoja.

### 3 KÄYTÄNTÖTEORIA KULUTUSTUTKIMUKSEN VIITE- KEHYKSENÄ

#### 3.1 Käytäntöteoreettinen lähestymistapa

Käytäntöteoria (eng. *Practice Theory*) tarjoaa viitekehyksen digitaalisen kulutuksen tarkastelulle kokonaisvaltaisena, toistuvana ja rutiininomaisena ilmiönä. Se on käsitteellisesti vaihtoehtoinen yhteiskuntateoria yksilökeskeisille, merkityksiä ja symboliikkaa painottaville yhteiskunta- ja kulttuuriteorioiden muodoille (Reckwitz 2002a). Kulttuurisosiologi Andreas Reckwitz (2002a, 2002b) argumentoikin, että jälkimmäisten painopiste symbolisissa ulottuvuuksissa sivuuttaa merkittäviä materiaalisia näkökohtia, jotka käytäntöteoriassa nähdään keskeisinä tekijöinä sosiaalisen järjestyksen muotoutumisessa.

Käytäntöteoria paikantuu kulttuuriteorioihin, yhteiskuntateorioiden koulukuntaan, joka haastaa sitä edeltäneitä homo economicuksen käsittävää tarkoitukseen suuntautunutta toiminnan teoriaa ja sen vastakkaista käsitteellistä vaihtoehtoa, homo sociologicuksen normikeskeisen toiminnan teoriaa (Reckwitz 2002a, 245). Sosiaalisen käytäntöteorian toimijaa onkin aiemmista ihmiskuvista poiketen ja niihin rinnastaen kutsuttu *homo practicum* eli käytännölliseksi ihmiseksi (Nicolini 2012, 4). Sen sijaan että sosiaalisen järjestyksen taustalla olisi yhdistelmä yksilöllisiä intressejä tai normatiivinen konsensus, kulttuuriteorioissa todellisuus organisoituu kollektiivisten kognitiivisten ja symbolisten rakenteiden, eli jaetun tiedon varaan (Reckwitz 2002a, 246).

Klassisessa yhteiskuntateoriassa sosiaaliteorian ja -analyysin pienin yksikkö asetettiin homo economicus -mallissa subjektiivisia intressejä seuraavan tuloksen, eli yhteisen tahdon tasolle ja homo sociologicus -mallissa normien ja roolien yhteisymmärrykseen. Kulttuuriteorioissa sosiaalinen sijaitsee edellä mainituissa symbolisissa ja kognitiivisissa tietorakenteissa. (Reckwitz 2002a, 246.) Kulttuuriteorioita taas tunnistetaan neljä erilaista suuntausta (kulturalistinen mentalismi, tekstualismi, intersubjektivismi ja käytäntöteoria), jotka myös eroavat toisistaan siinä, missä sosiaalisuuden nähdään sijaitsevan (Reckwitz 2002a, 245). Mielen, diskurssien ja vuorovaikutusten sijaan käytäntöteoria sijoittaa sosiaalisuuden *käytäntöihin*.

Reckwitzin (2002a, 249) mukaan erotellaan käsitteellisesti käytäntö (praksis) ja käytännöt (praktik). Praksis yksikössä viittaa käytännön tekemiseen (vastakohtana teorialle) kun taas praktik vuorostaan viittaa intersubjektiivisesti jaettuun rutiininomaiseen käyt-

täytymistapaan, joka muodostuu erilaisista elementeistä: ruumiillisen ja henkisen toiminnan muodoista, materiaalisista aspekteista ja niiden käytöstä sekä erinäisistä taustatiedoista, jotka ovat välttämättömiä käytännön olemassaololle (mt.) Käytännöt ovat konkreettisia ja aineellisesti välittyneitä ihmistoiminnan kokonaisuuksia (Schatzki 2001a, 2–3). Nämä käytännöt, esimerkiksi tavat työskennellä, kuluttaa, kommunikoida tai valmistaa ruokaa, ovat organisoituneet yhteisen käytännön ymmärryksen ympärille ja riippuvaisia jaetuista taidoista tai käsityksistä (mt). Käytäntö myös edustaa mallia, joka voidaan ”täyttää” erilaisilla toimilla, jotka toistavat käytäntöä (tietty tapa kuluttaa tavaroita voidaan täyttää lukuisilla kulutustoimilla). Näin ollen toimija on käytännön ”kantaja”, joka kantaa mukanaan niin ruumiillisen käyttäytymisen malleja kuin myös rutinoituneita tapoja ymmärtää, tietää ja haluta. Nämä toiminnot eivät ole yksilön ominaisuuksia, vaan välttämättömiä käytäntöjen elementtejä. Käytäntö ”tekojen ja sanontojen yhteenliittymänä” (Schatzki) on ymmärrettävissä toteuttajien lisäksi myös saman kulttuurin sisällä oleville tarkkailijoille. (Reckwitz 2002a, 250.)

On tärkeää huomioida, että käytäntöteoria ei muodosta yhtä yhtenäistä teoriaa, vaan keskustelu liittyy käytäntöteoreettisiin näkökulmiin sen sijaan, että käsiteltäisiin yhtä yhtenäistä teoriaa (Warde 2014, 285). Näitä tulkintoja yhdistää sosiaalisen toiminnan ja järjestyksen ilmeneminen sosiaalisten käytäntöjen kautta (Schatzki 2001a). Tässä tutkielmassa viitataan käytäntöteoriaan yksikössä selkeyden vuoksi, vaikka tunnistan, että kyse on monimuotoisesta teoreettisesta viitekehuksesta. Käytäntöteoria tarjoaakin kattavan viitekehysten käyttäytymisen, sosiaalisen järjestyksen ja toiminnan analysointiin. Se tarjoaa välineen tarkastella ihmisten toiminnan taustalla olevia elementtejä ja sitä, miksi ihmiset toimivat kuten toimivat. Käytäntöteoria tarjoaa työkalun tätä kautta myös toiminnan muutoksen ja pysyvyyden tarkasteluun. (Shove ym. 2012.) Arkisten rutiinien analyysi voi paljastaa taloudellisia, poliittisia ja sosiaalisia valtasuhteita, yhteiskunnallisia jatkuvuuksia ja muutoksen esteitä. Se auttaa ymmärtämään, miten yhteiskunnalliset rakenteet vaikuttavat ihmisten arkipäivän päätöksiin ja valintoihin. Monen sosiologisen teorian keskiössä on aina ollut inhimillisen toiminnan luonteen havainnollistaminen ja tulkitseminen (Reckwitz 2002a, 144; Warde 2005; 139), mutta käytäntöteorian vahvuus ja uutuus sosiologisessa tulkitsemisessä on toiminnan selittäminen tapojen, tottumusten ja rutiinin avulla individualististen motivaatioiden ja valinnan sijaan. Näin ollen myös digitaalisen kulutuksen kontekstissa käytäntöteoria mahdollistaa refleksinomaisen ja toistuvan kulutuksen ja tottumusten tarkastelemisen.

Käytäntöteoriaa ovat hahmotelleet muun muassa Bourdieu, Giddens, Taylor ja Foucault, jotka kaikki ovat saaneet vaikutteita yhteiskuntateorian tulkinnallisesta tai kulttuurisesta käänneestä. Tätä voi pitää löyhänä ja pinnallisena yhtäläisyytenä, minkä lisäksi käytännöt muodostavat toimintarakenteita, joita käsitellään tavalla tai toisella kaikissa

sosiaalisissa teorioissa, jotka kumpuavat toimintateorian perinteestä. (Reckwitz 2002a, 244.) Reckwitz (2002a, 244) kuitenkin argumentoi, että käytäntöteorioilla on roolinsa uudenlaisen yhteiskunnallisen kuvan ja toimijuuden sanaston rakentamisessa. Sanasto on nähtävissä jo Ludwig Wittgensteinin myöhäisteoksissa (1984[1953, 1969]) ja Martin Heideggerin varhaisfilosofiassa (1986[1927]), joihin Reckwitzin (2002a, 250) mukaan käytäntöteorian filosofinen tausta pohjautuu.

Sosiologi Anthony Giddensin (1984) kontribuutio käytäntöteoriaan liittyy hänen hahmottelemaansa kuvaukseen rakenteen kaksinaisuudesta. Shove, Pantzar ja Watson (2012) kiteyttävät Giddensin (1984, 4) rakenne-toimija-keskusteluun liittyvän rakenteistumisteorian keskeisen periaatteen, jossa inhimillinen toiminta ja sosiaaliset rakenteet ovat toisiinsa kytkettyneitä ja vuorovaikutteisia. Toisin sanoen sosiaaliset rakenteet, kuten säännöt ja merkitysjärjestelmät, sekä mahdollistavat että rajoittavat yksilöiden toimintaa, samalla kun nämä rakenteet jatkuvasti uusiintuvat toiminnan kautta. Näin ollen rakenteistumisteorian mukaan yhteiskuntateorioiden analyysin ei tulisi kohdistua yksittäisen ihmisen toimintaan eikä minkään sosiaalisen kokonaisuuden olemassaoloon, vaan ajasta ja paikasta riippuvaisiin sosiaalisiin käytäntöihin. (Giddens 1984, Shoven, Pantzarin & Watsonin 2012, 3 mukaan.) Warden, Welchin ja Paddockin (2017) mukaan käytäntöteoria pyrkii tämän rakenne-toimija-dualismin teoreettisen kuilun lisäksi purkamaan yli- ja alisosialisoituja selityksiä ihmisten käyttäytymiselle ja ylittämään muita yhteiskuntateorian klassisia dualismeja, kuten voluntarismia ja determinismia sekä individualismia ja holismia kysymyksiä. Käytäntöteoriassa analyysiyksikkö ei ole yksilö eikä rakenne, vaan käytännöt, mikä tarjoaa hedelmällisen pohjan yhteiskunnan normien, arvojen ja odotusten tutkimukselle (Watson 2017). Giddensin korostus sosiaaliseen rutinoitumiseen ja käytännölliseen diskursiivisen tietoisuuden sijaan loi viitekehyksen myös kulutuksen hienovaraisille, säännönmukaisille ja toistuville prosesseille. Giddens ei myöhemmässä työssään kuitenkaan jatkanut käytäntöjä koskevien teemojen käsitteilyä, vaan keskittyi pikemminkin elämäntapojen ilmaisullisiin näkökohtiin ja korosti refleksiivistä ja vapaaehtoista valintaa (Warde ym. 2017).

Vaikka Bourdieun teokset, kuten *Outline of a Theory of Practice* (1977) tai *The Logic of Practice* (1990) viittaavat käytäntöihin, Bourdieu ei varsinaisesti kehittänyt käytäntöteoriaa. Sen sijaan hänen työssään käytännöt tarjoavat lähtökohdat käsitellä tapoihin ja ruumiillisuuteen liittyviä kysymyksiä ja keinon lähestyä *habituksen* teoretisointia. Bourdieun käsissä habituksen käsite kuvaa toimijoiden käytännöllistä tietoisuutta sekä normatiivisia rakenteita ja käyttäytymismalleja. Useat muut teoretikot pitävät näitä elementtejä osana käytäntöjä itseään. (Shove ym. 2012, 5.) Käytäntöteoreettisessa lähestymistavassa voidaankin soveltaa Bourdieun habituksen käsitettä, joka selittää ihmisten päivittäisiä toimia ilman tietoista pysähtymistä ja päätöksentekoa (ks. Bourdieu 1977 &

1990). Habitukseen liittyy monia automaattisia ja toistuvia päivittäisiä menettelytapoja, jotka ovat merkityksellisiä myös kulutuksen näkökulmasta (Warde ym. 2017).

Foucault'n vaikutus kulttuuriseen käänteeseen on ollut merkittävä, vaikka hänen vaikutustaan käytänteorian syntyyn ei aina pidetä niin ilmeisenä (Warde ym. 2017). Aluksi hänen työnsä painottui erityisesti kielellisyyttä korostavaan tekstualismin kulttuuriteoriaperinteeseen (Reckwitz, 2002a), mutta 2000-luvulla Foucault'n myöhäisfilosofia, joka keskittyy diskurssien, käytäntöjen ja institutionaalisten järjestelyjen vuorovaikutukseen sekä vallan ja itsehallinnan suhteeseen, on saanut yhä enemmän huomiota. (Collier 2009).

### 3.2 Käytäntöjen rakenne ja toiminnan elementit

Käytännöillä on kaksitahoinen olemus, joka ilmenee sekä käytännön suorittamisessa että itsenäisenä kokonaisuutenaan, jolloin se on jotain, mistä voidaan puhua (Warde ym. 2017). Ne rakentuvat eri elementeistä, joille käytänteoretikot ovat antaneet erilaisia nimityksiä. Reckwitzin (2002a, 249) mukaan käytännöt sisältävät kehollisia ja mentaalisia toimintoja, esineitä ja niiden käyttötapoja, tietoa ja ymmärrystä, taitoja, tunteita sekä motivaatiota. Schatzki (2002, 77) käsittää käytäntöjen koostuvan käytännöllisistä käsityksistä ("know how", ymmärrys siitä, miten toimintaa jatketaan); säännöistä (eksplisiittiset ohjeet, kehotukset jne.); teleoaffektiivisista rakenteista (normatiivisesti järjestetyt päämäärien, orientaatioiden ja affektiivisten sitoutumisten joukot); ja yleisistä käsityksistä (general understandings), jotka ovat yhteisiä monille käytännöille ja jotka ehdollistavat tapaa, jolla käytännöt toteutetaan. Elizabeth Shove kollegoineen on puolestaan jakanut elementit kolmeen luokkaan: materiaaleihin, merkityksiin ja kompetensseihin (Shove ym. 2012, 13–14). Schatzkiin (2002) ja Reckwitziin (2002a) perustuen Warde (2005) jaottelee käytäntöjä yhdistävät elementit 1) ymmärrykseen (understandings), 2) toimintaan (procedures) ja 3) sitoumuksiin (engagements) tuoden ne kulutuskäyttäytymisen kontekstiin.

Nämä erilaiset orientaatiot vaikuttavat käsityksiin käytännöistä sinänsä (Warde ym. 2017, 29). Warde ja kumppanit (2017, 29) argumentoivat, että Shoven ja kumppaneiden (2012) kompetenssin korostus pyrkii hämärtämään toiminnan päämääräsuuntautuneisuutta (teleologiaa) korostamalla käytännön tekemisen sujuvuutta ja osaamista päämääränä itsessään. Schatzki (2002) se sijaan painottaa niin sanottua teleoaffektiivista rakennetta, jossa toiminnan tavoitteet ja tarkoitukset ovat keskeisiä käytäntöjen jäsentäjiä. Hän korostaa myös affektiivista ja motivoitunutta sitoutumista näihin päämääriin. (Warde ym. 2017, 29–30). Näin ollen Shove kumppaneineen (2012) rakentaa autotelis-

ta, (aktiiviteetti, jolla on merkitys sinänsä) ymmärrystä käytännöistä ja Schatzki (2002) heterotelista (aktiiviteetti, jolla on merkitys itsensä ulkopuolella) ymmärrystä. Nämä erilaiset orientaatiot käytäntöjen päämääriä kohtaan eivät sulje toisiaan pois, sillä esimerkiksi digitaalisen kulutuksen kontekstissa valokuvaus harrastuksena (autotelinen) ja sen jakaminen Instagramissa suosion toivossa (heterotelinen) voivat kietoutua yhteen.

Koska käytäntöjen rakenteesta ja elementeistä on erilaisia näkemyksiä samasta perusrungosta huolimatta, on tutkijan avattava lukijalle se, miten tutkimuksessa ymmärretään käytännöt (Halkier & Jensen 2011, 103). Tässä tutkielmassa tulkitseen aineistoani ensisijaisesti Shoven ja kumppaneiden (2012) jaottelun kautta, jossa käytännöt koostuvat materiaaleista, kompetensseista ja merkityksistä. Valinta pohjasi ymmärrykseen digitaalisen kulutuksen erityispiirteistä sekä siihen, miten käytännöt muotoutuvat teknologisten laitteiden ja ihmisten vuorovaikutuksessa. Shoven ja kumppaneiden (2012) lähestymistapa nojaa osittain Latourin toimijaverkostoteoriaan, jossa materiaalit eivät ole pelkkiä passiivisia puitteita tai symboleja ihmisten toiminnalle, vaan ne muovaavat ja rajoittavat käytäntöjä. Varhaisia käytäntöteorioita, kuten Bourdieun ja Giddensin teorioita, onkin myöhemmin arvosteltu juuri materiaalien olosuhteiden sivuuttamisesta. Tästä syystä niitä on luonnehdittu ylisosiaalisiksi, sillä ne painottavat ensisijaisesti sosiaalisia tekijöitä (esim. Spaargaren & Oosterveer 2010). Vaikka tunnistan, että digitaalisella kulutuksella voi olla heterotelinen suuntautuneisuus, olen kiinnostunut itse digitaaliselle kulutukselle annetuista merkityksistä. Esimerkiksi videopelin pelaaminen voi olla toimintaa, jossa nautinto syntyy itse pelaamisesta, haasteen voittamisesta tai taidon kehittämisestä. Pelaaja voi tavoitella parempia suorituksia, ei ulkoisten palkintojen, vaan sisäisen motivaation ohjaamana, mikä on mielestäni tärkeää tunnistaa digitaalista kulutusta koskevissa riippuvuuskeskusteluissa.

Vaikka nyky-yhteiskunnassa materiaallisen kulttuurin esineillä ja laitteilla on merkittävä määräävä ja osittain itsenäinen rooli käyttäytymismalleissa, mutta niille annettavasta painoarvosta on edelleen erimielisyyttä (Warde ym. 2017). On kuitenkin tunnistettu, että tekniset innovaatiot ja materia eivätkin itsessään luo käytäntöjä, vaan ne on integroitava käytännön harjoittajan suorittamiin käytäntöihin. Tämä vaikuttaa merkitykseen ja osaamiseen, jotka muodostavat käytännön yhdessä teknologian kanssa. (Watson 2017.) Esimerkiksi sauvakävelyn uudelleenomaksumiseen liittyvässä tutkimuksessa todettiin, että käytäntöjen innovaatiot eivät määräydy pelkästään uusien tuotteiden, mielikuvien tai taitojen luomisen kautta. Olennaista on se, miten osatekijät sopivat yhteen. (Shove & Pantzar 2005.) Shoven ja kumppaneiden (2012) jaottelu onkin erityisen hyödyllinen digitaalisen kulutuksen tutkimuksessa, sillä digitaaliset ympäristöt, laitteet ja alustat vaikuttavat olennaisesti kulutuskäytäntöjen muovautumiseen. Kuten edellä olevassa luvussa esitettiin, esimerkiksi algoritmit ja käyttöliittymät voivat tehokkaasti ohjata ku-

luttajien toimintaa. Magaudda (2011) myös osoittaa, kuinka aineettomaksi mielletyssä kulutuksessa materiaalisuus on edelleen läsnä. Hän käsittelee tutkimuksessaan esineiden ja aineellisten objektien demateriaalisaatiota kulutustutkimuksessa digitaalisen musiikin kulutuskäytännöissä. Magaudda argumentoi, että musiikin digitalisoitumisesta huolimatta aineelliset tavarat säilyttävät merkittävän asemansa digitaalisessa musiikissa, ja että materia on itseasiassa entistäkin tärkeämpi kuluttajien käytäntöjen muokkaaja. (mt 2011.)

Toisaalta Jacobsenin ja Hansenin (2019) mukaan käytäntöteoriassa on toisinaan korostettu liiallisesti materiaalin roolia, ja heidän mielestään materiaaliin elementteihin keskittyvä lähestymistapa voisi hyötyä Bourdieun painottamasta sosiaalisesta näkökulmasta ja habituksen käsitteestä. Otan tämän tutkielman analyysissä mukaan myös bourdieulaista tulkintaa, mutta Shoven ja kumppaneiden (2012) luokittelu mahdollistaa sekä materiaalien infrastruktuurien että ihmisten toimijuuden tarkastelun. Heidän luokittelunsa mukaan digitaalisen kulutuksen kontekstissa sosiaalisen median selaamisen käytäntö koostuisi *materiaaleista* (esimerkiksi älypuhelimesta, sovelluksista ja algoritmeista), *kompetenssista* (käytännön tiedosta siitä, miten älypuhelin käytetään ja mitä pitää tehdä lisätäkseen kuvan esimerkiksi Instagramiin) ja *tarkoituksista* (haluun käyttää sosiaalista mediaa yhteydenpitoon, mutta myös ylläpitääkseen tiettyyn elämäntyyliin liittyvää imagoa). Elementit voivat lisäksi olla jaettuja eri käytäntöjen kesken. Älypuhelin voi siten osallistua niin sosiaalisen median selaamisen käytäntöön kuin verkko-ostosten ja puhelimesta puhumisen käytäntöön. Vaikka eri elementeillä saattaa olla käytännöissä erilainen painotus, käytäntöjä kuitenkin yhdistää suhteellisen samankaltainen rakenne. Koska digitaalinen kulutus on tiiviisti sidoksissa sekä teknologisiin materiaaleihin että niitä käyttävien ihmisten kompetensseihin ja merkityksenantoihin, Shoven ym. (2012) jaottelu tarjoaa tähän tutkimukseen selkeän ja sopivan viitekehyksen.

Schatzkin (1996, 89) mukaan käytännöt ovat ajallisesti kehittyviä ja toistuvia sekä tilallisesti hajautuneita tekojen ja sanojen verkostoja. Käytännöt kytkeytyvät toisiinsa 1) jaettujen ymmärrysten ja käsitysten, 2) periaatteiden, ohjeiden ja sääntöjen sekä 3) tehtävien, uskomuksien ja tunteiden välityksellä (Schatzki 2001b, 57–61). Esimerkiksi ruutuajan hallinnan ja digitaalisen minimalisin käytännöt pohjautuvat käsitykseen siitä, että liiallinen teknologian käyttö on haitallista. Sosiaalisen median käyttö ja itsensä brändäys voivat vastaavasti perustua käsitykseen siitä, että digitaalinen läsnäolo vaikuttaa sosiaaliseen asemaan. Saman tyylliset toimintamallit ja rutiinit voivat esiintyä esimerkiksi yliopiston verkkokurssien suorittamisessa ja viihteellisessä sisällönkulutuksessa, jossa kuunnellaan ja katsellaan sisältöjä ruuduilta. Verkkopelaaminen ja sosiaalisen median keskusteluihin osallistuminen taas voivat vastata samalla tavoin tavoitteeseen ja tunteeseen yhteisöllisyydestä.

Vaikka elementtejä nimetään hieman eri tavoin, ymmärrys käytäntöjen rakentumisesta niiden vuorovaikutteisena yhdistelmänä on jaettu näkökulma. Näin ollen käytännöt eivät ole staattisia, vaan ne muotoutuvat, kun elementit muuntuvat, yhdistyvät uudella tavalla tai katoavat. Elementit, merkitykset, kyvykkyydet ja materia, muuttuvat kuitenkin eri tavoin: fyysinen materia liikkuu konkreettisemmin, merkitykset ja kyvykkyydet siirtyvät abstraktimmin ja monimutkaisempien järjestelmien kautta. (Shove, Pantzar & Watson 2012, 56–57.)

Shove ja kumppanit (2012, 6–7) jäsentävät käytäntöjen anatomiaa erottamalla toisistaan pysyvämmät oliot (entities) ja tilapäisemmät performanssit. Käytäntö pysyvänä oliona on olemassa intersubjektiivisesti jaettuna, vakiintuneena, mutta ajan myötä muuttuvana tapana toteuttaa käytäntöjä. Käytäntöolio viittaa tunnistettaviin ja jaettuihin sosiaalisiin ilmiöihin, kuten autolla ajamiseen. Performanssin kautta täytetään ja toistetaan käytäntöjen tarjoama ”malli”. (Shove ym. 2012, 6–7.) Tällöin yksilö toimii käytännön ”kantajana” (Reckwitz 2002a, 250). Jakosen (2020, 9) tulkinnan mukaan käytäntöolio ikään kuin rakentuu yksittäisten toistuvien suoritteiden, eli performanssien myötä. Esimerkiksi ruoan tilaamisesta mobiilisovelluksella voi muodostua vakiintunut käytäntö, kun käyttäjällä on siihen pääsy (sovellus, maksuväline, toimitusalue) ja kun toimintaa toistetaan arjessa rutiininomaisesti. Kun käytäntö on institutionalisoitunut, yksittäinen poikkeus, kuten tilauksen tekeminen puhelimitse tai nouto suoraan ravintolasta, ei vielä muuta jaettua ymmärrystä siitä, miten ruokaa ”kuuluu” nykyään tilata digitaalisesti. (Jakonen 2020, 9.) Käytäntö ja kulutus eivät siten ole yksilöllisiä toimintoja, vaan sosiaalisen ja historiallisen kontekstin kautta rakentuvia, jolloin niitä voivat ymmärtää erityisesti samaan yhteisöön kuuluvat henkilöt (Reckwitz 2002a, 250).

### 3.3 Kulutus (sosiaalisena) käytäntönä

Vaikka Bourdieu, Giddens ja Foucault antoivat käytännön käsitteelle perustavanlaatuisen aseman sosiaalisten ilmiöiden selittämisessä, heidän tavoitteensa ei kuitenkaan ollut nimenomaisesti käytäntöteorian systemaattinen kehittäminen. Seuraava sukupolvi oli kunnianhimoisempi teorian kehittämisen suhteen: esimerkiksi esseekokoelma *The Practice Turn in Contemporary Theory* (Schatzki, Knorr Cetina & Savigny, 2001) oli osoitus määrätietoisesta pyrkimyksestä käsitellä käytäntöteorioita omilla ehdoillaan. (Warde ym. 2017.) Kulutustutkimuksen piirissä oli samanaikaisesti havaittavissa tyytymättömyyttä kulttuuriseen käänteeseen symboliseen painotukseen (esim. Campbell 1994; Falk & Campbell 1997) ja esimerkiksi Gronow ja Warde (2001) loivat termin ”tavallinen kulu-

tus” kiinnittääkseen huomiota sellaisiin kulutustapahtumiin, joilla ei ole juuri mitään symbolista tai viestinnällistä merkitystä.

Aiemman kulutustutkimuksen painopiste symbolisissa ulottuvuuksissa johti siis tutkimukseen tavallisen, rutiininomaisen kulutuksen parissa (Warde ym. 2017). Warde (2005) oli ensimmäisiä, jotka sovelsivat käytäntöteoriaa kulutustutkimukseen ja ehdotti, että kulutusta tulisi tarkastella enemmän käytäntöjen osana kuin pelkkinä ostotapahtumina. Hän argumentoi, että on mahdollista yhdistää uudelleen sosiologiset keskustelut yksilöllisestä erottumisesta ja kollektiivisesta identiteetistä keskittymällä siihen, minkälaista sosiaalista eriytymistä on havaittavissa ihmisten tavoissa sitoutua käytäntöihin (mt.). Näkökulma haastaa perinteisen käsityksen kulutuksesta yksilön päätöksentekona ja ilmaisun muotona, korostaen sen sijaan rutiinien, kehollisten käytäntöjen ja kuluttamisen materiaalistien ulottuvuuksien merkitystä (Warde ym. 2017).

Käytäntöteoriaa on sovellettu laajasti arkipäiväisten kulutustoimintojen, kuten ruuan valmistuksen ja syömisen tutkimukseen (Halkier 2009; Warde 2016) ja muuhun vapaaajan tutkimukseen (Arsel & Bean 2013; Pantzar and Shove 2010; Spaargaren, Osteveer and Loeber 2012). Näissä toiminnoissa tarvitaan arkisia välineitä, kuten sähköä ja ruuanvalmistusastioita, joita ei symboliseen kulutukseen keskittyvässä tutkimuksessa olla otettu huomioon (Warde ym. 2017, 31). Warde (2005, 137–138) korostaa, ettei kulutus itsessään ole käytäntö, vaan luonteeltaan osa ihmisten merkityksellisiä tai tarpeellisia käytäntöjä. Se ei ole toiminnan ensisijainen tavoite itsessään, vaan kulutus tapahtuu, kun esineet integroidaan osaksi erilaisia käytäntöjä. Kulutusta ei välttämättä rekisteröidä tai pohdita, sillä ihmiset tekevät omasta näkökulmastaan muita asioita, kuten syövät, katsovat televisiota tai ajavat autolla. Warden (2010) mukaan kulutuksen käsittelyä onkin pitkään hallinnut liian kapea ostotapahtuman näkökulma, vaikka kulutusta tulisi tarkastella tätä laajempänä ilmiönä. Hän esittää, että kulutus on monivaiheinen prosessi, joka rakentuu erilaisista käytännöistä. Prosessin osa-alueita ovat hankinta (acquisition), johon voi sisältyä varsinainen ostaminen, tuotteen tai palvelun omaksuminen osaksi kuluttajan omia merkityksiä ja arkisia käytäntöjä (appropriation) sekä tuotteiden käyttötarkoitusten ja kulttuuristen merkitysten arviointi ja arvottaminen (appreciation). (mt.) Lisäksi Shoven ja kumppaneiden (2012) autotelisen ja Schatzkin (2002) heterotelisen käytännön näkökulmasta kulutusta voidaan ymmärtää itsessään merkityksellisenä tai välineenä saavuttaa jokin muu päämäärä.

Pohjautuen Warden (2005) käsitykseen kulutuksen uppoutuneisuudesta käytäntöihin, voidaan kulutuksen ajatella muuttuvan, kun kulutusta sisältävät käytännöt muuttuvat. Koska käytännöt rakentuvat monista hetkissä, joissa voidaan tehdä erilaisia valintoja, käytännöissä aina tilaa innovaation ja spontaaniuden elementeille (Watson 2017). Sho-

ve, Pantzar ja Watson (2012, 119–120) esittävät, että käytännöt muuttuvat silloin, kun niihin lisätään uusia elementtejä tai kun olemassa olevat elementit, materiaalit, kompetenssi ja tarkoitukset, järjestyvät uudella tavalla. Sahakianin ja Wilhiten (2014) mukaan tapojen muutos on riippuvainen siitä, kuinka syvästi ne ovat kytkeytyneet heidän määrittämiinsä käytäntöjen kolmeen elementtiin, kehoon, materiaan ja sosiaaliseen kontekstiin. Vaikka yksittäisen elementin muutos voi vaikuttaa käytäntöön, merkittävä ja kestävä muutos vaatii useamman elementin samanaikaisen uudelleenmuotoutumisen. Koska käytännöt yhdistyvät toisiinsa verkostomaisesti (Schatzki 1996, 89) ja ne jakavat yhteisiä elementtejä, yhden elementin muuttuminen yhdessä käytännössä vaikuttaa myös muihin siihen liittyviin käytäntöihin. Kulutuksen tutkiminen käytäntöteoreettisesti valottaa siten myös jokapäiväistä sosiaalista muutosta ja rutiinien ja tapojen uudelleentuottamista (Halkier & Jensen 2011, 105).

Käytäntöteoreettisessa kulutustutkimuksessa kuluttajaa ei siis ymmärretä rationaalisenä valitsijana (*homo economicus*) eikä sosiaalisten normien toteuttajana (*homo sociologicus*) vaan käytäntöön osallistuvina, tietojaan ja resurssejaan hyödyntävinä kuluttajina, käytäntöjen ”kantajina” (Reckwitz 2002a, 250). Analyysin kohteena on itse käytäntö, ei yksittäisen kuluttajan attribuutit. Kuluttajat toteuttavat käytäntöjä eri tavoin aikaisemman kokemuksensa, mieltymyksiensä, tavoitteidensa ja sitoumuksiensa perusteella (Warde 2005). Vaikka analyysiyksikkö ei käytäntöteorioissa ole ihmissubjekti vaan käytännöt, on tärkeää huomioida, että käytäntöjen harjoittaja on kuitenkin olennainen osa käytäntöjä ja aktiivinen toimija (Warson 2017). Kuluttajan autonomia toteuttaa yksilöllisesti halujaan ja tarpeitaan on siitä huolimatta Southertonin, Warden ja Handin (2004) mukaan käytäntöteoreettisesta näkökulmasta paljon rajallisempi kuin yksilökeskeiset näkökulmat kuluttajuuteen antavat ymmärtää.

Metodologisesti käytäntöteorian arvo kulutustutkimuksessa on se, miten se havainnollistaa kulutuksen rutiininomaisuutta, kokonaisvaltaisuutta, ruumiillisuutta, materiaalisia ulottuvuuksia ja siihen liittyviä taitoja ja käsityksiä (Halkier & Jensen 2011; Warde ym. 2017). Käytäntöteorian keskiössä on tietynlaisen kulutuksen toistuvuus (Warde 2014), minkä takia se antaa hedelmällisen lähtökohdan rutiininomaiseksi tai pakonomaiseksi miellelylle kulutukselle.

### **3.4 Toistuvat digitaaliset käytännöt ajallisina rytmeinä**

Digitaalisen kulutuksen tarkastelu käytäntönä tarjoaa näkökulman arjen toistuviin toimintoihin, joissa teknologiat ja alustat nivoutuvat osaksi sosiaalisia rutiineja ja identiteetin rakentamista (Boström 2021). Teknologian rooli tässä kontekstissa on merkittävä.

Digitaaliset alustat, kuten verkkokaupat ja sosiaalinen media, tarjoavat jatkuvasti uusia mahdollisuuksia kuluttamiseen ja vuorovaikutukseen. Cochoy, Hagberg, Petersson McIntyre ja Sörum (2017) esittävätkin, että digitaalisten laitteiden sisällyttäminen arkipäiväisiin kuluttajatoimintoihin vaikuttaa myös tapaan, jolla ihmiset kuluttavat muita palveluita tai tavaroita. Laitteet eivät ainoastaan auta ja kanavoi kuluttajia, vaan myös muokkaavat heidän dispositioitaan, tunteitaan ja arvojaan (McFall, Deville & Cochoy 2017). Esimerkiksi sosiaalisen median syötteen lyhytaikainen selaaminen upottaa käyttäjän hienovaraisiin ja rutiininomaisiin digitaalisiin hetkiin (Jovicic 2020).

Jovicic (2020) kuvaa sosiaalisen median selailua vaelteluksi, haaveiluksi, joka tarjoaa osallistumisen tiloja erityisesti marginalisoiduille käyttäjille, kuten nuorille, pienituloisille ja maahanmuuttajille. Tässä sosiaalisen median selailussa he kuitenkin muuttuvat fyysisen maailman ei-toivotuista kulkijoista digitaalisen maailman halutuiksi datalähteiksi ja kaupallisten tilojen osallistujiksi (Jovicic 2020). Boyd (2014) on esittänyt, että säännellyt julkiset tilat ja vanhempien lisääntyneet turvallisuushuolet rajoittavat liikkuvuutta ja lisäävät sosiaalisen median suosiota yhdysvaltalaisnuorten keskuudessa. Jovicic (2020) argumentoikin, että digitaalisen median käytön patologisointi ja rajoittaminen rajoittaa näitä arkisia, monenkeskisen seurustelun hetkiä kontekstissa, josta puuttuvat julkiset, vapaat tilat. Jos digitaalisten ilmiöitä tarkastellaan pelkästään psykologisesta näkökulmasta, jää huomaamatta, mitä arjen digitaaliset käytännöt voivat kertoa marginaalielämän todellisuudesta, kaukana esimerkiksi somepaastojen kaltaisista, elitistisistä ilmiöistä (Jovicic 2020).

Nyrhinen, Lonka, Sirola, Ranta ja Wilska (2023) tarkastelevat verkko-ostosriippuvuutta reaali maailmasta erillisenä ilmiönä, joka rakentuu verkkoympäristön erityispiirteistä: teknologian mahdollistama jatkuva saatavuus ja verkko-ostamisen suhteellinen helpous mahdollistavat impulsiivisten ostopäätösten tekemistä ilman tarkkaa harkintaa. Toiseksi verkkokauppojen algoritmit kietoutuvat käyttäjien mieltymyksiin ja aiempaan selaushistoriaan, mikä näkyy personoidussa mainonnassa ja suosituksissa. Kolmanneksi Nyrhinen ja kumppanit (2023) argumentoivat, että internetin käyttö ja sosiaalisen median selailu voivat johtaa ostamiseen, vaikka alun perin sosiaalisen median selailun tarkoitus olisi ollut jotain muuta. Esimerkiksi sosiaalisen median säännöllinen käyttö altistaa kohdennetuille mainoksille, jotka voivat houkutella käyttäjää selaamaan verkkokauppasivustoja. Jatkuva saatavuus ja altistuminen houkutteleville tekijöille muodostavatkin riskin riippuvuuskäyttäytymisen ylläpitämiselle ja kehittymiselle (Welte, Barnes, Wiczorek, Tidwell & Hoffman 2007). Rutiinien ja riippuvuuden välinen suhde näyttäytyy siten jatkumona, jossa käytäntöjen toistuvuus ja upottavuus voivat kytkeytyä pakonomaiseen käyttäytymiseen. Kun esimerkiksi Instagram-syötteen selaaminen on tarkoituksellisesti suunniteltu houkuttelemaan meidät sosiaalisen median äärettömään

silmukkaan, taustalla olevan sosiaalisen dynamiikan ymmärtäminen on ratkaisevan tärkeää ennen kuin riippuvuutta koskeva diskurssi juuttuu psykologisoituihin ja epäpoliittisiin kehyksiin (Jovicic 2020).

Mikko Salasuon (2013) ja Minna Ruckensteinin (2013) mukaan riippuvuutta voidaan tarkastella sosiokulttuurisena ilmiönä. Salasuo (2013, 106) mukailee sosiologi Anthony Giddensin (1992) käsitellessään riippuvuutta ”arjen kulttuurisena käyttäytymismallina, toistokäyttäytymisenä ja -pakkona.” Giddens (1992) korostaa, että modernisaatiolle tyypillinen individualisoitunut yhteiskunta, valinnanvaihtoehtojen rajattomuus ja merkityksennälkä johtavat ihmisen etsimään turvaa toistokäyttäytymisestä. Myöhäismodernissa maailmassa yksilön vastuu omasta onnellisuudestaan ja itsensä kehittämisestä on kasvanut samaan aikaan, kun yksilö joutuu jatkuvasti arvioimaan eri vaihtoehtoja ja ennakoimaan epävarmaa tulevaisuutta. Toistokäyttäytyminen voi luoda tunteen jatkuvuudesta, hallinnasta ja turvallisuudesta sekä tarjota pakokeinon jatkuvasta itsensä kehittämisen projektista. Sen sijaan, että riippuvuutta tarkasteltaisiin yksilökeskeisestä ja patologisoivasta näkökulmasta, tulisi sitä ymmärtää toistuvana tapana tehdä jotakin, usein myös pakonomaisesti. Tavasta luopuminen nimittäin johtaa yksilön kokemukseen hallinnan menettämisestä ja ahdistusta. (Giddens 1992, Salasuon 2013 mukaan.)

Giddensin (1992) mukaan toistokäyttäytyminen voi liittyä lähes mihin tahansa, niin päihteisiin, työhön kuin internetin käyttöön ja shoppailuun. Giddensin peilaten esimerkiksi pakonomainen sosiaalisen median selaaminen näyttää yksilöiden tapana tuoda jatkuvuutta elämään ja saada hallinnan tunnetta ympäröivässä kaaoksessa ja epävarmuudessa. Lupinacci (2021) tukee tätä näkemystä tutkimuksessaan sosiaalisen median käyttötavoista ja siihen liittyvistä tunteista korostaen, ettei median affektiivista funktiota tulisi aliarvioida; sosiaalista mediaa hyödynnetään paitsi tiedonhankintaan ja yhteydenpitoon, myös keinona mielentilan säätelyyn. Käytäntöteoreettisesta näkökulmasta onkin tärkeää tarkastella, miten käytännöt ”käyttävät” ihmistä, toisin sanoen kuinka käytäntöjen rutiininomaisuus saa ne näyttämään itsestään selviltä.

Riippuvuus ei ole pelkästään yksilön psykologinen tila, vaan kytkeytyy yhteiskunnallisiin rytmeihin. Ruckenstein (2013) tarkastelee riippuvuuksia nyky-yhteiskunnan ja sen ajallisten rytmien ilmentyminä, tarjoten uudenlaisen näkökulman arjen rytmien tutkimuksen kautta. Toistuvuuteen keskittyvä lähestymistapa tarjoaa arvokasta ymmärrystä riippuvuuksiin ja valottaa päivittäisten tekemisten ajallisia ulottuvuuksia. Riippuvuudet rakentuvat toistuvista käytännöistä sekä niiden materiaalisista ehdoista, jolloin ne liittyvät olennaisesti fyysiseen ympäristöön sekä yhteiskunnan järjestyksiin (Ruckenstein 2013.). Toistuvuuteen perustuva lähestymistapa auttaa ymmärtämään riippuvuuksien ajallisia ja arjen ulottuvuuksia.

Ruckenstein (2013) painottaa, että huolimatta riippuvuuksien yhteiskunnallisista sidoksista, on yksilöllä oma osuutensa riippuvuuden synnyssä. Esimerkiksi nettirahapeleihin addiktoituneen käyttäjän on ensin tietoisesti aloittanut pelaamisen, jotta riippuvuus on päässyt kehittymään. Ilmaisia pelejä houkutuksen muodossa tarjoavilla rahapeliyrityksillä on kuitenkin suuri vastuu. Ruckenstein (2013, 170) argumentoi, että käytäntöteoreettisesta näkökulmasta riippuvuutta ”ei voi eristää ihmisestä, vaan se on osa hänen päivittäisiä tekemisiään ja arkisia valintojaan.” Ihmisten ja heidän harjoittamiensa käytäntöjen välinen suhde muodostaa ympäristön, joissa riippuvuuksilla on mahdollisuus toteutua, ja toisaalta toistokäyttäytyminen ilmentää riippuvaisten mukavuusaluetta (mt.).

Ruckenstein (2013) esittelee myös antropologien Blochin ja Parryn (1989) analyysiä rahaan liittyvästä vaihdosta ja vastavuoroisuudesta demonstroidakseen ajallisten rytmien merkitystä riippuvuuksissa. Ajalliset syklit, joista toinen on pitkä- ja toinen lyhytkestoinen, havainnollistavat riippuvuuksien moraalista kahtiajakoa. Lyhytkestoiset syklit koostuvat arkisista ja toisaalta mielihyvää ja nautintoa tuottavista vapaa-ajan toiminnoista ja vaihtotapahtumista, kuten heräteostoksista ja yksilöiden välisestä kilpailusta. Pitkäkestoiset syklit taas muodostuvat suurempien tavoitteiden, kuten varallisuuden kerryttämisen ympärille. Siihen liittyvät vaihtotapahtumat eivät keskity lyhytkestoisten syklien tapaan yksilölliseen voiton tavoitteluun, vaan yksilön ylettäviin yhteisiin, normatiivisiin pyrkimyksiin ja vastavuoroisuuteen. Riippuvuuksien näkökulmasta ajalliset rytmit selittävät ensinnäkin sitä, mitä pidetään moraalisesti hyväksyttävänä, eli pitkäkestoiseen sykliin kuuluvaa säästämistä ja mielitekojen tukahduttamista. Toiseksi ne selittävät sitä, kuinka riippuvuudet muodostuvat juuri rytmien epätasapainossa. Riippuvuudelle on vaikeaa löytää aikaa yhteiskunnassa, jossa työ ja kurinalaisuus syövät yhä enenevässä määrin aikaa vapaa-ajalta ja nautinnolta (ks. Sullivan 2008). Toisaalta rytmien kadotus on myös tapa unohtaa pitkäkestoisen syklin vaatimukset. Sitä, mitä pidetään normatiivisesti oikeana syklien suhteena, on jatkuvasti kiistanalaisena ja neuvoteltavissa. (Ruckenstein 2013 mukailen Bloch & Parry 1989.) Ruckenstein (2013, 179) argumentoi, että riippuvuudessa ”arjen rytmit katoavat jatkuvaan nykyhetkeen, josta käsin on vaikea suunnitella tulevaisuutta.” Nykyaikainen kultuskulttuuri vahvistaa lyhytkestoisen vaihtosyklin uusiutumista tarjoilemalla yhä monipuolisempia mahdollisuuksia ihmisten vapaa-ajan täyttämiseen ja oman itsensä sekä mielihalujen toteuttamiseen.

Ruckensteinin (2013, 179) mukaan addiktiota voidaan luonnehtia niiden asioiden pitkäkestoisena tekemisenä, joiden pitäisi olla lyhytaikaisia. Lupinaccin (2021) tutkimuksessa haastateltavat toivatkin ilmi sosiaalisen median näennäisen loputtomuuden. Tämä sosiaalisen median koettu rajattomuus ei viittaa ainoastaan sisällön loputtomaan vir-

taukseen (ja odotettuun jatkuvaan saatavuuteen), vaan myös samojen tarinoiden eri versioiden loputtomaksi koettuun moninaisuuteen. Sosiaalisen median tarkoituksena onkin vahvistaa lyhytkestoista sykliä saamalla aikaan jännitystä, nautintoa ja kilpailua. Se ruokkii levottomuuden tunnetta, mikä johtaa haluun olla jatkuvasti yhteydessä ja näin sitouttaa kuluttajat (Lupinacci 2021). Lupinaccin (2021) tutkimuksessa eräs haastateltava toteaa Facebook-aplikaation avauksen olevan kuin lohtusyömistä, tylsyyden turruttamista, mikä havainnollistaa sitä, kuinka sosiaalista mediaa ei useimmiten käytetä selkeää tarkoitusta silmällä pitäen tai erityisen ilmaisuvoimaisesti. Tämä osoittaa jälleen kerran näiden teknologioiden luonnollistuneen aseman ja käytön rutiininomaisuuden. Myös Jovicic (2020) havaitsi kenttätyönsä aikana sosiaalisen median selaamisen olevan enimmäkseen upotettu juuri tylsyyden ja irrottautumisen väliin jääviin hetkiin.

## 4 TUTKIMUSASETELMA

### 4.1 Tutkimuskysymykset

Tässä tutkielmassa analysoin digitaalisen kulutukseen uutisointia sekä siihen liittyviä riippuvuuskäyttäytymisen diskursseja. Tarkastelen, millaisiksi riippuvaisten subjektipositiot rakentuvat mediateksteissä, eli millaisia mahdollisuuksia ja rajoituksia niissä määritellään riippuvaisille kuluttajille. Aikaisemmat luvut ovat tuoneet esiin digitaalisen kulutuksen jännitteitä, kuten sen yhteyden riippuvuuksiin ja yksilön sekä yhteiskunnan välisen vastuun ja vallan kysymyksiä. Nämä teemat toimivat lähtökohtana tutkielmalle, jonka keskiössä on kuluttajayksilön vastuuttamisen ja riippuvuuksien diskurssit mediasa. Media toimii yhteiskunnallisen keskustelun julkisena areenana sekä tiedonvälittäjänä, mikä tekee siitä keskeisen aineiston vallalla olevien ja ajankohtaisten diskurssien tarkasteluun.

Tutkielman teon aikana digitaalinen kulutus on noussut esiin erityisesti keskusteluissa liittyen mielenterveyskriisiin, koulujen puhelinkieltoihin ja digitaalisten laitteiden rooliin ihmisten arjessa. Näistä keskusteluista avautuu ikkuna siihen, miten ilmiöitä merkityksellistetään ja mitkä diskurssit nousevat hallitseviksi. Tutkimukseni tarkastelee, miten nämä puhetavat rakentavat sosiaalista todellisuutta ja ymmärrystä ilmiöstä.

Tutkielmassa etsin vastauksia seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

1. *Miten digitaalista kulutusta kuvataan riippuvuuden ja mielenterveysongelmien näkökulmasta mediateksteissä?*
2. *Miten mediateksteissä rakentuvat diskursiivisesti rutiininomainen ja pakonomainen digitaalinen kulutus?*
3. *Miten digitaalista kulutusta käsittelevät diskurssit määrittelevät yksilöiden ja yhteiskunnallisten toimijoiden subjektipositioita ja vastuuta arjen käytännöissä?*

### 4.2 Aineisto

Tutkielman aineistona toimivat Helsingin Sanomien ja Ylen ajanjaksolla 1.1.2024 – 22.11.2024 julkaistut artikkelit, joissa käsitellään digitaaliseen mediaan liittyviä ongelmia tai sen negatiivisia vaikutuksia koukuttavuuteen, riippuvuuteen tai mielenterveyteen liittyen. Ajankohdan valitsin siten, että aineisto kattaisi mahdollisimman tuoreet artikkelit ja tarjoaisi ajankohtaisen näkökulman digitaalisen median ilmiöihin. Aineiston ke-

räämisen ajankohta toimi luonnollisena takarajana. Aineistoon valikoitui yhteensä 42 artikkelia. Aineisto löytyy kokonaisuudessaan liitteestä 1.

Helsingin Sanomat ja Yle valikoituivat aineistoon niiden merkittävän aseman, laajan levikin ja vaikutusvallan vuoksi Suomen uutismarkkinoilla. Helsingin Sanomat on Suomen suurin sanomalehti, ja Yle eli Yleisradio Oy on julkisen palvelun yleisradioyhtiö, jonka omistaa Suomen valtio. Yhdessä nämä uutismediat tavoittavat laajasti erilaisia väestöryhmiä: vuonna 2023 Yle-uutiset ja Helsingin Sanomat olivat kolmanneksi ja neljänneksi tavoittavimmat uutismediat verkossa Iltalehden ja Iltasanomien jälkeen. Viikoittaista kokonaistavoitavuutta eli perinteisiä kanavia (painetut lehdet, televisio, radio) ja verkkoa yhdessä tarkasteltaessa Yle nousi kärkeen tavoittaen 70 % vastaajista viikoittain ja Helsingin Sanomat viidenneksi tavoittaen 35 % vastaajista viikoittain. (Reunanen ym. 2024, 13–15.) Helsingin Sanomat ja Yle kattavat laajasti erilaisia aihealueita ja uutisaiheita, joten niiden sisällöstä on mahdollista saada monipuolinen näkökulma digitaaliseen kulutukseen. Niiden sisältöjen voi myös katsoa heijastavan yleisesti vallalla olevia yhteiskunnallisia diskursseja. Näillä kahdella medialla on lisäksi hieman erilaiset toimintalogiikat ja näkökulmat. Tutkimusten mukaan Yle ja Helsingin Sanomat nauttivat suomalaisten keskuudessa korkeaa luottamusta (Reunanen ym. 2024, 43), minkä takia tietolähteenä ne voivat vaikuttaa yleisiin mielipiteisiin ja käsityksiin. Reunanen ja kumppanit (2024, 43) argumentoivat, että suomalainen journalismi on melko yhtenäistä sekä uutisarvostuksen että uutisten kehystämisen osalta. Jos esimerkiksi Ylen uutisarvot ja kehystystavat eivät miellytä, on vaikeaa löytää vaihtoehtoisia mediaa muista suurista viestimistä. Näin ollen on merkittävää, kuka puhuu ja miten näissä medioissa. Helsingin Sanomien ja Ylen vaikutusvalta mediakentässä antavat siten mahdollisuuden tarkastella, miten juuri korkean luottamuksen ja laajan levikin mediat kehystävät digitaalisen kuluttajan roolia ja minkälaisia diskursseja ne tuottavat vaikuttaen siihen, millaisia odotuksia tai asenteita yleisö mahdollisesti niiden kautta omaksuu.

Helsingin Sanomat on kaupallinen, voittoa tavoitteleva toimija, kun taas Yle on julkisesti rahoitettu. Helsingin Sanomien kaupallisuus ilmenee lehdessä muun muassa mainoksissa ja digiartikkeleiden klikkausmäärien analysointina, mikä usein ohjaa otsikoiden muotoilua sensaatiohakuiseksi ja houkuttelevammaksi. Helsingin Sanomien toimituksellista linjaa on kuitenkin pidetty neutraalina ja politiikkakeskeisenä (Herkman 2014; Väliaverron 2022). Se julkaisee kaikki artikkelinsa sekä verkkosivustollaan että painettuna lehtenä. Lehti ilmestyy päivittäin, ja lisäksi siinä on kuukausittain julkaistavia erikoisliitteitä. Koska osa verkkosisällöstä on rajoitettu vain tilaajille, tutkielmaa varten oli tarpeen hankkia pääsy Helsingin Sanomien digitaaliseen arkistoon. Tämä mahdollisti pääsyn laajaan aineistoon, mutta tilaajille rajatut lukuoikeudet voivat osal-

taan vähentää tämän tutkielman avoimuutta. Sen sijaan Ylen artikkelit ovat vapaasti kaikkien luettavissa Ylen verkkouutissivustolla.

Etsin artikkeleita Helsingin Sanomien ja Ylen verkkosivuilta hakusanoilla riippuvuus, mielenterveys ja sosiaalinen media aikajaksolla 1.1.2024–5.9.2024. Näillä hakusanoilla saadut sumat käsitelin vaiheittain. Ensimmäisessä vaiheessa keräsin aineistooni artikkelit, jotka käsitelivät digitaalista kulutusta tai digitaalista mediaa ongelmallisena. Tästä aineistosta rajasin pois artikkelit, joissa käsiteltiin digitaalista kulutusta tai mediaa ongelmallisena jostain muusta kuin koukuttavuuden, riippuvuuden tai mielenterveyden näkökulmasta. Näissä artikkeleissa käsiteltiin esimerkiksi Tiktokia turvallisuushkana, sosiaalisen median roolia palveluhävikin syntymisessä tai rappiostriimausta. Lopulliseen aineistoon valitsin 28 artikkelia (18 Yleltä ja 10 artikkelia Helsingin Sanomista), joissa viitataan otsikoissa tai ingressissä digitaalisen kulutuksen tai digitaalisen median ongelmiin koukuttavuuden, riippuvuuden tai mielenterveyden näkökulmasta. Lisäksi täydensin ensimmäisen tason hakua analyysin teemaan sopivilla 15 artikkeleilla, joissa ongelmallisuutta ei kuvata otsikkotasolla, mutta jotka poimin Helsingin Sanomien Älypuhelimet, Sosiaalinen media ja Sovellukset -aihekatgorioista (9 artikkelia) ja Ylen Ruutuaika-, Tiktok-, Älypuhelimet -ja Tekoäly- aihekatgorioista (5 artikkelia) tarkempaan tarkasteluun ja jotka tarkasteltaessa havaitsin sopivan sisällöltään aineistoon. Näitä artikkeleja haettiin ensimmäisen hakukierroksen jälkeen ajanjaksolta 1.1.2024–22.11.2024. Näin muodostui 42 artikkelin kokonaisuaineisto.

Jotkut artikkeleista sisälsivät myös video- ja audiomateriaaleja sekä kuvia. Videoiden tekstimateriaalia en huomionut aineistossa, paitsi jos koko artikkeli tai digitaaliseen kulutukseen liittyvä kohta oli videomuotoinen. Tällöin analysoitavaksi otettiin videon tekstitysmateriaalit. Artikkeleiden kuvia, kuvatekstejä ja audiomateriaaleja ei otettu analyysissä huomioon. Aineistoon valikoin vain uutisartikkeleita jättäen pois mielipiteet, pääkirjoitukset ja kolumnit, sillä tarkoituksena on analysoida uutismedioiden itse tuottamia diskursseja, ei niinkään yksittäisten julkiseen keskusteluun osallistuvien ihmisten puhetapoja.

Lukijan on hyvä ymmärtää, että aineistoon on valikoitunut artikkeleita, joissa käsitellään digitaalista kulutusta tai mediaa ongelmallisena koukuttavuuden, riippuvuuden tai mielenterveyden näkökulmasta. Tämä rajaa aineistoon artikkelit, joissa digitaaliseen kulutukseen suhtaudutaan lähtökohtaisesti kriittisesti, vaikka osa aineistosta käsittelee-kin ilmiötä monipuolisesti eri näkökulmista. Tämän seurauksena aineistostani nousevat diskurssit eivät täysin heijasta digitaalisen kulutuksen ympärillä käytävää keskustelua, sillä todellisuudessa mukana on myös positiivisia keskustelunaloituksia. Rajaus oli kuitenkin välttämätön pro gradu -tutkielman laajuuden takia. Samasta syystä en voinut

myöskään analysoida uutisartikkeleiden kuvituskuvia, vaikka niillä on oma roolinsa mielikuvien synnyssä (esim. Gibson & Zillmann 2000, 355).

Aineiston rajaaminen edellä kuvatulla tavalla mahdollistaa sen, että tutkielman kannalta olennaisimmat artikkelit on valikoitu suhteellisen systemaattisesti. Tämän valintaperusteen takia on kuitenkin mahdollista, että kaikki digitaaliseen mediaan liittyviä ongelmia käsittelevät artikkelit eivät välttämättä sisälly aineistoon, mikäli ne eivät ole korostuneet otsikkotasolla tai valikoituneet otantaan, jossa artikkeleita luettiin etsien aihepiiriin sopivaa aineistoa. Rajaamisen etuna on kuitenkin aineiston hallittavuus ja se, että aineistoon valitut artikkelit ovat todennäköisimmin keskittyneet suoraan tutkimuksen aihepiiriin, eli digitaalisen kulutuksen ja sen vaikutusten analysointiin selkeästi määritellystä näkökulmasta.

### 4.3 Diskurssianalyttinen lukutapa

Tutkimuksessani analysoin aineistostani esiin nousevia digitaaliseen kuluttajaan liitettyjä sanastoa, kuvauksia ja puhetapoja. Tarkastelen, millaista toimijan roolia kuluttajalle luodaan digitaalisen kulutuksen diskurssien kautta, minkälaisia merkityksiä digitaalisen median käyttöön puheessa annetaan ja ketä ongelmallisissa tilanteissa vastuutetaan toimimaan. Huomioni kiinnittyy sekä yleiseen puheeseen kuluttajasta että kuluttajalle kohdistettuun viestintään, jolloin kuluttaja toimii sekä puheen kohteena että yleisönä. Julkinen keskustelu ja vallitsevat diskurssit voivat vaikuttaa siihen, millaisina yksilöt hahmottavat omat vaikutusmahdollisuutensa ja roolinsa yhteiskunnassa, jolloin uutismedialla on suuri merkitys yhteiskunnallisen keskustelun tuottajana ja ylläpitäjänä (ks. luvut 2.2 ja 2.3). Diskurssianalyysi keskittyy kielenkäytön kautta rakentuvaan sosiaaliseen todellisuuteen, tarkastellen sitä, miten merkityksiä tuotetaan teksteissä ja puheessa (Jokinen 2016, 251) minkä takia lähestymistapa sopii luontevasti myös tämän tutkielman metodologiseksi perustaksi.

Diskurssianalyysi ei viittaa niinkään mihinkään tiettyyn selkeärajaiseen tutkimusmenetelmään, vaan sitä voidaan luonnehtia *väljäksi teoreettiseksi viitekehyykseksi* (Potter & Wetherell 1987, 175), jossa voidaan ottaa erilaisia painopisteitä ja menetelmällisiä sovelluksia. On oleellista varmistaa, ettei kattotermiä diskurssintutkimus ymmärretä synonyymiksi diskurssianalyysille. Diskurssianalyysi on yksi menetelmällinen lähestymistapa diskurssintutkimukseen muiden joukossa. Esimerkiksi kauppatieteissä diskursiivinen sisällönanalyysi painottuu usein merkitysten tutkimiseen ja sisällön teemoitteluun, kun soveltavassa kielitieteessä käytettävä kriittinen diskurssianalyysi keskittyy tarkemmin

kielenkäytön analysointiin sekä merkityksen että muodon näkökulmasta. Kriittisessä diskurssianalyysissä huomio kohdistuu esimerkiksi siihen, miten sanatason merkitykset ja kielelliset rakenteet ilmaisevat ja ylläpitävät valtasuhteita, sekä siihen, kuinka nämä rakenteet edelleen uusintavat valtarakenteita. (Lehti, Haapanen & Kääntä 2018.) Suoninen (2021) taas jakaa yhteiskuntatieteellisen diskurssianalyysin kahteen pääsuuntaukseen: analyttiseen suuntaukseen ja kriittiseen diskurssianalyysiin. Diskurssianalyysiä voidaankin lähestyä tutkimustehtävän painotuksen mukaan esimerkiksi kulttuuristen merkityksenmuodostustapojen, valtasuhteiden tai vuorovaikutuksen analyysin kautta. Menetelmän teoreettiset ja käsitteelliset lähtökohdat perustuvat moniin kielenkäytön tutkimuksen suuntauksiin. Pohjaa ovat luoneet Michel Foucault'n filosofiset näkemykset, sosiolingvistiikka, etnometodologia, keskustelunanalyysi, retoriikan tutkimus sekä Ludwig Wittgensteinin filosofiset käsitykset. Näiden perinteiden yhdistäminen antaa monipuoliset työkalut diskurssien tutkimiseen ja analysointiin. (Suoninen 2021.) Vaikka käytänkin tutkielmassa termiä diskurssianalyysi, ymmärrän sen viittaavan aiemmin ja myöhemmin kuvattuun laajempaan teoreettismetodologiseen tarkastelutapaan.

Diskurssintutkimus pohjautuu teorettismetodologisesti sosiaaliseen konstruktionismiin. Sosiaalinen konstruktionismi on tieteenfilosofinen suuntaus, joka rakentuu sen ajatuksen varaan, että todellisuus ja merkitykset muodostuvat sosiaalisessa vuorovaikutuksessa (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 21). Sosiaalisessa konstruktionismissa todellisuutta ei pidetä objektiivisena totuutena, vaan moninaisena, jatkuvasti rakentuvana ja muuttuvana. Sen sijaan, että pyrittäisiin löytämään yksi totuus, sosiaaliseen konstruktionismiin pohjautuvassa tutkimuksessa keskitytään ymmärtämään prosesseja, joiden kautta sosiaalista todellisuutta ja totuutta rakennetaan. (Burr 2015.)

Burr (2015, 2–5) tiivistää sosiaalisen konstruktionismin lähtökohdat neljään pääpiirteeseen: kriittiseen suhtautumiseen itsestänselvyytenä pidettävään tietoon, historiallisen ja kulttuurisen sidonnaisuuden merkitykseen, todellisuuden ja tiedon rakentumiseen ja ylläpitämiseen sosiaalisissa prosesseissa sekä sosiaalisten konstruktoiden ja toiminnan yhteyteen. Näiden lähtökohtien mukaisesti esimerkiksi ongelmalliseksi mielletty digitaalinen kulutus ei tarkoita, että on olemassa luonnollinen kategoria, joka määrittää sen objektiivisesti haitalliseksi tai riippuvuutta aiheuttavaksi ilmiöksi. Sen sijaan käsitykset digitaalisen kulutuksen ongelmallisuudesta rakentuvat sosiaalisten käytäntöjen, kulttuuristen diskurssien ja yhteiskunnallisten valtasuhteiden kautta. Kategorisointia tehdään kuitenkin jatkuvasti myös mediassa esimerkiksi erilaisilla käsitevalinnoilla (Pietikäinen & Mäntynen 2009). Konstruktiivisessa viitekehyksessä painotetaan sitä, että tällaiset kategorisoinnit eivät paljasta objektiivisuutta todellisuutta, vaan luovat ja uusintavat tapoja ymmärtää ja järjestää sosiaalista elämää (Burr 2015, 3). Esimerkiksi käsitys digiriippuvuudesta ei ole vain yksilöpsykologinen ilmiö, vaan sen voidaan nähdä kulttuurin-

sa ja aikansa tuotteena, seurauksena historiallisista lääketieteellisistä, kasvatuksellisista ja taloudellisista diskursseista, jotka määrittelevät ja tuottavat ajatusta siitä, minkälainen teknologian käyttö on hyväksyttävää. Keskusteluun digitaalisesta kulutuksesta vaikuttaa siis muun muassa digitaalisen kulutuksen historiallinen ja kulttuurinen kehitys ja digitaalisten alustojen ja kuluttajien lainsäädännölliset oikeudet, jotka määrittävät, mitä pidetään hyväksyttävänä tai laillisena kulutuskäyttämisenä. Nämä tekijät ovat yhteydessä myös siihen, miten ja millaisen kuvan media ilmiöstä rakentaa ja minkälaisia keinoja se siinä käyttää.

Yleisesti viestintä määritellään sanomien välittämiseksi lähettäjän ja vastaanottajan välillä (Kunelius 2003, 10). Tutkimuksellisesti ihmisten välistä, suoraa tai mediavälitteistä, viestintää tarkastellaan *siirtonäkökulman* tai *yhteisyysnäkökulman* kautta. Siirtonäkökulma on realismia edustava käsitys viestinnästä, joka keskittyy siirrossa välitettyyn informaatioon, sisältöön ja osanottajien väliseen toimintaan (Kunelius 2003, 10–14, 16). Viestinnän yhteisyysnäkökulman mukaan viestintä on yhtä lailla yhteisyyden tuottamista ja ylläpitämistä ja identiteettien rakentamista kuin tiedon välittämistä. Näkökulma korostaa viestinnässä rakentuvia ihmisten välisiä suhteita ja viestin muodon merkitystä. Yhteisyysnäkökulmasta viestintä vahvistaa identiteettien rakennuksen kautta myös valitsevia valtasuhteita, kun kaikkien ihmisryhmien kokemuksia ei voida ilmaista yhtä hyvin kulttuurin vallitsevien koodien, eli yhteisön jakamien merkityksenannon järjestelmien, avulla. Siirto- ja yhteisyysnäkökulmien erottaminen ja korostaminen toistensa kustannuksella on tarpeellista, sillä molemmat ovat läsnä jokaisessa viestintätilanteessa ja vaikuttavat viestinnän luonteeseen. (Kunelius 2003, 13–14.) Painotus tässä tutkielmassa on kuitenkin viestinnän yhteisyysnäkökulmassa, sillä tutkimuskysymykseni selvittävät sitä, miten mediatekstit vaikuttavat osallistujien identiteettien rakentamiseen, muokkaamiseen ja ylläpitämiseen sekä sitä kautta valtasuhteiden vahvistumiseen.

Sosiaaliseen konstruktionismiin perustuen diskurssintutkimuksen keskeisin ajatus on tarkastella kieltä ensisijaisesti sosiaalisena toimintana (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 13–14). Kielen käyttöä tarkastellaan osana todellisuutta itseään sen sijaan että sitä käsiteltäisiin välineenä tosiasioden tarkasteluun. Diskurssianalyysissä tarkastellaan, miten sosiaalinen todellisuus rakentuu kielen käytön ja muiden merkityksiä tuottavien toimintojen kautta. (Jokinen, Juhila & Suoninen 2016a, 17.) Merkitys ja toiminta eivät palaudu pelkästään kielelliseen rakenteeseen ja muotoon, minkä takia diskurssintutkimuksessa suunnataan tarkastelu myös kielenkäyttäjiin, tilanteisiin, aikaan ja paikkaan (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 13). Diskurssien rakentumista tarkastellaan usein yhdistämällä kysymyksiä, kuten mitä ilmaistaan, miten se ilmaistaan, minkälaisessa tilanteessa tämä tapahtuu, ja mitä seurauksia tällä on (Suoninen 2021). Diskurssintutkimuksen tavoitteena on siis analysoida, miten erilaisia todellisuuksia ja tapahtumia rakentuu merkityksel-

lisiksi, millaisin edellytyksin merkityksellistäminen tapahtuu ja millaisia vaikutuksia tällaisella prosessilla on niin yksilöiden kuin yhteiskunnan tasolla (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 16). Diskurssintutkimus on kielen ja sen käytön, todellisuuden, maailman ja kontekstuaalisen toiminnan välisen suhteen tutkimusta ja teoretisointia (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 18).

Lähtökohtaan sosiaalisen todellisuuden diskursiivisesta rakentumisesta perustuu myös ajatus diskurssin dynamiikasta: kielen ja muiden resurssien käyttö vaikuttaa sekä käsiteltäviin asioihin ja tilanteeseen että puhujan ja kuuntelijan välisiin suhteisiin. Vastaavasti vuorovaikutuskonteksti ja laajemmat yhteiskunnalliset olosuhteet muokkaavat niitä mahdollisuuksia ja rajoitteita, jotka liittyvät siihen, miten ja miksi kieltä on mahdollista, suotavaa tai vaikeaa käyttää. Tämän takia kieltä tutkimalla ymmärretään myös sitä ympäröivää yhteiskuntaa, kulttuuria, aikaa ja paikkaa. Vastaavasti yhteiskunnan ja kulttuurin analyysi auttaa ymmärtämään kielen käyttöä ja sen merkityksiä. Diskurssintutkija tarkasteleekin kieltä tietääkseen enemmän kulttuurista ja yhteiskunnasta. (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 15–17.)

Diskurssintutkimuksessa kiinnostus kohdistuu valintoihin, eli siihen, mitä kielellä sen tuottamistilanteessa tehdään (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 22). Käytännössä tämä tapahtuu siinä, miten ja mitä jotakin sanotaan, millaisia sanavalintoja tehdään ja miten asia kehystetään. Kiinnostuksen kohteena ei ole niinkään ”totuudellisin” versio, vaan erilaisten versioiden ja merkitysten tilanteinen painoarvo: millainen versio on tiettyinä aikana vallalla, millainen marginaalissa, ja miksi? Valinnat mahdollistavat erilaisten todellisuuskuvien rakentamisen ja representoimisen. Näin ollen diskurssintutkimus kytkeytyy kysymyksiin vallan dynamiikasta, yhteiskunnallisista muutoksista ja tiedon tuottamisen prosesseista (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 16). Kielen ollessa sosiaalista toimintaa, sen käyttäjistä tulee sosiaalisia toimijoita, joilla on vaihtelevat mahdollisuudet ja resurssit toimia, käyttää kielellistä valtaa ja haastaa, uudistaa ja neuvotella käsityksiä siitä, miten asiat ymmärretään ja määritellään (Pietikäinen & Mäntynen 2019, 17–18).

Diskurssit itsessään ymmärrän tutkimuksessani Jokisen ja kumppaneiden (2016b, 34–35) tapaan *sosiaalista todellisuutta rakentaviksi verrattain eheiksi ja vakiintuneiksi merkitysjärjestelmiksi ja -kokonaisuuksiksi*. Toinen, täydentävä tapa luonnehtia diskursseja on Pietikäisen ja Mäntynen (2019, 31) tapaan *kielenkäytöksi kontekstissaan osana sosiaalista toimintaa*. Yksinkertaisesti diskursseja voidaan Kuneliuksen (2003, 223) tapaan ymmärtää puhetapoina, joiden taustalla on tietty konteksti. Koska kielen käyttö on tilannesidonnaista ja sosiaalista, siihen osallistuvat ihmiset vaikuttavat tapoihin, joilla kieltä käytetään. Tämän vuoksi diskurssit tulkitsevat todellisuutta aina jostakin näkökulmasta, yleensä historiallisesti vakiintuneesta lähtökohdasta, asettaen sen muiden

edelle ja vaikuttaen tapaan, jolla maailmasta puhutaan. (Kunelius 2003, 223–225.) Jostain aiheesta voidaan siis puhua monenlaisesta diskursiivisesta viitekehuksesta käsin (Valtonen 1998, 98). Diskurssit myös ohjaavat toimintaa, sillä tapa ymmärtää maailmaa johtaa aina tietynlaiseen tapaan toimia siinä. Lisäksi diskurssit vaikuttavat siihen, kenellä on oikeus puhua ja kenen kielellä puhutaan, kytkien ne tiiviisti osaksi valtdynamiikkoja arvojärjestykseen asettumisen ja normaalin ja toden määrittämisen kautta (Kunelius 2003, 225.)

#### 4.4 Tutkimusetiikasta, tutkijan positiosta ja rajoitteista

Tutkielmani keskiössä eivät ole yksittäiset mielipiteet itse digitaalisesta kulutuksesta. Sen sijaan tavoitteeni on kartoittaa, millaisia rooleja ja vastuuta kuluttajalle yleisesti annetaan osana tätä keskustelua mediassa ja miten ilmiötä merkityksellistetään uutisteksteissä. Tämän, sekä aineiston ajallisen ja määrällisen rajallisuuden takia tutkielmani tuokin vain yhden mahdollisen ja rajatun näkökulman aiheeseen, jota olisi mahdollista tarkastella monista eri lähtökohdista. Jos olisin ottanut analyysiin mukaan kaikki digitaalista kulutusta koskevat uutisartikkelit, olisi vastadiskurssien määrä varmastikin ollut suurempi kuin nyt analyysini esittää.

Taustani sosiaalitieteiden opiskelijana suuntaa kiinnostustani yhteiskunnallisiin ilmiöihin, valtasuhteisiin sekä digitaalisen kulutuksen sosiaalisiin ja poliittisiin ulottuvuuksiin. Vaikka tutkielmassani pyrin tarkastelemaan ilmiötä vapaana ennakkokäsityksistäni, lähestyn sitä konstruktivistisen tutkimusparadigman kautta, jossa tiedon nähdään rakentuvan sosiaalisesti ja moninaiset todellisuudet ovat mahdollisia. Tässä viitekehyksessä tutkielman tavoitteena ei ole saavuttaa objektiivisuutta perinteisessä mielessä, vaan kriittisesti analysoida sitä, miten ilmiö muodostuu ja saa merkityksensä. Edellisistä syistä painotan analyysissäni todellisuuden moninaisuutta ja sen jatkuvaa rakentumista representaatioiden, diskurssien ja käytäntöjen kautta. (Waller, Farquharson & Dempsey 2016.) Tutkijana tunnistan sen, että aiemmalla tietämykselläni ja kokemuksellani väistämättä roolinsa analyysin muotoutumisessa. Olen esimerkiksi seurannut mielenterveyskriisiin, sosiaaliseen mediaan ja digitaaliseen kulutukseen liittyvää julkista keskustelua sekä tutkimuskirjallisuudesta että uutismediasta jo ennen aiheen valintaa. Olen itse kokenut esimerkiksi Tiktokin ja Vintedin algoritmit koukuttavina, ja poistanut ensimmäisen puhelimestani. Oletukseni ja kokemukseni sosiaalisesta maailmasta on siten ohjannut jo tutkimuskysymysten muodostamista (Waller ym. 2016). Näin ollen olen osallinen siinä yhteiskunnallisessa kontekstissa, jossa tätä keskustelua käydään, mikä väistämättä vaikuttaa tulkintakehykseeni.

Olen tutkielmani eri vaiheissa hyödyntänyt apunani tekoälysovellus ChatGPT:tä (OpenAI) erityisesti kirjoitusprosessin jäsentelyssä ja kielellisessä selkeyttämisessä. Sovellus toimi lisäksi ideointiapuna sekä diskurssianalyysin tulososion rakennetta hahmoteltaessa että otsikointia muotoiltaessa. Käytin ChatGPT:tä myös lähteiden kartoittamiseen ja aiemman tutkimuksen muotoilun tueksi, mutta kaikki lopulliset analyysit, aineistotulkinnat ja sisällölliset ratkaisut ovat omiani, minkä lisäksi otan täyden vastuun tutkielman tietojen oikeellisuudesta.

## 4.5 Analyysi

Tutkimuskysymykseni (luku 4.1) on laadittu siten, että ne mahdollistavat aineistosta esiin nousevien erilaisten merkitysten monipuolisen tarkastelun. Diskurssien tunnistamista ohjaavat teoria ja aiempi tutkimus. Tavoitteena on analysoida aineistosta mahdollisesti hallitsevia diskursseja, selvittää niiden välisiä hierarkioita ja tarkastella diskursseihin sisältyviä valtasuhteita. Hegemonisen diskurssin tunnistamisessa voidaan hyödyntää esimerkiksi sen esiintyvyyttä aineistossa, eli selvittää, mikä tapa merkityksellistää tarkasteltava ilmiö on kaikkein yleisin tai itsestäänselvyytensä pidetyin. (Jokinen & Juhila 2016, 75–80.)

Aloitin analyysiprosessin lukemalla artikkelit läpi ja siirtämällä ne NVivo-ohjelmistoon koodausta varten. Analyysiprosessin aloittamisen tueksi tein itselleni taulukon, johon kirjasin jokaisesta artikkelista huomiot siitä, artikkelin 1) keskustelun aiheesta ja sisällöstä, 2) puhujista ja heidän mandaateistaan, 3) kulma aiheeseen, 4) kuluttajalle luodusta roolista, 5) viittauksista arkisiin käytäntöihin ja 6) esittämistä digitaalisen kulutuksen vaikutuksista ja ratkaisuista sekä ratkaisutahoista. Alustava taulukointi toimi aineistoon tutustumisen ensimmäisenä vaiheena ja pohjana varsinaisten koodauskategorioiden määrittämiselle. Taulukossa kerätyt havainnot auttoivat hahmottamaan, millaisia toistuvia jäsennyksiä, näkökulmia ja roolituksia aineistosta nousi ja siten hahmottamaan, minkälainen koodausjärjestelmä toimisi systemaattisempana analyysikehyksenä.

Aikaisempi tutkimus on osoittanut, että mediakeskustelujen analysoinnissa on toimivaa hyödyntää jäsentelyä, jossa tarkastellaan muun muassa puhujia, ongelmien ja vaikutusten esitystapoja sekä vastuulliseksi määriteltyjä tahoja (Haddon & Stald 2009; Ponteym. 2009; Størup & Lieberoth 2022). Näiden havaintojen ja tutkimuskysymysteni pohjalta määritin varsinaisen NVivo-koodauksen ylätasoina seuraavat kategoriat: 1) puhujat, 2) ongelma/vaikutus, 3) syyllinen ja 4) ratkaisujen esitystapa ja 5) toimijataho. Størupin ja Lieberothin (2022) analyysimallia seuraten nämä kategoriat mahdollistavat systemaattisen tarkastelun siitä, kuinka mediakeskustelussa määritellään ongelmat, niis-

tä vastuulliset tahot ja toiminnan tarpeellisuus. Lisäksi lisäsin kaksi yläkategoriaa diskurssianalyysin mahdollistamiseksi: 6) artikkelin kulman ja lähestymistavan aiheeseen sekä 7) kuluttajalle annetun subjektiposition. Näiden avulla voidaan tarkastella, millaisista näkökulmista digitaalista kulutusta käsitellään ja millaiseksi kuluttajan subjektipositio aineistossa muotoutuu.

Tämän jälkeen koodattiin yksityiskohtaisesti artikkelit ylätasoihin sopiviin alatazon koodauksiin. Ensimmäisen tason muodostivat yllä kuvatut ylätason kategoriat. Alatazon kategoriat määriteltiin aineistolähtöisesti ja ne tarkensivat ylätasojen koodeja. Esimerkiksi puhujat-kategorian alle sijoitettiin alatazon koodauksia sen mukaan, kuka keskustelussa esitti näkemyksiä: asiantuntijat ja tutkijat, kuluttajat, opettajat tai koulujen edustajat, poliitikot, sosiaalisen median vaikuttajat, vanhemmat vai joku muu. Asiantuntijat ja tutkijat jaettiin edelleen järjestötoimijoihin, muihin asiantuntijoihin, sosiaalisen median tai viestinnän tutkijoihin ja terveydenhuollon asiantuntijoihin. Tämä mahdollisti analyysin siitä, kuka pääsee määrittelemään digitaalisen kulutuksen ongelmia ja ratkaisuja.

Ongelma/vaikutuskategoriassa alatazon koodit rakentuivat sen perusteella, millä tavoin kulutuksen ongelmat artikkeleissa esitettiin: 1) mielenterveys- tai terveysongelmat yleisesti, 2) addiktoituminen, 3) keskittymisen vaikeudet, 4) oppimisen vaikeudet, 5) sosiaaliset suhteet, 6) epäluonnollinen kehitys, 7) uniongelmat ja 8) muut vaikutukset. Näistä addiktoituminen oli yleisimmin esiintyvä vaikutus tai ongelma, sillä se mainittiin 29 artikkelissa.

Syylinen-kategorian alatazon koodaukset keskittyivät siihen, kenelle artikkelit vierittivät vastuun digitaalisesta kulutuksesta johtuvista ongelmista joko eksplisiittisesti tai implisiittisesti. Erottelin esimerkiksi 1) yksilöön tai 2) vanhempiin kohdistuvan (yleensä implisiittisen) syyllistämisen, 3) yhteiskunnallisen ja rakenteelliseen ja 4) teknologiaan tai teknologiayrityksiin ja 5) mediaan ja mainontaan kohdistuvan vastuuttamisen. Tämä mahdollisti puhetapojen ja kuluttajan roolin vertailun: esitetäänkö ongelma yksilön moraalisenä puutteena vai rakenteellisenä kysymyksenä?

Ratkaisujen esitystapakategoriassa alatazon koodit rakentuivat sen mukaan, millaisia keinoja artikkeleissa esitettiin ongelmien ratkaisemiseksi. Nämä koodit muotoutuivat sen mukaan, esitettiinkö ratkaisuna yksilön itseurien vahvistamista (itsehallinta, tietoisuuden lisääminen), yhteiskunnallisia ratkaisuja vai teknologisia ratkaisuja (esim. sovellukset). Yhteiskunnalliset ratkaisut jakautuivat edelleen asenteellisiin muutoksiin ja sääntelyn tai rajoitusten tarpeeseen. Ratkaisujen toimijatahokategoria oli yhteydessä ratkaisujen esitystapaan. Siinä erottelin, ketkä esitettiin ratkaisuista vastuullisina: oliko kyseessä yksilö (kuluttajan omat valinnat), koti tai aikuiset (aikuisten vastuu lasten tek-

nologian käytön rajoittamisesta), yhteiskunta (tuen tai sääntelyn tarve) vai yritys (teknologiayhtiöiden vastuu). Tämä mahdollisti vertailun siitä, mitkä tahot näyttäytyvät aktiivisina toimijoina.

Diskurssianalyysiä varten muodostetut kategoriat, *artikkelin kulma ja lähestymistapa* sekä *kuluttajalle annettu subjektipositio*, edellyttivät aineiston kokonaisvaltaisempaa tarkastelua. Ensimmäisessä alatasen koodauksissa tarkastelin, näyttäytyikö artikkeli esimerkiksi kritisoiavana ja uhkakeskeisenä, neutraalina tai informatiivisena, määrittely- tai diagnosikeskeisenä vai kenties näitä näkökulmia tasapainottavana. Toisessa analysoin, millaisiin subjektipositioihin kuluttajat asetettiin: oliko kuluttaja kuvattu esimerkiksi addiktoituneena ja hallinnan menettäneenä manipuloituna kuluttajan, vastuullisena itsekuriin pyrkivänä kuluttajana, ohjattavana ja arvioituna kuluttajana vai digitaaliseen kulutukseen tyytyväisenä kuluttajana. Näiden kaikkien koodien yhteisen tulkinnan perusteella muodostin diskurssit, joita esittelen luvussa 5.2. Lisäksi koodasin myös viittauksia toistokäyttämiseen ja sen materiaalisia, rutiininomaisia, ruumiillisia ja kokonaisvaltaisia ulottuvuuksia, joita tuon mukaan analyysiin.

Koodaus ei ollut aivan yksiselitteistä, sillä monet koodit ovat myös päällekkäisiä. Esimerkiksi artikkeleissa kokemuksiaan kertovat henkilöt saattoivat puhua sekä kokemusasiantuntijan että asiantuntijan mandaatilla, kuten eräs ohjelmistosuunnittelija Ylen kyselyyn vastanneena. Välillä syyllisenä digitaalisen kulutuksen ongelmiin nähtiin somealustat, joita yhteiskunta ei sääntelee, jolloin syylliseksi luettiin sekä somealustat että yhteiskunnalliset rakenteet. Median ja mainonnan katsottiin myös korostavan yhteiskunnallisten rakenteiden heikkouksia - esimerkiksi tukemalla suoritusyhteiskuntaa mainostamalla itsensä tehostamisen ja optimoinnin keinoja. Lisäksi monessa artikkelissa niiden kulma aiheeseen oli tulkittavissa moneen kategoriaan: ne saattoivat sisältää uhkakeskeisiä elementtejä, mutta myös informatiivista tai neutraalia katsontakantaa. Koodauksen avulla aineistoa pystyttiin kuitenkin tarkastelemaan järjestelmällisesti.

Aineistoni valikoitumisperusteiden vuoksi (ks. luku 4.2) lähtöoletuksena oli, että artikkeleissa suhtaudutaan negatiivisesti tai kriittisesti digitaaliseen kulutukseen ja sen vaikutuksiin. Jotta pääsin syvemmälle analyysissä, minun piti analysoida, miten tätä negatiivista tai kriittistä kuvaa tuotetaan. Koodattuani ylä- ja alatasen teemoja, laajensin analyysiä näiden lausumien tasolta laajemmaksi ja toin mukaan kontekstia tunnistaen artikkeleissa esiintyviä yleisiä puhetapoja liittyen digitaaliseen kulutukseen ja toistokäyttämiseen. Lukiessani aineisoa uudelleen otin huomioon koodaukseni ja aloin esittämään aineistolle tutkielman tutkimuskysymyksiin pohjautuvia apukysymyksiä: Miten kuluttajasta puhutaan ja miten häntä puhutellaan? Miten artikkeleissa kuvataan digitaalisen kulutuksen vaikutuksia yksilön hyvinvointiin ja mielenterveyteen? Ketkä saavat pu-

heenvuoron ja millä perusteella heidän näkemyksiään pidetään pätevinä? Mitä sanoja ja ilmaisutapoja käytetään? Millä tavoin digitaalisen kulutuksen tavat legitimoidaan tai kyseenalaistetaan diskursseissa? Kenellä on toimijuus?

Yleisimmäksi puhettavaksi aineistossa alkoi selkiytyä erilaiset tavat pohtia digitaalisen kulutuksen syitä ja seurauksia, sekä niihin liittyvää toimijuutta ja vastuuta. Tunnistin aineistostani kolme päädiskurssia, jotka määrittävät eri lailla toimijuutta ja vastuun jakautumista. Näitä ovat 1) normatiivisen ohjauksen diskurssi, 2) manipulaatiodiskurssi ja 3) itsekuridiskurssi. Lisäksi tunnistin aineistostani erilaisia tukidiskursseja, jotka voidaan liittää eri tavoin eri päädiskursseihin, ja jotka toimivat päädiskurssien oikeuttajina tai perusteina. Toisenlaisetkin tulkinnat olisivat olleet mahdollisia. Esimerkiksi tukidiskurssit olisi voinut nostaa omaksi päädiskurssikseen, mutta kolme edellä mainittua päädiskurssia valikoitiin erilaisine toimijuuden järjestämisen tapojensa takia.

Koodien päällekkäisyyden lisäksi lausumat saatettiin koodata moneen eri koodiluokkaan. Esimerkiksi lausuma ”*Villar toivoo, että lähitulevaisuudessa älylaitteet kielletään alaikäisiltä tupakan ja alkoholin tavoin. – Meidän ei pitäisi sallia, että teknologiajätit tekevät rahaa lastemme mielenterveyden kustannukselta*” koodattiin vaikutuksiltaan mielenterveyteen, koska se korostaa digitaalisen kulutuksen haitallisuutta lasten hyvinvoinnille. Lausuma osoittaa syyllisiksi teknologiarytykset, jotka hyödyntävät kuluttajia taloudellisesti. Kuluttajan subjektipositio näyttäytyy lausumassa normatiivisesti ohjattavana ja manipuloituna (lapsi)kuluttajana, sillä lapset esitetään suojattomina toimijoina, jotka tarvitsevat suojelua ja sääntelyä. Ratkaisuehdotuksiltaan lausuma liittyy yhteiskunnalliseen sääntelyyn, sillä siinä vaaditaan alaikäisille suunnattuja rajoituksia. Ratkaisujen toimijatahoina nähdään aikuiset ja yhteiskunta, joiden vastuulla olisi säännellä lasten pääsyä älylaitteiden pariin. Lausuman kulma on kritisoiva ja uhkakeskeinen, sillä siinä painotetaan teknologian haitallisuutta ja se, yhdessä muun artikkelin kanssa, osallistuu manipulaatio-, normatiivisen ohjauksen, teknologiakritiikin sekä terveys- ja turvallisuusdiskurssien rakentamiseen. Esimerkki havainnollistaa, miten lausumat koodattiin analyysiprosessin aikana. Kokonaisuudessaan koodaus tehtiin hyödyntäen aiemmin määriteltyjä kategoriajärjestelmiä, joita tarkennettiin aineiston perusteella. Taulukko ylä- ja alatason koodeista ja niiden esiintyvyydestä aineistossa löytyy liitteestä 2.

## 5 DIGITAALISEN KULUTUKSEN DISKURSSIT

Tuloksia tulkitessani hyödynsin aineistooni tekemiäni koodauksia sekä niiden pohjalta muodostettuja diskursiivisia kokonaisuuksia. Koodausprosessi toimi tulkinnallisen analyysin perustana: se auttoi jäsentämään aiheeseen liittyviä toistuvia teemoja ja ilmaisu-tapoja. Koodit vaihtelivat pituudeltaan muutamasta sanasta kappaleisiin, mutta diskurs-sien tulkinnassa luin aina koko tekstiä yksittäisten koodien lisäksi ymmärtääkseni var-masti koodia kontekstissaan. Tulosten kirjoitusvaiheessa en sitaatteja lukuun ottamatta referoinut koodeja suoraan, vaan käytin niitä apuna aineiston ilmiöiden jäsentämisessä ja tulkinnassa. Koodausten yleisyys aineistossa on esitetty liitteessä 2.

### 5.1 Digitaalisen kulutuksen problematisointi mediassa: riippuvuus ja mielenterveys

Digitaaliseen kulutukseen liittyviä ongelmia ja vaikutuksia on aineistossa koodattu kah-dekseen luokkaan: 1) mielenterveys- tai terveysongelmat yleisesti, 2) addiktoituminen, 3) keskittymisen vaikeudet, 4) oppimisen vaikeudet, 5) sosiaaliset suhteet, 6) epäluon-nollinen kehitys, 7) uniongelmat ja 8) muut vaikutukset. Käsitän tutkielmassani riippu-vuuden osaksi mielenterveyttä, mutta erittelen sen itsenään juuri riippuvuuskeskustelu-jen tarkastelemiseksi. Keskustelut digitaalisen kulutuksen riippuvuuden ja digitaaliseen kulutukseen liittyvien mielenterveysongelmien ympärillä liittyivät esimerkiksi somen määrittävyyteen nuorten elämässä, markkinoinnin ja brändien vaikutukseen verk-koshoppailussa, yksilönvapauteen ja yksityisyydensuojaan, koulujen kännykkäkieltoi-hin, EU:n digipalvelusäädöksen mahdollisuuksiin suojella alaikäisiä, digitaaliseen kulu-tukseen liittyvään aivokemiaan, self help -sisältöihin ja diagnoosiluokituksiin.

Digitaalisen kulutuksen ongelmallisuus näkyi artikkeleissani monenlaisissa kehyksissä. Siitä kertoivat kokemuksiaan ja ajatuksiaan somevaikuttajat ja tavalliset kuluttajat ko-kemusasiantuntijoina. Asiantuntijatietoon nojautuessa artikkelit käyttivät lähteinään niin järjestötoimijoita, some- ja aivotutkijoita kuin terveydenhuollon ammattilaisia, erityises-ti lääkäreitä, psykologeja ja psykoterapeutteja. Uutismediassa haastateltavien tai lainat-tavien asiantuntijoiden valinta perustuu usein heidän edustamansa instituution tai orga-nisaationsa uskottavuuteen (Harjuniemi 2021) ja heidän näkökulmiensa lisäämisen tar-koituksena on lisätä uutisten uskottavuutta ja faktapohjaisuutta (Boyce 2006, 890). Tut-kijat esiintyvät usein julkisina asiantuntijoina sekä moraalista velvollisuudesta että osana työtehtäviään (Peters 2013, 14105).

Toinen eniten lainatuista asiantuntijoista oli sometutkija, Someturva - asiantuntijayrityksen toimitusjohtaja Suvi Uski, joka toimi asiantuntijalähteenä neljässä artikkelissa. Myös yhdysvaltalaisen sosiaalipsykologin ja moraalin tutkijan Jonathan Haidtin ajatuksia esitettiin neljässä artikkelissa, joissa osassa hänen ajatuksensa olivat isommassa roolissa, osassa pienemmässä. Haidtin esilläoloa selittää osaltaan häneltä vuonna 2024 julkaistu kirja *The Anxious Generation*, josta on tullut maailmanlaajuinen ilmiö. Kirjassaan Haidt esittää raflaavasti, että ”älypuhelimiin kytketty nuoruus estää kehitystä hyvinvoivaksi ja toimintakykyiseksi aikuiseksi.” Haidtin esittämät väitteet ovat herättäneet keskustelua niiden suoraviivaisuuden ja yksinkertaistavan sävyn vuoksi. Moraalipaniikin näkökulmasta (esim. Goode & Ben-Yehuda 2010) tällainen esitystapa voi osaltaan vahvistaa yleistä huolta teknologian vaikutuksista nuoriin.

Järjestöjen, kuten esimerkiksi Takuusäätiön, Mannerheimin lastensuojeluliiton ja vertaistukea peliongelmaisille ja heidän läheisilleen tarjoavan Pelirajattoman, edustajat olivat äänessä viidessä artikkelissa. Ulkomaalaisten poliitikkojen ajatuksia esitettiin kahdessa artikkelissa. Huolestuneet vanhemmat olivat äänessä kahdessa artikkelissa ja näihin osittain vastineena opettajat tai koulujen edustajat kolmessa artikkelissa. Somevaikuttajat puhuivat kahdessa artikkelissa, mutta suurin osa kokemusasiantuntijoista oli tavallisia kansalaisia, joiden mielipiteitä esitettiin viidessätoista artikkelissa. Muut kuin terveydenhuollon asiantuntijat ja tutkijat olivat niin viestinnän tai mediakulttuurin tutkijoita, Haidtin ja Uskin tapaan sosiaalipsykologeja, kulutustutkijoita tai muita sosiaalisen median asiantuntijoita. He muodostivat aineistossa kategorian *somen tai viestinnän tutkija*, ja heitä lainattiin kuudessatoista artikkelissa. Terveydenhuollon asiantuntijoiden puhujaryhmään yhdistin niin terveydenhuollon, lääketieteen, psykologian ja terapeuttisen taustan edustajat, niin tutkijat kuin muut asiantuntijat. He puhuivat kahdessakymmenessä yhdessä artikkelissa.

Asiantuntijat olivat äänessä suurimmassa osassa aineistoni artikkeleja. Tämä heijastaa laajempaa kehitystä, jossa asiantuntijoiden käyttö mediassa on ollut kasvussa jo pitkään (esim. Albæk Christiansen & Togeby 2003; Albæk 2011; Boyce 2006; Hertzum 2022). Tätä voi osaltaan selittää se, että asiantuntijat tarjoavat uutismedialle maksuttoman pääsyn asiantuntijatietoon, mikä vähentää tarvetta palkata asiantuntijoita toimitusten sisälle (Reich & Godler 2016) ja toisaalta tuovat uskottavuutta artikkeleihin (Boyce 2006). Tämän tutkielman tarkoituksena ei ole tehdä määrällistä vertailua äänessä olevien asiantuntijoiden suhteen, sillä aineistoni on verrattain pieni ja otos valikoitunut. Aineistossani kuitenkin korostuu Størupin & Lieberothin (2022) tapaan asiantuntijalähteinä terveydenhuollon, lääketieteen, psykologian ja terapeuttisen taustan edustajat. Tämä voi osaltaan ohjata digitaalisen kulutuksen ymmärrystä lääketieteellisestä tai yksilöpsykologisesta näkökulmasta, sillä puhujaryhmä käsitteli esimerkiksi riippuvuuden syntyä aivo-

kemiallisesta lähtökohdasta. Ruckensteinin (2013, 166) esittelemä länsimainen yksilökeskeinen lähestymistapa riippuvuuksiin näkyy esimerkiksi aineistoni artikkelissa 2 psykologin analyysina ostosriippuvuudesta. Psykologi korostaa, kuinka ongelmallisessa ostokäyttäytymisessä impulssikontrolli on usein heikentynyt, mikä estää yksilöä pysähtymästä miettimään, onko ostokseen varaa. Tämä toisaalta havainnollistaa myös käytäntöteoreettista ajatusta kulutuksen rutiininomaisuudesta, toiminnasta, jota tehdään ilman tietoista pysähtymistä.

Eniten koodauksia ongelmakategoriassa oli addiktoitumisessa ja yleisesti mielenterveys- ja terveysongelmissa. Tulokset ovat linjassa Størupin ja Lieberothin (2022) havaintojen kanssa siitä, addiktiokäsite on mobilisoitunut mediassa viime vuosina. Heidän ja Haslamin (2016, 9) analyysin mukaan addiktion käsite ei enää kuvaa vain kliinistä sairautta, vaan sitä käytetään arkikielessä kuvaamaan turhautumiseen ja voimattomuuden tunteita teknologiaa kohtaan. Samankaltainen ilmiö näkyi omassa aineistossani, jossa puhutaan riippuvuudesta, koukuttumisesta ja addiktiosta laajasti, usein ilman kliinistä kehystä ja tarkempaa määrittelyä: *”Myös Svanljungin koulussa kännyköistä on riesaa, sillä teini-ikäiset ”kännykkä-addiktit” ovat kekseliäitä: parkkiin jätetään esimerkiksi varapuhelin ja vessaan mennään salaa puhelimen kanssa. Teinit yrittävät kaikkia mahdollisia keinoja. Addikti tekee mitä vaan saadakseen annoksensa.”* (opettaja artikkelissa 14). Ponte ja kumppanit (2009) esittävät, kuinka tällaista moraalipaniikin esiintymistä lapsia ja internetiä koskevassa uutisoinnissa on tulkittava suhteessa uutismedian kaupallistumiseen. Sensaatiohakuisempi kerronta tukee pelon diskurssia, joka on osoittautunut myyväksi uutisformaatiksi. Tämä kuvaa markkinalogiikan ja nuorisoa koskevien keskusteluiden kietoutumista toisiinsa (Altheide 2002).

Aagaard (2020) esittää, että julkisessa keskustelussa teknologian käytön addiktiosta puhuminen on vahvasti yhteydessä neurobehavioristiseen ymmärrykseen teknologian käytöstä. Hänen mukaansa neurobehavioristinen lähestymistapa pyrkii ymmärtämään liiallista ja impulsiivista teknologian käyttöä juuri addiktion käsitteen kautta, korostaen aivojen dopamiinijärjestelmän roolia ja verraten teknologian vaikutuksia esimerkiksi huumeiden käyttöön (ks. tämän tutkielman luku 5.2.2 Manipulaatiodiskurssi). Aagaardin (2020) mukaan tällainen näkökulma voi johtaa arkikäyttäytymisen patologisointiin. Kun addiktion käsitettä sovelletaan laajasti koko väestön teknologiankäyttöön, se liioittelee ongelman laajuutta ja samalla vähättelee todellisten riippuvaisten kärsimystä. Kuten UNICEFin (2017, 115) raportissa todetaan: *”Riippuvuusterminologian huolimaton käyttö vähättelee käyttäytymisen hyvin todellisia seurauksia niille, jotka kärsivät siitä vakavasti, ja liioittelee samalla haittojen riskiä niille, jotka ajoittain käyttävät digitaaliteknoologiaa hieman liiallisesti, mutta eivät loppujen lopuksi haitallisesti”*.

Aineistoni artikkeleissa riippuvuus digitaalisen kulutuksen yhteydessä nousee esiin erityisesti silloin, kun kulutus kuvataan holtittomaksi ja pakonomaiseksi: Artikkelin 2 Liisa kuvaa itse ostokäyttäytymistään riippuvuudenomaiseksi ja hallitsemattomaksi. Ostamisen pakonomaisuus ilmenee sekä psykologisena tarpeena (mielihyvän hakeminen) että käytännön seurauksena (velkaantuminen). Treenivaatteiden ostamista edelsi brändin nostattama hypetys ja eksklusiivisuuden tunteen luonti Instagramissa, mikä loi tunteen siitä, ettei vaatteista ”voinut jäädä paitsi”. Vain kaksi kolmasosaa 18–29-vuotiaista tiedostaa, että kuluttajiin vaikutetaan kohdennettujen mainosten avulla (Wilksa & Nyrhinen 2021). Liisan addiktio aiheuttama rahapula alkoi vaikuttaa hänen jokapäiväiseen elämäänsä: hän alkoi siirtää esimerkiksi puhelin- ja sähkölaskujen eräpäiviä ja joutui joskus turvautumaan työpaikkansa hävikiksi merkittyihin tuotteisiin. Nyrhisen, Lonkan, Sirolan, Rannan ja Wilskan (2023) tutkimustulokset osoittivat, että shoppailuaddiktit alkavat olla huolissaan taloudellisesta tilanteestaan vasta, kun he alkavat nähdä merkkejä velkaantumisesta. Liisa itse toteaaakin olevansa aivan addiktoitunut, mikä havainnollistaa Liisan neurobehavioristista tapaa ymmärtää ongelmallinen käyttäytyminen addiktioita kautta. Vaikka Liisan ongelmallinen ostokäyttäytyminen saattaa näyttää keskittyvän juuri ostoshetkiin, sen voi hahmottaa käytäntönä, joka havainnollistaa kulutuksen ruumiillisuutta (huumaava tunne), rutiininomaisuutta (Liisa osti usein tylsyyteensä), kokonaisvaltaisuutta (kulutuksen hallitsevaa vaikutusta Liisan elämään) ja materiaalisia ulottuvuuksia (digitaaliset laitteet, joilla tuotteita ostetaan sekä itse treenitrikoot). Liisa itse kuvailee ”ostosprosessin tuntuvan niin huumaavalta, että siihen jää koukkuun”, missä ilmenee kulutuskäytännön merkitys ja kokonaisvaltaisuus itsessään materiaalin lisäksi.

Kun ostaminen kuvataan pakonomaisena ja siihen liittyy koukkuun jäämisen, dopamiinijärjestelmään liittyvä kielikuva, osallistuu Liisa neurobehavioristiseen diskurssiin. Giddensin (1992) mukaan toistopakon neljä elementtiä ovat *High*, *Fix*, *Time Out* ja *Giving Up of self*. High viittaa Liisan kuvaamaan huumaavuuden tunteeseen, tyydytystä ja mielihyvää luovaan tilanteeseen. Fix on tyydytys, kenties se, kun Liisan postilaatikkoon tipahtaa paketti tai sen avaus, ja se helpottaa jännitystä, joka odottaessa on syntynyt. Time Out kuvastaa tätä kahdesta edellisestä vaiheesta koostuvaa arjen yläpuolelle nousua. Giving Up of Self taas seuraa tästä uppoutumisen tilasta yksilön luovuttaessa minuutensa toistopakolle. (Salasuo 2013 mukailen Giddens 1992.)

Aineistostani nousi esiin myös taloudelliset vaikeudet ja se, kuinka älypuhelin mahdollistaa yhä sujuvamman verkko-ostamisen ja tarjoaa pakokeinon arjesta. Maksupalvelu Klarnan avulla ostoksia ei tarvitse maksaa heti, vaan ostokset saa laskulle. Kehittyvät digitaaliset maksutavat jättävätkin helposti rahankäytön näkymättömäksi. Ilmiö voidaan ymmärtää käytäntöjen rakentumisen näkökulmasta, jossa toimia yhdistävät paitsi eks-

plisiittiset käsitykset myös yhteiset säännöt sekä jaetut päämäärät, hankkeet ja uskemukset (Schatzki 1996, 89): Toistokäytännön materiaallinen aspekti korostuu, kun älylaite ei ole pelkästään ostamisen väline, vaan lisäksi osa laajempaa käytäntöjen verkostoa. Puhelimen käyttö yhdistyy tiettyihin taitoihin ja mielikuviin, kuten käsitykseen paremmasta itsestä uusien vaatteiden myötä. Tässä mielessä ostaminen ei ole vain yksilön impulssi, vaan osa sosiaalisesti ja teknologisesti rakentunutta käytäntöä. Liisan tapauksessa ostokäyttäytyminen nivoutuu urheiluharrastukseen, mikä osoittaa käytäntöjen keskinäisen riippuvuuden. Ostaminen ei siis ole pelkästään irrallinen toiminto, vaan se liittyy laajempiin elämäntapoihin ja tavoitteisiin.

Digitaalisen kulutuksen ja mielenterveyden yhteys esitettiin aineistossani usein negatiivisessa valossa ja se oli addiktion ohella useimmiten mainittu vaikutus. Havainto on linjassa Størupin ja Lieberothin (2022) tutkimuksen kanssa, jossa mielenterveys nousi yksittäiseksi keskeisimmäksi digitaaliseen kulutukseen liitetyksi ongelmaksi. Digitaalisen kulutuksen ja mielenterveyden yhteys rakentui aineistossani eri tavoin. Esimerkiksi sosiaalisen median katsottiin vahvistavan suoritusyhteiskunnan vaatimuksien omaksumista: ”*Nykyään on hirveä paine menestyä. Some on ihana paikka, mutta siellä julkaistaan myös niin sanottuja grindausvideoita, joilla tekijä uhoaa tehneensä päivässä kymppitonnin: ’tee säkin, mitä sä vielä ootat!’*” (artikkeli 1). Samassa artikkelissa esitettiin, kuinka someuraajien määrä vaikuttaa nuorten asemaan reaali maailmassa. Tätä asetelmaa verrattiin yhdysvaltalaisen high school -elokuvien valtarakenteisiin klikkeineen. Esimerkit havainnollistavat Schatzkin (1996) ajattelun mukaan sitä, kuinka sosiaalinen media ja digitaalinen kulutus eivät ole yksittäisiä toimia vaan osa laajempaa ajallisesti kehittyvää ja tilallisesti hajautunutta käytäntöä. Sosiaalinen media ei siis ”grindausvideoineen” ole vain viihdettä tai kommunikaatioväline, vaan se muokkaa ja ylläpitää yhteiskunnallisia ja kulttuurisia odotuksia, normeja ja tavoitteita, jotka vaikuttavat ymmärrykseemme esimerkiksi tässä tapauksessa menestyksestä.

Tiettyjen sovellusten ja sisältöjen nimeämisen lisäksi itse laitteiden käytön yleisesti nähtiin olevan mielenterveydelle haitallista. Størupin ja Lieberothin (2022, 215) tutkimuksessa sekä puhelimet, sosiaalinen media että laaja käsite *näytöt* liitettiin yleisesti riippuvuuteen. Vastaavasti vapaaehtoista somettomuutta käsiteltiin terveyshyötyjen näkökulmasta. Somettomuus asettuu käytäntöteoreettisesti esimerkiksi toiminnasta, joka muotoutuu suhteessa laajoihin sosiaalisen median käyttötapoihin ja kulttuureihin, ja sen muotoutuminen tai käytännön ”uudelleen keksiminen” saa erilaisia symbolisia merkityksiä. Arjen rytmien näkökulmasta somettomuus on keino organisoida ajan kulua ilman jatkuvaa pohdintaa siitä, avatako sosiaalisen median applikaatiot vai ei. On myös mahdollista tehdä bourdieulainen tulkinta siitä, että somettomuus on osa kulttuurisen pääoman rakentumista ja erottelua digitaalisen massakulutuksen kentässä, sillä jotkin

käytännöt tarjoavat suurempia ulkoisia sosiaalisia palkintoja kuin toiset (Bourdieu 1984[1979]). Somettomuuden käytännöt vastaavat moraaliseen kutsumukseen itsestään huolta pitävästä ideaalikansalaisesta, jonka tulkitsen aineistoni perusteella ihanteelliseksi, sosiaalisesti palkittavaksi kuluttajaksi. Näin somettomuuden käytäntö tarjoaa keinon erottautua ja rakentaa symbolista pääomaa osana elämäntyyliä, joka yhdistyy keski-luokkaiseen itsensä kehittämisen eetokseen.

Keskittymisen ja oppimisen vaikeudet aineistossani heijastavat selkeästi digitaalisten teknologioiden vaikutuksia yksilöiden käytäntöihin ja kognitiivisiin kykyihin: ”*Heta Hoffrén sanoo, että puhelin tulee helposti ’kaiken väliin’.* Keskustelun, keskittymisen, kulttuuritapahtuman, ajatuksen.” (artikkeli 11). Heta kuvaa esimerkissä implisiittisesti puhelimen mahdollistaman digitaalisen kulutuksen ja hänelle tärkeiden asioiden välistä jännitettä. Vapaaehtoisesti someton Heta asettaa vastakkain puhelimen syöttämät virikkeet ja sen, minkä hän kokee tärkeäksi. Näin ollen Hetan somettomuuden käytäntö koostuu hänen tavoitteistaan, tunteistaan ja asioiden prioriteettijärjestyksestä, itseohjautuvuudestaan ja kyvystään irtautua älylaitteista. Vaikka ratkaisu on itsekuridiskurssille tyypillisesti henkilökohtainen päätös eikä rakenteellinen muutos, se kytkeytyy osaksi laajempaa ajattelutavan muutosta, jossa digitaalisen kulutuksen hallinta nähdään itsensä hallinnan ja hyvinvoinnin mittarina.

Digitaalisen kulutuksen vaikutuksena *epäluonnollinen kehitys* on raaka-aine moraalipa-niikkikeskusteluille:

*Erityisen vahingollista on Haidtin mukaan se, että puhelimen ääressä kyyhöttäminen syrjäyttää elämästä perustavanlaatuisia, kehitykselle välttämättömiä kokemuksia.* (artikkeli 4)

*Leila Lindstenillä on nuorempia sisarusia, joiden ruutukäyttäytymistä hän on seurannut. Moni muukin on kyselyssä huolissaan samasta asiasta eli lasten aivojen rapautumisesta. – Nykylapset kävelevät koulumatkojaan puhelinta tuijottaen. Lapset eivät ymmärrä somen haittavaikutuksia. Miksi mennä ulos tekemään lumiukko, kun Tiktokissa saa hyvän mielen helposti?* (artikkeli 21)

Digitaalisen kulutuksen ongelmia on mahdollista kehystää riskinä luonnolliselle kehitykselle. Tämä rakentaa vastakkainasettelun, jossa perinteiset, keholliset ja fyysiset käytännöt nähdään oikeina ja luonnollisina ja digitaaliset käytännöt poikkeavina. Käytäntöteoreettisesta näkökulmasta digitaalisen kulutuksen käytännöt voidaan nähdä osana laajempaa muutosta, jossa teknologia muokkaa vakiintuneita kehollisia ja sosiaalisia käy-

täntöjä. Epäluonnollisen kehityksen diskursiivista rakentumista esittelen lisää luvuissa luvuista 5.2.1 ja 5.2.3.

## 5.2 Rutiininomainen ja pakonomainen digitaalinen kulutus: diskursiiviset rakentumiset

Tässä luvussa tarkastelen aineistosta havaitsemiani diskursseja, jotka jäsenyivät erilaisista lähtökohdista digitaaliseen kulutukseen. Diskurssijaotteluni pohjautuu löyhästi Størupin ja Lieberothin (2022) lähestymistapaan, jossa analysoidaan, miten ongelma esitetään, kuka siitä puhuu, kuka on syyllinen ja ketä pidetään vastuullisena ratkaisutahona. Tarkastelen erityisesti sitä, millaisiksi kuluttajan subjektipositiot rakentuvat ja miten toimijuus ja vastuu ongelmallisesta digitaalisesta kulutuksesta jakautuvat eri diskursseissa. Taulukko 1 havainnollistaa diskurssien esiintyvyyttä aineistossani.

**Taulukko 1.** Diskurssien esiintyvyys aineistossa

Diskurssi	Esiintyminen aineistossa (n artikkeleissa)
Normatiivinen ohjausdiskurssi	32
Manipulaatiodiskurssi	28
Itsekuridiskurssi	22
Vastadiskurssi	21

### 5.2.1 Normatiivinen ohjausdiskurssi

Normatiiviseksi ohjausdiskurssiksi tunnistamassani diskurssissa digitaalista kulutusta tarkastellaan tietynlaisen ideaalisen itsesäätelyn, yhteiskunnallisesti hyväksyttävän ja terveen digitaalisen käyttäytymisen, tai näiden vastakohtien näkökulmasta, minkä myötä diskurssille rakentuu normalisoiva ja ohjaava funktio. Diskurssissa on usein läsnä moraalinen sävy, joka ohjaa käyttäytymistä tiettyyn suuntaan ja arvottaa tietynlaisen kuluttajakäyttäytymisen negatiiviseksi, jolloin mahdollisuushorisontti kaventuu: additiivisuus nähdään ongelmana, josta pitäisi pyrkiä eroon. Näin diskurssi rakentaa ymmärrystä siitä, mikä on toivottavaa kuluttajakäyttäytymistä ja mikä ei. Normatiivinen oh-

jausdiskurssi rakentuu vahvasti asiantuntijapuheen varaan sen määrittellessä ja esitellessä ”oikeanlaista” ja hyväksyttävää kulutusta. Tämä määrittyy diskurssissa yleensä vastakohdissa. Esimerkiksi artikkelissa 3 aivotutkija asettaa kävelyn ja puhelimen käytön vastakkain, jolloin ”oikeanlainen” toiminta määrittyy kävelyn kautta ilman puhelinta. Kävely kehystetään historiallisesti ja biologisesti ihmisen hyvinvoinnille olennaisena toimintona, jota puhelimen käyttö häiritsee. Entmanin (1993, 53) mukaan tällainen kehystäminen on ”joidenkin havaitun todellisuuden näkökohtien valitsemista ja niiden korostamista viestinnällisessä tekstissä siten, että edistetään tiettyä ongelman määrittelyä, syy-seuraussuhteiden tulkintaa, moraalista arviointia ja/tai hoitosuositusta”. Asiantuntijoita käytetään tuomaan uutisointiin uskottavuutta ja faktapohjaisuutta (Boyce 2006, 890), mutta samalla heidän puheensa esitetään neutraalina ja objektiivisena, mikä häivyttää heidän puheensa normatiivisen ulottuvuuden. Näin he eivät ainoastaan kuvaa ilmiötä objektiivisesti, vaan osallistuvat myös sen määrittelyyn ja problematisointiin. Uhkakeskeistä sävyä lisää se, jos ”epänormaaliuden” seurauksia esitetään:

*Huotilaisen mukaan puhelimen selaaminen treenaa aivoja juuri tällaiseen: lyhytjännitteisyyteen ja asiasta toiseen hyppimiseen. Esimerkiksi sosiaalisen median kanavien syöte ehdollistaa aivoja keskittymään entistä lyhyempiin pätkiin kerrallaan. Tämä muodostuu ongelmaksi, kun pitäisi syventyä johonkin asiaan pitkäjännitteisesti. (artikkeli 3)*

*Yhä lisääntyvällä henkilökohtaisella median käytöllä on pitkällä aikavälillä negatiivisia vaikutuksia perhesuhteisiin. (artikkeli 37)*

*Tiedämme eri tutkimuksista, että kirjasta lukeminen tukee syväoppimista ruudulta lukemista paremmin ja että kynällä kirjoittaminen jättää vahvemman muistijäljen kuin näppäimistön avulla kirjoittaminen. Tästä huolimatta koululaiset ja opiskelijat tuijottavat ruutuja suuren osan päivästä. (artikkeli 7)*

Uhkakeskeisyyttä ja normaaliuden ja epänormaaliuden konstruktiointia on mahdollista peilata moraalipaniikkiin. Moraalipaniikin myötä käyttöön otetaan usein sosiaalisen valvonnan keinoja, joiden tarkoituksena on "suojella yleisöä kansanpaholaisten" muodostamalta uhkalta (Cohen, 2011 [1972]). Normatiivisen ohjausdiskurssin näkökulmasta moraalipaniikki ja ohjaus nähdään reaktioina muutoksiin, jotka haastavat tai vaarantavat hallitsevan luokan normeja ja elämäntapaa. Media toimii näin uhkakuvien vahvistajana, moraalipaniikin levittäjänä ja normatiivisen ohjauksen vaatimuksen kantajana, kun se

esittää esimerkiksi lapsien keskittymiskyvyn olevan pelastettavissa kännyköiden rajoittamisella.

Normatiivista ohjausdiskurssia rakentaa retorisesti tietynlainen vaihtoehdottomuus: *”Toisaalta puhelimesta voi olla kävellessä hyötyäkin. Podcastien tai vaikkapa erilaisten oppimissisältöjen kuuntelu voi lisätä motivaatiota kävelemiseen. Huotilaisen mukaan on silti syytä pitää mielessä, että aivot tarvitsevat hetkiä, jolloin ei tehdä keskittyneesti yhtään mitään.”* (artikkeli 3). Kun tekstissä esitetään ensin tasapainottava näkökulma puhelimen käytön hyötyihin, se kyseenalaistetaan sen jälkeen asiantuntijakommentilla asettaen vaihtoehdot epäsymmetriseen asemaan. Ensimmäinen näkökulma on vain mahdollinen näkökulma, kun taas jälkimmäinen asiantuntijan vahva suositus.

Digitaalisen kulutuksen rajoja määrittellään paitsi sääntelyn ja muun normatiivisen ohjauksen, myös diagnostisten luokittelujen kautta, jotka ohjaavat ihmisten käsityksiä terveydestä, sairaudesta ja normaalista käyttäytymisestä. Tällöin lääketieteellinen järjestelmä toimii osana normien määrittelyprosessia. Torkkola (2008, 17) esittää väitöskirjassaan, kuinka biolääketieteellisten sairausmäärittelyjen hallitsevan aseman vuoksi sairauksien biologinen ulottuvuus nousee helposti keskiöön myös terveysjournalismissa. Lääketiedettä ei tarkastella kulttuurisesti rakentuneena tiedonmuodostuksen tapana vaan objektiivisena järjestelmänä, joka määrittelee, mitä terveys ja sairaus ”todella” ovat. Esimerkiksi uutisointi digipeliriippuvuuden diagnoosiluokituksen käyttöönotosta havainnollistaa, miten riippuvuuden määrittely osana lääketieteellistä luokittelua voi muuttaa sen yhteiskunnallista asemaa:

*Uusi diagnoosi tarkoittaa, että digipeliriippuvainen ihminen saa tukea juuri tähän ongelmaan, ja että hän voi päästä hoidon piiriin. Tähän asti digipeliriippuvuuteen ovat antaneet apua pääasiassa muutamat järjestöt. -- Jatkossa digipeliriippuvuus lasketaan siis hoitoa vaativaksi sairaudeksi, mutta luokituksesta ei toistaiseksi löydy esimerkiksi someriippuvuutta. (artikkeli 18)*

Diagnoosiluokitukset osaltaan määrittävät sen, mikä on normaalia ja mikä poikkeavaa ja rakentavat todellisuutta sairauksien, terveyden ja lääketieteellisen kontrollin kautta. Lisäksi ne legitimoivat sen, kuka tarvitsee hoitoa ja millä perusteella. Vaikka kyseisen diagnoosiluokituksen käyttöönotto oli sen kannattajien mielestä välttämätöntä tehokkaan terveydenhuollon kannalta, kriitikot pitivät päätöstä vaillinaisen näytön takia hätköitynä (van Rooij, Ferguson, Colder Carras ym. 2018). Tutkijoiden erimielisyyksistä huolimatta englanninkieliset uutismediat legitimoivat videopeliriippuvuuden diagnoosiluokittelun ja viestivät lukijoille uuden, tunnistetun sairauden vakavuudesta. Vähem-

män yleisiä olivat artikkelit, joissa toimittajat kuvailivat päätöksen kiistanalaisuutta. (Parrott, Rogers, Towery & Hakim 2020.)

Varsinaisen diagnosoinnin ohella aineistossani näkyi tarve määritellä digitaalisen kulutuksen ongelmakäyttöä: *”Uski kehottaa tarkkailemaan omaa toimintaa. Jos huomaa olevansa jatkuvasti laitteella, eikä selviä edes pienistä askareista ilman puhelimen vilkuilua, on asialle syytä tehdä jotain. Toinen selvä merkki ongelmasta on se, jos perusasioiden tekeminen alkaa venyä.”* (artikkeli 5). Lisäksi keskittymisvaikeudet, uniongelmat, sosiaalisten suhteiden laiminlyönti ja dopamiinikoukussa olemisen kielivät liiallisesta käytöstä. Artikkelin 34 lopussa on jopa testi, jonka avulla lukija voi pohtia, onko hänellä sosiaalisen median riippuvuus. Oman toiminnan tarkkailuun kehottaminen on ristiriidassa käytäntöteoreettisen lähestymistavan kanssa, jossa ymmärretään kulutus ensisijaisesti rutiininomaisena toimintona, jonka toteutukseen ei välttämättä kiinnitetä erityistä, tietoista huomiota (Warde 2005). Tietoisuuden lisääminen ei välttämättä edistä käytännön muutosta, jos ei oteta huomioon käytännön kehollisia ja henkisiä toimintoja sekä taustalla olevia tunteita ja motivaatiota. Toisaalta Uski ottaa ohjeistuksessaan huomioon myös sen, kuinka omaa toimintaa voi olla vaikea arvioida ja kuinka älylaitte vapaiden alueiden ja aikojen määrittelemisen voi auttaa rajoitustoimia. Näin ollen ohjeistuksessa otetaan hieman enemmän huomioon käytännön kehollisuutta ja rutiininomaisuutta.

Kuluttajan subjektipositio näyttäytyy tässä diskurssissa normatiivisesti arvioituna kuluttajana, jonka nähdään tarvitsevan ohjausta tai sääntelyä. Ratkaisut ja toimijuus ulkoistetaan auktoriteeteille, yhteiskunnalle, aikuisille ja lasten vanhemmille ja joskus myös yksilöille, ja kuluttaja on usein näiden toimien kohteena. Monessa artikkelissa vanhempien roolia korostetaan: heidän tulisi opastaa lapsiaan somen käytössä eikä kieltää sitä ja lisäksi toimia itse vastuullisena esimerkillisenä kuluttajana. Vanhempien rooli sosiaalisen median käytäntöjen kehittämisessä osoittaa niiden liittyvän perhedynamiikkaan ja kasvatuksesta saataviin tietoihin ja taitoihin. Tällaiset normatiiviset arvot siitä, minkälaista on ”hyvä vanhemmuus tai ”huono vanhemmuus” saattavat aiheuttaa syyllisyyttä ja paineita (esim. Jeffery 2021; O’Connor & Fotakopoulou 2016; Willett 2015) lisätä vanhempien asettamia rajoituksia lapsilleen (Nikken & Schols 2015) lasten yksityisyyden, medialukutaidon oppimisen ja yhteisöllisen tekemiseen osallistumisen kustannuksella (Haddon 2015; Livingstone ym. 2017).

Kuluttaja esitetään yksilönä, jonka käyttäytymistä voidaan ja tulisi ohjata kohti yhteiskunnallisesti suotavia käytäntöjä. Esimerkiksi suositus *”puhelin kannattaa kävellessä pitää taskussa tai laukussa”* (artikkeli 3) ilmentää tätä ohjausta: kuluttajalle annetaan selkeä, suositeltava toimintamalli, ja häntä kutsutaan edistämään omaa hyvinvointiaan

ja käyttäytymistään, mutta ohjauselementit eivät ole pakottavia. Tällaisessa ohjaavassa viestinnässä kuluttajalla on toimijuutta, sillä hän voi itse valita noudattavansa ohjetta. Näissä tapauksissa, jossa asetetaan normatiivisia odotuksia yksilöiden toiminnalle, ohjausdiskurssi kytkeytyy itsekuridiskurssiin. Siinä yksilöä kannustetaan omaksumaan kontrollimekanismeja. Toisaalta normatiivinen ohjausdiskurssi voi myös oikeuttaa tiukempia sääntelytoimia itsekurin haasteiden kautta. Tällöin yksilöllisen vastuun korostamisen rinnalle nousee tarve ulkoisen sääntelyn tuelle toteuttaa haluttua käyttäytymistä. Esimerkiksi artikkelissa 2 kulutustutkija ja psykologi kommentoivat verkkoshoppailuun addiktoituneen Liisan tilannetta, ja asemoivat riippuvuuden laajempaan kontekstiin esittämättä kuitenkaan ratkaisuvaihtoehtoja. Liisa ei itsekään esitä niitä suoraan, mutta tilanne esitetään tavalla, joka vihjaa sääntelyn ja tukirakenteiden tarpeellisuuteen: maksuhäiriömerkintä asemoituu eräänlaiseksi (vaikkakin osittain tehottomaksi) rajoitteeksi hänen kulutukselleen:

*Maksuhäiriömerkinnän vuoksi Liisa ei tosin enää pysty ostamaan verkkostoksia laskulle – periaatteessa. ”Edelleen yritän sinnikkäästi ja oikein rukouksen, että tilaukseni menisi läpi. Joskus siinä onnistunkin, koska kaikki yritykset eivät tarkista luottotietoja.” -- haastatteluhetkellä operaattori on katkaissut hänen puhelimestaan netin, koska puhelinlaskuja on rästissä. ”Ehkä ihan hyvä opetus minulle. Enpä pääse ainakaan hetkeen shoppailemaan mitään puhelimellani.”*

Liisan toiminta on ristiriitaista: vaikka hän tunnistaa rajoitteen, hän pyrkii aktiivisesti kiertämään sitä. Tämä näyttäytyy merkkinä itsekurin epäonnistumisesta, jolloin institutionaalinen puuttuminen, ulkoinen sääntely ja tukirakenteet ovat tarpeellisia. Liisan tapauksessa esitetään velkajärjestely yhteiskunnallisen tuen muotona, mutta sen pitkä jonoaika viittaa siihen, että tukirakenteita ei ole tarpeeksi tai ne ovat puutteellisia.

Passiivisempi ja haavoittuvaisempi normatiivisesti arvioitu kuluttaja on usein lapsi tai riippuvainen henkilö, joka tarvitsee ulkopuolista sääntelyä ja rajoituksia suojellakseen itseään haitalliselta digitaaliselta kulutukselta. Normatiivinen ohjausdiskurssi korostuu kin lapsista puhuttaessa ja se vähättelee nuorten omaa päätäntävaltaa niin implisiittisesti kuin eksplisiittisestikin:

*Toki ilman valmista etuotsalohkoa on vaikeampi arvioida, mikä on itselle hyväksi ja mikä ei. Siitä huolimatta on kiinnostavaa, miten nuorten huolet eroavat vanhemmista. (artikkeli 6).*

*Loukusta on mahdollista päästä yhdessä. Lapset tarvitsevat siihen aikuisten päätöksiä. Haidt vaatii hallituksilta 16 vuoden ikärajan säätämistä somepalveluille. Teknologiayhtiöt pitäisi velvoittaa estämään käyttö sitä nuoremmilta. La-keja ei hänen mielestään pidä jäädä odottamaan, vaan koulujen ja vanhempien kannattaa ottaa aloite -- (artikkeli 4)*

Normatiivisessa ohjausdiskurssissa digitaalista kulutusta pidetään yhteiskunnallisena kysymyksenä, johon voidaan ja pitää puuttua. Syyllisinä digitaalisen kulutuksen riippuvuuteen pidetään niin yksilöitä, teknologiayhtiöitä kuin yhteiskunnallista kulttuuria ja normeja. Ratkaisuiksi esitetään usein lainsäädäntöä tai asenteellisia muutoksia, jotka perustuvat arvovalintaan *älylaitteiden käytön rajoittaminen on suositeltavaa*. Normatiivinen ohjausdiskurssi perustelee tarpeen sääntelylle manipulaatiodiskurssin avulla: koska digitaalisen kulutuksen alustat ovat suunniteltu maksimaalisen sitoutumisen luomiseksi, niitä tai yksilöitä tulee rajoittaa ja ohjata. Tällöin suojeluretoriikka toimii keskeisenä strategiana, jossa passiivisemmat ja haavoittuvaisemmat kuluttajat esitetään suojelun tarpeessa olevina toimijoina. Tämä rakentaa vastakkainasettelun, jossa digitaalinen kulutus näyttäytyy uhkana ja riskinä, ja sääntely sitä vastoin välttämättömänä toimenpiteenä haavoittuvien ryhmien suojelemiseksi ja riskien ennaltaehkäisemiseksi. Suojeluretoriikkaan liittyy lisäksi moraalinen kehystäminen, jossa sääntelyn puolesta-puhujat asettuvat vastuullisen ja huolehtivan suojeelijan rooliin vastakohtana teknologia-yrityksille tai paremman tiedon puutteessa olevalle yksilölle: *”Kännykkälapsuus sotki jo yhden sukupolven mielenterveyden, varoittaa maailmanmaineeseen nousut professori Jonathan Haidt HS:n haastattelussa. Hän tekee kaikkensa, että seuraavat sukupolvet saisivat varttua ilman digikahleita. Hän ehdottaa siihen neljää yksinkertaista keinoa.”* (artikkeli 12).

Kolmen päädiskurssin lisäksi tunnistin aineistostani kolme muuta tukidiskurssia, jotka tuovat päädiskurssien kehyksiin syvyyttä ja perusteluja. **Teknologiakritiikin diskurssi** tukee normatiivista ohjausdiskurssia ja manipulaatiodiskurssia korostamalla alustojen ja algoritmien valtaa sekä käyttäytymisen ohjaamiseen liittyviä eettisiä kysymyksiä. Teknologiayritykset ja -laitteet nähdään vahingollisena ja syyllisinä digitaalisen kulutuksen riippuvuuteen. Riippuvuus asettuu siten diskursiivisesti teknologiayritysten tavoittelemaksi ja ylläpitämäksi ilmiöksi. Diskurssi tuo myöhemmin esiteltävää manipulaatiodiskurssia laajemmin esiin ongelman taustalla olevan laajemman taloudellisen ja yhteiskunnallisen järjestelmän, jossa teknologiayritykset asettavat voitot käyttäjien hyvinvoinnin edelle:

*Ennen on luotettu digijättien itsesääntelyyn, mutta nyt yhtiöiden toimintaa valvotaan. Uskin mukaan valvominen on kuitenkin hankalaa. Digiyhtiöitä on vaikea saada ajattelemaan yksilöiden etua rahan sijasta. Uskin mukaan syynä on kova kilpailu alustojen välillä. (artikkeli 28),*

Lisäksi diskurssi tuo esiin teknologian materiaalisen ulottuvuuden; ”*Tamminen näkee riskejä siinä, että ostosten tekeminen kännykällä on niin vaivatonta.*” (artikkeli 2) ja esimerkiksi pelillistämisen: ”*Temu on viihdellistänyt ostotapahtuman. Se voi tuottaa enemmän mielihyvää kuin ostettu tuote.*” (artikkeli 28). Teknologiakritiikki voi toimia perusteluna normatiiviselle ohjaukselle tuoden siihen rakenteellisen ulottuvuuden, sillä yritysten liiketoiminnan nähdään tarvitsevan sääntelyä. Manipulaatiodiskurssia se tukee tuomalla esiin teknologiayritysten manipuloivat liiketoimintamallit ja käyttäjiin kohdistuvan vaikuttamisen. Diskurssi ei välttämättä kuitenkaan pidä kuluttajaa passiivisena uhrina:

*Vähentämisen ja poislähdön syiksi mainitaan myös tietojen keruu, liiat mainokset, suurten mediajättien epäeettisyys ja uutena tekoäly. Varsinkin Tiktokista ja sen Kiina-yhteydestä on ollut julkisuudessa paljon negatiivista tietoa viime aikoina. "Minua inhottaa ajatus siitä, että jättimäiset firmat hyötyvät kustannuksellani ja seuraavat joka liikettäni." - Nainen, 32, Tuusula (artikkeli 21)*

Vaikka yksilökeskeiset ratkaisut kuten itsesääntely eivät ole diskurssissa keskiössä, lukija kutsutaan osallistumaan kauhisteluun vetoamalla lukijaan retorisesti meinä ja vertaamalla teknologiaa päihteisiin: ”*Villar toivoo, että lähitulevaisuudessa älylaitteet kielletään alaikäisiltä tupakan ja alkoholin tavoin. – Meidän ei pitäisi sallia, että teknologiäjätit tekevät rahaa lastemme mielenterveyden kustannukselta.*” (artikkeli 32).

Teknologiakritiikin diskurssissa korostuu uhka- ja riskinäkökulmat, sillä keskiössä on kriittinen suhtautuminen siihen, miten teknologiayritykset suunnittelevat alustansa ja laitteensa sekä miten tämä vaikuttaa käyttäytymiseen ja valta-asetelmiin. Uutismedian logiikan näkökulmasta (esim. Asp 2014) uhka- ja riskikeskeisyys voidaan ymmärtää osana journalistisia käytäntöjä, jotka ohjaavat uutismedian tuotantoa. Konstitutiivisia työskentelysääntöjä, eli niitä, jotka määrittävät mitä uutinen on, ohjaavat uutisuus, merkittävyys ja kiinnostavuus (Asp 2014). Uudet teknologian sääntelyyn liittyvät puheenaiheet tarjoavat uutisuusarvoa. Teknologian ja sitä vastaan taistelevan kuluttajan vastakkainasettelua on mahdollista hyödyntää yleisön kiinnostuksen ylläpitäjänä ja toisaalta riskeihin ja negatiivisiin seurauksiin liittyvät tapahtumat voidaan tulkita merkittäväksi.

Lisäksi regulatiivisten sääntöjen, eli artikkelin yleisölle kiinnostavaksi muotoilun sääntöjen, näkökulmasta teknologiakritiikin korostaminen palvelee uutismedian tavoitteita, sillä se tarjoaa aineksia esimerkiksi tunteiden korostamiseen, kärjistämiseen ja asioiden henkilökohtaistamiseen. Laajemman teknologiakriittisen lähtökohdan lisäksi mielenterveys- ja addiktioteemat tarjoavat hedelmällisen pohjan klikkiotsikoille, jos ne yhdistyvät esimerkiksi henkilötarinoihin (Strömbäck 2008) selviytymisestä tai epäonnistumisesta tai konflikteja ja tunteita (Karidi 2018). Uhkaavista aiheista saa helposti klikkiotsikoita ja riskien ja pelkojen korostaminen houkuttelee yleisöä kuluttamaan sisältöä (Altheide & Michalowski 1999), mikä palvelee kaupallisen uutismedian voitontavoitetta.

Uhkakeskeisyys ei ole sattumanvaraista, vaan se kytkeytyy uutismedian logiikkaan, jossa tiettyjen narratiivien ja tyylikeinojen käyttö tukee kaupallisia ja journalistisia tavoitteita. Laajemmin ajateltuna uutismedian on digitaalisessa ympäristössä mukautettava sisältönsä vastaamaan alustojen toimintalogiikkaa, jotta se pääsee näkyville algoritmien ohjaamassa uutisvirrassa (Caplan & boyd 2018). Vaikka analysoimani uutismediat eivät ole ”perinteisiä klikkimedioita”, otsikoissa, kuten *”Lasten kehitys on syvästi uhatuna kännyköiden takia, varoittaa kuuluisa sosiaalipsykologi – Hän esittää 4 neuvoa, kuinka sukupolvi voi pelastua”* tai *”Lyhyet videot aktivoivat aivoissa samoja hermora-toja kuin kokaiini, sanoo professori”* näkyy vahva klikkikärki.

### 5.2.2 Manipulaatiodiskurssi

Manipulaatiodiskurssille ominaista on käsitys siitä, että digitaalisen kulutuksen mahdollistavat teknologiayritykset eivät ole pyrkimyksissään neutraaleja, vaan he ovat kaupallisia toimijoita, joiden ensisijainen tavoite on voittojen maksimointi. Tässä kehyksessä teknologiayritysten nähdään suunnittelevan teknologiansa ja alustansa siten, että ne edistävät käyttäjien sitoutumista ja riippuvuutta ja siten olevan syyllisiä ongelmallisten kulutuskäytäntöjen syntyyn. Diskurssi rakentuu narratiiville, jossa digitaalinen kuluttaja kuvataan teknologian tai digitaalisten palvelujen armoilla olevana toimijana, joka ei täysin hallitse omaa käytöstään: *”Teleyhtiö Elisan ja Mannerheimin Lastensuojeluliiton tekemässä nuorten mediankäytön kyselyssä noin kolmasosa yli 3 600 vastaajasta kertoi haluavansa vähentää älylaitteiden käyttöä, mutta kokevansa, että ei välttämättä pysty siihen.”* (artikkeli 35). Tämä ilmentyy erityisesti viittauksina teknologian ja mainonnan psykologisiin ja kognitiivisiin mekanismeihin, kuten algoritmeihin, kohdennettuun mainontaan ja käyttöliittymäsuunnitteluun:

*Shoppailuaddiktio on yleistynyt ilmiö. Siihen kytkeytyy kaikkialla mukana kulkeva älypuhelin ja kohdennettu somemainonta, joka horjuttaa ihmisen keskittymistä. Kiinalaiset verkkokauppajätit Shein ja Temu ovat vallanneet markkinoita vauhdikkaasti esimerkiksi somevaikuttajia hyödyntämällä. Temu on viihtelistänyt ostotapahtuman. Se voi tuottaa enemmän mielihyvää kuin ostettu tuote. (artikkeli 28)*

Manipulaatiodiskurssi korostaa sitä, miten teknologia ja markkinointikeinot luodaan koukuttavaksi ja manipuloivaksi, olivat kuluttajat tästä tietoisia tai eivät. Diskurssin retoriset keinot rakentuvatkin vahvasti vastakkainasetteluille ja uhkakuvien luomiselle. Uutisten uskottavuuteen ja faktapohjaisuuteen tähtäävät asiantuntijapuheenvuorotkin voivat vahvistaa uhkakeskeistä tulkintaa. Diskurssin funktiona näyttäytyykin huolipuheen ja uhkakuvien rakentaminen sääntelytoimien, yksilön tai yhteiskunnan osalta, edistämiseksi. Tämä näkyy artikkelissa 2 tutkijan analyysinä mainosten algoritmista tehokkuudesta. Toisaalta kuten manipulaatiodiskurssissa yleensä, tässä analyysi on mahdollista tulkita myös neutraaliksi tai informatiiviseksi yksilön roolin asemoimisen kannalta, sillä siinä korostetaan, että algoritmit on todella suunniteltu maksimoimaan käyttäjän sitoutuminen. Manipulaatiodiskurssi liittyy siten vahvasti normatiiviseen ohjausdiskurssiin ja itsekuridiskurssiin oikeuttaen tarpeen rajoittaa digitaalista kulutusta.

Uhkakuvissa digitaalista kulutusta verrataan esimerkiksi kokaiiniin, jolloin rinnastetaan koukuttamisen mahdollisuus huumeriippuvaisuuteen: *”Jatkuva ruudulla oleminen koukuttaa kokaiinin tavoin. Esimerkiksi monet digilaitteiden sovellukset käyttävät algoritmeja, jotka palkitsevat usein, mutta satunnaisesti. Käyttäjä ei tiedä, tuleeko palkinto joka kerta vai esimerkiksi joka toinen kerta ja juuri tämä on koukuttavinta palkitsemista.”* (artikkeli 7).

Artikkeleissa 2, 25 ja 28 shoppailuun riippuvaisten kuluttajien tarinoita esitettiin varoitavana esimerkkinä siitä, kuinka helpoksi tehty ostosten klikkailu digitaaliseen ostoskoriin, algoritmien kohdistetun mainonnan tehokkuus ja ostamisen koukuttavuus voivat johtaa taloudelliseen ahdinkoon, ajanhukkaan ja riitoihin läheisten kanssa. Uhkakeskeisyyttä vahvistavat kuvaukset shoppailuriippuvaisen ahdingosta, kuten ruoan puutteesta, laskujen rästytyämisestä ja nettiyhteyden katkeamisesta: *”Liisan puhelinoperaattori on haastatteluhetkellä katkaissut hänen älypuhelimestaan nettiliittymän rästissä olevien laskujen takia, minkä Liisa näkee myös mahdollisuudeksi: ’ - - Enpä pääse ainakaan hetkeen shoppailemaan mitään puhelimellani.’”* (artikkeli 2). Kulutusikäntänessä näkyy näin puhelimen, materian, huomattava mahdollistava merkitys kulutuksessa ja se,

kuinka digitaalisia markkinalaitteita käytetään yhä useammin osana muita kulutuskäytäntöjä, kuten tässä maksuvälineinä.

Manipulaatiodiskurssissa vedotaan usein psykologian ja kognitiotieteiden auktoriteettiin. Asiantuntijapuheenvuoroja käytetään retorisisina keinoina, jotka tuovat diskurssiin näennäistä objektiivisuutta ja faktapohjaa, vaikka ne samalla osallistuvatkin ilmiön kehystämiseen ja tietynlaisen todellisuuden tuottamiseen. Median alkoholilakikeskustelun kehystämistä tutkineet Seuri, Katainen ja Toivanen (2023) osoittavat, kuinka asiantuntijapuheenvuorot toimivat uutismediassa keskeisenä legitimitietin lähteenä, mutta samalla ovat journalistien rutiininomaisten käytäntöjen takia alttiita sidosryhmien vaikutukselle ja osallistuvat aktiivisesti alkoholilakikeskustelun kehystämiseen. Toimittajat tasapainottavat usein eri osapuolten näkemyksiä, erityisesti jos heillä ei ole aikaa tai asiantuntemusta arvioida lähteiden virheettömyyttä ja paikkansapitävyyttä (Dunwoody 1999). Tutkimukset näennäisestä kompromissista ja väärästä tasapainosta (Dixon & Clarke 2013; Koehler 2016) osoittavat, että lähestymistapa voi antaa harhaanjohtavan ja vääristyneen käsityksen tieteellisestä konsensuksesta.

Esimerkiksi ihmisen dopamiinijärjestelmän kuvailu vahvistaa kuvaa passiivisesta kuluttajasta, jonka biologisia ja psykologisia heikkouksia hyödynnetään armottomasti ja dopamiinivasteita hyödynnetään käyttäjien sitouttamiseksi. Dopamiini mainittiin yhteensä seitsemässä artikkelissa, minkä lisäksi dopamiinijärjestelmään viitattiin monessa muussa artikkelissa epäsuorasti palkitsemis- tai mielihyvähäkökemusten kautta. Toisaalta dopamiinijärjestelmään eivät viittaneet vain asiantuntijat vaan myöskin tavalliset kuluttajat, mikä osoittaa neurobiologisen retoriikan mobilisointia arkikokemukseen ja riippuvuuteen liittyvissä kysymyksissä (Størup & Lieberoth 2022). Kuluttajan passiivisuutta voitaisiin käytäntöteorian näkökulmasta ymmärtää kuitenkin arjen elämisestä ”autopilotilla”, eli tottumuksellisten, automaattisten tapojen toistona.

Kuluttajan subjektipositio rakentuu diskurssissa ensisijaisesti manipuloiduksi, koukuttuneeksi, passiiviseksi käyttäjäksi, jolla ei ole omaa toimijuutta, tai sitä on vain vähän. Teknologiayhtiöt esitetään toimijoina, jotka tarkoituksellisesti pyrkivät ohjaamaan kuluttajien käyttäytymistä omia intressejään palveleviksi. Diskurssin kehyksessä käyttäjä on siten niin mainonnan kuin alustojen, tai niiden yhdistelmän uhri. Manipulaatiodiskurssin retoriikka vahvistaa ajatusta siitä, että yksilöt eivät voi olla täysin vastuussa omasta käyttäytymisestään, koska heidän digitaalinen toimintaympäristönsä on tietoisesti manipuloitu.

Itsekuridiskurssi ja normatiivisen ohjauksen diskurssi linkittyvät manipulaatioon ratkaisutahojen ja -keinojen suhteen, sillä manipulaatiodiskurssi ei itsessään tarjoa niitä, vaan

esimerkiksi tarve säännellä teknologiayhtiöitä ilmenee normatiivisen ohjauksen diskurs-  
sissa. Manipulaatiopuhe voi heikentää itsekuridiskurssin keskeistä ajatusta yksilön vas-  
tuusta, sillä se korostaa teknologiayhtiöiden taitoa hyödyntää yksilöiden psykologisia  
haavoittuvuuksia: ”’Kuka tahansa joka menee Tiktokiin, jää siihen koukkuun. Vika ei  
ole meissä ihmisissä, vaan se algoritmi osaa johdatella meitä kaikkia, ja se ei ole enää  
meidän omissa käsissämme. Se ei toimi niin, että olepas vähän reippaampi ja säätele-  
päs itseäsi paremmin’, Uski sanoo” (artikkeli 16).

Ristiriitaisesti manipulaatiodiskurssi ei välttämättä aina johda yksilön vastuusta vapau-  
tumiseen, vaan se voi vahvistaa itsekuridiskurssia asettamalla kuluttajalle vaatimuksia  
vastustaa manipulaatiota omatoimisesti paremman sääntelyn puutteessa:

*Lainsäädäntötyö on kuitenkin hidasta. Siksi ihmisten pitäisi Uskin mielestä tällä  
hetkellä rajoittaa sekä omaa että lastensa somenkäyttöä itse. -- Koska somen-  
käyttöä on vaikea vähentää pelkän itsekurin voimalla, Uski antaa kirjassaan  
vinkkejä ”koukutussiivoukseen”. Uski on esimerkiksi hankkinut itselleen älypu-  
helimen rinnalle ”tyhmäpuhelimen”, vanhan ajan kännykän, jolla ei pääse net-  
tiin. -- Lisäksi Uski suosittelee erillistä kelloa, jotta aikaa ei tarvitse katsoa pu-  
helimesta. Hänellä itsellään on ranteessa treenikello. ”Ennen minulla saattoi  
mennä 15 minuuttia siihen, että menin katsomaan kelloa, kun tein sen puhelime-  
la.” Kun Uski käyttää älypuhelintaan, hän pyrkii tekemään sen hallitusti esi-  
merkiksi rajaamalla viestittelylle tietyt aikaikkunat. Vaikka Uski varoittaa somen  
vaaroista, hän huomauttaa, ettei missään nimessä vastusta teknologiaa. (artikke-  
li 16)*

Puhetapa tasapainoilee teknologian riskien tunnistamisen ja ideaalin arkisen käytön vä-  
lillä. Lisäksi se toimii strategiana, joka mahdollistaa teknologiakriittisyyden ilman, että  
se näyttäytyisi teknologian vastustamisena. Ilmiö heijastaa Størupin ja Lieberothin  
(2022) havaintoja siitä, kuinka samanaikaisesti teknologiateollisuus ja neurotieteellinen  
näkökulma dopamiinikuvauksineen esitetään sekä syyllisinä ongelmallisten ja riippu-  
vuutta aiheuttavien teknologioiden kehittämiseen, että perusteena sille, miksi yksilöt  
ovat itse vastuussa, mikäli he eivät kykene säätelemään teknologian käyttöönsä. Tämä  
Aagaardin (2020, 4) neurobehavioristiseksi näkemykseksi ihmisen toimijuudesta kut-  
suma paradoksi asettaa kuluttajan sekä manipuloitukseksi uhriksi että moraalisesti vastuul-  
liseksi toimijaksi (Størup & Lieberoth 2022). Tämän voidaan katsoa ylläpitävän ajatusta  
siitä, että ongelmallinen kulutus ja teknologiat eivät välttämättä vaadi yhteiskunnallisia  
tai rakenteellisia muutoksia, vaan yksilöt voivat hallita tilannetta omilla valinnoillaan.

Esimerkiksi artikkelin 19 Kimmo tiedostaa olevansa videopeliriippuvainen, mutta hänen asemansa ei ole täysin passiivinen. Hän on hakenut apua Sosped-säätiön Ctrl-toiminnasta, eli keskusteluryhmästä ihmisille, jotka haluavat kontrolloida pelaamistaan, mutta riippuvuus jatkuu, mikä luo ristiriitaisen subjektiposition. Kuluttaja kuvataan sekä manipuloituna, rajoja tarvitsevana kuluttajana, että osittain itsehuriin pyrkivänä vastuullisena valitsijana. Kuluttajalla esitetään täten olevan jonkin verran toimivaltaa tekemään itseään koskevia ratkaisuja, mutta olevan silti addiktionsa viemänä. Toimijana on osittain riippuvuus ja osittain yksilö esimerkiksi järjestöjen, kuten Sospedin tukemana. Manipulaatiodiskurssi yhdistyy itsekuridiskurssiin tämän kaltaisissa tilanteissa, kun manipuloitu kuluttaja ymmärtää olevansa manipuloitu ja tunnistaa itsekurin puutoksen tai tarpeen saadakseen toimijuutensa takaisin. Kuluttaja ilmeneekin sisäistäneen normatiivisen ohjausdiskurssin määrittelyn ideaalista ja toivotusta kuluttamisesta. Tämä ilmenee esimerkiksi häpeän tunteena: *”Se oli jotenkin kamalan noloa, etten selvinnytkään maksuista ajallaan.”* (artikkeli 2). Diskurssi yksilöllistää ongelman, vaikka taustalla näytetäänkin videopelien tai algoritmien ja markkinoinnin manipuloinnin voima. Keskustellut shoppailuaddiktiosta linkittyvät normatiivisen ohjauksen diskurssiin, kun kontrollin mekanismit, kuten velkajärjestely ja maksuhäiriömerkinnät tuovat kuluttajan takaisin järkevän, ideaalin taloudenpidon piiriin.

Manipulaatiodiskurssi yhdistyy usein **neurobehavioristiseksi diskurssiksi** nimittämääni tukidiskurssiin. Niiden ero on se, että neurobehavioristisessa diskurssissa ei osoiteta syyllisiä, vaan koukuttuminen nähdään luonnollisena, väistämättömänä aivojen reagoitina digitaalisten alustojen ja teknologioiden mekanismeihin. Neurobehavioristinen diskurssi nojaa siis ajatukseen ihmisen käyttäytymisestä aivojen neurokemian, kuten dopamiinijärjestelmän ohjaamana. Dopamiiniretoriikka liittyy manipulaation biologiseen tasoon, jolloin teknologiayhtiöiden katsotaan ohjelmoivan kuluttajien aivot jatkamaan käyttöä: *”Kirjassaan Haidt käy seikkaperäisesti läpi sitä, miten sosiaalisen median jättiyhtiöt pyrkivät tietoisesti lisäämään käyttäjien riippuvuutta erilaisilla dopamiinisykkeillä.”* (artikkeli 12).

Esimerkiksi artikkelissa 23 somevideoiden katseleminen rinnastetaan muille eläimille ja ihmisille ominaiseen palkitsemiskäyttäytymiseen. Neurobehavioristisessa diskurssissa riippuvuus digitaalisiin alustoihin nähdään väistämättömänä ja luonnollisena ilmiönä. Se erottuu manipulaatiodiskurssista siinä, että syyllistä ei ole, itsekuridiskurssista siinä, että riippuvuuden katsotaan olevan väistämätöntä, ja ohjausdiskurssista siinä, että moraalista ulottuvuutta ei välttämättä ole. Toisaalta neurobehavioristinen diskurssi kytkeytyy manipulaatio-, ja teknologiakritiikin diskurssiin silloin, jos teknologiayritysten esite-

tään hyödyntävän tätä ihmisen biologista ja psykologista heikkoutta, aivojen palkitsemisjärjestelmää:

*Esimerkiksi monet digilaitteiden sovellukset käyttävät algoritmeja, jotka palkitsevat usein, mutta satunnaisesti. Käyttäjä ei tiedä, tuleeko palkinto joka kerta vai esimerkiksi joka toinen kerta ja juuri tämä on koukuttavinta palkitsemista. -- Mitä enemmän saamme mielihyvää nopeasti, sitä enemmän aivomme haluavat sitä lisää. Samalla meistä tulee lyhytjänteisempiä ja esimerkiksi keskittymiskykyimme hapertuu. (artikkeli 7)*

Kuluttajan subjektipositio näyttäytyy tässä diskurssissa biologisesti ohjelmoituna käyttäjänä, joka on neurokemiallisesti ohjattavissa, reagoi palkitsemiseen ja toistaa lajilleen ominaisia nautinnollisia käyttäytymismalleja. Riippuvuus ei tässä diskurssissa ole kenenkään syy, vaan rakentuu diskursiivisesti neutraalin biologiseksi ilmiöksi. Toisaalta esimerkiksi artikkelissa 23 viitataan siihen, että jos dopamiinin vaikutusjärjestelmän ymmärtää, voi hallita käyttäytymistään. Näin vastuu siirtyy implisiittisesti yksilölle.

**Terveys- ja turvallisuuskurssi** esittää, minkälaisia seurauksia manipulaatiolla on, ja esiintyy siksi usein manipulaatiodiskurssin yhteydessä tai sen seurauksena. Diskurssi korostaa sosiaalisen median haittoja ja esittää digitaalisen kulutuksen terveysriskinä. Digitaalinen kulutus rakentuu diskursiivisesti ongelmalliseksi silloin, kun se aiheuttaa nimenomaan terveydelle haittaa. Terveys- ja turvallisuuskurssi toimii oikeuttajana sääntelylle ja poliittisille toimenpiteille ja on siksi yhteydessä myös normatiiviseen ohjauskurssiin. Terveys- ja turvallisuuskurssi tarkastelee ongelmia hieman eri näkökulmasta kuin teknologiakritiikin diskurssi, vaikka ne usein limittyvätkin toisiinsa. Esimerkiksi huoli älylaitteiden vaikutuksesta uneen (terveysdiskurssi) yleensä sisältyy tai johtaa keskusteluun siitä, miten alustat on suunniteltu mahdollisimman koukuttaviksi (teknologiakritiikin diskurssi/manipulaatiodiskurssi) ja niiden käyttö viivyttää nukku- maanmenoa. Diskurssi nojaa usein asiantietoon, erityisesti lääketieteellisiin ja psykologisiin havaintoihin siitä, miten digitaalinen kulutus ja teknologia vaikuttavat ihmiseen. Keskiössä on yksilön hyvinvointi ja normatiiviseen ohjaukseen tai itsekkyyteen nojautuva pyrkimys löytää tapa käyttää teknologia terveellisellä tavalla:

*Aivotutkija Mona Moisan mukaan on selvää, että näin suuri ruutu-aika muokkaa kasvavan nuoren aivoja ja vaikuttaa kehitykseen. – Se aika on usein suoraan pois unesta, liikunnasta, ihmisten välisestä vuorovaikutuksesta, pitkäjänteisestä*

*tekemisestä ja monesta muusta kasvavalle nuorelle erittäin merkityksellisestä asiasta. (artikkeli 35)*

Terveys- ja turvallisuusdiskurssiin liittyy uhkakeskeinen näkökulma aiheeseen. Siinä korostetaan digitaalisen kulutuksen psyykkisiä ja fyysisiä riskejä, kuten keskittymisen vaikeuksia, univaikeuksia ja riippuvuutta:

*Komission mukaan Facebookin ja Instagramin käyttö saattaa olla riski lasten fyysiselle ja henkiselle hyvinvoinnille sekä perusoikeuksille. (artikkeli 9)*

*Lapsen henkistä kehitystä voi vahingoittaa se, että vanhempi selailee jatkuvasti puhelinta vaikkapa lapsen aterioiden yhteydessä, toteaa raportti. (artikkeli 29)*

### 5.2.3 *Itsekuridiskurssi*

Itsekuridiskurssissa on samoja piirteitä kuin normatiivisessa ohjauskurssissa, mutta niiden keskeinen ero on siinä, missä toimijuus nähdään ja kuka asettaa säännöt. Analyysini 22 artikkelissa esiintyneessä itsekuridiskurssissa toimijuus on yksilöllä, joka on sisäistänyt normatiivisen ohjauskurssin normit ja säännöt. Yksilö siis pyrkii hallitsemaan omaa käyttäytymistään sisäistettyjen normien motivoimana. Itsekuri- ja normatiivinen ohjauskurssi esiintyvät välillä lomittain, mikä viittaa siihen, että yksilön itsesäätely ja yhteiskunnalliset normit kietoutuvat toisiinsa ideaalissa kulutuksessa. Kun esimerkiksi Vintediin koukuttunut Jasmin Lavonen artikkelissa 17 puhuu siitä, että ”*järki sanoo toisin*”, hän viittaa siihen, että hänen *pitäisi* hallita ostokäyttäytymistään. Tämä viittaa ulkoa annettuun normatiiviseen ohjaukseen, jossa impulsiivista ostamista ei katsota hyvällä. Toisaalta Lavonen kertoo pyrkivänsä itse rajoittamaan käyttöönsä: ”*-- täytyy yrittää päästä eroon.*” Tämä viittaa pyrkimykseen hallita omaa käyttäytymistään ja kontrolloida himojaan – toteuttaa itsekuria. Dopamiinikoukusta irtautumista käsittelevässä artikkelissa 27 liikutaan itsekuri- ja ohjauskurssin välimaastossa, sillä vaikka pääpaino on itsekuridiskurssin yksilön omassa valinnassa ja kontrollissa, on artikkelissa ohjauskurssin tapaan moraalisia ohjeistuksia siitä, millainen käytös on suositeltavaa ja millaista tulisi välttää. Ohjauselementit eivät kuitenkaan ole pakottavia tai ulkopuolelta saneltuja, vaan ne esitetään ehdotuksina. Tämä esiintyy myös artikkelissa 29, jossa ranskalaisen sairaalan psykiatrian ja addiktioyksikön johtaja muistuttaa, että ”*– Jos päätit, että aiot katsoa vain yhden tai kaksi videota ja katsoitkin [videoita] koko illan, on sinun syytä kyseenalaistaa tapahtunut.*”

Manipulaatiodiskurssille itsekuridiskurssi taas on periaatteessa vastakkainen: siinä missä manipulaatiodiskurssissa riippuvaisuuden nähdään olevan digitaalisten alustojen vastuulla, itsekuridiskurssi painottaa yksilön vastuuta muokata omaa käytöstään. Ongelma ei siis ole teknologia itsessään, vaan se, miten sitä käytetään. Diskurssista voikin tunnistaa vastuuttamisen funktion, jossa yksilö nähdään vastuullisen omasta teknologiankäytöstään. Funktion voidaan tulkita olevan myös ratkaisujen ja toimintaohjeiden tarjoaminen. Kuitenkin, kuten manipulaatiodiskurssin esittelyn yhteydessä todettiin, itsekuridiskurssi lähinnä vain esittää eksplisiittisemmin yksilön vastuun, joka on toisinaan sisäänrakennettu myös manipulaatiodiskurssiin. Monissa itsekuridiskurssia sisältävissä artikkeleissa luonnollisesti korostuu yksilöiden ja perheiden ensisijainen vastuu ratkaisusta ja ammatillaiset nähdään viimeisenä vaihtoehtona. Näissä tilanteissa itsekuridiskurssi lomittuu normatiivisen ohjauksen diskurssiin, jos itsekurin toteutumista pyritään tukemaan yhteiskunnan tuella.

*Mistä sitten pitäisi aloittaa? Ensimmäinen askel on tarkastella omaa laitteen käyttöä. Älypuheliiniin saa asennettua sovelluksen, joka kertoo faktaa siitä, kuinka paljon puhelintaan käyttää ja mitä sillä tekee. -- Jälleen kannattaa aloittaa pienistä asioista. ”Jo se voi olla hyvä alku, että vie roskat ilman puhelinta.” -- Älylaitevapaampaa arkea voi ajatella elämäntapana. Uski huomauttaa, että nykyään esimerkiksi työkseen älylaitteita käyttävien somevaikuttajien keskuudessa puhutaan fomon (fear of missing out) eli jostain paitsi jäämisen sijaan yhä enemmän myös jomosta (joy of missing out). Se tarkoittaa nauttimista niistä hetkistä, kun ei olla koko ajan kärryillä uutisista ja sosiaalisista kuvioista. Jos tuntuu siltä, ettei oman ja läheisten avun turvin pääse ongelmaan käsiksi, Uski kehottaa hakeutumaan matalalla kynnyksellä ammattiavun piiriin. ”Nykyään esimerkiksi psykologit alkavat jo olla perillä koukuttavista teknologioista. Ammatillainen pystyy myös paremmin arvioimaan, olisiko tarvetta jollekin muunkin tyyppiselle avulle. Voi olla että riippuvuuden taustalla on muitakin asioita, joita pitäisi ratkoa.” (artikkeli 5)*

Artikkelissa 1 sosiaalisen median vaikuttaja painottaa yksilön kykyä sopeutua someen ja kehittää medialukutaitoa. Hän ei kuvaa nuoria täysin passiivisina uhreina, vaan kannustaa ottamaan vastuuta somen käytöstä. Toimijana ovat nuoret ja vanhemmat itse hyvässä ja pahassa: heillä on valtaa ja vastuu valita ”oikein.” Itsekuridiskurssissa kuluttajan subjektipositio muotoutuukin joko ulkoa annettuna tai sisältä päin omaksuttuna itse kuriin pyrkiväksi vastuulliseksi valitsijaksi, joka pyrkii itsekurin avulla kohti ideaalia

kulutusta. Ristiriita syntyy siitä, että kuluttajalle ei välttämättä anneta täyttä toimijuutta määritellä ideaalia itse. Sen sijaan diskurssi asettaa valmiit normit terveelliselle ja vastuulliselle kulutukselle. Kuluttaja siis nähdään kyvykkäänä, ja oikeastaan velvollisena, toteuttamaan määriteltyjä ihanteita, mutta ei muotoilemaan niitä itse: *”Koska olemme tottuneet nopeaan palkitsevuuteen, nykyajan ihmisen haaste on tehdä myös niitä asioita, jotka eivät tunnu aina kivoilta tai tuota hetkessä mielihyvää. Tästä huolimatta usein juuri nämä asiat ovat meille hyväksi. Teemme siis palveluksen oman hyvinvointimme eteen, kun vähennämme kännykkäaikaa.”* (artikkeli 7).

Kuluttajaa kutsutaan osallistumaan ideaaliin kulutukseen ja noudattamaan itsekuria esimerkiksi vastakohta-asettelulla: *”Somen välttely muistuttaa vaikkapa itse valittua ruokavaliota tai raittiutta siinä, että muiden silmin ihminen luopuu jostain mutta itse kokee olevansa saamapuolella.”* (artikkeli 11), tunteisiin vetoamalla: *”Alkaa olla selvää, että poissaolo somesta tuo ihmiselle vapautuneen, jopa valaistuneen olon.”* (artikkeli 11) tai moralisoinnilla. Paikoin moralisoivaa kulmaa edusti esimerkiksi artikkeli 3, jossa käsiteltiin älypuhelimien käyttöä kävellessä. Artikkelissa kasvatustieteen professori kertoo, miten kävely vaikuttaa fyysisesti ja psyykkisesti ja vastineensa saivat kertoa puhelinta kävellessään käyttäneet, toimituksen bongaat haastateltavat. Artikkelissa esitetty kysymys *”Vaikka enemmistö siis edelleen pitää puhelimen taskussaan tai laukussaan, silti parikymmentä ihmistä katsoi puhelinta kävellessään. Miten se meihin vaikuttaa?”* vihjaa, että puhelimen käyttö kävellessä on ongelmallista ja jopa epätoivottavaa. Tässä implikoidaan, että puhelimen käyttöön kävellessä tulisi suhtautua kriittisesti, ja argumentaation tueksi esitetään kognitiotutkimukseen perustuvia asiantuntijahuomioita. Vaikka artikkeli antaa tilaa yksilöiden omille pohdinnoille, siinä rakentuvat moralisoivat elementit kuvauksessa puhelimen käytöstä kävellessä negatiivisena kehityskulkuna: *”Kävely on ollut koko ihmiskunnan historian ajan tapa rauhoittaa hermostoa ja mieltä, ja se ei puhelinta selatessa toteudu.”* Tässä vedotaan retorisesti ihmiskunnan historiaan, mikä luo vaikutelman, että puhelimen käyttö on jotain ”epäluonnollista” ja vääristää jotakin, joka on ollut ihmisen hyvinvoinnille keskeistä vuosituhansien ajan. Kehityskulkua paheksuu osaltaan myös haastateltava, jonka mielestä teknologian kehitys on liian nopeaa ja ihmisiä vieraannuttavaa: *”Kehitys on edennyt monessa jutussa liian nopeasti. Sosiaalinen media tekee meistä antisosiaalisia.”* Toisaalta tästäkin artikkelista voi löytää neutraalin kulman, jos painottaa informatiivisia ja hyödyllisiä esiintuotuja asioita, kuinka puhelimesta on iloa kävellessä podcastien muodossa. Lisäksi artikkelissa annetaan tilaa tavallisten kuluttajien kokemuksille, joita kuunnellaan ilman syyllistämistä. Toisaalta normatiivinen, paheksuva tulkinta ilmiöstä lähtee kuluttajasta itsestään: *”Onko puhelin usein kädessä kävellessä? Vuokko naurahtaa kysymykselle vähän häpeillen. ’No joo, kieltämättä!’”*

Käytännöt ovat Schatzkin (1996, 89) mukaan ajallisesti kehittyviä ja toistuvia sekä tilallisesti hajautuneita tekojen ja sanojen verkostoja. Lisäksi käytännöt kytkeytyvät toisiinsa jaettujen ymmärrysten, normien ja sääntöjen välityksellä. Shoven, Pantzarin ja Watsonin (2012, 119–120) mukaan käytännöt muuttuvat, kun niihin tai niiden toimintaympäristöön lisätään uusia elementtejä tai kun olemassa olevat elementit yhdistyvät uudella tavalla. Sahakian ja Wilhite (2014) taas jaottelevat elementit ruumiiseen, materiaan ja sosiaaliseen kontekstiin. He esittävät, että tapojen muuttuminen riippuu niiden juurtuneisuudestaan näihin elementteihin. Muutokset yhdessä elementissä voivat vaikuttaa käytäntöihin, mutta laajempi ja pysyvämpi muutos edellyttää muutoksia useammassa käytännön elementissä. Näin ollen itsekuridiskurssin vaatima pelkkä yksilön päätös irrottautua digitaalisesta kulutuksesta ei riitä, vaan muutosten on kohdistuttava laajalaisemmin useisiin käytännön elementteihin.

Tätä käytäntöteoreettista lähtökohtaa soveltaen Huotilaisen ymmärtämä oikeanlaisen kävelyn käytäntö on muuttunut uuden fyysisen elementin, puhelimen myötä. Huotilaisen kävelyn käytäntö rakentuu ymmärrykselle siitä, että kävelyn tulisi toimia palauttavana, keskittymistä tukevana ja hermostoa rauhoittavana käytäntönä. Käytännön menettelylle on ominaista perinteinen kävely ilman ulkoisia häiriötekijöitä, kuten puhelinta, ja oikean, filteröimättömän ympäristön havainnointi. Emotionaaliseen aspektiin kuuluu arvonanto historiallisesti ja evolutiivisesti ”oikealle” kävelyn käytännölle sekä huoli teknologian vaikutuksesta ajatteluun ja keskittymiseen. Huotilaisen puheesta ilmenee, kuinka käytännön muutos aiheuttaa vahvoja reaktioita, koska siihen liittyvät normit eivät ole vakiintuneita. Tulkitsenkin hänen moralisoivaa sävyään pyrkimyksenä säädellä käytäntöä, palauttaa aiempia normeja osaksi kävelyn käytäntöä ja tuottaa tietynlaista sosiaalista järjestystä. Toimittaja pyrkimyksessään esittää puhelimen käytön mahdollisuuksia ja motivaatioita, kuten podcastien tai erilaisten oppimissisältöjen kuuntelun, osoittaa Schatzkin (2005) kuvaaman käytäntöjen verkoston: käytännöt ovat aina sidoksissa toisiin käytäntöihin, ja ne ovat usein ainakin osittain päällekkäisiä sekä hyödyntävät toisiaan resursseina. Lisäksi haastatellut kävelijät kuvaavat kuinka puhelimen käyttö on kietoutunut arkisiin rutiineihin, siten, että siitä on tullut automaattinen ja huomaamaton osa kävelyä. Esimerkiksi kuvattu BeReal-sovelluksen käyttö kuvaa uudenlaista rytmitystä puhelimen käyttöön, jossa kuluttajan on reagoitava sovellukseen ilmoitukseen heti sen saavuttua.

Itsekuridiskurssissa ongelmien ratkaisut ovat luonnollisesti yksilövetoisia. Vaikka monessa, erityisesti Uskin täydentämissä artikkeleissa korostettiin somejättien roolia kouttavien alustojen luomisessa, esitettiin yksilön oma vastuu tärkeänä niin medialukutaidon kuin itsekontrollin opettelussa. Artikkelissa 2 Liisan velkajärjestely on ratkaisu, joka nojaa yksilön vastuuseen: hän hakee itse apua Takuusäätiöstä. Artikkelissa asian-

tuntijat, kulutustutkija ja psykologi, antavat tietoa ja sijoittavat ongelman laajempaan yhteiskunnalliseen kontekstiin kritisoiden algoritmien ja brändäyksen koukuttavuutta. He eivät kuitenkaan tarjoa konkreettisia ehdotuksia yhteiskunnallisiin tai rakenteellisiin muutoksiin.

Artikkeleissa, joissa esiteltiin tutkimustuloksia somen käytöstä, yksilön hyvinvointi nähdään usein somen määrällisen kulutuksen kautta. Tällöin vähentäminen nähdään suoraan ratkaisuna. Sitä, että yksilön pitäisi tehdä asialle jotain, ei aina sanota ääneen, vaan se ilmenee tekstistä epäsuorasti. Esimerkiksi artikkelissa 10, jossa toimijuus rakentuu kyvystä säädellä omaa kulutustaan ja suoriutua akateemisesti, lukiolaistyttöjen hyvinvoinnin ongelmat liitetään somen käytön määrään ja riippuvuuden kriteerien täyttymiseen. Vaikka tutkimuksen vastuujohtaja toteaa, ettei some yksin selitä nuorten pahoinvointia, ongelmat esitetään tavalla, jossa määrällinen kulutus ja negatiiviset seurauksen muodostavat loogisen syysseurauksetjun. Tämä vahvistaa diskursiivisesti itsekuuriin ja somen itsenäiseen rajoittamiseen perustuvaa toimijuutta juuri siksi, että varsinaisia toimijatahoja ei eksplisiittisesti nimitä, mikä luo oletuksen yksilön omasta vastuusta. Tulkintani mukaan itsekuridiskurssissa syyllisenä pidetään aina jossain määrin yksilöä itse, sanottiin se ääneen tai ei. Koodasin aineistosta myös teknologisia ratkaisuja, mutta ne toimivat oikeastaan vain apuvälineenä yksilölliseen säätelyyn: *”Älypuhelimiin saa asennettua sovelluksen, joka kertoo faktaa siitä, kuinka paljon puhelintaan käyttää ja mitä sillä tekee.”* (artikkeli 5).

#### 5.2.4 Vastadiskurssit

Vastadiskurssit tässä diskurssianalyysin kontekstissa tarjoavat päädiskursseille, eli normatiivisen ohjauksen diskurssille, manipulaatiodiskurssille tai itsekuridiskurssille tasapainottavia ja toisinaan myös kyseenalaistavia näkökulmia. Aineistossani vastadiskursseja ilmeni puolessa artikkeleista, mikä osoittaa kriittisten puhetaiposten rinnalla esiintyvän pyrkimyksen haastaa näitä ääniä. Nämä vastadiskurssit eivät tulkintani mukaan kumoaa päädiskursseja, mutta ne problematisoivat niiden taustaoletuksia ja tarjoavat monipuolisempaa ymmärrystä digitaalisesta kulutuksesta.

Normatiivista ohjausdiskurssia haastavat ajatukset sääntelyn näennäisen helppoista ratkaisuista, jotka eivät välttämättä pureudu juurisyihin ja joissa korostetaan teknologiaan mukautumista ilman ulkopuolisia interventioita.: *”Hänestä suurempi ongelma kännyköistä on vapaa-ajalla. Oppilaat eivät saa tehtyä läksyjään, luettua kokeisiin, liikuttua tai nukuttua riittävästi. Täyskielto kouluissa voisi vain lisätä puhelimen käyttöä vapaa-*

*ajalla. 'Svanljungin koulussa kännykät eivät aiheuta ongelmia. Kyse on hänen mukaansa auktoriteetista.' (artikkeli 14).*

Artikkelissa 2 esiintyy uhkakeskeinen tutkijan analyysi mainosten algoritmista tehokkuudesta. Se voidaan kuitenkin tulkita myös neutraaliksi tai informatiiviseksi yksilön roolin asemoimisen kannalta, sillä siinä korostetaan, että algoritmit on todella suunniteltu maksimoimaan käyttäjän sitoutuminen. Tällöin kuluttajan toimijuus manipulaatiodiskurssissa tunnustetaan ilman fatalistista sävyä. Manipulaatiodiskurssia, jossa korostuu yksilön alisteinen suhde manipuloiviin teknologiayhtiöihin, haastetaan näkökulmilla, joissa digitaalinen kulutus nähdään väistämättömänä osana jokapäiväistä elämää tai joissa korostetaan teknologian tarkoituksenmukaisen käytön hyötyjä:

*Ovatko nuorten älypuhelinien käytön rajoitusehdotukset Haidtille vain eräänlainen Troijan hevonen, jolla hän yrittää saada kuriin meidän kaikkien riippuvuutemme internetistä ja sosiaalisen median alustoista?" Ei missään tapauksessa, Haidt vastaa. Aikuiset saavat tehdä mitä haluavat. Heille internetistä on paljon hyötyä. Se auttaa hankkimaan tietoa, verkostoitumaan, käsittelemään vaikeita aiheita nimettömästi tai suljetuissa ryhmissä, hän listaa. (artikkeli 12).*

Manipulaatio-, terveys- ja turvallisuus- ja teknologiakriittistä diskurssia haastavat myös näkökulmat, jotka asemoivat nuorten kasvavan pahoinvoinnin teknologian ja älylaitteiden sijaan laajempaan sosiaaliseen ja kulttuuriseen kontekstiin:

*Hän [kehityopsykologi Candice L. Odgers] kertoo lukuisten tutkijoiden, itsensä mukaan luettuna, yrittäneen etsiä linkkiä sosiaalisen median ja nuorten mielen-terveysongelmien väliltä. Silti tutkimukset ovat parhaimmillaankin osoittaneen asioiden välillä vain heikon yhteyden. Kun tuloksia löytyy, ne kertovat jo valmiiksi mielen-terveysongelmista kärsivien nuorten käyttävän sosiaalista mediaa muita enemmän tai eri tavalla terveisiin ikätovereihinsa verrattuna. (artikkeli 6)*

*Tiedämme, että nykynuorilla havaitaan edellisiä sukupolvia enemmän masennusta, mutta maailma on muuttunut muutenkin kuin älylaitteiden osalta. (artikkeli 15)*

Itsekuridiskurssia haastavat esimerkiksi laajemmat näkökulmat digitaalisesta epäoikeudenmukaisuudesta, jotka kyseenalaistavat digitaalisen irrottautumisen (Kuntsman &

Miyake 2022) mahdollisuuden: ”Somen käyttö on myös luokkakysymys. Vakityössä voi päätyä organisaatioon, jossa somettamisen hoitaa sometiimi eikä vapaa-aikaa tarvitse käyttää itsensä tai työnsä mainostamiseen. Myös somelle vaihtoehtoisten uutispalveluiden käyttäminen vaatii aktiivista halua seurata uutisia, usein myös kielitaitoa.” (artikkeli 11).

Lisäksi itsekurin ei nähdä aina olevan tarpeellista, vaan joskus on hyväksyttävää uppoutua laitteisiin: ”Uski rauhoittelee, että kaikilla tulee päiviä, jolloin laitteita käyttää enemmän. Heti ei ole syytä huolestua, vaikka asiaan kannattaa toki kiinnittää huomiota.” (artikkeli 5)

Itsekuridiskurssia tasapainottavat lisäksi digitaalista kulutusta käsittelevät puhetavat, joissa esiintyy teknologian koukuttavuuden tunnistamisen lisäksi sen positiiviset puolet. Nämä haastavat ajatuksen siitä, että digitaalista kulutusta tulisi aina ennen kaikkea pyrkiä säätelemään tai pyrkiä siitä irrottautumaan:

*Tuoreen Pew-tutkimuslaitoksen mukaan 13–17-vuotiaista amerikkalaisteineistä valtaosa kokee, että sosiaalinen media tuo heidän elämäänsä enemmän positiivisia kuin negatiivisia kokemuksia. Kyselyn mukaan some luo teineille kokemuksen siitä, että he ovat yhteydessä ystäviensä elämään. He sanovat sosiaalisen median alustojen olevan paikka, jossa he voivat esitellä luovaa puoltaan ja valtaosa kokee tulevansa alustoilla hyväksytyksi. (artikkeli 13)*

Toisaalta positiiviset huomiot päättyvät kuitenkin usein mutta sanaan, jota seuraa manipulaatio- tai jokin muu päädiskurssi:

*Tarkkaavaisuusongelmia, ulkonäköpaineita, ahdistusta. Asiantuntijoiden mukaan monet nykynuorten ongelmista juontavat juurensa digilaitteiden käyttöön ja sosiaaliseen mediaan. Vaan kuinka asian kokevat nuoret itse? Kaikki kaverit ovat siellä. Osalla on jopa ystäviä, joihin ainoa yhteys on sen välityksellä. ”Mutta sitten, kun koukuttavia sisältöjä ei pääse pakoan, niin en ihan tiedä, onko somen käyttö lopulta itselle hyväksi.” (artikkeli 13)*

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET

### 6.1 Yhteenveto

Edellä esitetyt diskurssit havainnollistavat, minkälaisia puhetapoja digitaalisen kulutuksen ongelmallisuuteen liittyy. Diskurssit kertovat laajemmin yhteiskunnasta, vallasta ja toimijuudesta, sillä ne määrittelevät, mikä lasketaan ongelmalliseksi käytökseksi ja kuka on vastuussa ratkaisuista. Taulukko 2 havainnollistaa diskurssien keskeisiä eroja ja suhteita toisiinsa.

**Taulukko 2.** Diskurssien keskeiset erot ja suhteet toisiinsa

<i>Diskurssi</i>	<b>Normatiivinen ohjausdiskurssi</b>	<b>Manipulaatiodiskurssi</b>	<b>Itsekuridiskurssi</b>
<i>Pääasiallinen syyllinen</i>	Yksilöt, teknologia(yritykset) tai yhteiskunnallinen kulttuuri ja normit	Teknologia(yritykset), algoritmit	Yksilö ja hänen puutteellinen itsekurinsa
<i>Toimijuus</i>	Auktoriteeteilla, yhteiskunnalla, aikuisilla, joskus yksilöllä	Teknologiayrityksillä	Yksilöllä sisäistettyjen normien motivoimana
<i>Kuluttajan subjektipositio</i>	Normatiivisesti arvioitu ja ohjattu kuluttaja	Manipuloitu, passiivinen kuluttaja	Itsekuriin pyrkivä vastuullinen valitsija
<i>Ratkaisut</i>	Rajoitukset, sääntely ja muu normatiivinen ohjaus	Toisinaan implisiitisti yksilön tietoisuuden ja hallinnan lisääminen	Yksilön tietoisuuden ja hallinnan lisääminen
<i>Suhde muihin diskurssihin</i>	Perustelee tarpeen sääntelylle manipulaatiodiskurssin avulla. Jos itsekurin toteutumista pyritään tukemaan yhteiskunnan avulla, lomittuu itsekuridiskurssiin.	Liittyy kahteen muihunkin diskurssiin oikeuttaen tarpeen rajoittaa digitaalista kulutusta. Voi heikentää tai vahvistaa itsekuridiskurssin keskeistä ajatusta yksilön vastuusta.	Esiintyy väillä lomittain normatiivisen ohjausdiskurssin kanssa, mikä viittaa siihen, että yksilön itsesääntely ja yhteiskunnalliset normit kietoutuvat toisiinsa ideaalissa kulutuksessa.

Eri diskurssit määrittelevät syylliset ja vastuulliset eri tavoin. Tämä osoittaa, kuinka digitaalista kulutusta ei tulkita neutraalisti, vaan taustalla on aina kuluttajaa ja yhteiskuntaa eri tavoin jäsentävät ideologiat ja lähtökohdat. Esimerkiksi itsekuridiskurssissa heijastuu digitaalisen vieroituksen ihanne (Karppi ym. 2021; Vialle ym. 2024) ja terapeuttille kulttuurille ja erityisesti wellness-ideologialle ja uusliberalismille ominainen ajattelu, jossa hyvinvointi yhdistyy moraaliseen velvoitteeseen elää terveellisesti ja tehokkaasti (Cederström & Spicer 2015; Syvertsen & Enli 2020). Cederström ja Spicer (2015, 4) esittävät, että epäterveellisesti eläviä ei pidetä vain uhkana omalle henkilökohdalle hyvinvoinnilleen, vaan myös yhteiskunnalle. Normatiivinen ohjausdiskurssi kytkeytyykin wellness-ideologiaan ohjaamalla yksilöitä ”parempaan” ja terveellisempään kulutukseen perustellen ohjausta suojelemisella ja auktoriteettien paremmalla tietämyksellä. Wellness-ideologia kytkeytyy uusliberalistiseen ajatteluun yksilöstä, jonka hyvinvointi on riippuvainen hänestä itsestään (Brown 2015; Foster 2016). Kohdistamalla vastuu digitaalisen kulutuksen hallinnasta yksilölle ja esimerkiksi irrottautumisen tuotteille – ruutuaikaa säänteleville sovelluksille ja ominaisuuksille, toimivat ne ”tuottavan subjektin kurinpitovälineinä” (Kuntsman & Miyake 2019, 910) jättäen rakenteelliset tekijät taustalle.

Manipulaatiodiskurssin ja teknologiakriitiikin diskurssin taustalla taas nähdään piirteitä teknologisen determinismin eetoksesta, jossa teknologialla nähdään olevan yksisuuntainen vaikutus yhteiskunnan kehitykseen ja yksilön käytökseen (Kline 2001). Jos teknologialla nähdään olevan itsenäinen voima, näkemys rajoittaa kuluttajalle annettua ja hänen kokemaansa mahdollisuutta vaikuttaa teknologiavälitteiseen kulutukseen, mikä vahvistaa ymmärrystä passiivisesta kuluttajasta.

Sekä riippuvuutta koskevan julkisen puheen että taustalla vaikuttavien ideologioiden tunnistaminen on tärkeää, sillä erilaiset puhetavat vaikuttavat siihen, miten kuluttajat ymmärtävät, kokevat ja hallitsevat omaa toimintaansa, siihen, minkälaista tukea yhteiskunnalta osataan vaatia ja toisaalta miten yhteiskunnalliset ratkaisut, kuten sääntely, muodostuvat. Vaikka monet artikkelit keskittyivät riippuvuuden ja toistokäyttäytymisen selittämiseen yksilön ominaisuuksilla ja esimerkiksi neurobiologisesti välittäjäaine dopamiinin avulla, tunnistettiin riippuvuuksien muotoutumisessa myös yhteiskunnalliset kehityskulut ja teknologiajättien suunnitelmallinen, koukuttavuutta luova alustasuunnittelu. Huolimatta siitä, että aineistoni on rajallinen eikä pro gradu -tutkielman rajallisuus mahdollistanut pitkittäistutkimusta, tulosteni voidaan nähdä olevan linjassa Lundahlin (2021) tulosten kanssa: vaikka aiemmin erityisesti sosiaalisen median riippuvuus on nähty yksilöpatologisena ilmiönä (esim. Banyai ym. 2017; Hormes ym. 2014), huoli

riippuvuudesta ja tätä myötä poliittisten toimien puutteesta on lisääntynyt. Tätä havainnollistaa aineistossani useiten esiintynyt normatiivisen ohjauksen diskurssi.

Medialogiikan valossa aineistoni diskurssit rakentuvat uutismedian vakiintuneiden käytäntöjen ja esitystapojen mukaisesti, jotka korostavat esimerkiksi kärjistämistä, yksinkertaistamista (Strömbäck 2008) sekä vastakkainasettelujen luomista (Karidi 2018). Vaikka aineistoni rajaus oli kriittisiä näkökulmia painottava, medialogiikan mukaiset esitystavat näkyivät siinä eri tavoin. Esimerkiksi teknologian vaaroja esiin nostavissa diskursseissa, erityisesti teknologiakritiikin diskurssissa ja manipulaatiodiskurssissa, korostui vahvasti riskikeskeisyys. Tämä heijastelee uutismedialogiikan konstitutiivisia ja regulatiivisia sääntöjä (Ryfe 2006; Asp 2014), joiden mukaan uutisarvo syntyy muun muassa uutuudesta, kiinnostavuudesta ja emotionaalisesta vetovoimasta. Riskit, riippuvuudet ja uhat vastaavat näihin kriteereihin erityisen hyvin, sillä ne tarjoavat yleisölle jännitteisiä sisältöjä.

Riskikeskeisyys yhdistyy toiseen medialogiikan muotoon, henkilöitymiseen, kun yksittäisten henkilöiden kokemukset nostetaan esiin laajempien yhteiskunnallisten ilmiöiden ilmentyminä. Näitä tarinoita esimerkiksi ostosriippuvaisesta Liisasta kerrottiin varoittavana esimerkkinä käsistä riistäytyneestä digitaalisesta kulutuksesta. Näin henkilökohtainen tarina asetetaan palvelemaan moraalista opetusta ja yleisöön vetoavaa tarinaa. Nämä medialogiikan muodot yhdistyvät lisäksi sensaatiohakuiseen retoriikkaan (Ponte, Bauwens & Mascheroni 2009; Schäfer 2011), jossa tavoitteena on paitsi tiedottaminen, myös yleisön kiinnostuksen herättäminen ja ylläpitäminen. Näin ollen medialogiikka ei ainoastaan ohjaa journalistista tuotantoa, vaan digitaaliseen kulutukseen liittyviä tarinoita ja tulkintakehyksiä sekä sille annettuja merkityksiä.

Tutkielmani asettuu aiemman tutkimukseen jatkumoon, mutta laajentaa näkökulmaa kulutuksen diskursseihin arkisten kulutuskäytäntöjen näkökulmasta. Aikaisempi tutkimus (Haddon & Stald 2009; Ponte ym. 2009; Facer 2012; Stern & Burke Odland 2017; Størup & Lieberoth 2022) on usein keskittynyt suurilta osin median diskursseihin digitaalisesta kulutuksen riskeistä, sekä erityisesti lapsiin kohdistuvista riskeistä. Tutkielmani tarkastelee osittain samankaltaisia riskipuheita, joskin passiivisen uhrikuluttajan lisäksi tunnistan aineistossani myös itsekuriin vastuutettuja, valintakykyisiä ja moraalisesti vastuullisia kuluttajia.

Lisäksi tutkielmani yhdistää diskurssien tarkasteluun käytäntöteoreettisen näkökulman, jota digitaalisen kulutuksen riippuvuuksien yhteydessä ei laajasti ole hyödynnetty. Käytäntöteorian on kuitenkin katsottu olevan hyödyllinen linssi tarkastelemaan digitaalista kulutusta, koska se auttaa ymmärtämään sen vaikutuksen vanhojen käytäntöjen muut-

tumiseen ja uusien syntymiseen ottaen huomioon teknologian, toiminnan ja merkitysten monimutkaiset vuorovaikutukset (Feiereisen, Rasolofarison, De Valck & Schmitt 2019). Valitsemani teoreettisen viitekehyksen myötä tutkielmani osallistuu käytäntöteoreettiseen kulutustutkimukseen, jonka ansioina on ymmärrys kulutuksesta kokoilmana rutinoituneita toimintatapoja (Warde 2005). Tutkielmani esittää käytäntöteoriaa soveltaen, kuinka riippuvuus tai toisteinen kulutus ei ole vain yksilöpsykologinen tila, tahtotilan puute tai neurokemiallinen ilmiö, vaan tulosta vakiintuneista käytännöistä ja niiden osaelementeistä: digitaalisen kulutuksen merkityksistä, materiaalisista sekä tiedollisista ja taidollisista ulottuvuuksista. Käytäntöteoreettinen näkökulma digitaaliseen kulutukseen tarjoaa syvällisen ymmärryksen siitä, kuinka digitaalinen kulutus muovaa ihmisten elämää, voi synnyttää riippuvuuksia ja kytkeytyy laajempaan yhteiskunnalliseen ja kulttuuriseen kontekstiin. Käytäntöteoreettinen tulkinta soveltuikin erityisesti itsekuridiskurssin esittämiin näkemyksiin riippuvuudesta, sillä se haastaa ajatuksen itsekurin voimasta ja esittää, kuinka digitaalisen kulutuksen käytännön merkittäväksi ja kestäväksi uudelleenmuotoutumiseksi tarvitaan useimmiten useamman kuin yhden elementin muutos (Sahakian & Wilhite 2014). Itsekuridiskurssi esitti usein vastakkainasettelun kautta ”oikeanlaisia” käytäntöjä, jotka heijastavat jännitteitä diskursiivisen normatiivisuuden ja käytäntöjen sosiaalisen juurtuneisuuden välillä. Lisäksi normatiivinen ohjausdiskurssi esittää, kuinka tietynlaiset, ”oikeat” käytännöt ovat paitsi mahdollisia myös tavoiteltavia. Käytäntöteoreettinen tulkinta manipulaatiodiskurssin suhteen kuvaa yksilön rajallista toimijuutta ja nostaa esiin käytäntöjen kietoutuneisuuden teknologisiin rakenteisiin ja emotionaalisiin rutiineihin. Tulkintani mukaan käytäntöteoria auttoi syventämään diskurssien tulkintaa osittain, mutta analyysin taso jäi osin potentiaaliksi erityisesti normatiivisen ohjausdiskurssin ja manipulaatiodiskurssin kohdalla.

Blochin ja Paryn (1989) vaihdon syklien teoria tarjoaa hedelmällisen pohjan digitaalisen kulutuksen riippuvuuden moralisoinnin tarkastelulle. Heidän esittämänsä kaksi erilaista vaihdon rytmiä ilmentävät kulutuksen kaksijakoisuutta. Lyhytkestoiset syklit liittyvät arkisiin ja toisaalta mielihyvää ja nautintoa tuottaviin toimiin, kun pitkäkestoiset syklit muodostuvat kurinalaisuutta ja suunnitelmallisuutta edellyttävien toimien ympärille. Riippuvuuden kokemukset ja niihin liitetyt moraaliset arvioinnit nähdään juuri näiden rytmien epätasapainon seurauksena, tilanteina, joissa nautinnon sykli valtaa arjen. Sosiaalinen media ruokkii tätä lyhytkestoista sykliä jatkuvalla sisällöllä ja loputtomalla saavutettavuudellaan (Ruckenstein 2013; Lupinacci 2021), mutta moralisointi esimerkiksi itsekuridiskurssissa ja normatiivisen ohjauksen diskurssissa arvottaa nautintoon painottuvaa käyttäytymistä negatiivisesti. Näin riippuvuuden moraalinen ulottuvuus yhdistyy ajallisten rytmien hallintaan: itsekurin vähyys ei näyttäydy ainoastaan henkilökohtaisena ongelmana, vaan myös normatiivisesti hyljeksittäväenä epäonnistumisena. Ajan rytmien normatiiviseen ohjausdiskurssiin liittyvä tarkastelu havainnollistaa,

kuinka digitaalisen kulutuksen hallinta ei ole vain neutraalia itsesääätelyä, vaan sitä ohjaavat normit, jotka liittyvät esimerkiksi tehokkuuteen, tuottavuuteen ja hyvinvointiin. Ruckenstein (2013) korostaa, että arjen rytmien käytäntöteoreettisesta näkökulmasta riippuvuuksien ja haitallisen kulutuskäyttäytymisen muodostumista tulisikin ehkäistä tarjoamalla mielekästä ja kannattelevaa tekemistä, johon ajankäyttöä voisi suunnata. Lisäksi yhteiskunnan tulisi tukea yksilöitä arjen rytmeissä.

Vaikka aineistossani tunnistettiin usein digitaalisten alustojen valta, käytäntöteoreettinen tarkastelu tarjoaa syvällisemmän lähtökohdan materian ymmärrykselle digitaalisissa kulutuskäytännöissä. Digitaalisen kulutuksen riippuvuutta ei tulkintani mukaan voida ymmärtää ilman yhteiskunnallisesti jaettua ymmärrystä aiheesta, jota mediatekstit osaltaan tuottavat. Käytäntöteoreettinen tulkinta esittää, miten erilaiset diskurssit voivat tukea tai haastaa erilaisten käytäntöjen muotoutumista.

Käytäntöteoreettinen tarkastelu haastaa yksilökeskeisen riippuvuuden selitysmallin ja osoittaa, että sosiaalinen erilaistuminen käytännöissä ei johdu pelkästään sosio-demografisista tekijöistä tai asenteista, vaan myös erilaisista ymmärryksistä, taidoista ja osallistumisen asteista käytäntöihin (Warde 2005). Aihetta koskeva tutkimus on keskeistä digitaalisen kulutuksen vaikutusten hahmottamiseksi niin yksilöiden hyvinvoinnin kuin yhteiskunnankin näkökulmasta, jotta yksilöitä voidaan tukea kestävämpien kulutuskäytäntöjen muotoutumisessa.

## 6.2 Tutkimuksen rajoitukset ja jatkotutkimus

Tässä tutkielmassa käsiteltiin pro gradun pituuden ja syvyyden puitteissa digitaalista kulutusta yhtenä kokonaisuutena. Flyverbom (2019, 27) korostaa kuitenkin internetin käsitteen yhteydessä, kuinka julkisessa keskustelussa on taipumus ”yhdistää monenlaiset teknologiat, käytännöt ja transformaatiot yhdeksi ainoaksi asiaksi. Lisäksi keskittämme huomiomme teknologiaan pikemminkin kuin sen käyttötarkoituksiin tai yhteiskunnallisiin rooleihin.” Tiedostan, että käsittelemällä digitaalista kulutusta yhtenä kokonaisuutena, olen saattanut pelkistää erityisiä käyttötapoja ja käyttäytymismalleja, jotka ovat erilaisia eri kulutuskäytäntöjen välillä.

Tuloksia tulkitessa tulee lisäksi ottaa huomioon aineistoni rajallinen koko. Näin ollen tutkimusten tulosten eli havaitsemieni diskurssien ei voida olettaa esittävän yleisesti koko digitaalista kulutusta koskevaa keskustelua. Toisenlainen aineisto olisi tuonut esiin toisenlaisia diskursseja. Analyysini diskurssit kuitenkin tarjoavat näkymän siihen, miten

digitaalisen kulutuksen käytäntöjä merkityksellistetään kahdessa Suomen suurimmassa uutismediassa. Diskurssianalyysini ei myöskään pyrkinyt selittämään ilmiötä tyhjentävästi, vaan kuvailemaan havaintoja aineistostani sosiaalitieteellisestä näkökulmasta. Tarkoitukseni ei myöskään ole kyseenalaistaa riippuvuuksien lääketieteellistä ulottuvuutta, vaan tuoda keskusteluun mukaan niiden sosiaalinen ulottuvuus.

Diskurssianalyysin konstruktiiivisen luonteen lisäksi myös tutkijan ja tutkimuskohteen suhde nähdään konstruktiiivisena. Tämän takia tutkimustulokset eivät ainoastaan kuvaa sosiaalista todellisuutta, vaan osallistuvat sen tuottamiseen. Tutkijalta edellytetään siten kielenkäytön ja tutkimuksellisen position reflektointia, jotta tutkimuksessa tunnistetaan ja tehdään näkyväksi ne tavat, joilla tutkijan kielen kautta vaikutetaan todellisuuden rakentumiseen. (Jokinen 2016, 253.) Esimerkiksi tässä tutkielmassa tulkinta siitä, onko tiettyssä uutisartikkelissa positiivinen, neutraali vai negatiivinen lähestymistapa aiheeseen, voi osittain riippua lukijasta. Tämän takia analyysiin sisällytettiin suoria lainauksia, jotka tarjoavat perusteluja tehdylle tulkinnalle ja lisäävät analyysiin läpinäkyvyyttä. Tiedostan kuitenkin, että yksittäinen lainaus ei riitä edustamaan koko artikkelin argumentaatiota, jota tulkitaan kokonaisuutena. Jotta tutkimusprosessin toistettavuus ja aineiston läpinäkyvyys voidaan varmistaa, on aineistoluettelu esitetty tutkielman liitteenä (liite 1).

Diskurssini rakentavat tietynlaista kuluttajuutta, mutta tutkielmani ei vastaa kysymykseen siitä, muokkaavatko diskurssit tosiallisesti kuluttajien ymmärrystä ja kokemusta digitaalisesta kulutuksesta tai siihen liittyvistä käytännöistä. Tämän tutkielman tulosten perusteella olisikin mielekästä tarkastella kuluttajien itsensä kokemuksia vaikutusmahdollisuuksistaan digitaalisen kulutuksen hallintaan. Jatkotutkimuksen tulisi siis sisällyttää tarkasteluun kuluttajien kokemuksia digitaalisesta kulutuksesta sekä kokemuksia uutisoinnin vaikutuksista. Tämä lisäisi ymmärrystä siitä, miten digitaalista kulutusta ja sitä koskevaa mediauutisointia tulkitaan ja merkityksellistetään. Lisäksi olisi mielekästä tarkastella journalistien itsensä näkemyksiä. Huolimatta edelleen vahvasta perinteisestä uutislehdistöstä, sosiaalisen median merkitys uutislähteenä on kasvanut huomattavasti viime vuosina (Reunanen ym. 2024). Jatkotutkimus voisi tarkastella myös sosiaalisen median keskusteluja digitaalisen kulutuksen riippuvuuksista, kuten myös aiheita käsittelevien artikkeleiden jakamista ja kommentointia.

Tutkielmassani tulkitsen toisteista digitaalista kulutusta käytäntöteoreettisesta näkökulmasta, mutta en nimeä tai kuvaile tarkemmin niitä kulutuskäytäntöjä, joita diskurssit käsittelevät. Siksi myös käytäntöjen rakenteellisten elementtien tarkempi tarkastelu voisi syventää analyysiä.

## LÄHTEET

- Aagaard, J. (2020). Beyond the rhetoric of tech addiction: why we should be discussing tech habits instead (and how). *Phenomenology and the Cognitive Sciences* 20(3), 559–572. <https://doi.org/10.1007/s11097-020-09669-z>
- Acquier, A., Daudigeos, T., & Pinkse, J. (2017). Promises and paradoxes of the sharing economy: An organizing framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 125, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.07.006>
- Adoni, H., & Mane, S. (1984). Media and the Social Construction of Reality: Toward an Integration of Theory and Research. *Communication Research*, 11(3), 323–340. <https://doi.org/10.1177/009365084011003001>
- Albæk, E. (2011). The interaction between experts and journalists in news journalism. *Journalism*, 12(3), 335–348. <https://doi.org/10.1177/1464884910392851>
- Albæk, E., Christiansen, P. M., & Togeby, L. (2003). Experts in the Mass Media: Researchers as Sources in Danish Daily Newspapers, 1961–2001. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 80(4), 937–948. <https://doi.org/10.1177/107769900308000412>
- Allcott, H., Gentzkow, M., & Song, L. (2022). Digital Addiction. *American Economic Review*, 112(7), 2424–2463. <https://doi.org/10.1257/aer.20210867>
- Allison, A. (2006). *Millennial Monsters: Japanese Toys and the Global Imagination* (1. painos, Vol. 13). Berkeley: University of California Press.
- Altheide, D. L. (2002). Children and the Discourse of Fear. *Symbolic Interaction*, 25(2), 229–250. <https://doi.org/10.1525/si.2002.25.2.229>
- Altheide, D. L., & Michalowski, R. S. (1999). Fear in the News: A Discourse of Control. *Sociological Quarterly*, 40(3), 475–503. <https://doi.org/10.1111/j.1533-8525.1999.tb01730.x>
- Altheide, D. L., & Snow, R. (1979). *Media Logic*. Beverly Hills: Sage.
- Ameen, N., Tarhini, A., Reppel, A., & Anand, A. (2021). Customer experiences in the age of artificial intelligence. *Computers in Human Behavior*, 114, 106548–106548. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106548>
- Anderson, C. A., Shibuya, A., Ihori, N., Swing, E. L., Bushman, B. J., Sakamoto, A., ... Saleem, M. (2010). Violent Video Game Effects on Aggression, Empathy, and Prosocial Behavior in Eastern and Western Countries: A Meta-Analytic Review. *Psychological Bulletin*, 136(2), 151–173. <https://doi.org/10.1037/a0018251>
- Araujo, L. & Kjellberg, H. (2010). Shaping Exchanges, Performing Markets: The Study of Marketing Practices. Teoksessa MacLaran, P., Saren, M., Stern, B. & Tadajewski, M. (toim). *The Sage Handbook of Marketing Theory*. Lontoo: Sage, 195–218.

- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40(4), 471–499. <https://doi.org/10.1348/014466601164939>
- Arsel, Z., & Bean, J. (2013). Taste Regimes and Market-Mediated Practice. *The Journal of Consumer Research*, 39(5), 899–917. <https://doi.org/10.1086/666595>
- Asp, K. (2014). News media logic in a New Institutional perspective. *Journalism Studies*, 15(3), 256–270. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.889456>
- Bacchi, C. L. (2009). *Analysing policy: what's the problem represented to be?* Frenchs Forest: Pearson.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191>
- Banyai, F., Zsila, A., Kiraly, O., Maraz, A., Elekes, Z., Griffiths, M. D., ... Demetrovics, Z. (2017). Problematic social media use: Results from a large-scale nationally representative adolescent sample. *PloS One*, 12(1), e0169839–e0169839. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0169839>
- Barak, A. Z. Y. (2005). Sexual harassment on the Internet: Deviance and the Internet: New Challenges for Social Science. *Social Science Computer Review*, 23(1), 77–92.
- Beck, U. (1992). *Risk society: towards a new modernity*. London: Sage.
- Berthon, P., Pitt, L., & Campbell, C. (2019). Addictive De-Vices: A Public Policy Analysis of Sources and Solutions to Digital Addiction. *Journal of Public Policy & Marketing*, 38(4), 451–468. <https://doi.org/10.1177/0743915619859852>
- Blease, C. R., & Alexander, G. M. (2015). Too Many “Friends,” Too Few “Likes”? Evolutionary Psychology and “Facebook Depression.” *Review of General Psychology*, 19(1), 1–13. <https://doi.org/10.1037/gpr0000030>
- Bloch, M. & Parry, J. (1989). Introduction. Teoksessa Bloch, M. & Parry, J (toim.). *Money and morality of exchange*. Cambridge: Cambridge University Press, 1–32.
- Bolsen, T., & Shapiro, M. A. (2018). The US News Media, Polarization on Climate Change, and Pathways to Effective Communication. *Environmental Communication*, 12(2), 149–163. <https://doi.org/10.1080/17524032.2017.1397039>
- Boström, M. (2021). Social Relations and Everyday Consumption Rituals: Barriers or Prerequisites for Sustainability Transformation? *Frontiers in Sociology*, 6, 723464-. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2021.723464>
- Boukes, M., Boomgaarden, H. G., Moorman, M., & de Vreese, C. H. (2015). Political News with a Personal Touch: How Human Interest Framing Indirectly Affects Policy Attitudes. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 92(1), 121–141. <https://doi.org/10.1177/1077699014558554>
- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a theory of practice*. Cambridge: Cambridge University Press-

- Bourdieu, P. (1984[1979]) *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.
- Bourdieu, P. (1990). *The logic of practice*. Stanford, CA: Stanford University Press
- Boyce, T. (2006). JOURNALISM AND EXPERTISE. *Journalism Studies (London, England)*, 7(6), 889–906. <https://doi.org/10.1080/14616700600980652>
- Boyd, D. M. (2014). *It's Complicated. The Social Lives of Networked Teens*. New Haven, London: Yale University Press.
- Brown, W. (2015). *Undoing the Demos: Neoliberalism's Stealth Revolution* (First Edition.). United States: Princeton University Press.
- Brunila, K. Harni, E., Saari, A., Ylöstalo, H. (2021b) Terapeuttisen vallan käsitteellisiä näkökulmia ja historiallisia kehityskulkuja. Teoksessa Brunila, K. Harni, E., Saari, A., Ylöstalo, H. (toim.) *Terapeuttinen valta – Onnellisuuden ja hyvinvoinnin jännitteitä 2000-luvun Suomessa*. Tampere: Vastapaino, 13–30.
- Brunila, K. Harni, E., Saari, A., Ylöstalo, H. (2021a). Esipuhe. Teoksessa Brunila, K. Harni, E., Saari, A., Ylöstalo, H. (toim.) *Terapeuttinen valta – Onnellisuuden ja hyvinvoinnin jännitteitä 2000-luvun Suomessa*. Tampere: Vastapaino, 7–12.
- Buckingham, D., & Strandgaard Jensen, H. (2012). Beyond “Media Panics”: Reconceptualising public debates about children and media. *Journal of Children and Media*, 6(4), 413–429. <https://doi.org/10.1080/17482798.2012.740415>
- Burr, V. (2015). *Social constructionism* (3. painos). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315715421>
- Caplan, R., & boyd, danah. (2018). Isomorphism through algorithms: Institutional dependencies in the case of Facebook. *Big Data & Society*, 5(1). <https://doi.org/10.1177/2053951718757253>
- Cederström, C. & Spicer, A. (2015). *The wellness syndrome* (1st ed.). Newark: Wiley.
- Chen, X., Hedman, A., Distler, V., & Koenig, V. (2023). Do persuasive designs make smartphones more addictive? - A mixed-methods study on Chinese university students. *Computers in Human Behavior Reports*, 10, 100299-. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2023.100299>
- Cho, J., Ahmed, S., Hilbert, M., Liu, B., & Luu, J. (2020). Do Search Algorithms Endanger Democracy? An Experimental Investigation of Algorithm Effects on Political Polarization. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 64(2), 150–172. <https://doi.org/10.1080/08838151.2020.1757365>
- Cochoy, F., & Mallard, A. (2018). Another Consumer Culture Theory. An ANT Look at Consumption, or How ‘Market-things’ Help ‘Cultivate’ Consumers. Teoksessa *The SAGE Handbook of Consumer Culture*. City Road London: SAGE Publications Ltd, 384–403. <https://doi.org/10.4135/9781473998803.n22>
- Cochoy, F., Hagberg, J., Petersson McIntyre, M. & Sörum, N. (2017). Digitalizing consumption. Introduction. Teoksessa Cochoy, F. (toim.), *Digitalizing consumption : how*

- devices shape consumer culture*. New York: Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9781315647883>
- Cohen, S. (2011 [1972]). *Folk devils and moral panics : the creation of the Mods and Rockers* (3rd ed.). Abingdon, Oxon ; Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9780203828250>
- Collier, S. J. (2009). Topologies of Power: Foucault's Analysis of Political Government beyond 'Governmentality'. *Theory, Culture & Society*, 26(6), 78–108.  
<https://doi.org/10.1177/0263276409347694>
- Corrado, C., Hulten, C., & Sichel, D. (2009). Intangible capital and US economic growth. *Review of income and wealth*, 55(3), 661–685.
- Couldry, N. & Yu, J. (2018). Deconstructing datafication's brave new world. *New media & society* 20(12), 4473–4491. <https://doi.org/10.1177/1461444818775968>
- Critcher, C. (2003). *Moral panics and the media*. Buckingham: Open University Press.
- Dixon, G. N., & Clarke, C. E. (2013). Heightening Uncertainty Around Certain Science: Media Coverage, False Balance, and the Autism-Vaccine Controversy. *Science Communication*, 35(3), 358–382. <https://doi.org/10.1177/1075547012458290>
- Djerf-Pierre, M., & Shehata, A. (2017). Still an Agenda Setter: Traditional News Media and Public Opinion During the Transition From Low to High Choice Media Environments: Still an Agenda Setter. *Journal of Communication*, 67(5), 733–757.  
<https://doi.org/10.1111/jcom.12327>
- Downes, T. (1999). Children's and Parents' Discourses about Computers in the Home and School. *Convergence (London, England)*, 5(4), 104–111.  
<https://doi.org/10.1177/135485659900500407>
- Drotner, K. (1999). Dangerous Media? Panic Discourses and Dilemmas of Modernity. *International Journal of Phytoremediation*, 35(3), 593–619.  
<https://doi.org/10.1080/0030923990350303>
- Dunwoody, S. (1999). Scientists, journalists, and the meaning of uncertainty. Teoksessa Friedman, S.M., Dunwoody, S. & Rogers, C. L. (toim.), *Communicating uncertainty: Media coverage of new and controversial science*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 59–79.
- Entman, R.M. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Euroopan Komissio (2016). *Understanding consumer vulnerability in the EU's key markets*. [https://commission.europa.eu/publications/understanding-consumer-vulnerability-eus-key-markets\\_en](https://commission.europa.eu/publications/understanding-consumer-vulnerability-eus-key-markets_en) Luettu 19.12.2024.
- Facer, K. (2012). After the moral panic? Reframing the debate about child safety online. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education* 33(3), 397–413.  
<https://doi.org/10.1080/01596306.2012.681899>

- Feiereisen, S., Rasolofoarison, D., De Valck, K., & Schmitt, J. (2019). Understanding emerging adults' consumption of TV series in the digital age: A practice-theory-based approach. *Journal of Business Research*, *95*, 253–265. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.08.024>
- Fischer, P., Greitemeyer, T., Kastenmüller, A., Vogrincic, C., & Sauer, A. (2011). The Effects of Risk-Glorifying Media Exposure on Risk-Positive Cognitions, Emotions, and Behaviors: A Meta-Analytic Review. *Psychological Bulletin*, *137*(3), 367–390. <https://doi.org/10.1037/a0022267>
- Flyverbom, M. (2019). *The Digital Prism: Transparency and Visibility in the Age of Total Information*. New York: Cambridge University Press
- Foster, R. (2016). The Therapeutic Spirit of Neoliberalism. *Political Theory*, *44*(1), 82–105. <https://doi.org/10.1177/0090591715594660>
- Fotopoulou, A. (2016). Digital and networked by default? Women's organisations and the social imaginary of networked feminism. *New Media & Society*, *18*(6), 989–1005. <https://doi.org/10.1177/1461444814552264>
- Furedi, F. (2016). Moral Panic and Reading: Early Elite Anxieties About the Media Effect. *Cultural Sociology*, *10*(4), 523–537. <https://doi.org/10.1177/1749975515626953>
- Gabriel, F. (2014). Sexting, selfies and self-harm: Young people, social media and the performance of self-development. *Media International Australia Incorporating Culture & Policy*, *151*(151), 104–112. <https://doi.org/10.1177/1329878X1415100114>
- George, M.J. & Odgers, C.L. (2015). Seven fears and the science of how mobile technologies may be influencing adolescents in the digital age. *Perspectives on Psychological Science* *10*(6): 832–851. DOI: 10.1177/1745691615596788.
- Gerbner, G. (1998). Cultivation Analysis: An Overview. *Mass Communication & Society*, *1*(3–4), 175–194. <https://doi.org/10.1080/15205436.1998.9677855>
- Gibson, R., & Zillmann, D. (2000). Reading between the Photographs: The Influence of Incidental Pictorial Information on Issue Perception. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *77*(2), 355–366. <https://doi.org/10.1177/107769900007700209>
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society: outline of the theory of structuration*. Cambridge: Polity.
- Giddens, A. (1992). *The consequences of modernity*. Cambridge: Polity.
- Gomez-Uribe, C. A., & Hunt, N. (2016). The netflix recommender system: Algorithms, business value, and innovation. *ACM Transactions on Management Information Systems*, *6*(4), 1–19. <https://doi.org/10.1145/2843948>
- Goode, E. & Ben-Yehuda, N. (2010). *Moral Panics : The Social Construction of Deviance*. Oxford: Wiley
- Graupensperger, S., Calhoun, B. H., Fairlie, A. M., & Lee, C. M. (2024). Exposure to media with alcohol-related content across young adulthood: Associations with risky

- drinking and consequences among high-risk 2- and 4-year college students. *Drug and Alcohol Review*, 43(1), 98–110. <https://doi.org/10.1111/dar.13654>
- Gwyn, R. (2002). *Communicating health and illness* (1st ed.). London: SAGE.
- Gökçearslan, Ş., Mumcu, F. K., Haşlamam, T., & Çevik, Y. D. (2016). Modelling smartphone addiction: The role of smartphone usage, self-regulation, general self-efficacy and cyberloafing in university students. *Computers in Human Behavior*, 63, 639–649. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.091>
- Haddon, L. (2015). Children's critical evaluation of parental mediation. *Cyberpsychology*, 9(1). <https://doi.org/10.5817/CP2015-1-2>
- Haddon, L., & Stald, G. (2009). A Comparative Analysis of European Press Coverage of Children and the Internet. *Journal of Children and Media*, 3(4), 379–393. <https://doi.org/10.1080/17482790903233432>
- Halkier, B. (2009). Suitable Cooking? *Food, Culture, & Society*, 12(3), 357–377. <https://doi.org/10.2752/175174409X432030>
- Halkier, B. & Jensen, I. (2011). Methodological challenges in using practice theory in consumption research. Examples from a study on handling nutritional contestations of food consumption. *Journal of Consumer Culture*, 11(1), 101–123. <https://doi.org/10.1177/1469540510391365>
- Han, J., & Federico, C. M. (2018). The polarizing effect of news framing: Comparing the mediating roles of motivated reasoning, self-stereotyping, and intergroup animus. *Journal of Communication*, 68(4), 685–711. <https://doi.org/10.1093/joc/jqy025>
- Harjuniemi, T. (2021). Talouden asiantuntijoiden uskottavuuden hierarkia suomalaisten talous- ja politiikan toimittajien silmin. *Media & Viestintä*, 44(3), 30–51. <https://doi.org/10.23983/mv.111508>
- Haslam, N. (2016). Concept creep: psychology's expanding concepts of harm and pathology. *Psychological Inquiry* 27(1): 1–17. <https://doi.org/10.1080/1047840X.2016.1082418>
- Heidegger, M. (1986[1927]). *Sein und Zeit*. Tübingen: Niemeyer.
- Helberger, N., Sax, M., Strycharz, J., & Micklitz, H.-W. (2022). Choice Architectures in the Digital Economy: Towards a New Understanding of Digital Vulnerability. *Journal of Consumer Policy*, 45(2), 175–200. <https://doi.org/10.1007/s10603-021-09500-5>
- Hemker, S., Herrando, C., & Constantinides, E. (2021). The transformation of data marketing: How an ethical lens on consumer data collection shapes the future of marketing. *Sustainability*, 13(20), 11208-. <https://doi.org/10.3390/su132011208>
- Herkman, J. (2014). Perussuomalaiset ja eurokriisi mediassa. *Politiikka : Valtiotieteellisen yhdistyksen julkaisu*, 56(4), 287-299.
- Hertzum, M. (2022). How do journalists seek information from sources? A systematic review. *Information Processing & Management*, 59(6), 103087-. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2022.103087>

- Hesselberth, P. (2018). Discourses on disconnectivity and the right to disconnect. *New Media & Society*, 20(5), 1994–2010. <https://doi.org/10.1177/1461444817711449>
- Hormes, J. M., Kearns, B., & Timko, C. A. (2014). Craving Facebook? Behavioral addiction to online social networking and its association with emotion regulation deficits. *Addiction (Abingdon, England)*, 109(12), 2079–2088. <https://doi.org/10.1111/add.12713>
- Humphreys, A. (2010a). Semiotic Structure and the Legitimation of Consumption Practices: The Case of Casino Gambling. *The Journal of Consumer Research*, 37(3), 490–510. <https://doi.org/10.1086/652464>
- Humphreys, A. (2010b). Megamarketing: The Creation of Markets as a Social Process. *Journal of Marketing*, 74(2), 1–19. <https://doi.org/10.1509/jm.74.2.1>
- Humphreys, A., & Latour, K. A. (2013). Framing the Game: Assessing the Impact of Cultural Representations on Consumer Perceptions of Legitimacy. *The Journal of Consumer Research*, 40(4), 773–795. <https://doi.org/10.1086/672358>
- Isotalus, P. (2017). *Mediapoliitikko*. Helsinki: Gaudeamus.
- Jacobsen, M. H., & Hansen, A. R. (2021). (Re)introducing embodied practical understanding to the sociology of sustainable consumption. *Journal of Consumer Culture*, 21(4), 747–763. <https://doi.org/10.1177/1469540519846213>
- Jakonen, O. (2020). Käytännössä vihreä? : Kvantitatiivinen tutkimus ympäristöystävällisistä käytännöistä työssä ja kulutuksessa sekä niihin vaikuttavista tekijöistä. Pro gradu -tutkielma. Turun yliopisto. UTUPub Turun yliopiston julkaisuarkisto. <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe202003067518>
- Jeffery, C. P. (2021). Parenting in the digital age: Between socio-biological and socio-technological development. *New Media & Society*, 23(5), 1045–1062. <https://doi.org/10.1177/1461444820908606>
- Jewkes, Y. (2015). *Media and crime* (3. painos.). London: Sage.
- Jokinen, A. (2016). Diskurssianalyysin suhde sukulaistraditioihin. Teoksessa Jokinen, A., Juhila, K., & Suoninen, E. (toim.), *Diskurssianalyysi: teorit, peruskäsitteet ja käyttö* (249–265). Tampere: Vastapaino.
- Jokinen, A., Juhila, K., Suoninen, E. (2016a). Johdanto. Teoksessa Jokinen, A., Juhila, K., & Suoninen, E. (toim.), *Diskurssianalyysi: teorit, peruskäsitteet ja käyttö*. Tampere: Vastapaino, 17–22.
- Jokinen, A., Juhila, K., Suoninen, E. (2016b). Diskursiivinen maailma – Teoreettiset lähtökohdat ja analyttiset käsitteet. Teoksessa Jokinen, A., Juhila, K., & Suoninen, E. (toim.), *Diskurssianalyysi: teorit, peruskäsitteet ja käyttö*. Tampere: Vastapaino, 25–50.
- Jokinen, A. & Juhila, K. (2016) Valtasuhteiden analysoiminen. Teoksessa Jokinen, A., Juhila, K., & Suoninen, E. (toim.), *Diskurssianalyysi: teorit, peruskäsitteet ja käyttö*. Tampere: Vastapaino, 63–84.

- Jovicic, S. (2020). Scrolling and the In-Between Spaces of Boredom: Marginalized Youths on the Periphery of Vienna. *Ethos (Berkeley, Calif.)*, 48(4), 498–516. <https://doi.org/10.1111/etho.12294>
- Järvi, U. (2011). *Media terveyden lähteillä : miten sairaus ja terveys rakentuvat 2000-luvun mediassa*. Väitöskirja. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-951-39-4210-6>
- Karidi, M. (2018). News Media Logic on the Move?: In search of commercial media logic in German news. *Journalism Studies (London, England)*, 19(9), 1237–1256. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1266281>
- Karppi, T. (2018). *Disconnect: Facebook's Affective Bonds* (1st ed.). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Karppi, T., Chia, A., & Jorge, A. (2021). In the mood for disconnection. *Convergence*, 27(6), 1599–1614. <https://doi.org/10.1177/13548565211034621>
- Karppinen, K., Jääsaari, J. & Kivikuru, U. (2010). Media ja valta kansalaisten silmin. Helsinki: Forskningsinstitutet. Svenska social- och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet. <http://hdl.handle.net/10138/333139>
- Kaye, L.K., Orben, A., Ellis, D., ym. (2020). The conceptual and methodological Mayhem of “Screen Time”. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 17(10), 3661. DOI: [10.3390/ijerph17103661](https://doi.org/10.3390/ijerph17103661).
- Kenney, M. & Zysman, J. (2016). The Rise of the Platform Economy. *Issues in Science and Technology*, 32(3), 61–69.
- Kilpailu- ja kuluttajavirasto. Pimeät käytännöt. <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/huijaukset/pimeat-kaytannot/> [online]. Luettu 19.12.2024.
- King, G., Schneer, B., & White, A. (2017). How the news media activate public expression and influence national agendas. *Science (American Association for the Advancement of Science)*, 358(6364), 776–780. <https://doi.org/10.1126/science.aao1100>
- Kitchin, R. (2014). *The data revolution : big data, open data, data infrastructures and their consequences*. Los Angeles: SAGE.
- Kline R. R. (2001). Technological Determinism. Teoksessa *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, 3rd ed., (toim.) Smelser N. J., Baltes P. B. 15495–98. Amsterdam, the Netherlands: Elsevier.
- Kline, S., Dyer-Witford, N., & De Peuter, G. (2005). *Digital play : the interaction of technology, culture, and marketing* (1st ed.). Montreal: McGill-Queen's University Press. <https://doi.org/10.1515/9780773571068>
- Klobas, J. E., McGill, T. J., Moghavvemi, S., & Paramanathan, T. (2019). Problematic and extensive YouTube use: first hand reports. *Online Information Review*, 43(2), 265–282. <https://doi.org/10.1108/OIR-01-2018-0032>

- Koehler, D. J. (2016). Can journalistic ‘false balance’ distort public perception of consensus in expert opinion? *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 22(1), 24–38. <https://doi.org/10.1037/xap0000073>
- Kozyreva, A., Lewandowsky, S., & Hertwig, R. (2020). Citizens Versus the Internet: Confronting Digital Challenges With Cognitive Tools. *Psychological Science in the Public Interest*, 21(3), 103–156. <https://doi.org/10.1177/1529100620946707>
- Kraniauskas, J. (2014). Rhetorics of populism: Ernesto Laclau, 1935–2014. *Radical Philosophy* 186: 29–36.
- Kunelius, R. (2003). Viestinnän vallassa: johdatusta joukkoviestinnän kysymyksiin. Helsinki: WSOY.
- Kuntsman, A., & Miyake, E. (2019). The paradox and continuum of digital disengagement: denaturalising digital sociality and technological connectivity. *Media, Culture & Society*, 41(6), 901–913. <https://doi.org/10.1177/0163443719853732>
- Kuntsman, A., & Miyake, E. (2022). *Paradoxes of Digital Disengagement: In Search of the Opt-Out Button*. London: University of Westminster Press. <https://doi.org/10.16997/book61>
- Kärki, R. (1998). *Lääkietiede julkisuudessa : Prometheus vai Frankenstein*. Tampere: Vastapaino.
- Laclau, E. (1990). *New Reflections on the Revolution of Our Time*. London: New York: Verso.
- Laidlaw, L., O’Mara, J., & Wong, S. S. H. (2021). ‘This is your brain on devices’: Media accounts of young children’s use of digital technologies and implications for parents and teachers. *Contemporary Issues in Early Childhood*, 22(3), 268–281. <https://doi.org/10.1177/1463949119867400>
- Lammi, M., & Pantzar, M. (2019). The data economy: How technological change has altered the role of the citizen-consumer. *Technology in Society*, 59, 101157-. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101157>
- Landerer, N. (2013). Rethinking the Logics: A Conceptual Framework for the Mediation of Politics. *Communication Theory*, 23(3), 239–258. <https://doi.org/10.1111/comt.12013>
- Lehti, L., Haapanen, L., & Kääntä, L. (2018). Diskurssintutkimus – monitieteinen ja monimenetelmäinen ala. *AFinLA-e: Soveltavan Kielitieteen Tutkimuksia (11)*, 4–19. <https://doi.org/10.30660/afinla.75057>
- Leick, K. (2019). *Parents, Media and Panic through the Years*. Palgrave Pivot Cham. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-98319-6>
- Livingstone, S. M. (2002). *Young people and new media : childhood and the changing media environment (1. painos)*. Lontoo; SAGE.
- Livingstone, S., Ólafsson, K., Helsper, E. J., Lupiáñez-Villanueva, F., Veltri, G. A., & Folkvord, F. (2017). Maximizing Opportunities and Minimizing Risks for Children

- Online: The Role of Digital Skills in Emerging Strategies of Parental Mediation: Maximizing Opportunities and Minimizing Risks. *Journal of Communication*, 67(1), 82–105. <https://doi.org/10.1111/jcom.12277>
- Logg, J. M., Minson, J. A., & Moore, D. A. (2019). Algorithm appreciation: People prefer algorithmic to human judgment. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 151, 90–103. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2018.12.005>
- Lundahl, O. (2021). Media framing of social media addiction in the UK and the US. *International Journal of Consumer Studies*, 45(5), 1103–1116. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12636>
- Luo, Y., Burley, H., Moe, A., & Sui, M. (2019). A Meta-Analysis of News Media's Public Agenda-Setting Effects, 1972-2015. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(1), 150–172. <https://doi.org/10.1177/1077699018804500>
- Lupinacci, L. (2021). 'Absentmindedly scrolling through nothing': liveness and compulsory continuous connectedness in social media. *Media, Culture & Society*, 43(2), 273–290. <https://doi.org/10.1177/0163443720939454>
- Lynch, M. (2002). Pedophiles and Cyber-predators as Contaminating Forces: The Language of Disgust, Pollution, and Boundary Invasions in Federal Debates on Sex Offender Legislation. *Law & Social Inquiry*, 27(3), 529–557. <https://doi.org/10.1111/j.1747-4469.2002.tb00814.x>
- Magaudda, P. (2011). When materiality 'bites back': Digital music consumption practices in the age of dematerialization. *Journal of Consumer Culture*, 11(1), 15–36. <https://doi.org/10.1177/1469540510390499>
- Malgieri, G., & Niklas, J. (2020). Vulnerable data subjects. *The Computer Law and Security Report*, 37, 105415-. <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2020.105415>
- Mannevu, M. (2019). Neuroliberalism in Action: The Finnish Experiment with Basic Income. *Theory, Culture & Society*, 36(4), 27–47. <https://doi.org/10.1177/0263276419834066>
- Markey, P. M., & Ferguson, C. J. (2017). Teaching Us to Fear: The Violent Video Game Moral Panic and the Politics of Game Research. *American Journal of Play*, 10(1), 99–115.
- Martens, B. (2021). *An economic perspective on data and platform market power*. JRC Digital Economy Working Paper 2020-09, JRC122896. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3783297](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3783297) Luettu 9.10.2024.
- Marttila, E. (2024). *Compulsion for connection: Exploring problematic social media use*. Väitöskirja. Turun yliopisto. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-951-29-9910-1>
- Marwick, A. E. (2008). To catch a predator? The MySpace moral panic. *First Monday*, 13(6). <https://doi.org/10.5210/fm.v13i6.2152>

- Mascheroni, G., Jorge, A., & Farrugia, L. (2014). Media representations and children's discourses on online risks: Findings from qualitative research in nine European countries. *Cyberpsychology*, 8(2). <https://doi.org/10.5817/CP2014-2-2>
- Mathur, A., Acar, G., Friedman, M. J., Lucherini, E., Mayer, J., Chetty, M., & Narayanan, A. (2019). Dark patterns at scale: Findings from a crawl of 11K shopping websites. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 3(CSCW), 1–32. <https://doi.org/10.1145/3359183>
- Matz, S. C., Kosinski, M., Nave, G., & Stillwell, D. J. (2017). Psychological targeting as an effective approach to digital mass persuasion. *Proceedings of the National Academy of Sciences - PNAS*, 114(48), 12714–12719. <https://doi.org/10.1073/pnas.1710966114>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function Of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- McFall, L. (2014). *Devising Consumption: Cultural Economies of Insurance, Credit and Spending*. Abingdon: Routledge.
- McFall, L., Deville, J. & Cochoy, F. (2017). Introduction. Markets and the Arts of Attachment. Teoksessa Cochoy, F., Deville, J. & McFall, L. (toim.) *Markets and the Art of Attachment*. London: Routledge.
- McKernan, B. (2013). The Morality of Play: Video Game Coverage in The New York Times From 1980 to 2010. *Games and Culture*, 8(5), 307–329. <https://doi.org/10.1177/1555412013493133>
- McRobbie, A., & Thornton, S. L. (1995). Rethinking “Moral Panic” for Multi-Mediated Social Worlds. *The British Journal of Sociology*, 46(4), 559–574. <https://doi.org/10.2307/591571>
- Mejias, U. A. (2013). *Off the network : disrupting the digital world* (1st ed.). University of Minnesota Press.
- Mellet, K., Beauvisage, T., Beuscart, J.-S., & Trespeuch, M. (2014). A “Democratization” of Markets? Online Consumer Reviews in the Restaurant Industry. *Valuation Studies*, 2(1), 5–41. <https://doi.org/10.3384/vs.2001-5992.14215>
- Mihelj, S., Leguina, A., & Downey, J. (2019). Culture is digital: Cultural participation, diversity and the digital divide. *New Media & Society*, 21(7), 1465–1485. <https://doi.org/10.1177/1461444818822816>
- Milosevic, T. (2015). Cyberbullying in US Mainstream Media. *Journal of Children and Media*, 9(4), 492–509. <https://doi.org/10.1080/17482798.2015.1089300>
- Natale, S., & Treré, E. (2020). Vinyl won't save us: reframing disconnection as engagement. *Media, Culture & Society*, 42(4), 626–633. <https://doi.org/10.1177/0163443720914027>
- Nicolini, D. (2012). *Practice theory, work, and organization : an introduction* (1st ed.). Oxford: Oxford University Press.

- Nikken, P., & Schols, M. (2015). How and Why Parents Guide the Media Use of Young Children. *Journal of Child and Family Studies*, 24(11), 3423–3435. <https://doi.org/10.1007/s10826-015-0144-4>
- Nygaard Blom, J., Rønlev, R., Hansen, K. R., & Ljungdalh, A. K. (2021). The Potentials and Pitfalls of Interactional Speculations by Journalists and Experts in the Media: The Case of Covid-19. *Journalism Studies (London, England)*, 22(9), 1142–1160. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1925950>
- Nyrhinen, J., Lonka, K., Sirola, A., Ranta, M., & Wilska, T.-A. (2023). Young adults' online shopping addiction: The role of self-regulation and smartphone use. *International Journal of Consumer Studies*, 1–14. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12961>
- O'Connor, J., & Fotakopoulou, O. (2016). A threat to childhood innocence or the future of learning? Parents' perspectives on the use of touch-screen technology by 0–3 year-olds in the UK. *Contemporary Issues in Early Childhood*, 17(2), 235–247. <https://doi.org/10.1177/1463949116647290>
- Obiegbu, C. J., & Larsen, G. (2024). Algorithmic personalization and brand loyalty: An experiential perspective. *Marketing Theory*, 25(2), 199–219. <https://doi.org/10.1177/14705931241230041>
- OECD. (2024). *OECD Survey on Drivers of Trust in Public Institutions 2024 Results*. Pariisi: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9a20554b-en>
- Orben, A. (2020). Teenagers, screens and social media: a narrative review of reviews and key studies. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology* 55: 407–414. DOI: [10.1007/s00127-019-01825-4](https://doi.org/10.1007/s00127-019-01825-4).
- Ostertag, S. F. (2010). Processing Culture: Cognition, Ontology, and the News Media. *Sociological Forum*, 25(4), 824–850. <https://doi.org/10.1111/j.1573-7861.2010.01214.x>
- Pantzar, M., & Shove, E. (2010). Understanding innovation in practice: a discussion of the production and re-production of Nordic Walking. *Technology Analysis & Strategic Management*, 22(4), 447–461. <https://doi.org/10.1080/09537321003714402>
- Parrott, S., Rogers, R., Towery, N. A., & Hakim, S. D. (2020). Gaming Disorder: News Media Framing of Video Game Addiction as a Mental Illness. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 64(5), 815–835. <https://doi.org/10.1080/08838151.2020.1844887>
- Pellegrino, A., Stasi, A., & Bhatiasevi, V. (2022). Research trends in social media addiction and problematic social media use: A bibliometric analysis. *Frontiers in Psychiatry*, 13, 1017506–1017506. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2022.1017506>
- Peters, H. P. (2013). Gap between science and media revisited: Scientists as public communicators. *Proceedings of the National Academy of Sciences - PNAS*, 110(Supplement 3), 14102–14109. <https://doi.org/10.1073/pnas.1212745110>
- Pietikäinen, S. & Mäntynen, A. (2009). *Kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino.

- Pietikäinen, S. & Mäntynen, A. (2019). *Uusi kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino.
- Ponte, C., Bauwens, J., & Mascheroni, G. (2009). Children and the internet in the news: agency, voices and agendas. Teoksessa: Livingstone, S. & Haddon, L. (toim.) *Kids Online: Opportunities and Risks for Children* (pp. 159–172). Bristol, UK: Policy Press. <https://doi.org/10.51952/9781847427342.ch013>
- Potter, J., & Wetherell, M. (1987). *Discourse and social psychology : beyond attitudes and behaviour*. Lontoo: SAGE.
- Raffoul, A., Ward, Z. J., Santoso, M., Kavanaugh, J. R., Austin, S. B., & Guidi, B. (2023). Social media platforms generate billions of dollars in revenue from U.S. youth: Findings from a simulated revenue model. *PloS One*, 18(12), e0295337–e0295337. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0295337>
- Rangaswamy, A., Moch, N., Felten, C., van Bruggen, G., Wieringa, J. E., & Wirtz, J. (2020). The Role of Marketing in Digital Business Platforms. *Journal of Interactive Marketing*, 51(1), 72–90. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2020.04.006>
- Rapp, D. (2002). Sex in the Cinema: War, Moral Panic, and the British Film Industry, 1906-1918. *Albion (Boone)*, 34(3), 422–451. <https://doi.org/10.2307/4054740>
- Reckwitz, A. (2002a). Toward a Theory of Social Practices: A Development in Culturalist. *European Journal of Social Theory*, 5(2), 243–263. <https://doi.org/10.1177/13684310222225432>
- Reckwitz, A. (2002b). The Status of the “Material” in Theories of Culture: From “Social Structure” to “Artefacts.” *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 32(2), 195–217. <https://doi.org/10.1111/1468-5914.00183>
- Reich, Z. & Godler, Y. (2016). The disruption of journalistic expertise. Teoksessa *Rethinking Journalism Again: Societal role and public relevance in a digital age*. (Toim.) Peters, C. & Broersma, M. 64–80. Lontoo: Routledge.
- Reunanen, E., & Kunelius, R. (2021). *Medioitunut valta ja politiikan paluu: Kyselytutkimus suomalaispäättäjien suhteesta mediaan 2009 ja 2019*. Tampere: Tampere University Press.
- Reunanen, E., Alanne, N., Hubara, K., Kauppinen, P., Mäkinen, E., Shingler, N., Silfverberg, K. (2024). *Utismedia verkossa 2024. Reuters-instituutin Digital News Report - Suomen maaraportti*. Tampere: Tampereen yliopiston avoin julkaisuarkisto. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-03-3504-5>
- Ritzer, G., & Jurgenson, N. (2010). Production, Consumption, Prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital ‘prosumer.’ *Journal of Consumer Culture*, 10(1), 13–36. <https://doi.org/10.1177/1469540509354673>
- Rose, N. (1999). *Governing the soul : the shaping of the private self* (2. painos). London: Free Association Books.

- Rose, N. S., & Abi-Rached, J. M. (2013). *Neuro : the new brain sciences and the management of the mind* (Course Book). Princeton: Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400846337>
- Roy, D. & Dutta, M. (2022). A systematic review and research perspective on recommender systems. *Journal of Big Data* 9(1), 1–36. <https://doi.org/10.1186/s40537-022-00592-5>
- Ruckenstein, M. (2013). Raha ja addiktiot ajan sykliässä taloudessa. Teoksessa Tammi, T. & Raento, P. (toim.), *Addiktioyhteiskunta – riippuvuus aikamme ilmiönä*. Helsinki: Gaudeamus, 165 – 180.
- Ruckenstein, M. (2017). Digital consumption. Teoksessa M. Keller, B. Halkier, T-A Wilska, M. Truninger (toim.) *Routledge handbook of consumption*. Routledge, 466–476.
- Ruiz, N., Molina León, G., Heuer, H., Maedche, A., Mayer, S., Gerling, K., & Beigl, M. (2024). Design Frictions on Social Media: Balancing Reduced Mindless Scrolling and User Satisfaction. *MuC 2024 - Proceedings of the 2024 Mensch Und Computer*, 442–447. New York, NY, USA: ACM. <https://doi.org/10.1145/3670653.3677495>
- Ryfe, D. M. (2006). The Nature of News Rules. *Political Communication* 23(2), 203–214. doi:10.1080/10584600600629810.
- Sadowski, J. (2019). When data is capital: Datafication, accumulation, and extraction. *Big Data & Society*, 6(1). doi:10.1177/2053951718820549
- Salasuo, M. (2013). Omistautuminen – tapa hallita mahdollisuuksien paljoutta. Teoksessa Tammi, T. & Raento, P. (toim.), *Addiktioyhteiskunta – riippuvuus aikamme ilmiönä*. Helsinki: Gaudeamus. 106 – 124.
- Schatzki, T. (1996). *Social practices. A Wittgensteinian Approach to Human Activity and the Social*. Cambridge University Press.
- Schatzki, T. (2001a). Introduction: practice theory. Teoksessa Schatzki, T., Knorr Cetina, K. & Savigny E. (toim.), *The practice turn in contemporary theory*. Lontoo: Routledge, 10–23. <https://doi.org/10.4324/9780203977453>
- Schatzki, T. (2001b). Practice mind-ed orders. Teoksessa Schatzki, T., Knorr Cetina, K. & Savigny E. (toim.), *The practice turn in contemporary theory*. Lontoo: Routledge, 50–63. <https://doi.org/10.4324/9780203977453>
- Schatzki, T. R. (2002). *The site of the social : a philosophical account of the constitution of social life and change*. Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press. <https://doi.org/10.1515/9780271023717>
- Schatzki, T. R. (2005). Peripheral Vision: The Sites of Organizations. *Organization Studies*, 26(3), 465–484. <https://doi.org/10.1177/0170840605050876>
- Schatzki, T., Knorr Cetina, K. & Savigny E. (2001). *The practice turn in contemporary theory*. Lontoo: Routledge.

- Schäfer, M. S. (2011). Sources, Characteristics and Effects of Mass Media Communication on Science: A Review of the Literature, Current Trends and Areas for Future Research. *Sociology Compass*, 5(6), 399–412. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2011.00373.x>
- Seppänen, J. & Väliverronen, E. (2012). *Mediayhteiskunta*. Tampere: Vastapaino.
- Seppänen, J. & Väliverronen, E. (2024). *Mediayhteiskunta : viestintä ja valta huomiota-loudessa*. Tampere: Vastapaino.
- Seuri, O., Katainen, A. & Toivanen, P. (2023). Blurring boundaries of expert knowledge and stakeholder agenda – News media as a knowledge broker in the Finnish alcohol policy debate. *SSM. Qualitative Research in Health*, 4, 100355-. <https://doi.org/10.1016/j.ssmqr.2023.100355>
- Shehata, A., & Strömbäck, J. (2013). Not (Yet) a New Era of Minimal Effects: A Study of Agenda Setting at the Aggregate and Individual Levels. *The International Journal of Press/Politics*, 18(2), 234–255. <https://doi.org/10.1177/1940161212473831>
- Sheldon, P., Antony, M. G., & Sykes, B. (2021). Predictors of Problematic Social Media Use: Personality and Life-Position Indicators. *Psychological Reports*, 124(3), 1110–1133. <https://doi.org/10.1177/0033294120934706>
- Shin, D., & Jitkajornwanich, K. (2024). How Algorithms Promote Self-Radicalization: Audit of TikTok’s Algorithm Using a Reverse Engineering Method. *Social Science Computer Review*, 42(4), 1020–1040. <https://doi.org/10.1177/08944393231225547>
- Shove, E., & Pantzar, M. (2005). Consumers, producers and practices: Understanding the invention and reinvention of Nordic walking. *Journal of Consumer Culture*, 5(1), 43–64.
- Shove, E., Pantzar, M., & Watson, M. (2012). *The dynamics of social practice : everyday life and how it changes*. London: SAGE.
- Siles, I., Espinoza-Rojas, J., Naranjo, A., & Fernanda Tristan, M. (2019). The Mutual Domestication of Users and Algorithmic Recommendations on Netflix. *Communication, Culture & Critique*, 12(4), 499–518. <https://doi.org/10.1093/ccc/tcz025>
- Southerton, D., Warde, A., Hand, M. (2004). The limited autonomy of the consumer: implications for sustainable consumption. Teoksessa *Sustainable Consumption: Implications of Changing Infrastructures of Provision* (toim. Southerton ym.). Edward Elgar Publishing.
- Spaargaren, G., & Oosterveer, P. (2010). Citizen-consumers as agents of change in globalizing modernity: The case of sustainable consumption. *Sustainability*, 2(7), 1887–1908. <https://doi.org/10.3390/su2071887>
- Spaargaren, G., Oosterveer, P., & Loeber, A. (2012). *Food Practices in Transition: Changing Food Consumption, Retail and Production in the Age of Reflexive Modernity* (1. publ., Vol. 3). United Kingdom: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203135921>

- Stern, S. R., & Burke Odland, S. (2017). Constructing Dysfunction: News Coverage of Teenagers and Social Media. *Mass Communication & Society*, 20(4), 505–525.  
<https://doi.org/10.1080/15205436.2016.1274765>
- Strycharz, J., van Noort, G., Smit, E., & Helberger, N. (2019). Protective behavior against personalized ads: Motivation to turn personalization off. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 13(2).  
<https://doi.org/10.5817/CP2019-2-1>
- Strömback, J. (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*, 13(3), 228–246.  
<https://doi.org/10.1177/1940161208319097>
- Størup, J. O., & Lieberoth, A. (2023). What’s the problem with “screen time”? A content analysis of dominant voices and worries in three years of national print media. *Convergence (London, England)*, 29(1), 201–224.  
<https://doi.org/10.1177/13548565211065299>
- Suoninen, E. (2021). Diskurssianalyysi. Teoksessa Jaana Vuori (toim.) *Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto [ylläpitäjä ja tuottaja]. <<https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/>>. Luettu 22.11.2024.
- Susser, D., Roessler, B., & Nissenbaum, H. (2019). Technology, autonomy, and manipulation. *Internet Policy Review*, 8(2), 1–22. <https://doi.org/10.14763/2019.2.1410>
- Syvertsen, T., & Enli, G. (2020). Digital detox: Media resistance and the promise of authenticity. *Convergence (London, England)*, 26(5–6), 1269–1283.  
<https://doi.org/10.1177/1354856519847325>
- Thatcher, J., O’Sullivan, D., & Mahmoudi, D. (2016). Data colonialism through accumulation by dispossession: New metaphors for daily data. *Environment and Planning. D, Society & Space*, 34(6), 990–1006.  
<https://doi.org/10.1177/0263775816633195>
- Thompson, K. (1998). *Moral panics* (1st ed.). London ; Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9780203980903>
- Tilastokeskus. (2023). *Ajankäyttö*. Helsinki: Tilastokeskus.  
<https://stat.fi/julkaisu/cl8ipicxx123r0bw2oxe42g8i> Luettu 18.4.2025.
- Torkkola, S. (2008). *Sairas juttu : tutkimus terveystjournalismin teoriasta ja sanomalehden sairaalasta*. Tampere: Tampere University Press. <https://urn.fi/urn:isbn:978-951-44-7494-1>
- UNICEF. (2017). *Children in a digital world. The State of the World’s Children 2017*.  
[https://www.unicef.org/media/48581/file/SOWC\\_2017\\_ENG.pdf](https://www.unicef.org/media/48581/file/SOWC_2017_ENG.pdf) (Luettu 31.3.2025.)
- Vaidhyathan, S. (2018). *Antisocial Media: How Facebook Disconnects Us and Undermines Democracy* (1. painos). Oxford: Oxford University Press, Incorporated.

- Valkenburg, P. M., Peter, J., Walther, J. B., & Fiske, S. (2016). Media Effects: Theory and Research. *Annual Review of Psychology*, 67(1), 315–338. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122414-033608>
- Valtonen, S. (1998). Hyvä, paha media. Diskurssianalyysi kriittisen mediatutkimuksen menetelmänä. Teoksessa Kantola, A., Moring, I. & Väliverronen E. (toim.), *Media-analyysi - tekstistä tulkintaan*, 93–120. Lahti: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus.
- van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity : a critical history of social media* (1st ed.). Oxford ; Oxford University Press.
- van Dijck, J. (2014). Datafication, dataism and dataveillance: Big data between scientific paradigm and ideology. *Surveillance & Society*, 12(2), 197–208. <https://doi.org/10.24908/ss.v12i2.4776>
- van Rooij, A. J., Ferguson, C. J., Colder Carras, M., Kardefelt-Winther, D., Shi, J., Aarseth, E., . . . Deleuze, J. (2018). A weak scientific basis for gaming disorder: Let us err on the side of caution. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(1), 1–9. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.19>
- Vialle, S. J., Machin, T., Abel, S., & Shackelford, K. (2024). Better Than Scrolling: Digital Detox in the Search for the Ideal Self. *Psychology of Popular Media*, 13(4), 687–695. <https://doi.org/10.1037/ppm0000496>
- Väliverronen, J. (2022). Political Journalism Content in a New Era: The Case of Finnish Newspapers, 1995–2015. *European Journal of Communication (London)*, 37(4), 373–392. <https://doi.org/10.1177/026732312111072662>
- Wahlberg, A. A. F., & Sjoberg, L. (2000). Risk perception and the media. *Journal of Risk Research*, 3(1), 31–50. <https://doi.org/10.1080/136698700376699>
- Waller V., Farquharson K. & Dempsey D. (2016). *Qualitative Social Research: Contemporary Methods for the Digital Age*. Los Angeles: SAGE.
- Walsh, J. P. (2020). Social media and moral panics: Assessing the effects of technological change on societal reaction. *International Journal of Cultural Studies*, 23(6), 840–859. <https://doi.org/10.1177/1367877920912257>
- Warde, A. (2005). Consumption and Theories of Practice. *Journal of Consumer Culture*, 5(2), 131–153. <https://doi.org/10.1177/1469540505053090>
- Warde, A. (2010). *Consumption*. SAGE Publications Ltd, <https://doi.org/10.4135/9781446261125>
- Warde, A. (2014) After taste: Culture, consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture*, 14(3), 279–303. <https://doi.org/10.1177/1469540514547828>
- Warde, A. (2016). *The practice of eating*. Cambridge: Polity Press.
- Warde, A., Welch, D. & Puddcock, J. (2017). Studying consumption through the lens of practice. Teoksessa M. Keller, B. Halkier, T-A Wilska, M. Truninger (toim.), *Routledge handbook of consumption*. Routledge, 25–35.

- Watson, M. (2017). Sustainable consumption and changing practices. Teoksessa M. Keller, B. Halkier, T-A Wilska, M. Truninger (toim.), *Routledge handbook of consumption*. Routledge, 343–352.
- Weber, M. (1947). *The Theory of Social and Economic Organization*. New York: Oxford University Press.
- Welte, J. W., Barnes, G. M., Wieczorek, W. F., Tidwell, M.-C. O., & Hoffman, J. H. (2007). Type of Gambling and Availability as Risk Factors for Problem Gambling: A Tobit Regression Analysis by Age and Gender. *International Gambling Studies*, 7(2), 183–198. <https://doi.org/10.1080/14459790701387543>
- Willett, R. J. (2015). The discursive construction of ‘good parenting’ and digital media – the case of children’s virtual world games. *Media, Culture & Society*, 37(7), 1060–1075. <https://doi.org/10.1177/0163443715591666>
- Williams, D. (2003). The video game lightning rod. *Information Communication & Society*, 6(4), 523–550. <https://doi.org/10.1080/1369118032000163240>
- Wilska, T-A. & Nyrhinen, J. (2021). [DigiConsumers Longitudinal Survey Data Part 1](https://doi.org/10.17011/jyx/dataset/86216), 2021. V. 31.3.2021. 10.17011/jyx/dataset/86216)
- Wittgenstein, L. (1984[1953]). *Philosophische Untersuchungen*, in Werkausgabe, Vol. 1. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Wittgenstein, L. 1984[1969]). *Über Gewißheit*, in Werkausgabe, Vol. 8. Frankfurt/Main: Suhrkamp
- Yhdistyneet Kansakunnat (2022.) *United Nations E-Government Survey 2022 : The Future of Digital Government*. United Nations Department of Economic and Social Affairs. <https://desapublications.un.org/sites/default/files/publications/2022-09/Chapter%204.pdf> Luettu 16.1.2025.
- YLE. (2017). Tuhoaa yhteiskuntaa – Facebookin entinen johtaja arvostelee sosiaalista mediaa kovin sanoin. <https://yle.fi/a/3-9972927> Luettu 31.1.2025.
- YLE. (2023). Pelottavan taidokas Tiktok. <https://yle.fi/a/74-20054346> (Luettu 31.1.2025.)
- Zuboff, S. (2015). Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. *Journal of Information Technology*, 30(1), 75–89. doi:10.1057/jit.2015.5
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism*. London, UK: Profile Books.

## LIITTEET

### Liite 1: Tutkimusaineisto

#### HELSINGIN SANOMAT

1. KULTTUURI 29.1.2024 Kokenut somevaikuttaja Pinkku Pinsky tietää, miksi nuoria ahdistaa <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000010123511.html>
2. ELÄMÄ 7.3.2024 Vielä yhdet trikoot <https://www.hs.fi/hyvinvointi/art-2000010141899.html>
3. HYVINVOINTI 2.4.2024 Aivotutkijan mukaan puhelin kannattaa kävellessä pitää taskussa tai laukussa <https://www.hs.fi/hyvinvointi/art-2000010292957.html>
4. TIEDE 4.4.2024 Lasten kehitys on syvästi uhattuna kännyköiden takia, varoittaa kuuluisa sosiaalipsykologi – hän esittää 4 neuvoa, kuinka sukupolvi voi pelastua <https://www.hs.fi/tiede/art-2000010331076.html>
5. HYVINVOINTI 5.4.2024 Miten irtautua puhelimesta? <https://www.hs.fi/hyvinvointi/art-2000010272667.html>
6. MAAILMA 7.4.2024 Sairastuttiko some nuoret? <https://www.hs.fi/maailma/art-2000010334231.html>
7. HYVINVOINTI 8.4.2024 Lyhyet videot aktivoivat aivoissa samoja hermoratoja kuin kokaiini, sanoo professori <https://www.hs.fi/hyvinvointi/art-2000010255965.html>
8. TIEDE 28.4.2024 Tutkimus: Yläkoulun kännykkäkielto paransi tyttöjen mielen-terveyttä ja arvosanoja <https://www.hs.fi/tiede/art-2000010384823.html>
9. POLITIIKKA 16.5.2024 EU otti Facebookin ja Instagramin tutkintaan – Komissio selvittää ovatko ne terveys-riski lapsille ja nuorille <https://www.hs.fi/politiikka/art-2000010432313.html>
10. HELSINKI 5.6.2024 Tuore tutkimus kertoo hälyttäviä tietoja lukiolaistyttyjen sosiaalisen median käytöstä <https://www.hs.fi/helsinki/art-2000010477144.html>
11. YTIMESSÄ 23.6.2024 Somettomat <https://www.hs.fi/feature/art-2000010212693.html>
12. TALOUS 1.7.2024 Palohälytys soi, miksemme toimi? <https://www.hs.fi/talous/art-2000010423220.html>
13. ELÄMÄ 10.7.2024 Hyvä, paha puhelin <https://www.hs.fi/lifestyle/art-2000010537363.html>
14. HELSINKI 7.8.2024 Opettajat kertovat: Tällaista on luokan arki kännykkä-addiktien kanssa <https://www.hs.fi/helsinki/art-2000010604990.html>

15. LIFESTYLE 12.8.2024 Aivotutkija: Älylaitteet vaikuttavat lasten aivoihin, on aika tehdä uudenlainen ihmiskoe <https://www.hs.fi/lifestyle/art-2000010603803.html>
16. ELÄMÄ 15.10.2024 Somen pimeä puoli <https://www.hs.fi/elama/art-2000010708844.html>
17. LIFESTYLE 19.10.2024 Kaksi suomalaista kertoo, miksi kirpparit koukuttavat <https://www.hs.fi/lifestyle/art-2000010740717.html>
18. TERVEYS 30.10.2024 Suomi ottaa käyttöön uuden sairaus-luokituksen – video-peli-riippuvuus on sairaus, trans-suku-puolisuus ei <https://www.hs.fi/lifestyle/art-2000010758640.html>
19. LIFESTYLE 22.11.2024 Elämä pelissä <https://www.hs.fi/lifestyle/art-2000010813572.html>

## YLE

20. Nuoret 15.1.2024 Nuorten mielenterveysoireilu ja itsetuhoisuus ovat lisääntyneet – nyt etsitään syitä ja ratkaisumalleja <https://yle.fi/a/74-20069461>
21. Sosiaalinen media 19.1.2024 ”Tuntuu inhottavalta, että sukupolveni on ollut koe-kaniinina” – yli 300 suomalaista kertoi, miksi he rajoittivat somea <https://yle.fi/a/74-20068785>
22. Sosiaalinen media 31.1.2024 New York antoi somen käytöstä haittaohjeistuksen – somejättien pomot joutuvat tänään selittämään tekosiaan poliitikoille <https://yle.fi/a/74-20072210>
23. Tiede 21.3.2024 Miljoonia vuosia vanha kemikaali saa nykyihmisen shoppailemaan – tässä voit testata, mitä käyttäytymisen takana on <https://yle.fi/a/74-20080202>
24. Rikokset 5.4.2024 Tutkimus antaa uutta tietoa, miksi yllättävän monelle kehitty riippuvuus katsoa lapsiin kohdistuvaa seksuaaliväkivaltaa <https://yle.fi/a/74-20082026>
25. Kierrätys 18.4.2024 Lukijat kertovat, millaista on riippuvuus käytettyjen tavaroiden osteluun: ”Läheiseni tietävät tilanteesta osittain” <https://yle.fi/a/74-20082669>
26. Oppiminen 18.4.2024 Hyvä, paha tabletti <https://yle.fi/a/74-20083789>
27. Hyvinvointi 19.4.2024 Seksi, musiikki ja some tauolle – Voiko dopamiinipaasto vapauttaa erilaisista riippuvuuksista? <https://yle.fi/a/74-20084104>
28. Kuluttajat 29.4.2024 Seela-Kaarina Tuutti on toipuva shoppailuaddikti – näin hän pääsi irti riippuvuudesta, josta yhä useampi kärsii <https://yle.fi/a/74-20083746>
29. Sosiaalinen media 1.5.2024 Ranskalaisasiantuntijat: Älypuhelimet pois alle 13-vuotiailta, some-kielto alle 18-vuotiaille <https://yle.fi/a/74-20086556>

30. Nuoret 2.5.2024 Psykologian opiskelija alkoi elää Tiktokin oppien mukaan – sen seurauksena mieli romahti <https://yle.fi/a/74-20086352>
31. Sosiaalinen media 6.5.2024 Kolme nuorta avaa Tiktok-feedinsä ja ottaa kantaa kiinalaiskanavan kieltämiseen <https://yle.fi/a/74-20086900>
32. Lapset 8.5.2024 Espanjalaisvanhemmat ajoivat läpi älypuhelinkiellon – ”Pelkäämme kaikki samoja asioita” <https://yle.fi/a/74-20086743>
33. Sosiaalinen media 28.5.2024 Hisku Wilund, 15, poisti Instagramin puhelimestaan – oireet alkoivat heti <https://yle.fi/a/74-20090642>
34. Sosiaalinen media 8.6.2024 ”Kuollut aika” on muuttunut, sanoo tutkija – siksi jokaisen olisi syytä tarkastella, miten käyttää somea <https://yle.fi/a/74-20091398>
35. Nuoret 13.6.2024 Lapset eivät tarvitse älylaitetta ennen yläastetta, sanoo somevaikuttaja <https://yle.fi/a/74-20093600>
36. Pelit 30.6.2024 Axel Winberg pyristeli irti rahapeleistä ja toivoo, että pelaamista säädeltäisiin selvemmin: ”Pahinta on, kun ne soittavat” <https://yle.fi/a/74-20096061>
37. Teknologia 15.8.2024 Tutkija herättelee perheitä torjumaan digilaitteiden liika-käyttöä <https://yle.fi/a/74-20105165>
38. Sosiaalinen media 21.8.2024 Meta ja Google kohdensivat kiellettyä mainontaa alaikäisille – nuoria käyttäjiä on helppo houkutella <https://yle.fi/a/74-20106303>
39. Tutkimus 27.8.2024 Tutkimus: Työntekijöiden valvonta tekoälyn avulla heikentää työhyvinvointia <https://yle.fi/a/74-20107407>
40. Sosiaalinen media 28.8.2024 10 väitettä Tiktokista – tarkistimme faktat ihailua ja närää herättäneestä sovelluksesta <https://yle.fi/a/74-20098815>
41. Teknologia 30.10.2024 Nuoret ovat huolissaan omasta älylaitteiden käytöstään – ”Nukkumaanmenokin saattaa venähtää”, sanoo yhdeksäsluokkalainen <https://yle.fi/a/74-20120669>
42. Työelämä 4.11.2024 Pikaviestit toivat kiireen tunnun työpaikoille, sanoo kännykkäsovellusten suunnittelija – ”Työelämä on pilalla” <https://yle.fi/a/74-20115123>

## Liite 2. Aineiston ylä- ja alatason koodit ja niiden esiintyvyys aineistossa

Ylätason koodi	Alatason koodi	Esiintyminen aineistossa (n artikkeleissa)
Puhuja ja mandaatti	yhteensä	41
	Asiantuntijat ja tutkijat	32
	järjestötoimijat	5
	somen tai viestinnän tutkijat	16
	terveydenhuollon asiantuntijat	21
	muut asiantuntijat	1
	Kuluttajat itse	15
	Opettajat/koulujen edustajat	3
	Poliitikot	2
	Sosiaalisen median vaikuttajat	2
	Vanhemmat	2
	Muut (Euroopan komissio)	1
Ongelma/vaikutus	yhteensä	42
	Addiktoituminen	29
	Mielenterveys tai terveys	27
	Sosiaaliset suhteet	22
	Keskittymisen vaikeus	19
	Muut vaikutukset (esim. ajan käyttö)	13
	Epäluonnollinen kehitys	10
	Uniongelmat	6
	Oppimisen vaikeudet	4
	Taloudelliset vaikeudet/rahanmeno	2
Syyllinen	yhteensä	38
	Teknologiayritykset	29
	Yhteiskunta tai rakenteet	9
	Yksilö itse	9
	Media/mainonta	8
	Vanhemmat	4
Ratkaisujen esitystapa	yhteensä	38
	Yhteiskunnalliset ratkaisut	30
	Asenteelliset muutokset	7
	Sääntely tai rajoitus	23
	Yksilövetoiset ratkaisut	24

	Teknologiset ratkaisut	4
Ratkaisujen toimijataho	yhteensä	38
	Yhteiskunta	25
	Yksilö	20
	Koti/aikuiset	19
	Teknologiayritykset	4
Artikkelin kulma ja lähestymistapa	yhteensä	42
	Kritisoiva/uhkakeskeinen	30
	Tasapainottava	21
	Pyrkimys määritellä/diagnosoida	11
	Neutraali/informatiivinen	7
Kuluttajan subjektipo-sitio	yhteensä	42
	Manipuloitu käyttäjä	33
	Itsekuriin pyrkivä vastuullinen valitsija	24
	Normatiivisesti arvioitu ja ohjattu kuluttaja	24
	Tyytyväinen kuluttaja	8