

Pojat ja nuoret miehet mediakansalaisina

Projektin vastuhenkilö: Laura Saarenmaa

Tutkija: Mikko Hautakangas

Tutkimuksen sisältö ja eteneminen

Hankkeessa selvitettiin, miten suomalaiset pojat ja nuoret miehet käyttävät ja arvottavat erilaisia medioita, millaiset seikat mediakäyttöä ohjaavat ja millaisena nuoret miehet itse kokevat heille tarjoutuvan mediamaiseman. Hankkeen liikkeellepanevana voimana toimivat yhtäältä aiempien tutkimushankkeiden herättämät jatkokysymykset, toisaalta havainnot monenkirjavan ”miespuheen” lisääntymisestä. Tämä hanke tuotti arvokasta tietoa mediakulttuurin tutkimuksen, sukupuolen tutkimuksen, mediakasvatuksen ja poikatyön kentillä käytäviin ajankohtaisiin keskusteluihin. Hankkeen havainnot hyödyttävät myös median tekijöitä, jotka pyrkivät puhuttelemaan poikia.

Hankkeen tutkimuskysymykset olivat:

- Millaisia medioita pojat käyttävät?/Miten he arvottavat eri medioita?
- Millaiset sosiaaliset prosessit mediankäyttöä ohjaavat?
- Missä mieheksi kasvamiseen liittyviä tunteita työstetään?
- Millaisina nuoret miehet kokevat omat osallistumisen mahdollisuutensa?
- Millaisiin yhteisöihin nuoret miehet osallistuvat verkossa?
- Miten nuoria miehiä mediakansalaisina puhutellaan?

Näihin kysymyksiin etsittiin vastauksia moniaineisen aineiston avulla. Pääaineiston muodostivat neljä fokusryhmähaastattelua ja neljä yksilöhaastattelua, joissa ääneen pääsevät 17–25-vuotiaat nuoret miehet eri puolilta Suomea. Nuorten miesten ääntä on kuunneltu myös verkkohavainnoinnin avulla seuraamalla kuutta nuorten miesten suosimaa verkkoyhteisöä keväästä 2013 syksyyn 2014. Erityistä huomiota hankkeessa on saanut osakseen Brony-ilmio eli *My Little Pony: Friendship is Magic* -animaatiosarjan miesvaltainen fanikulttuuri ja sitä koskeva julkinen keskustelu. Yhden osa-aineiston muodostivat Väestöliiton Poikien puhelimen puheluista kootut litteroinnit ja muistiinpanot, joita analysoitiin yhteistyössä Poikien puhelimen työntekijöiden kanssa. Lisäksi täydentävänä aineistona haastateltiin kahta miesten lifestylelehden päätoimittajana työskennellyttä media-ammattilaista.

Kvalitatiivisen empiirisen aineiston avulla ja aiempaan tutkimustietoon nojaten hankkeessa paikannettiin ja analysoitiin niitä sukupuolittuneita diskursiivisia ja sosiaalisia käytäntöjä, jotka ohjaavat nuorten miesten mediankäyttöä, mediakulttuurista osallistumista ja yhteiskunnallista kytkeytymistä. Pyrkimyksenä ei siis ole ollut tuottaa uutta tilastollisesti yleistettävää tietoa esimerkiksi tiettyjen mediamuotojen parissa vietetystä ajasta tai suosituimmista mediateksteistä, vaan mediaetnografisen metodin avulla on tarkasteltu nuorten miesten mediarutiineja, mediankäyttöön liittyviä arvostuksia ja näiden suhdetta yhteiskunnalliseen osallisuuteen.

Hankkeen aineistot tukevat muiden viimeaikaisten mediankäyttötutkimusten havaintoja: erityisesti nuorten yhteys yhteyskuntaan ja julkisuuteen (Nick Couldryn termien ”myyttiseen keskukseen”) kietoutuu tiiviisti yhteen internetin monipuolisen käytön, ”koneella olemisen”,

kanssa. ”Koneella” henkilökohtainen tila ja mediajulkisuus, ja samalla yksityinen ja julkinen viestintä, kietoutuvat toisiinsa. Mediatekstit asettuvat keskinäisiin suhteisiin tietokoneen tai mobiililaitteen ruudulla: rinnakkain ovat avoinna sosiaalisen median palvelut, netti-TV, lehtien verkkosivut ja erilaiset viihdesivustot, joissa sisällöt kiertävät ja kommentoivat toinen toisiaan. Kuvalautoja, keskustelupalstoja, sosiaalisen median palveluita ja viihdelehtien verkkosivustoja seurataan sekä viihtymistarkoituksessa että pysyäkseen perillä ajankohtaisista puheenaiheista.

Television katselu tai lehtien lukeminen näyttäytyvät aineistossa nuorten miesten arjessa toisarvoisina mediarutiineina. Kuitenkin varsin perinteinen ”kunnon kansalaisen” ihanne nimenomaan sanomalehtien ja television (erityisesti Yleisradion) ajankohtaisohjelmien kautta aikaansa seuraavana toimijana tunnustetaan selvästi myös nuorten miesten keskuudessa, riippumatta siitä, missä määrin nämä mediankäyttötavat ovat heidän omaan arkeensa kotiutuneet. Journalismin ammattitaitoa pidetään siis arvossa. Erityisen olennaisena näyttäytyy kuitenkin oman aktiivisuuden merkitys: eri lähteisiin luotetaan eri asioissa ja oma mediapaletti syntyy etsimällä ja yhdistelemällä, ei luottamalla jonkun instituution valmiiksi eteen kantamaan tietoon. Verkossa aktiivisesti liikkumalla ja erilaisia verkkoyhteisöjen puhetapoja hallitsemalla pysytellään kärryillä siitä, mitä on meneillään.

Tiedonhaku, aikansa seuraaminen ja ympäröivässä yhteiskunnassa kiinni pysyminen kytkeytyvät näin sosiaalisiin verkostoihin ja niiden sukupuolierityisiin puhetapoihin. Siinä missä journalistisiin medioihin osataan suhtautua varsin kriittisesti ja esimerkiksi taustavaikuttimien perään kysellään hyvinkin analyttisesti, kuvalautojen ja keskustelupalstojen vertaistekstit näyttäytyvät yksinkertaisesti toisina ihmisinä tai ihmisjoukkoina. Näyttääkin siltä, että nuorten miesten mediakulttuurissa tämä epämääräinen ”nettikansa” muodostaa uudenlaisen myyttisen keskuksen perinteisen median edustaman valtajulkisuuden rinnalle. Verkkokulttuuri ikään kuin edustaa sitä kansaa, jonka nuoret miehet kokevat vertaisikseen.

Pojille merkityksellisille verkkoyhteisöille tyypillisillä puhetavoilla voi myös nähdä laajempia yhteyksiä poikakulttuurin sosiaalisiin konventioihin. Aggressiivinen keskustelukulttuuri ja epäsovelias huumori on tulkittu maskuliinisuuden kulttuuriseksi tunnusmerkeiksi myös aiemmissa tutkimuksissa perinteisten mediatekstien analyysin kautta. Myös koulupoikien keskinäisten hierarkioiden ja arvostuksen muodostumista tarkastelleissa tutkimuksissa ironia ja huumorin käyttöön liittyvä sosiaalinen peli on osoitettu tärkeäksi osaksi poikien sosiaalista elämää. Verkottuneessa mediakulttuurissa tämä sosiaalinen peli ja yhteisöllisyyttä tuottava sarkastinen huumori ohjaavat poikien ja nuorten miesten tapoja kierrättää, kommentoida ja tulkita ajankohtaisia uutisaiheita ja muita mediatekstejä.

Miesten sukupuolierityisyydestä on puhuttu 2000-luvun mittaan yhä enemmän ja mieskeskustelu on myös politisoitunut ja järjestäytynyt. Areena tälle keskustelulle on löytynyt erityisesti internetistä, kun esimerkiksi vuosituhannen vaihteessa Suomenkin markkinoita kokeilleet miesten lifestylelehdet eivät onnistuneet vakiinnuttamaan paikkaansa suomalaisten miesten äänitorvina. Näin huomio on kiinnittynyt blogeissa ja verkkokeskusteluissa yleistyneeseen ”miesasiapuheeseen”, joka on usein sävyltään antifeminististä ja konservatiivista sukupuolijärjestystä korostavaa. Maskulinistinen diskurssi on kuitenkin vain yksi verkottuneessa mediakulttuurissa avautuvista sukupuolimaisemista, joiden keskellä sukupuoliin kytkeydytään. Tämän hankkeen aineistot piirtävät näkyviin paljon hienosyisemmistä ja moniäänisemmistä aineksista rakentuvan poikien ja nuorten miesten mediakulttuurin, jossa esimerkiksi fanikulttuurien ja muiden henkilökohtaisesti

merkityksellisinä koettujen yhteisöjen suojissa voidaan rakentaa omaa suhdetta kulttuurissamme norminmukaiseksi ja valtavirtaiseksi esitettyyn miehen rooliin ja maskuliinisuuteen, myös kyseenalaistaen ja naurunalaiseksi tehden, mutta myös siitä positiivisia resursseja ammentaen.

Hankkeen päätösseminaari järjestettiin Tampereen yliopistossa 4.10.2014. Paikalla oli poika- ja nuorisotyön asiantuntijoita, opiskelijoita, toimittajia ja tutkijoita. Tilaisuuden juontajana toimi Laura Saarenmaa ja tutkimuksen tuloksia esitteli tutkija Mikko Hautakangas. Lisäksi seminaarissa pitivät omat esityksensä mediakasvatuksen maisteri Suvi Törrönen, Väestöliiton Poikien puhelimen työntekijät Miguel Reyes ja Joonas Kekkonen sekä Verkkonuorisotyön kehittämiskeskuksen projektipäällikkö Suvi Tuominen ja suunnittelija Leena Tuuttila. Päätösseminaarista raportoitiin myös mediassa, YLE Tampereen radioon.

Tiivistelmä hankkeen tuloksista pdf-muodossa julkaistu projektin verkkosivuilla:
http://www.uta.fi/cmt/tutkimus/comet/tutkimus/pojat_ja_nuoret_miehet_mediakansalaisina/index.html

Julkaisut

Hautakangas, Mikko (2015): "It's OK To Be Joyful: *My Little Pony* and the Brony Masculinity", *Journal of Popular Television* Vol 3. No. 1 (in press).

Hautakangas, Mikko (2015): "Pojat ja nuoret miehet mediakansalaisina", *Media & viestintä* (julkaisuprosessissa).

Hautakangas, Mikko (2015): "Iloiset pojat ja värikkäät ponit". Teoksessa Lauha, Heikki (toim.): *Verkko nuorten kokemana ja kertomana*. Verkkonuorisotyön kehittämiskeskuksen julkaisu, ilmestyy huhtikuussa 2015.