
Elämäntapaviitekehyksen soveltaminen kvantitatiiviseen joukkoviestinnän yleisötutkimukseen

Harri Erämetsä

1970-luvun lopulla heräsi useiden yhteiskuntatieteiden piirissä voimistunut tarve tutkia inhimillistä käyttäytymistä kokonaisuutena, tarve hahmottaa samanaikaisesti itse toimintoja, niihin tarvittavia voimavaroja ja rakenteellisia taustamuuttujia sekä toimintojen subjektiivisia merkityssisältöjä, asenteita ja arvoja. Tällaista tutkimussuuntausta voidaan kutsua elämäntapatutkimukseksi (Uusitalo 1982, 68).

J.P. Roosin paljon siteeratun määritelmän mukaan elämäntapa on yksilön tai perheen elämänvaiheiden, elämäntoiminnan, arkielämän ja interaktion kokonaisuus, joka järjestyy yksilöiden subjektiviteetin kautta (Roos 1985, 52).

Laajimmassa mielessä elämäntavalla ymmärretään Roosin mukaan aikaisemman elämänhistorian ja elinolojen muodostaman habituksen kautta jäsentynyttä, nykyisten elämäntapamuotojen ja -asenteiden (dispositioiden) muodostamaa järjestynyttä kokonaisuutta. Habitus kuuluu Roosin keskeiseen käsitteistöön: habitus on dispositioita synnyttävä ja dispositioiden pohjalta syntynyt tapa jäsentää

ja arvottaa, hierarkisoida elämää; habitus selettää elämäntapaa. (Roos 1986, 37-38).

1980-luvulla elämäntapa-käsite on ollut runsaasti esillä niin suomalaisessa kuin keskieurooppalaisessakin sosiologisessa tutkimuksessa. Tutkimuksen kohteena on ollut esimerkiksi erityisesti urbanisoitumisen tuomat elämäntavan muutokset (Elämäntavan muutosten tutkimusprojekti esim. Eskola ym. 1978, Kortteinen 1982), nuorisokulttuuri (Heiskanen & Mitchell 1985), luokkarakenteen muutos ja elämäntapa (esim. Roos 1986, Roos & Rahkonen 1985, Luokkaprojekti 1984) tai yhteiskuntaluokkien makupreferenssit ja elämäntapa (esim. Bourdieu 1984, Roos 1986, Heiskanen 1989, Uusitalo 1979).

Suomalaisessa taloustieteellisessä tutkimuksessa Liisa Uusitalon Consumption Style and Way of Life (Uusitalo 1979) edusti ura-uurtavaa näkökulmaa kulutuspreferenssien analysoimisessa.

Elämäntapa-käsitteen ja empiirisen analyysin keskeisiä teoreettisia ongelmia on kysymys siitä, onko elämäntapa todella konkreettinen asia, vaiko vain tutkijoiden luoma illuusio.

Yhteiskuntatieteitä on usein syytetty sellaisten luokitusten ja tulkintojen teosta, joilla on todellisuudessa hyvin vähän vastinetta. Tämä kritiikki on varmasti osin aiheellista ja yhteiskuntatieteiden lisäksi koskee vähintään yhtä suuressa määrin soveltavaa markkinatutkimusta.

Yhteiskunnan sosiaalinen kerrostuneisuus ja eri luokkien erottuminen elämäntapojensa ja "makujensa" perusteella on myös suuresti kulttuurisidonnaista. Se mikä pätee Ranskassa ei välttämättä päde Suomessa. Bourdieu tuo esille empiiristen tulostensa ja teoriansa yleistettävyyden ongelman heti Distinctionin englanninkielisen painoksen esipuheessa toteamalla: "I have every reason to fear that this book will strike the reader as 'very French' — which I know is not always a compliment." Mutta kirjoittaja jatkaa samantien: "But I believe it is possible to enter into the singularity of an object without renouncing the ambition of drawing out universal propositions." (Bourdieu 1984, preface).

Roos ja Kortteinen ovat suomalaista uutta keskiluokkaa tutkiessaan päätyneet havaintoon, että "maku" ei suomalaisessa yhteiskunnassa ole läheskään yhtä tärkeä erottelustrategia kuin ranskalaisessa yhteiskunnassa: suomalaisessa ympäristössä erottelukriteerien painopiste on ihmissuhteissa ja elämäntavan yleisessä merkityksessä (harrastukset, suhtautuminen työhön jne.) (Roos & Rahkonen 1985).

Elämäntapa ja joukkoviestintätutkimus

Elämäntapa on ollut esillä joukkoviestinnän akateemisessa tutkimuksessa melko vähän. Suomalaisten tiedotustutkimuksen bibliografiat 1970- ja 1980-luvuilta tunsivat vain kolme elämäntapa-nimikkeen alla olevaa tutkimusta: Ritva Mitchellin (1980) nuorison kult-

tuuriaktiiviteetteja käsittelevä tutkimus, Paavo Vasalan (1981) maanviljelijöiden maataloustiedon toimimista käsittelevä tutkimus sekä Pertti Alasuutarin (1984) työväestön perhe-elämää ja televisiokäyttöä koskeva tutkimus. Teemaa on käsitelty myös "City — way of life — mass communication" — neuvostoliittolais-suomalaisten seminaarien yhteydessä (City — way of life — mass communication 1984, 1986).

Elämäntapa-näkökulmaa sivuava joukkoviestinnän tutkimus on UNESCO:n joukkoviestinnän roolia käsittelevässä tutkimussarjassa julkaistu "Information Technology and Structural Change in Local Cultures" (Julkinen & Sarmela 1987).

Yleisradio on 60-luvulta lähtien ollut merkittävä joukkoviestintätutkimuksen "mensaatti" Suomessa.

Kalle Heikkinen kertoo Yleisradion syksyn 1985 suunnittelu- ja koulutustoiminnan ohjelman pohjalta laaditun "Kymmenen esseetä elämäntavasta" -kirjan johdannossa: "... Kymmenen esseetä elämäntavasta on Yleisradion laajemman projektin lähtöruutu, tarkistus siitä, missä nyt olemme, mistä olemme tulleet, mihin suuntaan tästä voisimme edetä. Käsitteet muuttuvat vielä — tätä sopii toivoa — havainnoiksi, käytännön tutkimukseksi, empiiriaksi" (Heikkinen 1986, alkusanat).

Jo huomattavasti ennen mainittua Yleisradion elämäntapaprojektia TV1 julkaisi "Elämää ohjelmiin" -nimisen puheenvuoron yhteiskuntaohjelmien kehittämisestä. Tätä varten muodostetun työryhmän asiantuntijoina toimivat mm. professorit Yrjö Littunen ja Paavo Seppänen. "Elämää ohjelmiin" toi esille myös elämäntavan "hyödyllisenä teoreettisena viitekehystenä" ja menetelmänä jolla "pyritään yhdistämään eri tieteenalojen lähtökohdista tapahtuva analyysi". (Yleisradion tiedotusosasto 1978, 4, 36-37).

J.P. Roos, Ilkka Heiskanen ja Erik Allardt avasivat "Kymmenessä esseessä" ja sitä seuranneessa "Elämää kuvavirrassa" -teoksessa (1989) uudella ja kiinnostavalla tavalla keskustelun "toisen sukupolven joukkoviestinnän yleisötutkimuksesta".

Akateemisessa empiirisessä yleisötutkimuksessahan on ollut selvä katko 60- ja 70-lukujen laajojen — lähinnä YLEn sponsoroimien — survey-tutkimusten jälkeen (lukuunottamatta Miettisen 1980 ja Kasarin 1986 väitöskirjoja). *Kiinnostuksen katkeaminen joukkoviestinnän "aggregaattitason" yleisötutkimusta kohtaan voidaan ymmärtää johtuneen ainakin kahdesta syystä:*

1. Joukkoviestinnän käyttö- ja käyttösyötutkimukset alkoivat ajankohtana, jolloin täysin uusi, totaalinen viestin televisio oli parhailaan levittäytymässä talouksiin. Tämä "uusi aikakausi" tarjosi mielenkiintoisen pohjan tutkimukselle. Kun tv:n penetraatio saavutti (suurin piirtein) lakipisteensä, myös kiinnostus yleisötutkimusta kohtaan laantui.

2. Kokonaisvaltaisiin joukkoviestinnän käyttöä koskeviin survey-tutkimuksiin ja niiden tuomaan antiin tavallaan petyttiin. Yksi tutkijapolvi katsoi käyneensä tämän tien "loppuun". Tämä merkitsi suurelta osin survey-metodin hylkäämistä suomalaisessa joukkoviestintätutkimuksessa "positivistisena hapatuksena".

1980-luvulla joukkoviestintäkentässä on tapahtunut uusia kiinnostavia muutoksia; uusi tutkijapolvi suhtautuu kysely- ja haastattelututkimuksen sekä kvantitatiivisiin että kvalitatiivisiin mahdollisuuksiin ehkä uudella tavalla; tietysti myös tutkimuskohde, tässä tapauksessa "yleisö", on muuttunut.

Tämän tutkimuksen tekijän tietoon ei kuitenkaan ole tullut esimerkkejä (myöhemmin mainittujen Roosin tutkimusten lisäksi) Kalle Heikkisen edellä toivomasta "käytännön tut-

kimuksesta, empiriasta".

Eräs joukkoviestintätutkimuksen suuntaus, jossa elämäntapatutkimuksen lähtökohtia — erityisesti "makukulttuurien" ja yksilön subjektiviteetin osalta — on sovellettu, on ns. reseptiotutkimus. Reseptiotutkimus on kiinnostunut siitä, miten yksilö vastaanottaa viestintää, onko erotettavissa erilaisia yleisösegmenttejä, jotka vastaanottavat viestintää eri tavoin. Tässä lähestymistavassa korostetaan sitä, että esimerkiksi kirjan lukeminen ja ymmärtäminen tai elokuvan katsominen ja tulkinna ovat sidoksissa yksilön sosiaaliseen ja kulttuuriseen kasvuympäristöön ja viestinnän vastaanottamisen historialliseen ajankohtaan (Varpio 1988, 3).

Suomalaisen reseptiotutkimuksen kohteena on ollut erityisesti elokuvateattereiden yleisö. (esim. Linko 1986; Niemi 1983).

Oman tutkimukseni lähtökohdat

Joukkoviestintä kytkeytyy ihmisen elämään — niin vapaa-aikaan kuin työhönkin — yhä tiiviimmin, yhä kokonaisvaltaisemmin.

Tilastokeskuksen ajankäyttötutkimusten (1979, 1988) mukaan vapaa-ajan lisääntyessä joukkoviestimillä on yhä keskeisempi rooli vapaa-ajanviettomuotona. Vapaa-ajasta yli 60 prosenttia suomalainen viettää kotona, tämä suhde ei ole muuttunut 80-luvulla. Televisio on merkittävin yksittäinen vapaa-ajanviettomuoto, se vie keskimäärin 22 prosenttia suomalaisen vapaa-ajasta, nukkumaanmeno-aika on siirtynyt myöhäisemmäksi. 1979-87 vapaa-aika lisääntyi keskimäärin noin tunnilla viikossa. Tämä lisäys kohdistui nimenomaan naisiin, joilla vieläkin on kuitenkin selvästi miehiä vähemmän vapaa-aikaa. (Niemi 1989).

Vapaa-aikaa, siis nukkumisesta, ansio- ja kotitöistä sekä päätoimisesta opiskelusta va-

paata aikaa, suomalaisella oli 80-luvun lopulla keskimäärin 5 tuntia 50 minuuttia vuorokaudessa. Kuitenkin samaan aikaan mitattiin joukkoviestimiin käytettävän keskimäärin 6 tuntia 23 minuuttia vuorokaudessa. (Niemi 1989, KMT-Intermediatutkimus 1988). Tämä selittyy toisaalta sillä, että eri joukkoviestimiä seurataan yhtä aikaa ja myös päällekkäin muiden vapaa-ajanviettomuotojen kanssa, toisaalta sillä että joukkoviestimiä seurataan runsaasti myös "ei-vapaa-aikana".

Elämäntapa-viitekehys sopii joukkoviestintäkäytön analysointiin hyvin. On luontevaa ajatella, että ihmisen eri elämänvaiheissa joukkoviestimillä on erilainen rooli, toisaalta eri sukupolvet ovat kasvaneet kovin erilaisissa joukkoviestintympäristöissä joka varmasti heijastuu myös tottumuksiin joukkoviestintäkäytössä. Luokka-asemalla (ammatti, sosioekonominen asema, koulutus) on havaittu olevan hyvä selityskyky analysoitaessa joukkoviestimien käytön määrää, suuntautumista eri medioihin ja mediasisältöihin (ks. esim. Nordenstreng 1969, 14-31; Byckling 1969, 181-198; Sinkko 1975, 9-43; Miettinen 1980, 171-175; Niemi 1986, 140-146).

Joukkoviestintäkäytön voi ajatella kuvastavan elämäntapaa siinä kuin esimerkiksi kuluttamisenkin. Yksilön ajankäytön kannalta joukkoviestimet kilpailevat muiden toimintojen kuten sosiaalisen ja yhteiskunnallisen aktiivisuuden, harrastusten, kuluttamiseen käytettävän ajan ja esimerkiksi opiskeluun käytettävän ajan kanssa. Useammin kuitenkin joukkoviestintäkäyttö liittyy osana muihin toimintoihin, tukee näitä tai on peräti edellytys näille.

Itselleni virikkeen elämäntapa-viitekehyyksen soveltamiseen joukkoviestintäkäytön analysoinnissa antoi tarve selittää joukkoviestintäkäyttöä kokonaisvaltaisemmin kuin mitä "perinteiset" yksilön demografisiin ja so-

sioekonomisiin tietoihin ja niiden "selitysvolmaan" perustuvat tutkimukset tarjosivat. Koska tässä tutkimusasetelmassa ei joukkoviestintän käyttösyitä ja motiiveja katsottu voitavan "suorilla" kysymyksillä mitata (vrt. esim. Uses and gratifications statement -metodiin kohdistettu kritiikki kvantitatiivisessa survey-tutkimuksessa Rosengreen 1972; Palmgreen ym. 1985, 27-28; Windahl 1975, 8-10), käyttösyiden ja -funktioiden selittämisen kiinnekohdiksi tuli löytää yksittäisiä yksilöä kuvaavia taustamuuttujia laajempi näkökulma.

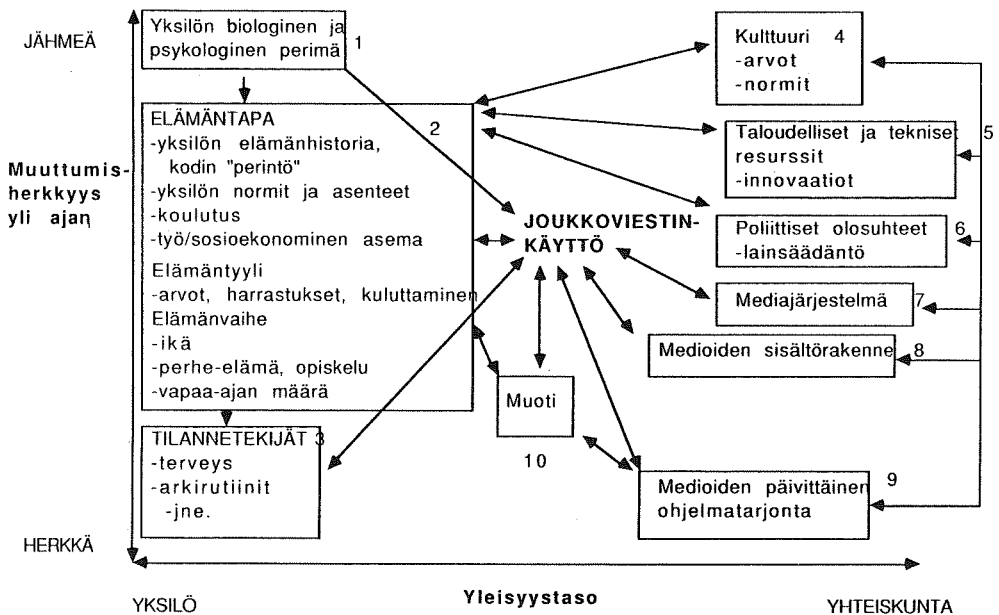
Elämäntapa tarjosi juuri tällaiseen laajemman näkökulman. Elämäntapa sitoo yksilöä koskevat irralliset tiedot laajemmin yksilöä, hänen elämänsäkaartaan ja luokka-asemaansa ymmärtäväksi viitekehyykseksi.

Kuviossa 1 a on esitetty joukkoviestintäkäyttöön vaikuttavat tekijät sekä tapa kuvata joukkoviestintäkäyttöä tämän tutkimuksen "joukkoviestintän elämäntapamallin" kokonaisviitekehyyksen mukaisesti.

Laajemmassa perspektiivissä joukkoviestintäkäyttöön vaikuttavat tekijät voidaan jakaa toisaalta vaikuttavan järjestelmän "yleisyystason" (yksilö-yhteiskunta) mukaan, toisaalta sen mukaan, kuinka pysyvä tai eri aikoina herkästi vaihteleva tämä joukkoviestintäkäyttöön vaikuttava elementti on (kuvio 1 a).

Järjestelmämallin lähtökohdista tarkasteltuna kuviossa 1 a voidaan erottaa edellämainittuun kaksiulotteiseen avaruuteen sijoitettuna yhteiskunnan yläjärjestelmä (elementit 4, 5, 6) johon kuuluvat yhteiskunnan säätelymekanismit kuten arvot, normit ja lainsäädäntö sekä yhteiskunnan taloudelliset-tekniiset kehittyneisyysaste, mediajärjestelmä (elementit 7, 8, 9) johon kuuluvat eri joukkoviestimet teknisinä välineinä, niiden lähettämisen ohjelmiston "perusstruktuuri" sekä yksittäisten ohjelmien tasolla päivittäin vaihtuva ohjelmatarjonta. Näistä yhteiskuntatason ele-

Kuvio 1 a. TUTKIMUKSEN VIITEKEHYKSI: JOUKKOVIESTINKÄYTÖN ELÄMÄNTAPAMALLI
YKSILÖ-YHTEISKUNTA -TASO SEKÄ TILANNETEKIJÄT-STABIILIT TEKIJÄT
JOUKKOVIESTINKÄYTTÖÖN VAIKUTTAVINA ELEMENTTEINÄ



menteistä yhteiskunnan arvojen ja normien katsotaan olevan hitaimmin yli ajan muuttuvia.

Kuvion 1 a elementit 1-3 puolestaan ovat järjestelmäteorian kielellä yksilön sosiaalisen vuorovaikutuksen järjestelmän elementtejä. Yksilön biologinen ja psykologinen perimä on "annettu" ja muuttumaton. Elämäntapa joukkoviestinkäyttöön vaikuttavana tekijänä sijoittuu tämän ja päivittäin vaihtelevien tilanetekijöiden väliin. Tilanetekijät ovat herkästi yli ajan muuttuva elementti käsittäen yksilön arkiritiinit, terveydentilan, mielialan jne.

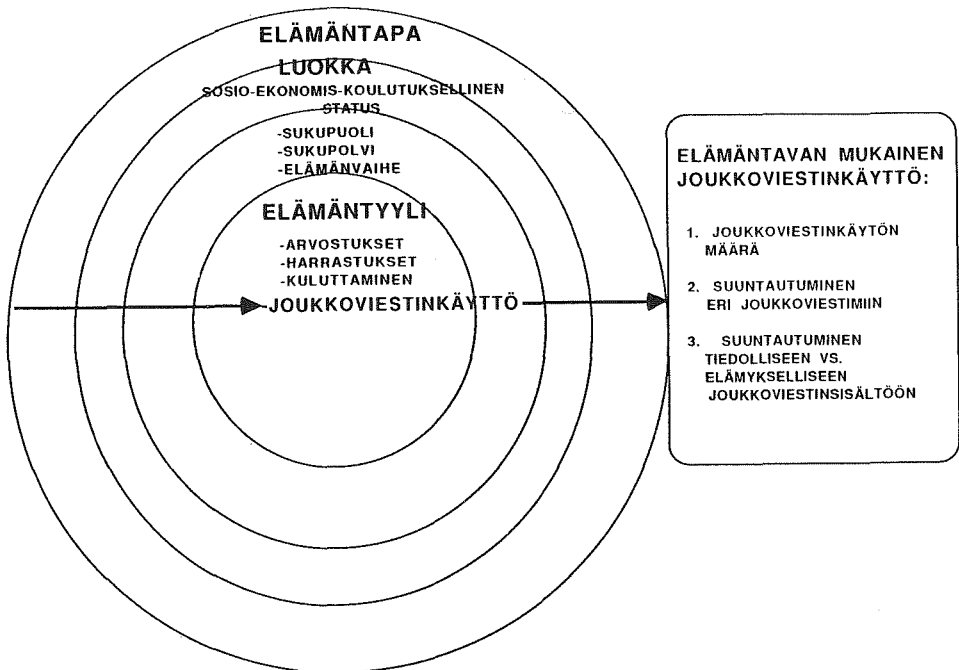
Kuvioon 1 a on lisätty myös Allardtin esille tuoma "muoti" joukkoviestinkäyttöön vaikuttavana tekijänä: Allardthan erottaa muodin vaikutuksen joukkoviestinkäyttöä selittävänä tekijänä elämäntapa-selitystavasta. Elämäntavan mukainen mediakäyttö tarkoittaa sitä, että seurataan oman elämäntavan mukaista tai sitä jotenkin myötäilevää ja vahvistavaa

mediasisältöä (Allardt 1986, 3).

Tämän tutkimuksen kokonaisuallia (kuvio 1 a) voidaan tarkastella myös kontingenssimallin näkökulmasta, jota lähestymistapaa Wiio on korostanut erityisesti organisaatiaviestinnän tutkimuksessa (Wiio 1975, 21). Kontingenssimalli korostaa eritasoisten rajoitteiden merkitystä viestinnän onnistumiselle. Käyttäytymiseen vaikuttavat ulkoiset yläjärjestelmään liittyvät melko kiinteät rajoitteet kuten sosiaaliset normit ja käytettävissä olevat resurssit. Toisaalta käyttäytymiseen vaikuttavat satunnaiset, tilanteisiin ja olosuhteisiin liittyvät rajoitteet kuten viestintien saatavuus, yksilön ominaisuudet jne.

Sovitemallin mukaisesti siis joukkoviestinkäyttäytyminen vaihtelee eri sukupolvien välillä eri aikoina ulkoisten olosuhteiden "jouston" mukaan. Yksilön elämäntavan eri vaiheet tarjoavat erilaisia mahdollisuuksia joukkoviestimien käyttöön, toisaalta samaa elä-

KUVIO 1 b. TUTKIMUKSESSA OPERATIONALISOITAVAT ELÄMÄNTAPAMALLIN ELEMENTIT JA JOUKKOVIESTINKÄYTÖN SELITTÄMINEN



mänvaihetta elävien (ja samaan sukupolveen kuuluvien) yksilöiden joukkoviestinkäytössä oletetaan olevan eroavuuksia, joita tässä selitetään nimenomaan elämäntapaan ja elämäntyyliin liittyvien eri luokkien habitusten (luonnehahmon) ja makujen eroilla.

Oma tutkimusaineistoni perustuu melko laajaan (N = 4950) henkilökohtaisten haastattelujen aineistoon, johon liittyy samoilta henkilöiltä kerätty, määrältään hieman pienempi informoitu kirjekselyaineisto.

Aineisto on tyyppillinen kvantitatiivisen tutkimuksen aineisto, haastattelulomakkeet ovat strukturoituja.

Tutkimuksen pääintressit ja tavoitteet voidaan jakaa kolmeen ryhmään:

1. On pyritty mahdollisimman laajaan (koko joukkoviestintäkentän myös sisällölliset tekijät huomioiden) ja tarkkaan (useita mitta-

reita ja aikaperspektiivejä, mm. edellisen päivän toiminta) joukkoviestinnän käytön seuraamiseen.

2. "Kovia" demografisia muuttujia on mitattu entistä tarkemmin (esim. kummankin puolison ammatit) ja luokiteltu sekä yhdistelty uudella tavalla.

3. Joukkoviestintäkäyttö on kytketty suureen määrään muita tietoja kuten kulutukseen, harrastuksiin ja arvostuksiin.

Kuviossa 1 b on kuvattu ne kokonaisuallin elementit, joita tässä tutkimuksessa operationalisoidaan. Elämäntapa muodostaa sen "piirin" ja kokonaisviitekehyksen, jonka sisälle sijoittuvat yksilön luokka-asema, yksilön sukupolvi, sukupuoli ja elämänvaihe. Edelliset tekijät määrittävät yksilön omaksumaa elämäntyyliä, jota ilmentävät yksilön arvostukset, harrastukset, kuluttaminen ja joukkoviestin-

käyttö.

Elämänvaihe-muuttuja on yhdistetty muut-
tuja, joka sisältää a) taloudellisen omavarai-
suuden (asuuko omassa taloudessa vai van-
hempien/lasten luona), b) interpersonaalisen
interaktion, mahdollisten kontaktien määrän
(asuuko yksin vai partnerin kanssa, onko työ-
elämässä), c) ajankäyttö (onko työssä, onko
kotona olevia lapsia, onko eläkkeellä).

Keskeisellä sijalla tutkimuksessa on henki-
lön sosioekonomisen, koulutuksellisen ja am-
matillisen aseman määrittely ja uudelleen-
luokittelu (luokka-asema). Tässä suhteessa
tutkimus on (kvantitatiiviselta osaltaan) läh-
ellä Bourdieun "Distinctionia" (Bourdieu
1984).

Luokat ovat toimijoiden ryhmiä, jotka ovat
suunnilleen samanlaisissa asemissa ja joilla tä-
män vuoksi on todennäköisyys omata saman-
laisia suhtautumistapoja ja intressejä ja tämän
vuoksi heidän käytäntönsä muotoutuvat to-
dennäköisesti samanlaisiksi. (Roos 1986, 47;
Bourdieu 1984).

Rajanvedot esimerkiksi "johtavassa ase-
massa olevien" toimihenkilöiden ja "muiden"
toimihenkilöiden, toisaalta toimihenkilöiden
ja työväestön välillä ovat ongelmalliset. Luok-
kaprojektin "Suomalaiset luokkakuvassa" -ra-
portti kritisoi juuri Tilastokeskuksen jakoa
toimihenkilöihin ja työväestöön: tilastonimik-
keen "alemmat toimihenkilöt" alle sijoitetuis-
ta yli puolet sijoittui Luokkaprojektin analyys-
issä työväenluokkaan (Kevätsalo 1989, 10-
22).

Lisäapua pulmalliseksi muodostuneeseen
luokitteluun toi Tilastokeskuksen 1987 julkis-
tama uusi ammattiluokitus: tämä noin 7800
ammattinimikkeeseen perustuva luokitus tee-
kee jaon paitsi sosioekonomisen aseman myös
ammattisuuntautumisen mukaan. (Oman tut-
kimukseni 4950 havainnon aineisto on koo-
dattu Tilastokeskuksen 1987 ammattiluoki-

tuksen mukaisesti.)

Luokkien elämäntapaa analysoitaessa on
"perinteisten" yhteiskuntaluokkanimikkeiden
tueksi otettu uusia erityisesti kasvavaa keski-
luokkaa kuvaavia nimikkeitä. Käsitettä uusi
keskiluokka tutkijat, mm. J.P. Roos, ovat käyt-
täneet erotuksena vanhan keskiluokan perin-
teisistä virkamiehistä ja yritysten keskijohdos-
ta. Kolmantena keskiluokan ryhmänä usein
erotetaan alemmat toimihenkilöt (= toimis-
tovirkailijat ja palveluammattien työntekijät)
omaksi ryhmäkseen.

Olen omassa tutkimuksessani käyttänyt
seuraavanlaista "luokkakajoa", joka rakentuu
yhteensä 21:stä ammatin, sosioekonomisen
aseman ja koulutuksen perusteella muodoste-
tusta alaryhmästä.

Muodostettujen 21:n ammatillis-sosio-
ekonomis-koulutuksellisen (ASK) ryhmän si-
joittaminen luokkarakenteen pääryhmiin:

HALLITSEVA LUOKKA/YLEMPI KESKILUOKKA:
YRITYS- JA VIRKAMIESJOHTO, HUMANISTIS-
SOSIAALINEN YLEMPI KESKILUOKKA, TEK-
NOELIITTI

7. Yritys- ja järjestöalan johtotyö (7), yo tai ylempi
8. Yritys- ja järjestöalan johtotyö (7), keskik. tai al
6. Julkisen hallinnon johtotyö (6)
3. Opetus/human./terv./sos. ylempät (3,4), korkeakoulutus
1. Tekninen ala (1,2), korkeakoulutus

UUSI KESKILUOKKA

4. Opetus/human./terv./sos. (3,4), yo tai al (5 jos yo tai ylempi)
11. Hallinto-, toimistotyö, muu kaupallinen työ (10,11), yo tai ylempi

VANHA KESKILUOKKA

2. Tekninen ala (1,2), yo tai alempi -tekniikat
9. Kauppaedustus-, konttori-, myyntityö (8,9), yo tai ylempi
15. Liikenne, muu palvelu (13-15), yo tai ylempi

ALEMMAT TOIMIHENKILÖT

5. Humanistinen/terveydenhoito/sos. (5), keskik.

tai alempi

10. Kauppaedustus-, konttori-, myyntityö (8,9), keskik. tai alempi
12. Hallinto-, toimistotyö, muu kaupallinen työ (10,11), keskik. tai alempi
16. Liikenne, muu palvelu (13-15), keskikoulu

UUSI TYÖVÄENLUOKKA

18. Kevyt teollinen työ (16), keskik. tai ylempi
20. Raskas teollinen työ (17), keskik. tai ylempi

VANHA TYÖVÄENLUOKKA

17. Liikenne, muu palvelu (13-15), kansakoulu
19. Kevyt teollinen työ (16), kansakoulu
21. Raskas teollinen työ (17), kansakoulu

TALONPOJAT (JA MAA- JA METSÄTALOUSTYÖNTEKIJÄT)

13. Maa- ja metsätalous (12), keskik. tai ylempi
14. Maa- ja metsätalous (12), kansakoulu

On muistettava, että esimerkiksi "uusi keskiluokka", jota Roos on analysoinut paljon (esim. Roos & Rahkonen: Toisin elämisen ha- lu, uutta keskiluokkaa etsimässä, 1988; Roos 1986, 71-76), jäsenyytensä kautta sosiaalisilla kentillä, kulutuskäyttäytymisensä ja "maku- preferenssiensä" perusteella. "Uuden" ja "van- han" keskiluokan välistä eroa ei näinollen me- kanistisesti pelkäästään ammatin- ja koulutuk- sen perusteella voi tehdä.

Esimerkiksi uuden keskiluokan edustajia on epäilemättä useissa muodostetuissa 21:ssä luokkaryhmässä. Roosin aiempaa luokkaja- koa myötäillen on seuraavassa 21 luokkaryh- mää sijoitettu mekaanisesti pääryhmiin. Hal- litsevaan luokkaan on tässä liitetty korkea- koulutuksen saaneet humanistis-sosiaalisen ja teknisen alan edustajat: erityisesti edellinen sisältää varmasti myös uuden keskiluokan ele- menttejä.

Tutkimuksen analyysiosassa käsitellään kuitenkin edelleen kaikkia 21 alaryhmää ja tehdään huomioita siitä, miten nämä ryhmät jäsenyivät elämäntapaindikaattoreiden ja

joukkoviestinkäytön perusteella. Luokkaryh- mien sijoittumista ei haluta "predestinoida": (mm.) joukkoviestinkäyttö saa osoittaa oman "luokkarakenteensa".

Edellä kuvatun 21-jaon soveltamisessa on huomioitava myös työnjaon sukupuolijärjes- telmä. Selvästi naisvaltaisia ryhmiä ASK-21- luokittelussa ovat opetuksen, humanististen- ja terveydenhoitoalojen ammattiryhmät, alemmaa koulutusryhmää edustavat kauppa- edustus, konttori- ja myyntiammateissa olevat ryhmät, hallintoryhmät, toimisto- ja muun kaupallisen työn alemmin koulutetut ryhmät sekä kevyttä teollista työtä edustavat alem- man koulutustason ryhmät. Vastaavasti mies- enemmistö on teknisissä ammattiryhmissä, julkisen hallinnon ja yrityksen johtotehtäviä edustavissa ryhmissä, kevyen teollisen työn ylempää koulutusryhmässä sekä raskaan teollisuuden ammateissa.

Koska sukupuoli korreloi näin vahvasti am- mattiin, sosioekonomiseen asemaan ja koulu- tukseen on vaarana, että näille tekijöille sel- laisenaan annetaan selitysarvonsa puolesta virheellinen tulkinta. Aineiston analyysissä olenkin käyttänyt rinnan ASK-21-luokittelun kanssa sukupuolella vakioitua ASK-luokitte- lua. Sekä naisten että miesten osalta havain- tojen riittävyden säilyttämiseksi on jouduttu yhdistämään joitakin luokkia. Naisten osalta yhdistettiin ASK-21-luokat 1 ja 2 (= Tekni- nen ala), luokat 6,7,8 (Yritys- ja julkisen alan johtotyö) sekä luokat 15 ja 16 (= Liikenne ja muu palvelu keskikoulu tai ylempi). Miesten osalta yhdistettiin luokat 4 ja 5 (= Opetus, hu- manistinen- ja terveydenhoitoala alemmat koulutusryhmät), luokat 6 ja 7 (= Yritys- ja julkisen alan johtotyö, korkeammat koulutus- ryhmät) sekä luokat 15 ja 16 (= Liikenne ja muu palvelu keskikoulu tai ylempi).

Sukupuolen lisäksi on syytä tarkistaa ASK- luokkien systemaattisen korrelaation mah-

dollisuus tutkittavan ilmiön (joukkoviestin-käyttö ja elämäntapa) kannalta toisen keskeisen tekijän, alueellisen jakautumisen (kaupunki-maaseutu) suhteen.

Joukkoviestinkäyttöä tutkimuksessani kuvataan ja analysoidaan kolmella eri operaat-torilla: 1. joukkoviestimien käytön kokonais-määrällä, 2. suuntautumisella eri joukkovies-timiin sekä 3. suuntautumiselle eri joukko-viestinsisältöihin akselilla tiedollinen orien-taatio – elämyksellinen orientaatio.

Lisäksi kiinnitetään erityisesti huomiota eri joukkoviestimien ryhmittymiseen (käytön korrelaatiot), sähköviestimien ja painoviestimien käytön keskinäisiin suhteisiin ja paino-tuksiin sekä ns. uusien joukkoviestimien ja ka-navien kuten videon, paikallisradioiden ja uu-sien tv-kanavien käyttöön.

Olen tutkimuksessani kiinnostunut toisaal-ta siitä, mitkä joukkoviestinkäytön piirteet menevät "läpi väestön", toisaalta siitä, mitkä tekijät joukkoviestinkäytössä erottuvat sel-laisten piirteiden perusteella, jotka voidaan kytkeä elämäntapaan.

Analyysimenetelminä olen kontingenssianalyysin lisäksi käyttänyt faktori- ja ryhmit-telyanalyysijä sekä korrespondenssianalyysijä (ks. esim. Greenacre 1984; Bourdieu 1984a).

Artikkeli perustuu kirjoittajan valmisteilla olevaan väitöskirjaan.

Kirjallisuus

- ALLARDT, E. Elämäntapa, harkinta ja muoti ihmisten valintojen perustana. Teoksessa: HEIKKINEN, K. (toim.). Kymmenen esettä elämäntavasta, ss. 35-79. Lahti, Yleisradio 1986.
- BECER, L.B. Measurement of gratifications. Teoksessa: Mass communication review yearbook. Vol. 1. California 1980.
- BLUMLER, K. & KATZ, E. & GUREVITCH, M. Utilization of mass communication by the individual. Teoksessa: BLUMLER, & KATZ (eds.). The uses of mass communications, s. 19-35. London, Sage 1974.
- BLUMLER, J. The role of theory in uses and gratifica-

- tion studies. Teoksessa: Mass Communication review yearbook 1980. Vol. 1, s. 203-228. California 1980.
- BOSTIAN, L.R. & ROSS, J.E. Functions and meanings of mass media for Wisconsin farm women journalism. Journalism Quarterly. Vol 42. 1965.
- BOURDIEU, P. Some answers to the critique. Tiede ja edistys 1/88, 41-51. 1988.
- BOURDIEU, P. Distinction. A Social critique of the judgement of taste. New York 1984(a).
- BOURDIEU, P. Escape social et genese de classes. Actes de recherche en sciences sociales 52/53, juin 84. 1984(b).
- BOURDIEU, P & PASSERON, J.C. Reproduction in education, society and culture. London 1977.
- ERÄMETSÄ, H. Sanomalehtien lukemiseen käytetty aika: mitä eri tutkimukset kertovat sanomalehtien lukemisajan kehityksestä. Teoksessa: Joukkoviestintä Pohjoismaissa 1986. Sanomalehtien liitto 1986.
- GREENACRE, M.J. Theory and applications of correspondence analysis. London, Academic Press 1984.
- GREENBERG, B.S. Gratifications of television viewing and their correlates for British children. Teoksessa: BLUMLER & KATZ (eds.). The uses of mass communications, s. 71-93. London, Sage 1974.
- HEIKKINEN, K. Esipuhe teoksessa Kymmenen esettä elämäntavasta. Yleisradion julkaisuja. 1986.
- KATZ, E.M. & GUREVITCH & HAAS, H. On the use of mass media for important things. American Sociological Review 38, 164-181. 1973.
- KEVÄTSALO, K. Taistelu siehuista. Näkökulma toimihenkilöliikkeen tulevaisuuteen. Helsinki 1989.
- KMT-Intermedia ja TGI-aineistot 88/2. Levikintarkastus OY/Suomen Gallup Oy.
- LINKO, M. Katsojien teatteri: teatterin vastaanotto Itäkeskuksen monitoimitalossa. Pro Gradu, Helsingin yliopisto, Sosiologian laitos, 1986.
- McGUIRE, W.J. Psychological Motives and Communication Gratification. Teoksessa: BLUMLER & KATZ (eds.). The uses of mass communications, s. 167-197. London, Sage 1974.
- McQUAIL, D. & GUREVITCH, M. Explaining audience behavior: three approaches considered. Teoksessa: BLUMLER & KATZ (eds.). The uses of mass communications, s. 287-303. London, Sage 1974.
- McQUAIL, D. & WINDAHL, S. Communication models for the study of mass communications. Singapore 1981.
- NIEMI, I. Pääosassa katsoja. Teatteriesityksen vastaanotto. Helsinki, KK Laakapaino 1983.
- NORDENSTRENG, K. Käsitykset tiedotusvälineistä. Teoksessa: NORDENSTRENG (toim.). Joukkotiedotus ja yleisö, ss. 32-46. Tapiola 1969.
- PALMGREEN, P. Uses and gratifications: a theoretical perspective. Teoksessa: Communication yearbook 8. Beverly Hills, Sage 1984.

- RILEY, J. & RILEY, M.W. Mass communication and the social system. Teoksessa: MERTON, R.K. et. al (eds.). *Sociology today*. New York 1959.
- RILEY, M. Aging from birth to death. *Interdisciplinary perspectives*. Colorado, Boulder 1979.
- ROOS, J.P. Elämäntapaa etsimässä. Tutkijaliiton julkaisusarja. Helsinki 1985.
- ROOS, J.P. Elämäntapateoriat ja suomalainen elämäntapa. Teoksessa: HEIKKINEN, K. (toim.). *Kymmenen esettä elämäntavasta*, ss. 35-79. Lahti, Yleisradio 1986.
- ROOS, J.P. *Suomalainen elämä*. Jyväskylä, Suomalaisen kirjallisuuden seura 1987.
- ROOS, J.P. Elämäntavasta elämäkertaa – elämäntapaa etsimässä 2. Tutkijaliiton julkaisusarja. Jyväskylä 1988.
- ROOS, J.P. & RAHKONEN, K. Toisin elämisen halu – uutta keskiluokkaa etsimässä. Teoksessa: ROOS, J.P. *Elämäntavasta elämänkertaan*, ss. 69-96. Tutkijaliiton julkaisusarja. Jyväskylä 1988.
- ROOS, J.P. Elämänkerta, elämäntapa, suhtautuminen televisioon. (Toistaiseksi) julkaisematon käsikirjoitus. 1989.
- ROSENGREN, K.E. Uses and gratifications: a paradigm outlined. Teoksessa: BLUMLER & KATZ (eds.). *The uses of mass communications*, s. 269-287. London, Sage 1974.
- ROSENGREN, K.E. & WENNER, L.A. & PALMGREEN, P. Looking back, uses and gratifications research, the past ten years. Teoksessa: ROSENGREN et al. (eds.) *Media gratifications research*. California, Sage 1985.
- ROSENGREN, K.E. & REIMER, B. The cultivation of values by media. *Lund research papers in the sociology of communication report no 6*. 1986.
- RUBIN, A.M. *Media Gratifications Through the Life Cycle*. Teoksessa: ROSENGREN & WENNER & PALMGREN (eds.). *Media Gratifications Research*, ss. 195-209. London, Sage 1985.
- SUONINEN, Liisa. *Elokuvamieltymykset ja elämäntapa*. Viiden helsinkiläisen elokuvateatterin yleisö. Pro Gradu, Helsingin yliopisto, Tiedotusopin laitos, 1989.
- TILASTOKESKUS. *Ajankäyttötutkimus 1978-79*. 1979.
- TILASTOKESKUS. *Ammattiluokitus 1987*. Käsikirjoja nro. 14. Helsinki 1987(a).
- TILASTOKESKUS. *Ammattiluokitus 1987*, hakemisto. Käsikirjoja nro. 14, Liite 1. Helsinki 1987(b).
- TILASTOKESKUS. *Ajankäyttötutkimus 1987-88*. 1988.
- UUSITALO, L. *Consumption style and way of life: an empirical identification of consumption style dimensions*. Helsinki 1979.
- UUSITALO, L. *Yksityisen ja julkisen elämänpiirin muutokset elämäntavan kuvaajina*. Julkaisussa *Sosiologinen aikakauskirja 2/1982*, ss. 68-75. 1982.
- VARPIO, Yrjö. *Reseptiotutkimus*. Teoksessa: *Reseptiotutkimus ja muita artikkeleita*. Tampereen yliopisto, Kotimaisen kirjallisuuden laitoksen monisteita 1988:22.
- WIIO, O.A. *Systems of information, communication, and organization*. Liiketaloudellinen tutkimuskeskus (LTT), LTT Audit report 1/75. Helsinki 1975.