

Tulevaisuuden ihannetoimijan tarinallinen tuottaminen Euroopan digitaali-strategiassa

Minna Saariketo

ABSTRACT

Producing the ideal actor according to the Digital Agenda for Europe: a narrative perspective

What kind of a technological future is constructed by narrative means in the Digital Agenda for Europe (DAE)? Who are the characters in the story and what are their roles in the plot? What roles are offered to citizens and which skills are emphasized? Answers to these questions were sought through a narrative analysis of the DAE, published by the European Commission in 2010. The DAE is part of the Europe 2020 Initiative, the EU's growth strategy for becoming 'a smart, sustainable and inclusive economy' in this decade. According to the story analysis inspired by Propp (1973), Greimas (1980) and Bal (1985), the DAE is a technotopian narrative that adheres to an old progress myth, simply positing that new technologies will benefit society socially and economically and improve the quality of life of all individuals with access. The main roles cast for citizens are either the role of workers in the ICT sector or the role of consumers. This casting is due to economic aims: citizens are needed in maximizing the economic potential of ICT to ensure the EU's economic growth and competitiveness. Thus, the results are discussed in relation to competition society rhetoric.

Keywords: agency, strategy, technotopia, narrative analysis, Digital Agenda for Europe

JOHDANTO

Euroopan komission julkaisema Euroopan digitaali-strategia¹ (2010a) esittelee toimintasuunnitelman digitaali-teknologian hyödyntämisestä nykyisiin yhteiskunnallisiin ongelmiin. Se on jatkoa aikaisemmille eurooppalaisille tietoyhteiskuntastrategioille. Uusimman suunnitelman päämääränä on ”viitoittaa tie, jolla tieto- ja viestintätekniikan yhteiskunnalliset ja taloudelliset mahdollisuudet voidaan hyödyntää mahdollisimman laajasti” (emt. 3) ja tehdä Euroopasta ”keskus älykkäälle, kestäväälle ja osallistavalle kasvulle koko maailmassa” (emt. 38). Strategian toteuttamisen uskotaan synnyttävän innovaatioita ja talouskasvua sekä tuovan parannuksia kansalaisten ja yritysten arkeen (emt. 3).

Tässä artikkelissa paneudutaan kysymyksiin siitä, millaisen tarinan komissio kertoo digitaali-strategiassa Euroopan tulevaisuudesta ja millaista toimijaroolia se siinä kansalaisille tarjoaa. Toimijuus on valittu tutkimuksen keskeiseksi käsitteeksi, koska se antaa mahdollisuuden tarkastella, miten Euroopan unioni hallinnollisena tahona osallistuu teknologisoituneen yhteiskunnan kansalaisten toimintamahdollisuuksien ja -roolien määrittelyyn. Toimijuuden mahdollisuuksiin vaikuttavat yhteiskunnan fyysiset ja sosiaaliset rakenteet, ja kuten Ian Hacking (2004, 287) on todennut, myös tavat, joilla ymmärrämme keitä olemme ja voimme olla. Toimijuudella viitataan tässä artikkelissa yksilöiden mahdollisuuksiin itsenäiseen toimintaan ja vapaisiin valinnanmahdollisuuksiin (Carpentier 2012, 6).

Osallistun hallinnontutkimukselliseen keskusteluun viestinnän tutkijana, joka on kiinnostunut teknologisoituneen yhteiskunnan toimijuudesta ja sen tuottamisen tavoista.

Strategiatekstin tulkitseminen tarinana antaa mahdollisuuden tarkastella, miten narratiivisuutta käytetään hallinnon diskursseissa merkitysten rakentamiseen ja ensisijaistamiseen: millaisia yhteyksiä strategian laatijat luovat tapahtumien välille, miten he selittävät mennyttä ja luovat suuntaviivoja tulevalle (vrt. Barry & Elmes 1997, 5). Tutkin digitaalistrategian toimijarooleja tarkastelemalla tarinan sisäistä roolijakoa. Erittelemällä teknologisen tulevaisuuden tarinallista tuottamista voidaan tehdä näkyväksi, mihin suuntaan komissio haluaa Eurooppaa kehittää ja millaisiin rooleihin se kansalaiset tässä tulevaisuudessa asettaa. Analyysin tavoitteena on valottaa, millaisia arvoja ja asenteita sekä käsityksiä strategiassa on nimenomaan kansalaisista. Tutkimuksen havaintojen pohjalta on mahdollista laajemminkin tarkastella, millaisia toiveita ja odotuksia tulevaisuuden eurooppalaiselle yhteiskunnalle asetetaan, ja toivon tutkimuksen avaavan keskustelua kansalaisten toimijuuden mahdollisuuksista teknoyhteiskunnassa nyt ja tulevaisuudessa. Kiinnostukseni kohdistuu siis kansalaisille tarjottujen toimijaroolien diskursiiviseen tuottamiseen strategiatekstissä, enkä ota kantaa siihen, millaisia kansalaisten roolit ovat muissa hallinnon teksteissä tai miten ihmiset aktuaalisesti ottavat vastaan heille tarjottuja rooliasemia.

Tutkimus kohdistuu olemassa olevaan hallinnolliseen dokumenttiin sen sijaan, että se olisi tehty haastattelemalla dokumenttia valmisteleita ja sen muotoiluun osallistuneita toimijoita. Olemassa oleva dokumentti on kiinnostava tutkimusaineisto jo pelkästään sen takia, että se on julkisesti saatavilla. Strategiset suunnitelmat tiivistävät eri tahojen näkemyksiä yhdenmukaiseksi visioksi siitä, mikä koetaan ongelmaksi, millä tavoin ongelmiin vastataan ja millainen toivottu tulevaisuus on. Olemassa olevat dokumentit ovatkin hedelmällistä aineistoa, kun halutaan tutkia hallinnollis-poliittisia tapoja tuottaa (ja rajoittaa) ihmisten toiminnan ehtoja ja mahdollisuuksia. Strategiateksteille on ominaista pyrkimys saada lukijansa uskomaan esitettyyn visioon sekä edistää ja legitimoida tiettyjä tavoitteita, arvoja ja ideologioita (Karvonen

2000b, 271; Vaara ym. 2010, 686). Oma kiinnostava tarinansa on se, miten strategiset suunnitelmat luodaan, ja tätä näkökulmaa on esitelty kiinnostavasti aikaisemmissa tutkimuksissa (ks. esim. Lehtimäki 2000; Sorsa ym. 2010).

Artikkelin aluksi kartoitan lyhyesti strategia-suunnitelmista tehtyä tutkimusta, kuvaan ja erittelen Euroopan digitaalistrategiaa tekstinä ja tekstilajinsa edustajana. Sen jälkeen esittelen käyttämäni narratiivisen analyysimenetelmän. Analyysi jakautuu kolmeen osaan, joista ensimmäisessä kuvaan digitaalistrategian tarinan juonen ja tulkitse strategiaa kilpailuvaltiokemitykseen liittyvänä teknotopisena tarinana. Sen jälkeen erittelen kansalaisten toimijarooleja strategiatekstissä. Päätän analyysini valottamalla sitä, miten sen lisäksi, että strategia-asiakirjasta on tunnistettavissa juonellisia elementtejä, se on myös itsessään juoni.

EUROOPAN DIGITAALISTRATEGIA TEKSTILAJINSA EDUSTAJANA

Viimeisten vuosikymmenten aikana strateginen suunnittelu on levinnyt yritysmaailmasta yksityisiin ja julkisiin organisaatioihin. Siitä on tullut elimellinen osa paitsi yritysten myös järjestöjen, kuntien, valtioiden ja valtioliittoutumien toimintaa ja tapaa tehdä tiettäväksi oman organisaationsa halua ja kykyä kehittyä. Strategisen suunnittelun ja johtamisen käytännöt ovat muovautuneet niin akateemisissa tutkimuksissa kuin konsulttiyritysten käytännöissäänkin. Sanan etymologia palautuu muinaiskreikkaan, jossa strategia tarkoitti yleistä sodankäynnin taitoa. Kun termiä alettiin käyttää 1940-luvulla liikkeenjohdossa, se tarkoitti kilpailua ja kilpailijoiden voittamista pikemmin kuin vastustajan alistamista tai tuhoamista. (Hokkanen ym. 1995, 341–342.)

Strategisen johtamisen akateeminen tutkimus on perinteisesti ollut kiinnostunut markkinoista ja kilpailuedusta, kun taas alan uudempi tutkimus on suuntautunut käytäntöön eli siihen, miten strategia toteutetaan, ketkä sen toteuttamiseen osallistuvat ja millaisin tuloksin (Cornut ym. 2012, 21–22). Strategisen suunnittelun käytäntöjen tutkimuksessa kielelliset näkökulmat ovat olleet keskeisiä, mutta narratiivista analyysia ovat tehneet vain muutamat strategioiden tutkijat (ks. esim. Aro 2001; Barry & Elmes 1997;

Lehtimäki 2000; Moisander & Eriksson 2006). Kaikki mainitut tutkimukset toimivat innoituksen ja kiinnostavina vertailukohtina omille havainnoilleni.

Strategiateksteille ominaisia diskursiivisia piirteitä voidaan tarkastella laajemmassa mielessä genrenäkökulmasta. Tällöin tekstigenren tekstistä toiseen toistuvien piirteiden voidaan katsoa määräävän pitkälti sen, miten teksti tulee rakentaa, mitkä sen sisällölliset osat ovat ja millä tyylillä teksti kirjoitetaan (esim. Swales 1990, 52, 58). Näin ymmärrettynä genressä on kyse konventioista, joiden nojalla tekstejä tuotetaan. Samaan aikaan tarkoitetaan myös tekstin lukijoiden odotuksia, jotka ohjaavat tekstien tulkintaa (Ridell 2006, 192).

Euroopan digitaalistrategia on monessa mielessä tyyppillinen genrensä edustaja: siinä noudatetaan strategiateksteille tyyppillistä rakennetta, esitetään konkreettinen toimintasuunnitelma, jonka vaihtoehdoista ei keskustella, pyritään analyttisyyteen ja uskottavuuteen ja käytetään passiivimuotoisia verbejä, jotta strategian laatijan roolin saataisiin häivytettyä.

Kuten strategia-asiakirjat yleensä, digitaalistrategia alkaa kuvauksella ympäristön ja taloudellisen tilanteen muutoksista (vrt. Cornut ym. 2012, 42):

”Talouskriisi on pyyhkäissyt pois vuosien taloudellisen ja yhteiskunnallisen edistyksen ja paljastanut Euroopan talouden rakenteellisia heikkouksia. Euroopan ensisijaisena tavoitteena on nyt oltava paluu kasvu-uralle.” (Euroopan komissio 2010a, 3.)

Johdannossa esitetty yhteiskunnan muutoksen kuvaus toimii myös strategian laadinnan ja ehdotettujen toimenpiteiden perusteluna. Analyttistä vaikutelmaa ja uskottavuutta luodaan käyttämällä numeraalisia faktoja (vrt. Juhila 1993, 171–172). Esimerkiksi tieto- ja viestintätekniikan (TVT) sektorin merkitys esitetään seuraavasti:

”TVT-sektori tuottaa suoraan 5 prosenttia Euroopan BKT:stä ja sen markkinoiden arvo on 660 miljardia euroa vuodessa, mutta sen vaikutus tuottavuuden kokonaiskasvuun on huomattavasti suurempi (20 % suoraan

TVT-sektorilta ja 30 % TVT-investoinneista).” (Euroopan komissio 2010a, 4.)

Näiden lukujen lähde ei kuitenkaan kerrota strategia-asiakirjassa, mikä herättää kriittisessä lukijassa epäilyn lukujen alkuperästä ja tarkoitushakuisuudesta.

Strategiateksti visioi muutoksen ja vakuuttaa sen välttämättömyyttä, tarpeellisuutta ja hyödyllisyyttä (Karvonen 2000b, 276; Sorsa ym. 2010, 26). Digitaalistrategiassa muutosta kuvataan kontrastiparin (vrt. Jokinen 1999, 153) kautta: aikaisemmat huonot käytännöt ovat jättäneet Euroopan jälkeen teollisuuskumppaneistaan (esim. Euroopan komissio 2010a, 5) ja uudet, strategiassa ehdotetut hyvät käytännöt varmistavat pääsyn takaisin kasvu-uralle. Digitaalistrategiassa vakuuttamiseen pyritään luomalla asiantiloista tosiasioita ja kyseenalaistamattomia faktoja. Yksioikoista teknis-rationaalista ja näennäisen neutraalia totuuden esittämistä on pidetty strategiateksteille ominaisena esittämisen tapana, jolla peitetään se, että strategiat edustavat aina tietyn joukon tapaa määritellä maailma ja tavoiteltu tulevaisuus (Karvonen 2000a, 255). Strategioita on kuvattu myös yksinäisiksi (ks. esim. Lehtimäki 2000, 52–63) ja katsottu, että niiden esittämä vaihtoehtomuus yrittää peittää tekstien poliittisuuden (vrt. Alvesson & Willmott 1998, 37). Se, että strategia on tekstilaji, jonka genreluonteeseen kuuluu pyrkimys saada lukijat uskomaan suunnitelmaan, selittää osaltaan, miksi ongelmat ja vaihtoehdotiset skenaariot lähes poikkeuksetta puuttuvat strategiatekstistä.

Strategiatekstien keskeisiä viestinnällisiä tehtäviä ovat mm. toiminnan ohjaaminen, muutosten viestiminen ja uuden vision markkinoiminen. Sorsa ja kumppanit tiivistävät strategiatekstin perusluonteen toteamalla, että strategia osoittaa keinot, kuinka ”tästä päästään tuonne”; lisäksi tavallisia ovat määräyksen kaltaiset puheet (Sorsa ym. 2010, 23). Digitaalistrategiassa ne esiintyvät sekä tekstiin upotettuina kuvauksina eri toimijoille osoitettuihin tulevista tehtävistä että lukujen loppuun koottuina tiivistelminä toteuttavista toimista. Kun kokonaisuuteen lisätään liitteisiin kootut arviointi-indikaattorit ja strategian toteuttamiselle asetettu aikataulu, rakentuu kuva uskottavasta ja toteuttamiskel-

poisesta suunnitelmasta (vrt. esim. Cornut ym. 2012, 40–41; Sorsa ym. 2010, 18–19).

Kuten monissa muissakin strategisissa suunnitelmissa, myös Euroopan digitaalistrategiassa viitataan rituaalisesti käsillä olevan dokumentin valmisteluprosessiin. Alaviitteessä kerrotaan, että digitaalistrategia pohjautuu laaja-alaiseen julkiseen kuulemiseen ja lukuisiin taustadokumentteihin, mikä luo vaikutelmaa siitä, että strategiaan on koottu monien tahojen mielipiteet ja intressit (vrt. Cornut ym. 2012, 40). Digitaalistrategian tapauksessa kuuleminen järjestettiin verkkokyselyinä, jossa 843 kansalaista ja organisaatiota teollisuudesta yksityisyrittäjiin ja kansalaisjärjestöistä viranomaisiin ja hallitukseen ottivat kantaa komission ennalta määrittelemiin sisältöihin. Lisäksi sidosryhmät jättivät 123 kannanottoa². (Euroopan komissio 2010c, 2.) Asiakirjan laadinnassa on kuulemisen lisäksi hyödynnetty komission, Euroopan parlamentin ja tietotekniikkateollisuuden asiakirjoja (Euroopan komissio 2010a, 3). Kansalaisten ”osallistamista” erilaisten kuulemisten kautta on tulkittu osaksi Euroopan unionin yrityksiä voittaa kansalaisten luottamus ja luoda näille kokemusta yhteisestä eurooppalaisuudesta ja Euroopasta jokaisen yhteisenä asiana (Palola 2010). Pintatasolla myös digitaalistrategiasa onnistutaan luomaan vaikutelma siitä, että strategiateksti edustaa suurta kirjoa yhteiskunnan eri toimijoiden näkemyksiä (vrt. Karvonen 2000b, 275). Silmiinpistävää on, että aktiivisimmin kuulemiseen osallistuivat teollisuuden järjestöt, suuryritykset sekä telekommunikaatio- ja audiovisuaalisen alan teollisuus. Kun lisäksi otetaan huomioon, että kaikki kuulemisen aihealueet ovat mukana myös valmiissa dokumentissa, vaikutelma kansalaisten osallistumisesta ja moniäänisyydestä on varsin näennäinen.

NARRATIIVINEN ANALYYSI STRATEGIAKESKIN TUTKIMISEN MENETELMÄNÄ

Tarinallisella esittämisellä on erityisasema ihmisten ja organisaatioiden viestinnässä (esim. Polkinghorne 1995, 5), sillä kyse on keskeisestä kulttuurisesta tavasta jäsentää ja antaa merkityksiä asioille. Strategiateksteistä tekee hedelmällisen narratiivisen analyysin kohteen jo ni-

den tulevaisuuteen suuntautuva ajallinen orientaatio; ovathan tarinat ainoa keino ”matkustaa” ajassa eteenpäin (Vesa 2010, 2–3, 5). Lähdän siitä, että ihmisten jokapäiväisessä elämässä kohtaamat kulttuurisesti jaetut tarinat antavat heille välineitä ymmärtää maailmaa ja tarjoavat mahdollisuuksia ja edellytyksiä erilaisille toimijuuksille. Nähdäkseni ei ole oleellista pohtia, onko strategiateksti tarina fiktiivisen kerronnan tutkimuksen kriteereillä, sillä digitaalistrategiaa on mahdollista valottaa kiinnostavasti käyttämällä narratiivisen analyysin menetelmiä (vrt. Ridell 1994, 103).

Kertomusten ja kerronnan tutkijat ovat tarjonneet molemmille useita erilaisia määritelmiä. Marie-Laure Ryan (2007, 33) on nostanut esiin erilaisten määrittelytapojen ongelmia tullen siihen tulokseen, että jos teksti herättää lukijassa kysymyksiä tapahtumien aiheuttamista muutoksista tarinamaailmassa, muutosten merkityksestä tarinan henkilöille ja tapahtumien motiiveista, lukija lukee tekstiä tarinana – tai pikemminkin hän lukee tarinaa, jota teksti kertoo. Tämä on olennaisempaa kuin tyhjentävän määritelmän luominen.

Klassinen strukturalistinen narratologia korostaa kertomusrakenteiden merkitystä (esim. Genette 1980; Propp 1973; Rimmon-Kenan 1983), kun taas retorisesti suuntautuneissa lähestymistavoissa yhtäältä tekijän orientaatio ja toisaalta tekstin lukija ja tulkinta ovat yhtä tärkeitä kuin rakenne (esim. Booth 1983; Chatman 1978; Phelan 2005). Narratologisen tutkimuksen peruserotteluna on jako tarinaan ja diskurssiin (esim. Chatman 1978, 19). Tarinassa on kyse kertomuksen juonesta eli tapahtumien kulusta, henkilöistä rooleissaan ja suhteissa toisiinsa sekä tapahtumaympäristöstä. Diskurssi taas on tarinan esittämisen tapa eli keinot, joilla tarina kerrotaan. Keskittyminen tarinan analyysiin avaa tietynlaisen näkökulman kansalaisten rooleihin digitaalistrategian tarinassa, mutta samalla on syytä painottaa, että strategiatarinan esittämisen keinot ovat elimellisen tärkeitä; toiminnan ohjaamiseen pyrkivänä tekstinä strategian on pystyttävä vakuuttamaan lukijansa siitä, että ehdotetut keinot ovat parhaat esitettyjen tavoitteiden saavuttamiseksi. Tämän kiinnostavan aiheen olen kuitenkin rajannut tämän tapaus-tutkimuksen ulkopuolelle.

Tarinallisuus on otettu huomioon kiinnostavasti myös yritys- ja strategisen johtamisen tehokkuuspuheessa: Esimerkiksi psykologi Howard Gardnerin (1995, 56) mukaan visionääristen johtajien suurin haaste on pystyä tarjoamaan tarina, joka rakentuu uskottavimmalle synteisille menneestä, tarkastelee mennyttä nykyisten haasteiden pohjalta, jättää tilaa tulevaisuuden tapahtumille ja tarjoaa ihmisille mahdollisuuden osallistua sen luomiseen. Yritysjohdamisen asiantuntija Wallace Murray (2007, 3) puolestaan kehottaa käyttämään tunteisiin vetoavia tarinoita viestittäessä organisaatioiden strategisista muutoksista, sillä perinteinen rationaalinen ja analyttinen tyyli ei tehoa parhaalla mahdollisella tavalla. Yrityskonsultti Stephen Denning (2006, 16) on samoilla linjoilla todetessaan, että tarinoiden kertominen viestinnän tapana rakentaa emotionaalista yhteyttä, herättää innostusta ja halua muuttua.

Ennen siirtymistä kansalaisten rooleja käsittelevään analyysiin, hahmotan lyhyesti digitaalistrategiaa jäsentävän juonen. Jo Aristoteles (2007, 27) noin 330-luvulla eaa. nimesi *Runousopissa* juonen draaman tärkeimmäksi elementiksi ja määritteli sen tapahtumien sommitelmaksi, jossa alku, keskikohta ja loppu muodostavat kokonaisuuden. Gerald Princen (1973, 31) määritelmä tarinan vähimmäisvaatimuksista vie Aristoteleen juonen määritelmää hieman pidemmälle: tarinaan kuuluu vähintään kolme tapahtumaa, joista keskimäinen muuttaa alkutilannetta, ja lopputilanne on käännteinen suhteessa alkutilanteeseen. Lisäksi hänen mukaansa tapahtumilla tulee olla ajallinen jatkumo ja lopputilanteen tulee olla seurausta keskimmaisestä tapahtumasta. Esimerkiksi Rimmon-Kenan (1983, 18) on kuitenkin kritisoinut Princen määritelmää, sillä on olemassa monia tarinoita, joista ei ole erotettavissa suoria kausaalisia suhteita, eikä lopputilannetta voida pitää alkutilanteen vastakohtana. Princen malli tarinan vähimmäisvaatimuksista kuvaa kuitenkin digitaalistrategian tarinaa hyvin, ja hyödynän sitä muotoillnessani juonen kuvauksen.

Toimijarooleja analysoin erittelemällä kaikki maininnat kaikista strategian tarinassa esiintyvistä henkilöistä ja tarkastelemalla, ketkä henkilöistä mainitaan samassa virkeytydessä, luokittelemalla henkilöiden roolit ensin karkeasti toimijoihin ja kohteisiin (vrt. Bal 1985, 26) ja

lopulta erittelemällä roolin tyyppiä tarkemmin keskittyen toiminnan tapoihin, toimijan ominaisuuksiin, kykyihin ja taitoihin, vastuisiin ja velvollisuuksiin. Tämän erittelyn tuloksista esitelen tässä artikkelissa keskeisimmät. Tarinan henkilöiden välisten suhteiden ymmärtämiseen käytän Vladimir Proppin tarinan morfologiaa (1973), A. J. Greimasin aktanttianalyysia (1980) ja Mieke Balin (1985) narratiivista teoriaa toimijoista. Kaikki edellä mainitut hieman eri painotuksilla antavat välineitä tunnistaa hahmojen merkitys tarinan kokonaisuudessa hahmojen keskeisten toimintojen analysoimisen kautta. Erityistä huomiota kohdistan lisäksi siihen, millaisin taidoin kansalaiset strategiatarinassa varustetaan.

TEKNOTOPINEN JUONI DIGITAALISTRATEGIAN TARINASSA

Euroopan digitaalistrategian juoni voidaan tiivistää seuraavasti:

Taluskriisi on pyyhkäissyt pois taloudellisen ja yhteiskunnallisen edistyksen ja paljastanut Euroopan talouden rakenteellisia heikkouksia (Euroopan komissio 2010a, 3). Uuden digitaaliteknologian ja erityisesti internetin tehokkaampi hyödyntäminen voivat pelastaa ja nostaa Euroopan takaisin kasvuun, parantaa elintasoja ja elämänlaatua sekä ratkaista monia yhteiskunnallisia ongelmia (emt. 4). Komissio on tunnistanut ongelmakohdat, jotka haittaavat tietö- ja viestintätekniiikan hyödyntämistä ja laatinut toimintaohjelman ongelmien voittamiseksi. Digitaalistrategian hyödyt ovat saavutettavissa, jos kaikki sitoutuvat sen toteuttamiseen (emt. 3, 7) ja Eurooppaan luodaan investointeja ja yrittäjyyttä tukeva liiketoimintaympäristö (emt. 5). Kun toimitaan näin, Euroopan talous kukoistaa, ihmiset voivat hyvin ja yhteiskunnallisiin ongelmiin on tarjolla ratkaisu (emt. 4–5).

Strategian juonenkulkua voidaan luonnehtia esimerkiksi teknotopisesta tarinasta. Teknotopioilla tarkoitetaan narratiiveja, jotka pysyvät uskollisina vanhalle myytille kehityksestä olettamalla, että uudet teknologiat hyödyttävät ja kehittävät yhteiskuntaa ja kaikkien kansalaisten elämää – kuitenkin sillä ehdolla, että ihmisillä on mah-

dollisuus ja taidot käyttää uusia teknisiä laitteita (Lillie 2004, 2). Kuten teknologisessa utopismisessa myös digitaalistrategiassa uskotaan kehityksen välttämättömyyteen, ja kehitys ymmärretään nimenomaan teknologiseksi kehitykseksi, joka liittyy kiinteästi talouden kasvuun (vrt. Lehtimäki 2000, 64; Segal 1985, 1).

Euroopan digitaalistrategiassa teknologiasta puhutaan suurena sosiaalisena ja taloudellisena mahdollisuutena. Internetverkkoja kuvataan tulevaisuuden talouden valtasuoniksi (Euroopan komissio 2010a, 6), ja nopeiden verkkojen kehitys rinnastetaan vallankumoukselliseen sähkö- ja liikenneverkkojen kehitykseen vuosisata sitten (emt. 4). TVT:n käyttöönotto on strategian mukaan perusedellytys sellaisten politiikan tavoitteiden saavuttamiselle, kuten ikääntyvän yhteiskunnan tukeminen, ilmastonmuutoksen torjuminen, energiankulutuksen vähentäminen, liikenteen tehokkuuden ja liikkuvuuden parantaminen, potilaiden valtaistaminen sekä vammaisten osallisuuden varmistaminen (emt. 31). Lisäksi teknologiassa nähdään mahdollisuus parantaa eurooppalaisten elämänlaatua terveydenhuollon, turvallisempien liikennetarkaisujen, puhtaamman ympäristön, uusien viestintämahdollisuuksien sekä julkisten palvelujen ja kulttuurisältöjen helpomman saatavuuden kautta (emt. 4). Strategian juonenkulussa teknologia toimii eräänlaisena *deus ex machina* -ratkaisuna monimutkaisiin ongelmiin (Sköldbberg 1994, 229). Toinen tulkinta on nähdä se proppilaisen analyysin kautta taikaesineeksi, joka auttaa tarinassa määritellyn tavoitteen saavuttamisessa (Aro 2001, 72).

Digitaalistrategia esittää, että ihmisten vähäisemmät mahdollisuudet toimia johtuvat teknologisen infrastruktuurin puutteellisuudesta ja laitteiden yhteentoimimattomuudesta (Euroopan komissio 2010a, 16–17, 21–23, 33). Näiden ongelmien ratkaiseminen ei kuitenkaan poista sitä, että teknologia itsessään asettaa aina rajoituksia ihmisen toiminnalle ja tekee elämän riippuvaiseksi verkoista ja laitteista. Kuten aiempinkin informaatioyhteiskuntaan liittyvien strategioiden tapauksessa myös digitaalistrategiassa on merkille pantavaa, että yhteiskunnan ongelmat kuvataan asioiksi, jotka ovat ratkaistavissa teknologian keinoin. Näin sivuutetaan ne poliittiset toimet, joita ongelmien todelliseen ratkaisemiseen tarvittaisiin (vrt. esim. Karvonen

2000b, 260) ja ohitetaan kysymys siitä, miten teknologista itsestään on tullut yksi nyky-yhteiskunnan merkittävimmistä ongelmista (vrt. Segal 1985, 130). Strategiassa vaietaan myös siitä, että samat tavoitteet ja ratkaisumallit ovat toistuneet informaatioyhteiskuntastrategioissa viimeisten vuosikymmenten aikana (vrt. esim. Komission aikaisemmat strategiat: eEurope 2002 – Tietoyhteiskunta kaikille, 2000; i2010 – kasvua ja työllisyyttä edistävä eurooppalainen tietoyhteiskunta, 2005) eikä teknologia ole tähän mennessä ratkaissut yhteiskunnallisia ongelmia tai taannut Euroopalle kilpailukykyjohtajuutta.

Kiinnostavaa on, että vaikka kansalaiset asemoidaan digitaalistrategian hyötyjiksi yritysten rinnalla, strategian painopiste on taloudessa: esitetyt toimenpiteet keskittyvät EU:n kilpailuvyyn parantamiseen, innovointeihin, investointeihin ja yrittäjyyteen, joiden sivutuotteena kansalaisten hyvinvointi lisääntyy. Jo johdannon aloittava lause strategian yleisestä tavoitteesta kuvastaa tekstissä esiintyvää kaksinaista suhdetta taloudellisen ja yhteiskunnallisen välillä:

”Digitaalistrategian yleisenä tavoitteena on saada kestäviä taloudellisia ja yhteiskunnallisia hyötyjä nopeisiin ja ultranopeisiin internetyhteyksiin ja yhteentoimiviin sovelluksiin perustuvista digitaalisista yhtenäismarkkinoista” (Euroopan komissio 2010a, 3).

Strategian tavoitteen teknotopisessa muotoilussa kuljetetaan rinnan taloudellisia ja yhteiskunnallisia hyötyjä. Painopiste on kuitenkin taloudessa eli digitaalisissa yhtenäismarkkinoissa, joiden keskeisenä ajatuksena on henkilöiden, tavaroiden, palveluiden ja pääomien vapaa liikkuvuus ja joita on pyritty kehittämään taloudellisella yhdentymisellä ja yhteisellä rahalla (ks. esim. Euroopan komissio 2010b, 2). Toisaalla digitaalistrategiassa Euroopan ensisijaiseksi tavoitteeksi määritellään yksinkertaisesti ”paluu kasvu-uralle” (Euroopan komissio 2010a, 3, 38), ”kilpailuterän ylläpitäminen” (emt. 26) ja innovoinnin ”ekosysteemin” luominen, jotta TVT-yritykset voivat kehittää ”kysyntää synnyttäviä maailmanluokan tuotteita” (emt. 7).

Strategian juonellinen esittäminen asettaa ensisijaiseksi talouteen ja infrastruktuuriin liittyvät toimet (elinvoimaiset digitaaliset yhtenäismarkkinat; yhteentoimivuus ja standardit;

nopeat ja ultranopeat internetyhteydet; tutkimus ja innovointi). Nämä on sijoitettu jo esitysjärjestyksessä ennen kansalaisten osaamista ja osallisuuden parantamista sekä TVT:n yhteiskunnallisia hyötyjä, jotka tuodaan esiin strategian toiminta-alueista viimeisinä. Luottamus ja turvallisuus on nostettu toiminta-alueista kolmanneksi, mikä selittyy sillä, että heikon luottamuksen katsotaan haittaavan vakavasti Euroopan verkkotalouden kehitystä (Euroopan komissio 2010a, 13).

Strategiassa hahmotellun tulevaisuuden tiellä on monia ongelmia, joiden ratkaisemiseen strategiassa ehdotetuilla toimilla pyritään. Niitä tuottaa ensinnäkin viranomaisten toiminta: viranomaisten keskinäisen koordinoinnin heikkous (Euroopan komissio 2010a, 6, 35), riittämättömät toimet verkkosisällön markkinoiden edistämiseksi (emt. 10), vähäinen standardien hyödyntäminen hankinnoissa (emt. 17) ja liika keskittyminen kansallisiin tarpeisiin (emt. 35) sekä julkisen sektorin heikot ja hajanaiset tutkimus- ja kehitysinvestoinnit (emt. 25). Ongelmana on myös kansalaisten epäluottamus verkkoihin ja verkkomarkkinoihin, haluttomuus käyttää internetiä ja TVT-taitojen puute (emt. 5). Niin yritysten kuin sisällöntuottajien ja jakelijoiden sekä oikeuksien haltijoidenkin rooli strategiatarinassa on kahtalainen: Yhtäältä ne ovat hyötyjiä, sillä strategian toimet varmistavat näille toimijoille paremmat toimintaedellytykset ja takaavat rahoitusta. Toisaalta niitä tarvitaan strategian tavoitteiden toteutumisessa: yritysten luovuus, innovaatiot ja maailmanluokan tuotteiden kehittäminen ovat lopulta sama asia kuin Euroopan kukoistus, jota tavoitellaan. (Emt. 7.) Osaavat tekijät asetetaan ehdoksi sille, että TVT pystyy toimimaan Euroopan kasvusektorina ja kilpailukyvyyn ja tuottavuushyötyjen moottorina koko Euroopan taloudessa (emt. 27).

Digitaalistrategian tarinassa kilpakumppani ja osittain myös uhkana on joukko muita maita, jotka menestyvät taloudellisesti paremmin, hyödyntävät digitaalitekniologiaa tehokammin ja investoivat enemmän TVT-alan tutkimukseen (Euroopan komissio 2010a, 5–6). Tarinaan rakennettu kilpailuasetelma meidän eurooppalaisten ja muiden teollisuusmaiden välille pyrkii luomaan yhteisyyttä eurooppalaisten välille ja esittämään digitaalistrategian yhteisenä projektina. Kilpailuretoriikka luo strategiaan

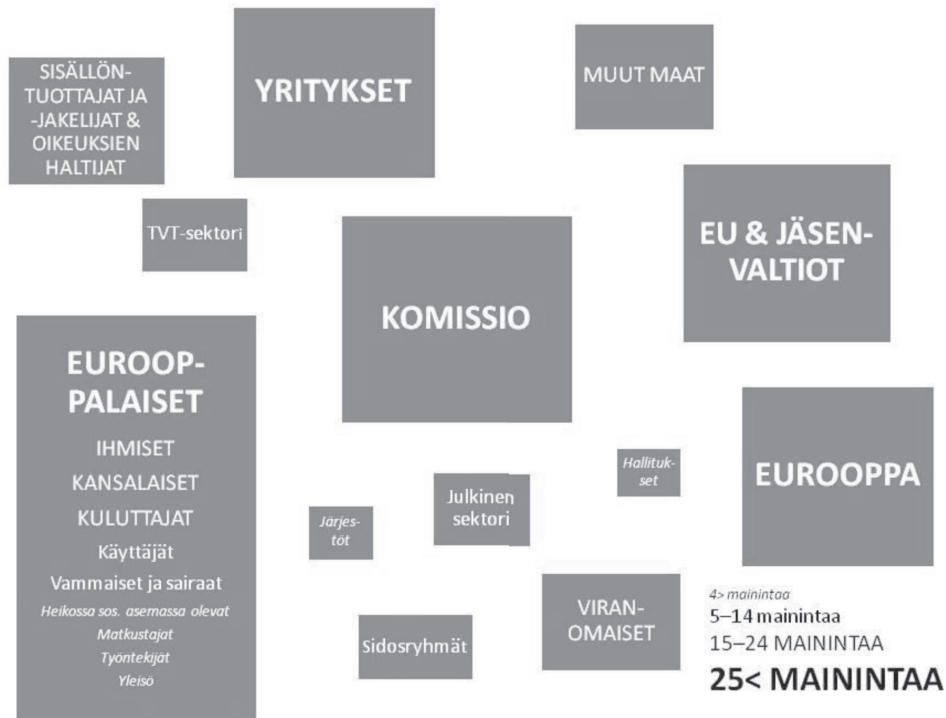
asetelman, jossa Eurooppa on koko ajan uhattuna ja loputtomassa kilpailussa muita teollisuusvaltoja vastaan (vrt. Aro 2001, 80).

Digitaalistrategian teknotopinen juoni on tulkittavissa osaksi kilpailuyhteiskuntapolitiikka³, joka kriittisten tutkijoiden mukaan on korvannut hyvinvointipolitiikan (esim. Moisio 2012, 167). Digitaalistrategiassa tulevaisuuden yhteiskunnan iskusanoja ovat innovaatiot, luovuus, yrittäjäys ja kilpailukyky, jotka ovat myös (schumpeterilaisen) kilpailuyhteiskunnan avainsanoja (ks. esim. Kantola 2006, 170; Moisio 2012, 11; Pelkonen 2009, 7). Kantolan (2010, 98) mukaan kilpailukyvyyn kasvu on yksi esimerkki aiemmin vain yrityksille ominaisen järjen siirtymisestä politiikkaan: kun valtioiden nähdään kilpailevan tuottavuudesta samalla tavalla kuin monikansallisten yritysten, avautuu mahdollisuus vaatia, että yritysten toimintamekanismeja olisi sovellettava myös poliittisissa yhteisöissä (Moisio 2012, 208). Kilpailukyvyistä puhuminen on kuitenkin herättänyt myös ankaraa kritiikkiä (esim. Krugman 1994), sillä sen määrittelemisen on sekä taloustieteellisesti että poliittisesti hankalaa ja kiistanalaista. Seuraavaksi tarkastellaan, millainen rooli kansalaisille avautuu tässä kilpailun määrittämässä tulevaisuusvisiossa.

KANSALAISTEN AHTAAT ROOLIT STRATEGIATARINASSA

Euroopan digitaalistrategiassa esiintyy koko joukko toimijoita, kuten komissio, Eurooppa, yritykset, eurooppalaiset, EU ja jäsenvaltiot. Nämä kaikki mainitaan strategiategkstissä yli 25 kertaa. Tätä harvemmin mainittuja toimijoita ovat viranomaiset, muut maat, sisällöntuottajat ja -jakelijat sekä oikeuksien haltijat, ihmiset, kansalaiset, kuluttajat, julkinen sektori, sidosryhmät, käyttäjät, vammaiset ja sairaat, TVT-sektori, hallitukset, järjestöt, heikossa sosiaalisessa asemassa olevat, matkustajat, työntekijät ja yleisö. Kuvio 1 havainnollistaa strategiatarinan toimijat painotettuna sen mukaan, kuinka usein ne tekstissä mainitaan. Kuvasta on jätetty pois yhdeksän toimijaa, jotka esiintyivät tarinassa vain kerran ja joista muodostettiin analyysissä kategoria muut.

Kansalaiset ovat ensiarvoisen tärkeitä strategiatarinan onnellisen lopun saavuttamisessa: ilman osaavia työntekijöitä ja innokkaita kulut-



Kuvio 1. Toimijat Euroopan digitaalistrategiassa

tajia komission visioima digitaalitalouden hyvä kierre ei voi toteutua (Euroopan komissio 2010a, 4–5). Alkajaisiksi on syytä panna merkille, että digitaalistrategiassa puhutaan kansalaisista⁴ monilla eri nimillä, joista eurooppalainen ja ihminen ovat useimmin käytettyjä. Kansalaisten rooleja strategiatarinassa tuleekin tarkastella sen kautta tulkiten, millainen heidän roolinsa eri lauseyhteyksissä on. Tältä pohjalta tulkiten pidemmälle voidaan tehdä seuraavia huomioita:

Digitaalistrategiassa kansalaisuus ei ensinnäkään tarkoita aktiivista toimijaroolia, vaan ihmiset nimetään kansalaisiksi, kun argumentoidaan, miten he hyötyvät strategiasta (Euroopan komissio 2010a, 3, 6, 9, 16, 21). Kansalaisista puhutaan myös, kun kerrotaan toimista, jotka liittyvät digitaaliympäristöä koskevaan lainsäädäntöön ja tietosuojaa koskevien oikeuksien vahvistamiseen (emt. 13, 14). Kolmas yhteys, jossa strategia puhuu kansalaisista, on TVT-taitojen

opetus, TVT-alan ammasteista tiedottaminen ja digitaalinen lukutaito (emt. 28–29).

Merkille pantavaa on myös, että kaikkiteävän kertojan äänellä kansalaisia – eri tavoin nimettyinä – käytetään perusteluna strategiassa ehdotetuille toimille.

”[...] he [eurooppalaiset] eivät voi hyväksyä sitä, että ennen internetin aikakautta suunnitellut yhtenäismarkkinat toimivat edelleen hyvin puutteellisesti verkossa ” (Euroopan komissio 2010a, 5).

”Eurooppalaisia turhauttaa se, ettei TVT:n avulla ole pystytty toteuttamaan luvattuja parempia julkisia palveluja” (emt. 5).

”Kuluttajat odottavat, aivan oikeutetusti, että he voivat saada sisältöjä käyttöönsä verkossa vähintään yhtä hyvin kuin verkon ulkopuolella” (emt. 8).

Strategiassa todetaan, että digitaalisen aikakauden tulisi merkitä voimaantumista ja valtaistumista (Euroopan komissio 2010a, 28). Sitä, mitä tämä tarkoittaa, ei kuitenkaan avata. Digitaalisen ja medialukutaidon puutteen mainitaan haittaavan muun muassa osallistumista (emt. 28), mutta tässäkin yhteydessä ei kerrota, millaisesta ja mihin osallistumisesta on kyse. Sen sijaan samassa yhteydessä ja myöhemmin puhutaan siitä, miten esteettömyyttä ja käytettävyyttä pitää lisätä, jotta fyysisesti rajoittuneet voivat käyttää internetiä helpommin ja osallistua näin yhteiskunnan toimintaan (emt. 29). Valtaistaminen ja osallisuus kiinnittyvät siis ensisijaisesti potilaisiin ja vammaisiin.

Digitaalinen lukutaito, joka mainitaan yhdeksi nyky-yhteiskunnan avaintaidoksi (Euroopan komissio 2010a, 28), tiivistyy yhtäältä TVT-alan ammatilliseen osaamiseen liittyviksi taidoksi ja toisaalta haluiksi ja taidoiksi osallistua verkkomarkkinoihin palvelujen ja viihdesisältöjen kuluttajana.

Kansalaisia puhutellaankin osallistumaan digitaaliseen yhteiskuntaan työntekijöinä esimerkiksi seuraavaan tapaan:

”Ilman osaavia tekijöitä TVT ei myöskään pysty toimimaan tehokkaasti Euroopan kasvusektorina ja kilpailukyvyyn ja tuottavuushyötyjen moottorina koko Euroopan taloudessa” (Euroopan komissio 2010a, 28).

Osaavien ammattilaisten puutteen mainitaan hidastavan EU:n talouden kehitystä. Luovuus ja innovatiivisuus ovat ominaisuuksia, joita tulevaisuuden työntekijöiltä odotetaan, ja kysymys on siitä, miten kaikkien kansalaisten potentiaali voitaisiin paremmin valjastaa talouskasvun tuottamiseen. (Vrt. Moisio 2012, 218–219.) Varsin ristiriitaiselta tuntuu vaatimus luovuudesta yhteiskunnassa, jossa kansalaisen ja työntekijän ihanne on taloudellista voittoa tuottava suorittaja.

Medialukutaito on ollut osa EU:n poliittista agenda Lissabonin sopimuksesta (2000) alkaen. Media- ja digitaalisen lukutaidon keskeisiä sisältöjä on määritellyt EU:n tavoitteeksi asetettu pyrkimys olla maailman kilpailukykyisin ja dynaamisin osaamistalous. (Borg & Lauri 2011, 31.) Digitaalistrategiassa väliotsikon ”Digitaalinen lukutaito ja osaaminen” alla kerrotaan, mi-

ten on erityisen tärkeää houkutella nuoria TVT-koulutukseen, saada kaikki kansalaiset tietoisiksi TVT:n tarjoamista mahdollisuuksista kaikissa ammateissa sekä miten innovoinnin ja kasvun edellyttämien digitaalisten taitojen tarjontaa tulee lisätä ja tasoa parantaa (Euroopan komissio 2010a, 28). Media- ja digitaalinen lukutaito ovat toisin sanoen keskeisiä määriteltävissä tulevaisuuden kansalaisten avaintaitoja.

”[TVT-taitojen vaje ja digitaalisen lukutaidon puute] jättävät monet kansalaiset digitaalisen yhteiskunnan ja talouden ulkopuolelle ja heikentävät kerrannaisvaikutusta, joka TVT:n käytöllä voi olla tuottavuuden kasvuun” (Euroopan komissio 2010a, 7).

Kulttuurihistorioitsija Jaakko Suominen (2003, 128–130) on nimennyt edellä kuvatun suhtautumisen tieto- ja viestintäteknologiaan tietokoneoppivelvollisuudeksi: kansalaisten tehtäväksi asetuu uusien teknologioiden ja medioiden hallitseminen. Jussi Parikan (2004, 12) mukaan tietokone- ja digitaalisen lukutaidon painottamisen taustalta voidaan löytää yritys sopeuttaa ihmiset aina uusimman teknologian vaatimuksiin ja häivyttää samalla tarve kysellä teknologisen kehityksen syitä ja vaikutuksia. Digitaalistrategiassa mainittu mediakriittisyys digitaalisten viestimien käytössä tulee ymmärteeksi pääasiallisesti lähdekriittisyydeksi ja kyvyksi suojella itseään haitallisilta sisällöiltä (vrt. Buckingham 2009, 76–77). Kriittisyys ei kuitenkaan laajene koskemaan sitä, miten mediateknologinen ympäristömme määrittää elämäämme kokonaisvaltaisesti (ks. esim. Kitchin & Dodge 2011; Manovich 2013; Thrift & French 2002). Tämä ei ole yllättävää, sillä kyseistä näkökulmaa ei ole juurikaan käsitelty myöskään mediakasvatuksen teorioissa ja käytännöissä. Kuitenkin jos digitaalisen lukutaidon tavoitteeksi asetetaan muukin kuin vain tulevaisuuden TVT-alan työntekijöiden ja kuluttajien kasvattaminen, nostaisin yhdeksi ensiarvoisen tärkeäksi tavoitteeksi ymmärryksen lisäämisen siitä, miten digitaalinen yhteiskunta toimii ja kenen ehdoilla. Eritoten jos digitaalistrategian visio (tieto)tekniikan vääjäämättä kasvavasta roolista toteutuu, kyky ymmärtää teknologisen yhteiskunnan toimintamekanismeja on entistä tärkeämpää. Aktiivisen kansalaisuuden ytimessä

on kyky kuvitella, miten asiat voisivat olla toisella tavalla, ja tällainen mielikuvitus tarvitsee syntyäkseen tajua siitä, miten yhteiskunta nykyisellään toimii.

Digitaalisten taitojen näkökulmasta kansalaiset ovat sekä mahdollisuus että uhka Euroopan teknologiselle tulevaisuudelle. Eurooppalaisista 150 miljoonaa (30 %) ei ole ikinä käyttänyt internetiä, koska ei pidä sitä tarpeellisena (Euroopan komissio 2010a, 28). Oma lukunsa ovat eurooppalaiset, jotka eivät halua käyttää internetiä, koska eivät luota siihen. Joukko, joka ei käytä internetiä, määritellään iäkkäiksi, vähätuloisiksi, työttömiksi tai heikosti koulutetuiksi (emt. 28). Tekstissä ei mainita, että internetin käyttämättä jättäminen voisi olla ihmisen oma valinta. Kansalaisten vähäinen luottamus verkkoihin johtuu digitaalistrategian mukaan verkkorikollisuuden ja identiteettivarkauksien uhasta (emt. 18–19). Sivulauseessa todetaan, että ”digitaalinen aikakausi ei tarkoita ’ison veljen valvontaa’ eikä ’kyberavaruuden villiä länttä’” (emt. 18), mikä osoittaa strategian laatijoiden kyllä olevan tietoisia muistakin kuin strategiassa mainituista uhista, mutta haluttomuudesta nostaa niitä sellaisten ongelmien joukkoon, joihin pitäisi reagoida. Nähtäväksi jää, miten julkisuuteen kesällä 2013 tullut NSA:n laajamittainen urkintaohjelma, joka kohdistui myös EU:hun, vaikuttaa tuleviin digitaalisen yhteiskunnan strategiaihin.

Euroopan digitaalistrategia tukee osaltaan kehitystä, jossa internetiä hallitsevat nyt ja vastaisuudessa kaupallis-taloudellisista lähtökohdista toimivat yritykset. Tarvetta nopeisiin ja vieläkin nopeampiin verkkoihin perustellaan taloudellisilla syillä:

”Nopeita internetyhteyksiä tarvitaan, jotta talous voisi kasvaa voimakkaasti ja luoda työpaikkoja ja hyvinvointia ja jotta voitaisiin varmistaa, että kansalaiset voivat käyttää haluamiaan sisältöjä ja palveluja” (Euroopan komissio 2010a, 21).

Esimerkkinä menestyneistä internetyrityksistä mainitaan Google, Facebook, eBay ja Amazon, ja ongelmana pidetään sitä, että lähes poikkeuksetta TVT-sovellusyritykset ja käytetyimmät verkkosivustot ovat syntyneet Euroopan ulkopuolella (emt. 8). Strategia ei ota kantaa siihen, miten mainitut yritykset toimivat, millainen nii-

den ansaintalogiikka on nykyään tai millainen sen pitäisi olla tulevaisuudessa (vrt. Andrejevic 2009, 41; Fuchs 2011), eikä mahdollisuutta toisenlaisin ehdoin toimivista verkkopalveluista esitetä. Arvostus näitä internetpalveluja kohtaan syntyy niiden kyvystä tehdä käyttäjillään rahaa, ei niiden sosiaalisesta, kulttuurisesta tai poliittisesta merkityksestä.

Toisin sanoen strategiatarinassa otetaan itsestään selväksi lähtökohdaksi, että internet lisää kansalaisten toimintamahdollisuuksia. Valottamatta jää, millaista toimintaa internetissä voisi ja pitäisi vastaisuudessa olla. Digitaalistrategian tapa puhua internetistä havainnollistaa, että internet ei ole vakiintuneista taloudellisista ja sosiokulttuurisista valtasuhteista ja (markkina)ideologioista riippumaton, vaan kyse on materiaalis-taloudellisesta rakenteesta, joka asettaa ehdot, miten ja millaisissa rooleissa ihmiset voivat toimia. (Vrt. Lessig 1999.)

DIGITAALISTRATEGIA JUONENA?

Sen lisäksi, että digitaalistrategiasta voidaan tunnistaa tarinallinen kertomusrakenne ja juoni, voidaan strategiaa itsessään lukea juonena. Digitaalistrategian narratiivinen analyysi paljastaa, että strategiassa pääroolissa on komissio: se on yksi tarinan useimmin ja säännöllisimmin esiintyvistä hahmoista, joka kytkeytyy tarinan kannalta tärkeisiin hetkiin eli ongelmien nimeämiseen sekä toimenpiteiden määrittämiseen ja toteuttamiseen. Lisäksi komissiolla on tiiveimmät ja laajimmat suhteet tarinan muihin hahmoihin. (Vrt. Bal 1985, 92.)

Erityisen huomionarvoista on, että komissio on tarinan hahmoista ainoa, joka on lähes poikkeuksetta aktiivinen (vrt. Bal 1985, 26). Komissio on lukuisten toimenpiteiden toteuttaja: se laatii tiedonantoja (Euroopan komissio 2010a, 13, 18, 24), tekee selvityksiä ja arviointeja (emt. 15), esittelee uusia strategioita ja hyväksyy niitä (emt. 17, 26, 32), kehittää uusia ideoita ja toteuttaa pilottihankkeita (emt. 33), antaa ohjeita (emt. 16, 17, 20), arvioi olemassa olevia asiakirjoja uudelleen (emt. 36), vahvistaa ja rationalisoi rahoitusta (emt. 7, 24) järjestää julkisia kuulemisia (emt. 11, 15, 23, 35), antaa lainsäädäntöaloitteita ja direktiivi-, päätös-, rahoitusmalli- ja ohjelmaehdotuksia (emt. 20, 29, 35), näyttää esimerkkiä (emt. 35), tekee yhteis-

työtä ja edistää vuoropuhelua (emt. 11, 20, 39) sekä perustaa sisäisiä koordinoituneita mekanismeja (emt. 27, 39). Huomattakoon kuitenkin, että komission aktiivinen rooli kohdistuu pelkästään strategiaan itseensä, eikä sille osoiteta minkäänlaista roolia strategiatarinan kuvaamassa tulevaisuudessa.

Komissio toimii myös strategiatarinan kertojana, minkä paljastaa jo dokumentin otsikointi: sen mukaan kyse on komission tiedonannosta Euroopan unionin toimielimille. Digitaalistrategian kertojan otetta voidaan luonnehtia diskursiivisen narratologian käsittein ('kaiken') tietäväksi: tästä positiosta kertoja yhdistelee irralliset asiat kokonaisuudeksi, osoittaa syy-seuraussuhteet ja nivoo eri tapahtumat ja dialogit yhtenäiseksi ja ymmärrettäväksi kokonaisuudeksi (Ridell 1994, 155). Tällä tavoin luodaan vaikutelmaa, että strategiateksti vain raportoi asiat niin kuin ne ovat. Sen lisäksi, että komissio on kertoja, se on myös tarinassa esiintyvä hahmo, mikä ei itse asiassa ole tavallista strategiatekstien genressä. Kerronnan tutkimuksen termin kerronnan kerronnan astuu diskurssitasolta tarinamaailman henkilöksi. Aiemmissä lingvistiisissä strategiatutkimuksissa on kiinnitetty huomiota strategian laatijan roolin häivyttämiseen. Tätä on pidetty tehokkaana keinona esittää strategian tavoitteet koko organisaation yhteisinä asioina, ei vain johdon tahtona (ks. esim Sorsa ym. 2010, 21–22). Euroopan digitaalistrategiassa toimitaan päinvastoin, ja komission vahva läsnäolo asioiden arvioijana, toimeenpanijana, toteuttajana ja yhteistyökumppanien valitsijana tekee strategiasta nimenomaan komission strategian. Samalla muut toimijat asettuvat tarinassa vähäpätöisempiin rooleihin.

Se, että komissio on sekä strategian kertoja että pääroolin esittäjä, kertoo siitä, että strategia on ainakin jossain määrin itsessään juoni. Sen keskeinen, julkilausumaton tehtävä on luoda komissiolle ja EU:lle merkittävä rooli asiassa, jossa sen vaikutusmahdollisuudet siihen, mitä kentällä tapahtuu, ovat varsin rajalliset. Toisin sanoen digitaalistrategialla pyritään antamaan komissiolle keskeinen rooli Euroopan tulevaisuuden muokkaajana. Tällainen oman aseman vahvistaminen on olennaista sekä komission että EU:n arvovallan ja olemassaolon kannalta.

LOPUKSI

Digitaalistrategian visiota voidaan pitää yhtenä nykymaailman poliittisista tarinoista, joita laaditaan ja kerrotaan, jotta parempaan tulevaisuuteen jaksettisiin uskoa (vrt. Rorty 1989, 86) ja jotta poliittiset toimijat pystyvät ottamaan vahvempaa asemaa haluamallaan toiminta-alueella.

Digitaalistrategian tarkastelu tarinana osoitti, että teknologisella tulevaisuudella tarkoitetaan kansalaisille helpompaa ja nopeampaa pääsyä kuluttajamarkkinoille, yrityksille parempia tuloksia ja Euroopan kokonaistaloudelle johtosijaa Yhdysvaltoihin ja Aasiaan verrattuna. Kansalaisille tarjotut toimijaroolit tyypistyvät työn tekemiseen ja kuluttamiseen – rooleihin, jotka kansalaisille osoitetaan myös teknologia-alan yritysten strategioissa (vrt. esim. Moisander & Eriksson 2006).

Digitaalistrategia onkin havainnollinen esimerkki nykypäivän valtarakenteiden ja politiikan status quon diskursiivisesta ylläpitämisestä. Strategian narratiivinen analyysi korostaa tarvetta löytää ja luoda vaihtoehtoisia tarinoita, joissa vahvasti intressidonnainen talous ja teknologinen kehitys eivät ole ihmisten ja koko yhteiskunnan kyseenalaistamatonta mukautumista vaativia, ikään kuin vääjäämättömiä toiseikkoja.

Digitaalistrategian analyysi tukee Anu Kantolan havaintoja (2006, 173), että demokratiateorian homo politicus, vapaa ja täysivaltainen politiikan toimija, joka harkitsee, asettaa tavoitteita ja tekee päätöksiä yhdessä toisten kanssa julkisesti keskustellen, on korvautunut homo economicuksella, jonka tarpeet tiedetään ennalta ja jota voidaan opastaa haluttuun suuntaan eri keinoin. Pintatasolla tilaa on edelleen yhdessä keskustelemiselle ja tavoitteiden määrittämiselle, kuten digitaalistrategian taustaselvitys (2010c) antaa ymmärtää. Näyttää kuitenkin siltä, että pohjimmiltaan digitaalistrategia pyrkii yhtäältä ohjaamiseen, pääasiallisena motiivinaan mahdollisimman suurten taloudellisten tuottojen tavoittelu, ja toisaalta komission arvovallan vahvistamiseen.

Digitaalistrategian kaltaiset dokumentit ovat osaltaan määrittelemässä ja ohjaamassa koulujen digitaalisen lukutaidon opetuksen ja mediakasvatuksen sisältöjä. Näin varmistuu, että koulujen virallisista opetussuunnitelmista syrjäytyy

riittäinen teknologiakasvatus, joka problematisoi talouskasvun teknologian käytön lähtökohtana ja antaisi sen sijaan välineitä tarkastella teknologiaa ajattelumme ja havaintojemme muokkaajana ja järjestäjänä. Tällainen teknologiakasvatus voisi mahdollistaa toisenlaisten toimijuuksien kuvittelemisen ja siten jopa edistää niiden toteutumista yhteiskunnassa. Analyysi edellä on tarkastellut kansalaisten toimijuutta strategiatekstiin rakennettuina diskursiivisina toimijanrooleina. Vastaisuudessa olisi tarvetta tutkia sitä, millaisia toimijanrooleja kansalaiset itse haluaisivat ottaa Euroopan tulevaisuuden kehittämiseksi ja miten nämä poikkeavat digitaalistrategian visioista.

VIITTEET

¹ Analyysin kohteena oleva Euroopan digitaalistrategia on julkisesti saatavilla Euroopan komission verkkosivuilla kaikilla EU:n virallisilla kielillä iiriä lukuun ottamatta. Käyttämässäni suomenkielisessä versiossa on 41 sivua ja kaksi liitettä, joista ensimmäinen listaa strategiassa

ehdotetut lainsäädäntötoimet ja toinen keskeiset suoritustavoitteet arvioitavissa olevina indikaattoreina.

² Vastaaajista 65 % oli kansalaisia ja 35 % edusti järjestöä. 290 järjestön puolesta annettua vastausta jakautuvat seuraavasti: teollisuuden järjestöt (20 %), kansalaisjärjestöt (18%), suuryritykset (17%), julkisia tahoja ja hallituksia (17 %), pienet ja keski-suuret yritykset (13 %), akateemisia instituutiot (3%), muut (12%). 123 kannanotosta 121 tuli telekommunikaatio- ja audiovisuaalisen alan teollisuudelta. (Euroopan komissio 2010c, 5–6.)

³ Kiitos Timo Harjuniemelle inspiroivasta keskustelusta, joka auttoi löytämään kilpailuyhteiskuntakäytöksen.

⁴ Kansalaisuus on yhteiskunnassa ja tutkimuksessa latautunut termi, johon perinteisesti (ja ainakin länsimaissa) liitetään demokratiaan ja poliittiseen osallistumiseen liittyviä arvoja ja normeja. Tutkimuksen kentällä kansalaisuuden perinteistä määrittelyä on arvosteltu mm. feministisestä näkökulmasta (kansalaisuuden problematiikasta ks. esim. Steenbergen (toim.), 1994).

LÄHTEET

- Alvesson, Mats & Willmott, Hugh (1998). *Making sense of management. A critical introduction*. London & Thousand Oaks & New Delhi: Sage.
- Andrejevic, Mark (2009). Critical media studies 2.0: an interactive upgrade. *Interactions: Studies in Communication and Culture*, 1(1), 35–51.
- Aristoteles (2007). *Retoriikka ja runousoppi*. Suomentanut Pentti Saarikoski. Helsinki: Gaudeamus.
- Aro, Jari (2001). Narratives and rhetoric of the information society in administrative programs and in popular discourse. Teoksessa Karvonen, Erkki (toim.), *Informational societies: understanding the third industrial revolution* (s. 69–84). Tampere: Tampere University Press.
- Bal, Mieke (1985). *Narratology. Introduction to the theory of narrative*. Toronto: University of Toronto Press.
- Barry, David & Elmes, Michael (1997). Strategy retold: towards a narrative view of strategic discourse. *Academy of Management Review*, 22(2), 429–452.
- Booth, Wayne C. (1982). *The rhetoric of fiction*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Borg, Joseph & Lauri, Mary Anne (2011). A comparative study of EU documents on media literacy. *Media Education Research Journal*, 2(1), 30–42.
- Buckingham, David (2009). Defining digital literacy: what do young people need to know about digital media? Teoksessa Lankshear, Colin & Knobel, Michele (Eds.), *Digital literacies. Concepts, policies and practices* (s. 73–90). New York: Peter Lang.
- Carpentier, Nico (2012). Discursive structures in the network society. A theoretical case study on the role of immaterial structures in media organizations. *Javnost – The Public*, 19(4), 5–19.
- Chatman, Seymour (1978). *Story and discourse. Narrative structure in fiction and film*. Itchaca & London: Cornell University Press.
- Cornut, Francis & Giroux, Hélène & Langley, Ann (2012). The strategic plan as a genre. *Discourse and Communication*, 6(1), 21–54.
- Denning, Stephen (2006). Tell your story. *Leadership Excellence*, 23(5), 16–17.
- Euroopan komissio (2000). *eEurope 2002. Tieto-yhteiskunta kaikille*. Toimintasuunnitelma. Neuvostolta ja Euroopan komissiolta Feiran Eurooppa-neuvostolle 19. ja 20. kesäkuuta 2000.

- Haettu sivulta http://collection.europarchive.org/dnb/20070703083323/ec.europa.eu/information_society/eeurope/2002/action_plan/pdf/actionplan_fi.pdf, 23.9.2013.
- Euroopan komissio (2005). *i2010 – kasvua ja työllisyyttä edistävä eurooppalainen tietoyhteiskunta*. Komission tiedonanto neuvostolle, Euroopan parlamentille, Euroopan talous- ja sosiaalikomitealle ja alueiden komitealle. KOM(2005) 229 lopullinen, Bryssel 1.6.2005. Haettu sivulta <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2005:0229:FIN:FI:PDF>, 23.9.2013.
- Euroopan komissio (2010a). *Euroopan digitaalistrategia*. Komission tiedonanto Euroopan parlamentille, neuvostolle, Euroopan talous- ja sosiaalikomitealle ja alueiden komitealle. KOM(2010) 245 lopullinen/2, Bryssel 26.8.2010. Haettu sivulta <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0245:FIN:FI:PDF>, 8.9.2011.
- Euroopan komissio (2010b). *Sisämarkkinoiden toimenpidepaketti Kohti kilpailukykyistä sosiaalista markkinataloutta 50 ehdotusta työskentelyn, yrittäjyyden ja kaupankäynnin parantamiseksi*. Komission tiedonanto Euroopan parlamentille, neuvostolle, Euroopan talous- ja sosiaalikomitealle sekä alueiden komitealle. KOM(2010) 608 lopullinen, Bryssel 27.10.2010. Haettu sivulta <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0608:FIN:FI:PDF>, 11.12.2012.
- Euroopan komissio (2010c). *Summary of responses to the public consultation: priorities for a new strategy for European information society (2010–2015)*. Haettu sivulta <http://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/consultationresponses.pdf>, 8.9.2011.
- Fuchs, Christian (2011). Web 2.0, presumption, and surveillance. *Surveillance & Society*, 8(3), 288–309.
- Gardner, Howard E. (1995). *Leading minds: An anatomy of leadership*. New York: Basic Books.
- Genette, Gérard (1980). *Narrative discourse. An essay on method*. Ithaca: Cornell University Press.
- Greimas, Algirdas Julien (1980). *Strukturaalista semantiikkaa*. Helsinki: Gaudeamus.
- Hacking, Ian (2004). Between Michel Foucault and Erving Goffman: between discourse in the abstract and face-to-face interaction. *Economy and Society*, 33(3), 277–302.
- Hokkanen, Simo & Skyttä, Osmo & Strömberg, Oivo (1995). *Johtamistaito*. Helsinki: Opetushallitus.
- Jokinen, Arja (1999). Vakuuttelevan ja suostuttelevan retoriikan analysoiminen. Teoksessa Jokinen, Arja & Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (toim.), *Diskurssianalyysi liikkeessä* (s. 126–159). Jyväskylä: Vastapaino.
- Juhila, Kirsi (1993). Miten tarinasta tulee tosi: Faktuaalistamisstrategiat viranomaispuheessa. Teoksessa Jokinen, Arja, Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero, *Diskurssianalyysin aakkoset* (s. 151–188). Jyväskylä: Vastapaino.
- Kantola, Anu (2006). Suomea trimmaamassa. Suomalaisen kilpailuvaltion sanastot. Teoksessa Heiskala, Risto & Luhtakallio, Eeva (toim.), *Uusi jako. Miten Suomesta tuli kilpailukyky-yhteiskunta* (s. 156–178). Helsinki: Gaudeamus.
- Kantola, Anu (2010). Kilpailukyky politiikan valtastrategiana. Teoksessa Kaisto, Jani & Pyykkönen, Miikka (toim.), *Hallintavalta. Sosiaalisen, politiikan ja talouden kysymyksiä* (s. 97–118). Helsinki: Gaudeamus.
- Karvonen, Erkki (2000a). Strategioiden aikakausi. Teoksessa Vuorensyrjä, Matti & Savolainen, Reijo (toim.), *Tieto ja tietoyhteiskunta* (s. 247–255). Helsinki: Gaudeamus.
- Karvonen, Erkki (2000b). Kansalliset ja kansainväliset tietoyhteiskuntastrategiat. Teoksessa Vuorensyrjä, Matti & Savolainen, Reijo (toim.), *Tieto ja tietoyhteiskunta* (s. 256–277). Helsinki: Gaudeamus.
- Kitchin, Rob & Dodge, Martin (2011). *Code/Space. Software and everyday life*. Cambridge & London: The MIT Press.
- Krugman, Paul (1994). Competitive obsession. *Foreign Affairs*, 73(2), 28–44.
- Lehtimäki, Hanna (2000). *Strategiatarina kaupungista ja sen toimijoista*. Tampere: Tampereen yliopistopaino.
- Lessig, Lawrence (1999). The law of the horse: what cyberlaw might teach. *Harvard Law Review*, 113(2), 501–549.
- Lillie, Jonathan (2004). Technotopic narratives & networked subjects: preparations for everyday life in Cooltown. *The American Communication Journal*, 7(1), 1–17.
- Manovich, Lev (2013). *Software takes command*. New York & London & New Delhi & Sydney: Bloomsbury.
- Moisander, Johanna & Eriksson, Päivi (2006). Corporate narratives of information society: making up the mobile consumer subject. *Consumption Markets & Culture*, 9(4), 257–275.
- Moisio, Sami (2012). *Valtio, alue, politiikka. Suomen tilasuhteiden määrittely toisesta maailmansodasta nykypäivään*. Tampere: Vastapaino.
- Murray, Wallace (2007). What's your story? Corporate messages that touch the soul. *Strategic Direction*, 23(5), 3–4.
- Palola, Elina (2010). Kuilua sulkemassa. Kommunikaatio Euroopan ja eurooppalaisten välillä

- lä. Teoksessa Kaisto, Jani & Pyykkönen, Miikka (toim.), *Hallintavalta. Sosiaalisen, politiikan ja talouden kysymyksiä* (s. 166–189). Helsinki: Gaudeamus.
- Parikka, Jussi (2004). *Koneoppi. Ihmisen, teknologian ja median kytkennät*. Tampere :Tammer-Paino Oy.
- Pelkonen, Antti (2009). Developing a broad-based innovation policy in Finland. Societal opportunities confronting administrative and political challenges. *Hallinnon Tutkimus*, 28(3), 3–15.
- Phelan, James (2005). *Living to tell about it: a rhetoric and ethics of character narration*. Ithaca & London: Cornell University Press.
- Polkinghorne, Donald E. (1995). Narrative configuration in qualitative analysis. *Qualitative Studies in Education*, 8(1), 5–23.
- Prince, Gerald (1973). *A Grammar of stories*. The Hague: Mouton.
- Propp, Vladimir (1973). *Morphology of the folktale*. Austin & London: University of Texas Press.
- Ridell, Seija (1994). *Kaikki tiet vievät genreen. Tutkimusretkiä tiedotusopin ja kirjallisuustieteen rajamaastossa*. Julkaisuja A 82. Tampere: Tampere University Press.
- Ridell, Seija (2006). Genre ja mediatutkimus. Teoksessa Mäntynen, Anne, Shore, Susanna & Solin, Anna (toim.), *Genre – tekstilaji* (s. 184–213). Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Rimmon-Kenan, Shlomith (1983). *Narrative fiction: contemporary poetics*. London & New York: Methuen.
- Rorty, Richard (1989). *Contingency, irony, and solidarity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ryan, Marie-Laure (2007). Toward a definition of narrative. Teoksessa Herman, David (Ed.), *The Cambridge companion to narrative* (s. 22–35). Cambridge: Cambridge University Press.
- Segal, Howard P. (1985). *Technological utopianism in American culture*. Chicago & London: The University of Chicago Press.
- Sköldberg, Kaj (1994). Public administration reform and narrative mode. *Organization Science*, 5(2), 219–238.
- Sorsa, Virpi & Pälli, Pekka & Vaara, Eero & Peltola, Katja (2010). *Strategia mahdollisuutena ja rajoitteena. Kielestä, kommunikaatiosta ja vallasta*. Helsinki: Hanken School of Economics.
- Steenbergen, Bart van (ed.) (1994). *The condition of citizenship*. London & Thousand Oaks & New Delhi: Sage.
- Suominen, Jaakko (2003). *Koneen kokemus. Tietoteknistyvä kulttuuri modernisoituvassa Suomessa 1920-luvulta 1970-luvulle*. Tampere: Vastapaino.
- Swales, John (1990). *Genre analysis: English in academic and research settings*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Thrift, Nigel & French, Shaun (2002). The automatic production of space. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 27(3), 309–335.
- Vaara, Eero & Sorsa, Virpi & Pälli, Pekka (2010). On the force potential of strategy texts: a critical discourse analysis of a strategic plan and its power effects in a city organization. *Organization*, 17(6), 685–702.
- Vesa, Mikko (2010). Projections of future time: on agency, institution and narratives. Paper at EDAMBA Summer Academy, Soreze, France. Haettu sivulta <http://www.edamba.eu/userfiles/file/Vesa%20Mikko.pdf>, 5.10.2012.