

TOIMISTO MATKALAUKUSSA

KANNETTAVA TIETOKONE VAPAUDEN JA LIIKKUVUUDEN SYMBOLINA

Petri Saarikoski

Artikkeli pureutuu kannettavien tietokoneiden historiaan tarkastelemalla niitä mielikuvia ja käyttötilanteita, joita koneisiin on eri vuosikymmeninä liitetty. Päälähtökohtana on, että kannettavuuden synnyn ja kehityksen taustatekijät ovat kehkeytyneet kauan ennen nykyaikaisen ”läppärin” syntyä. ”Kannettavuus” on liitetty eri vuosikymmeninä hyvin monentyyppisiin koneisiin aina ”tyhmistä päätteistä” toistakymmentä kiloa painaviin ”raahattaviin” työasemiin. Artikkelissa tarkastellaan kannettavan vähittäistä symbolista muuttumista liikemiesten erikoistyökälusta jokapäiväiseksi, muodikkaaksi joka kodin multi-mediakeskukseksi. Lopussa analysoidaan, miten kannettaviin liitetyissä mielikuvissa viestitään uusien elämäntilanteiden ja kulutusunelmien toteutumista arkielämässä, jossa uusi teknologia tulee osaksi yksilöiden elämäntyylä.

Kannettavat tietokoneet ovat viime vuosina tehneet lopullisen läpimurtonsa kulutuselektroniikkamarkkinoille. Tilastojen mukaan kannettavien myynti on lisääntynyt viimeisen kolmen vuoden aikana useita kymmeniä prosentteja kansainvälisesti. Samaan aikaan pöytäkoneiden toimitusten kasvu on tahtunut. Vuonna 2005 Yhdysvalloissa kannettavien tietokoneiden myynti ohitti jo pöytäkoneiden myynnin. Vaikka pöytäkoneet tuskin ovat häviämässä minnekään, kysymys on selvästi havaittavissa olevasta tietotekniikan markkinoiden rakennemuutoksesta. Kehitykseen ei ole ilmeisesti lähiaikoina tulossa kovin merkittäviä muutoksia ja vastaavaa on nähtävissä myös Suomessa. Käännekohta oli vuosi 2005, jolloin Suomessa kannettavien markkinat kasvoivat huimat neljäkymmentä prosenttia. Yhdessä tulostimien kanssa kannettavat tietokoneet ovat olleet hallitsevia kodin tietotekniikan menestystuotteita.¹

Hintojen laskiessa kannettavien myynti on osittain siirtymässä erikoisliikkeistä tavarataloihin ja jopa supermarketteihin.² Keväällä 2005 toimittaja Mikko Torikka kirjoitti MikroPC:n nettiliitteessä seuraavasti: ”Kannettaville on käynyt, kuten matkapuhelimille joitain vuosia sitten. Koneet ovat yleistyneet liikemiesten luksuslaitteista tavallisten ihmisten työkaluiksi”. Saman artikkelin lehtikuvassa muutosta kuvattiin humoristisesti asettamalla kannettava tietokone ostoskorin viereen purkkipapujen, mikropopcornin ja suodatinkahvin seuraksi.³ Viisi vuotta aikaisemmin konetta tuskin voitiin verrata tarjousjauhelihaan, kuten toimittaja viittasikin. Kannettava oli kallis, vaikkakin suosiotaan kasvattanut ylellisyystuote, ja tästä oli osoituksena esimerkiksi pöytäkoneiden ja kannettavien välinen hintaero. Suomessa vuonna 2000 kulutuselektroniikkamarkkinoille tarkoitettun kannettavan tietokoneen hintahaitari liikkui

1600–5000 euron välillä.⁴ Tavallisen pöytäkoneen sai samaan aikaan puolet halvemmalla. Nykyisin hintaerot ovat merkittävästi kaventuneet. Varsinkin parin viime vuoden aikana kannettavien keskihinta on tippunut alle 1000 euron, ja kampanjatarjouksissa liikutaan jo alle viidessä sadassa eurossa.⁵

Kannettavien suosiota on epäilemättä lisännyt tietotekniikan jatkuva päivitystarve. Uuden kalliin pöytäkoneen ja litteän näytön hankinnan sijaan monissa perheissä on ollut edullisempaa ostaa kannettava tietokone. Näin siitäkin huolimatta, että pöytäkoneiden keskusyksikön saa edelleen kannettavaa tietokonetta halvemmalla. Kulutusmielikuvien tasolla käänne on myös varsin merkittävä. Kannettavat tietokoneet ovat ergonomisesti muotoiltuja, suhteellisen kevyitä kantaa ja tarjoavat näin perusominaisuuksien vuoksi joustavan tavan käyttää informaatioteknologiaa uusissa paikoissa ja tiloissa. Ne edustavat nyt älypuhelimien, digikameroiden ja mp3-soittimien tavoin kulutuselektronikkamarkkinoiden muotituotetta ja kuluttajat haluavat toistaiseksi yhä selvemmin siirtyä niiden käyttäjiksi. Vastaavanlaista muodikkuuden etsintää on löydettävissä myös esimerkiksi jyrkkänä jatkuvasta taulutelevisioiden suosiosta.⁶ Kuluttajille uudet konehankinnat edustavat samalla uuden käyttömukavuuden hakemista, mutta myös niiden tekniseen edistykseen viittaavat symboliarvot ovat hyvin merkittäviä.

Kiinnostavaa on kannettaviin tietokoneisiin liitettyjen mielikuvien kulttuurihistoria. Esimerkiksi MikroBitti kirjoitti lokakuussa 2000 kannettavien soveltuvan paremmin kännykkäsukupolven ”liikkuvaan elämäntapaan”. Uusi käyttäjäsukupolvi ei tässä suhteessa tuijottaisi hintaa vaan olisi valmis investoimaan vapauteen.⁷ Vaikka lehtikirjoittelussa suositettiin jopa ajatusta kannettavasta tietokoneesta kodin ainoana tietokoneena, kannettavista ei ollut vielä esimerkiksi pelikoneiksi tai multimediatekstuksiksi. Ne olivat usein kalliita, menivät

herkästi rikki, akut tyhjenivät liian nopeasti, näyttöjen laadussa oli toivomisen varaa ja monissa malleissa oli usein kiusallisia ylikuumenemisongelmia. Mielikuvien tasolla kannattava tietokone edusti kuitenkin jo selvästi tulevaisuutta.

Tietotekniikan historiasta voidaan osoittaa useita vastaavantyyppisiä tapauksia, joissa juuri läpimurtonsa kynnyksellä olevaa laitetta luonnehditaan suurin piirtein samantyyppisillä määritteillä. Esimerkiksi aikoinaan varhaiset kotimikrot ja myöhemmin PC-koneet edustivat kulutuselektronikkamarkkinoilla 1980- ja 1990-luvuilla tietoteknisen edistyksen kärkeä. Julkisuuskeskustelun varjopuolena ovat aina olleet monet käytännön ongelmat, kun uusi muodikas teknologia ei olekaan vastannut sille asetettuja toiveita ja mielikuvia.⁸ Nämä tapaukset eivät ole yhteisistä piirteistään huolimatta suoraan verrattavissa toisiinsa, mutta niiden avulla voidaan hahmottaa ja ymmärtää paremmin myös nykyajan teknologiapuheen taustatekijöitä. Pureudun tässä artikkelissa tutkimaan kannettavien tietokoneiden varhaishistoriaa erityisesti suomalaisessa kontekstissa. Mille käyttäjäryhmille niitä on markkinoitu ja mistä syystä? Millaisia mielikuvia kannettaviin tietokoneisiin on liitetty eri vuosikymmeninä? Samalla voidaan pohdita, millaisiin muihin teknisiin keksintöihin kannettavaa tietokonetta voidaan verrata ja miten tästä teknologiasta on aikoinaan puhuttu.

KANNETTAVUUDEN JALANJÄLJILLÄ

Tietotekniikan historian tutkimuksessa kannettava tietokone on sen merkittävydestä huolimatta jäänyt yllättävän vähäiselle huomiolle. Yksittäisiä artikkeleita ja katsauksia lukuun ottamatta aiheesta ei ole julkaistu kokonaisvaltaista esitystä. Samat puutteet koskevat laajemmin myös mobiiliteknologian ja -viihteen tutkimusta mediahistorias-

sa.⁹ Tietotekniikan muotoiluun ja kulutuksen historiaa tutkineen Paul Atkinsonin mukaan kannettavalla tietokoneella (*laptop computer*) tarkoitetaan siirrettävää, yleensä omalla virtalähteellä varustettua henkilökohtaista tietokonetta, jossa on oma näppäimistö, ohjelmistot ja mahdollisuus tiedon tallennukseen. Näiden määritysten mukaan Grid Computer Systemin suunnittelema ja valmistama ja vuonna 1980 markkinoille tuoma Compass oli varhaisin kannettava tietokone. Plasma-näytöllä varustettu kone toimi Intelin 8086 prosessorilla ja se painoi ”ainoastaan” 5 kiloa. Aikaansa nähden hyvin pienen kokonsa ja teknisten ominaisuuksiensa vuoksi kone saavutti Yhdysvalloissa suosiota ammattilaisten erikoistyyökäluuna.¹⁰ Suomessa tätä pioneerikonetta ei ilmeisesti ollut saatavilla lainkaan. Korkean hintansa (10 000 dollaria) vuoksi konetta käyttivät esimerkiksi Yhdysvaltain armeija ja ilmali- ja avaruushallinto NASA. Sen sijaan suomalaisten muistelmien ja lehtikirjoittelun mukaan vuonna 1982 markkinoille tullut Osborne 1 muistetaan usein ”ensimmäisenä” laajempaa suosiota saavuttaneena kannettavana tietokoneena.¹¹

”Ensimmäisen” kannettavan tietokoneen määrittäminen on tietenkin ongelmallista. Idea paikasta toiseen siirrettävästä tietokoneesta oli todellisuudessa syntynyt viimeistään 1960-luvun lopulla. Esimerkiksi tuolloin Yhdysvalloissa alan tutkija Alan Kay esitti aiheesta varhaisen Dynabook-konseptin, jonka perusteella kehitettiin XeroxPARCissa ALTO-tietokone 1970-luvun alussa.¹² Dynabook-konsepti sisälsi myös idean käyttäjäystävällisestä graafisesta käyttöjärjestelmästä, joten se oli hyvin edellä omaa aikaansa. Konsepti täytyy suhteuttaa omaan aikaansa, sillä vielä 1960-luvulla tietokoneella tarkoitettiin lähinnä isokokoista keskustietokonetta tai minitietokonetta. Ajatus omasta, kannettavasta yksiköstä oli siksi vähintään vallankumouksellinen. Konseptin synnyn taustalla voidaan nähdä tietotekniikan tutkijoiden ja ammattilaisten

haaveet omasta henkilökohtaisesta tietokoneesta. Varhaiset 1970-luvun puolivälistä alkaen rakennussarjoina myydyt mikrotietokoneet voidaan nähdä tämän kehityksen jatkajina.¹³

Mukana kannettavan henkilökohtaisen teknologian kehitystyön osana ovat myös 1960-luvun lopusta lähtien saatavilla olleet *henkilökohtaiset päätelaitteet*. Käyttäjä pystyi päätelaitteen avulla olemaan puhelinverkkoon kytkeytyneenä yhteydessä keskustietokoneeseen. Päätelaite oli pääsääntöisesti suunniteltu sijoitettavaksi matkalaukun sisälle. Muotoiluratkaisu ei ollut mikään sattuma, vaan noudatti vankasti aikansa kaupallishallinnollisen työnkuvan muotivirtauksia. Mainoksissa varhaisten päätemikrojen käyttäjät kuvattiin usein aikaansa seuraaviksi, seikkailunhaluisiksi miehiksi, joiden ”salainen ase” oli mukana kulkeva *henkilökohtainen toimisto*. Käyttäjät olivat pääasiassa johtajia tai erikoisasiantuntijoita. Mainoskuviissa he tavallisesti taittoivat matkansa helikopterilla tai lentokoneella. Näitä mainoksia alkoi esiintyä Suomessakin 1960- ja 1970-luvun taitteessa.¹⁴

Paul Atkinson on tutkimuksessaan huomauttanut, että nämä miehiset ja seikkailulliset lisäarvot elivät vuorovaikutuksessa angloamerikkalaisen populaarikulttuurin kanssa. 1960-luvun suosituissa agenttisarjoissa ja -elokuviissa (esimerkiksi James Bond ja Pyhimys) sankarit kantoivat usein mukanaan huipputeknologiaa sisältäneitä salkkuja, jotka muistuttivat erehdyttävästi edellä mainittuja henkilökohtaisia päätelaitteita. Toisin kuin fiktiiviset esikuvansa todelliset päätelaitteet olivat käytettävyydeltään hyvin kömpelöitä. Laitteet olivat kirjaimellisesti *tyhmiä päätteitä* (*dumb terminals*), joita ei voinut käyttää itsenäisinä laitteina. Niiden ainoa todella hyödyllinen ominaisuus oli mahdollisuus tulostaa keskuskoneella olevia asiakirjoja tai lähettää esimerkiksi myyntitilauksia ja -lukuja.¹⁵ 1960- ja 1970-luvulla kannettavien tietokoneiden esiasteiksi luo-

kiteltavat päätelaitteet olivat Suomen yritysmaailmassa hyvin harvinaisia. Ainoastaan isompien yritysten johtajilla tai ylemmillä toimihenkilöillä oli mahdollisuus saada tällainen kone käyttöönsä.¹⁶

Toisena käsitteellisenä puolena on nostettava elektroniikka- ja tietokone-teollisuudelle tyypillinen miniatyrisointi. Suomen tietoteknistymisen varhaishistoriaa tutkinut Jaakko Suominen on osoittanut, että laitteiden osalta fyysisen koon pienenemistä on pidetty merkinä teknisestä edistyksestä. Käsite liitetään niin ikään vahvasti tehokkuuden, henkilökohtaisuuden ja vapauden mielikuviiin.¹⁷ Miniatyrisointi on selkeä ja kiinteä osa kannettavuuden historiaa. Elektroniikkateollisuudessa miniatyrisoinnin tuotekonseptin alle voidaan laskea esimerkiksi sellaiset tuotteet kuin matkaradiot ja -televisiot sekä lukuisat kädessä pidettävät elektroniset lelut, pelit ja muut laitteet. Tietokoneiden valmistuksessa miniatyrisointi tarkoitti esimerkiksi minitietokoneiden ja mikrotietokoneiden syntymistä 1960- ja 1970-luvulla.¹⁸ Tuotekehittelyn ja markkinoinnin kaareissa voidaan nähdä vastaavuuksia. Kannettavuus yhdistettiin ennen mikrotietokoneiden tuloa varsinkin taskulaskimiin ja digitaalikelloihin, jotka tulivat vähitellen kuluttajamarkkinoille 1970-luvun kuluessa.

Taskulaskimiin liitetyn henkilökohtaisuuden ja kannettavuuden tematiikka yhdistyi 1970- ja 1980-luvun taitteessa markkinoille tulleisiin basic-ohjelmoitaviin laskintietokoneisiin, joita kutsuttiin myös *taskumikroiksi*. Tutkijoista Paul Atkinson ei laske niiden kuuluvan oikeiden, kannettavien tietokoneiden historiaan.¹⁹ Nykyaikaisen kannettavan tietokoneen tunnusmerkit jäävätkin hyvin vähäiseksi. Taskumikrot toimivat paristoilla, niissä ei ollut kunnollista tietokoneprosessoria, muistia oli hyvin rajallisesti käytettävissä ja näytölle mahtui lähinnä muutama rivi tekstiä. Tulkintani mukaan taskumikrot ovat kuitenkin osa



Casio Kulkija, "Ammattilaisen matkatietokone".
Lähde: Tietokone 4/1984.

laajempaa kannettavuuden ja tehokkuuden tuotekuvastoa, joka kehittyi miniatyrisoinnin ehdoilla. Taskulaskimen ja tietokoneen sekamuotoina taskumikrot, kuten Sharp PC 1211 tai Casio FX-702, herättivät kiinnostusta tietokone- ja elektroniikka-alan osaajien keskuudessa Suomessa 1980-luvun alussa. Tuhansia markkoja maksaneet laskintietokoneet olivat jo pelkästään hintansa puolesta statussymboleja, joita kannatti esitellä elektroniikka- ja tietokonealan erikoislehdissä. Lehtikuvissa taskumikrot nähtiin esimerkiksi sijoitettuna insinöörin tai liikemiehen rintataskuun korostamaan käyttäjän asiantuntijuutta ja arvovaltaa. Taskulaskimia oli aikaisemmin mainostettu samankaltaisella tavalla 1970-luvulla, tosin nyt kuvaratkaisut tulivat tahattoman humoristisiksi, sillä

laskintietokoneet olivat kuitenkin niin isokokoisia, että usein puolet koneesta roikkui taskun ulkopuolella.²⁰ Vuonna 1982 Tietokone-lehdessä humoristista vaikutelmaa tehostettiin esittämällä taskutietokoneen käyttäjänä iskevään tyyliin puettua vaaleahiuksista naista.²¹

1980-luvun mittaana taskutietokoneet kehittyivät edelleen, niiden koko kasvoi, ja vähitellen yhteys taskulaskinten maailmaan hämärtyi. Samalla niistä alettiin käyttää yhä enemmän nimitystä *matkatietokoneet*, ja Suomen tietokonelehdissä koneita arvosteltiin usein rinnakkain muiden mikrotietokoneiden kanssa. Niillä pystyi nyt suorittamaan aikaisemmin lähinnä tietokoneelle tarkoitettuja töitä, kuten ohjelmointia, laskentaa, kalenterin ylläpitoa ja pienimuotoista tekstinkäsittelyä. Kehittyneemmällä malleilla voitiin jopa säveltää musiikkia tai pelata pelejä. Tietokone-lehdessä koneet nostettiin ammattikäyttäjää hyödyttäväksi laitteiksi, jotka ”eivät olleet leluja”. Tällä oletettavasti viitattiin aikaisempien laskintietokoneiden usein melko rajallisiin toimintaominaisuuksiin.²²

Matkatietokoneet olivat silti vahvoja statussymboleja, joiden katsottiin sopivan tietotekniikkaa laajasti työssään käyttäville ammattilaisille. Tekniikan Maailmassa Tuomas Hirvonen luonnehti keväällä 1983 uutta Epson HX-20 -matkatietokonetta menevän miehen koneeksi, jota ”innokkaan työmyyrän olisi helppo käyttää esimerkiksi kesämökillä”.²³ Matkatietokoneiden arvostettua asemaa kuvasi myös niille annetut lempinimet. Huhtikuussa 1984 Musta Pörssi mainosti Casion ammattilaisen matkatietokoneita ”Kulkijoina”. Tietokoneisiin liitetyt lempinimet ovat olleet esimerkkejä niiden popularisoimisesta ja kesyttämisestä. Nimen valinnalla on yritetty luoda teknologiaa inhimillistävästä auraa, jolloin koneista tulisi helpommin lähestyttäviä ja ymmärrettäviä. Teemaan hyvin sopien Casion käyttäjäksi kuvattiin kulkuri-munkkia. Taskulaskimista oli aikaisemmin 1970-luvulla toisinaan käy-

tetty vastaavaa ”kulkija” tai ”kulkuri” -teema. Ei liene sattumaa, että Casio oli myös tunnettu taskulaskinten ja digitaalisten kellojen valmistaja.²⁴ 1980-luvun alussa mikrotietokoneiden lempinimet olivat osoitus myös niiden suosion kasvusta. Koneiden maahantuojaat pyrkivät siksi nimeämiskäytännöillään vetamaan laajempiin kuluttajaryhmiin.²⁵ Matkatietokoneet ja laskintietokoneet paljastavat, että kevyiden, tiettyihin erikoistarkoituksiin suunnattujen mikrotietokoneiden kehittäminen oli käynnissä jo 1980-luvun alussa. Koneet voidaan näin ollen nähdä vähintään nykyaikaisten kämmen-tietokoneiden esikuvina.

Osa mainoksista myös tuki tätä tuotekehittelyn yhteyttä. Esimerkiksi syyskuussa 1983 Suomen Hewlett-Packardin mainoksessa taskulaskimet, taskutietokoneet, kannettavat tietokoneet ja henkilökohtaiset mikrotietokoneet esitettiin kuuluvan samaan tuoteperheeseen. Mainostekstin perusteella kone valittaisiin aina oman käyttötarkoituksen perusteella. Kannettavan tietokoneen esitettiin sopivan kiireiselle, matkustavalle liikemiehelle.²⁶ Nimenomaan edustuksellisuudella voitiin vielä korostaen alleviivata mille yhteiskuntaryhmälle kannettava teknologia oli ensisijaisesti tarkoitettu. Kannettavuuteen ja matkustukseen liittyvät hyötynäkökohdat tulivat tietotekniikan pariin elektroniikka- ja automaatioteollisuuden parista. Yllättäviä yhtäläisyyksiä voidaan etsiä myös muualta. Laittevalmistajat saattoivat esimerkiksi tarjota matkalaukkuun rakennettuja mittalaittejärjestelmiä ”lentävällä lähdöllä” työskenteleville ammattilaisille, tai kädessä pidettäviä ”taskutermiinaaleja” tehokkaille ja aikaansa seuraaville asiantuntijoille. Mainoksissa heidät kuvattiin aina puku päällä työskenteleviksi miehiksi.²⁷

Taskumikrojen yhteys varhaisiin kotimikroihin on myös tunnistettavissa. 1980-luvun alussa monet entiset taskulaskinten valmistajat siirsivät kilpailun kiristyessä ja hintojen laskiessa tuotantonsa mikrotie-



Hewlett-Packard, "menevän menomiehen valinta".
Lähde: Tietokone 3/1983.

tokoneisiin, jolloin varhaiset markkinoille tulleet kotimikrot muistuttivat koon, muotoilun ja teknisten ominaisuuksien puolesta laajennettua taskulaskinta.²⁸ Käännöksen on hyvä esimerkki myös siitä, että 1970-luvulla alkanut mikroprosessorin läpimurto kuvasti laajemmin paitsi tietotekniikka- myös elektroniikkateollisuuden kehityssuuntia. Tietotekniikan historia osoittaa, että monet myöhemmin kannettavaan tietokoneeseen yhdistetyt ominaisuudet, kuten henkilökohtaisuus ja asiantuntijuus, olivat aikaisempina vuosikymmeninä liitetty moniin muihin laitteisiin.

OSBORNE JA KAYPRO EDELLÄKÄVIJÖINÄ

Mikrotietotekniikan osalta Paul Atkinsonin edellä mainitsemien teknisten kriteerien perusteella nykyaikaisten kannettavien tietokoneiden historia oikeastaan alkaa 1980-luvun alusta. Compass-tietokone oli kummajainen, koska kalliina, huipputeknisenä laitteena sen myynti ja tunnettavuus oli hyvin rajallista. Varhaisin ja kansainvälisesti tunnetuin kaupallisille markkinoille tul-

lut *kannettava tietokone (portable computer)* oli Adam Osbornen suunnittelema Osborne 1. Vuonna 1981 valmistunut, matkalaukun kokoinen Osborne 1 oli oikea, 64 kilotavun muistilla, 12,5 sentin näytöllä, konekirjoitusnäppäimistöllä ja kahdella levyasemalla varustettu nykyaikainen mikrotietokone. CP/M -käyttöjärjestelmän vuoksi koneella oli saatavilla kaikki tuohon aikaan yleisessä käytössä olleet toimisto-ohjelmistot, kuten SuperCalc ja WordStar. Koneen "kannettavuutta" on tosin pidettävä hieman kyseenalaisena, koska se painoi peräti 13 kiloa. Ainakin Suomessa raskasta laitetta kutsuttiin siksi leikkisästi *raahattavaksi* tietokoneeksi.²⁹ Tuskin kukaan käyttäjä jaksoi kantaa konetta käsivoimin kovin pitkiä matkoja ja arvioiden mukaan 80 prosenttia kaikista koneista ei koskaan edes yritetty siirtää työpisteen ulkopuolelle.³⁰ Osbornen kaltaisia, siirrettävissä olevia mikrotietokoneita oli ollut markkinoilla aikaisemminkin. Niiden suurin tekninen ongelma oli oma näyttö, jonka halkaisija saattoi olla ainoastaan 10–12 senttiä. Koneet olivat pääsääntöisesti pieninä erinä tehtyjä, räätälöityjä työasemia ja ne olivat tarkoitettu esimerkiksi laboratoriodien ohjelmointi- ja laskentatehtäviin.³¹

Osbornea markkinoitiin totuttuun tapaan liikemiesten "bisnes-laitteena", mutta aikaisempiin päätelaitteisiin verrattuna se oli suunnattu laajemmalle kohdeyleisölle. Nopean tuotesuunnittelun ilmeisistä virheistä huolimatta Osbornea pidettiin suhteellisen edullisena kannettavana tietokoneena.³² Edullisuus oli suhteellista, sillä Suomessa myyntihinta oli vuonna 1982 aluksi 14 000 markkaa. Suomessa Osborne ylitti julkisuuskyynnyksen viimeistään silloin, kun Prosessori-lehti nosti koneen kansikuvaansa joulukuussa 1982. Lehdessä tätä raskasta menomiehen matkalaukkaa keuhuttiin jopa käyttäjäystävälliseksi. Lehden päätoimittaja Lauri Kotilainen muistaa tapauksen hyvin. Hänen mukaansa toimitukseen koekäyttöön saatu Osborne herätti niin laajaa kiinnostus-

ta, että käytännössä kaikki kustannusyhtiön miespuoliset työntekijät parveilivat koneen ympärillä.³³

Uusi tekniikka epäilemättä herätti kiinnostusta ja siirsi syrjään ilmeisen tosiseikan, että kannettavuutensa puolesta Osborne oli lähes käyttökelvoton. Lisäksi Osbornessa ei ollut omaa akkua vaan se oli riippuvainen verkkovirrasta. Koneen suosio johtui epäilemättä sen käyttökelpoisista toimisto-ohjelmistoista ja uuden tekniikan luomasta attraktioarvosta. Näytön ja kahden levyaseman integroiminen yhteen keskusyksikköön oli mieliä kiehtova uutuus. Osborne sai pian kilpailijoikseen monia muita raahattavia mikroja. Näistä ainakin useina eri malleina levinnyt Kaypro saavutti Suomessa suosiota. Se oli teknisiltä ominaisuuksiltaan ja hinnaltaan Osbornen luokkaa. Koneeseen oli saatavissa myös erikseen kovalevy. Yritysten lisäksi sitä myytiin esimerkiksi yliopistoille. Kaypron suomalaiskäyttäjät olivat sosiaalisesti hyvin aktiivisia ja keskenään

tehokkaasti verkottuneita. Aikalaismuistelu- jen mukaan Kayproa pidettiin 1980-luvun alkupuoliskolla parhaana raahattavana ammattilaisen ja kehittyneen harrastajan mikrotietokoneena. Lisälaitteena toimitettava modeemi tarjosi myös heille pääsyn Suomen harvalukuisiin tietoverkkoihin. ”Kaaprolaiset”, kuten he itseään nimittivät, olivat monessa mielessä verkkokäyttäjinä kiinnostavasti aikaansa edellä. Käyttäjähdistys *Finish Kaypro Users Group* perusti myöhemmin 1980-luvulla yhden varhaisimmista julkisista BBS-palvelimista.³⁴

Ei ole yllättävää, että kalleutensa ja kohderyhmänsä vuoksi Osborne ja Kayproa mainostettiin Suomessa hyvin teknologia-orientoituneesti. Hinnan ja myyntilukujen lisäksi mainoksille oli tyypillistä koneiden teknisten ominaisuuksien esittely. Vastaavaa voidaan sanoa oikeastaan kaikista markkinoilla olleista kannettavista tietokoneista.³⁵ Tyypillistä 1980-luvun alkupuoliskon kehitykselle oli, että usein kannettavat mikrotietokoneet varustettiin lisälaitteilla, jolloin varsinainen keskusyksikkö ei tullut enää niin painavaksi. Koneiden imagon kannalta tämä ratkaisu oli varmasti onnistunut, mutta erillislaitteiden ostamiseen ja kuljettamiseen sisältyivät omat vaivansa.

Varhaisista raahattavista koneista puuttui akku, joten ne olivat riippuvaisia verkkovirrasta. Oikeastaan vasta vuosina 1985–1986 markkinoille tulleissa uusissa kannettavissa akut olivat vakiovarusteina. Aluksi näitä akuilla toimivia koneita kutsuttiin Suomessa *salkkukoneiksi* tai *salkkumikroiksi*. Varhaisimpia malleja oli saatavilla Suomessa vuosina 1983–1984.³⁶ Lehtikuvissa salkkumikrojen mieskäyttäjät kuvattiin rennon näköisinä naputtelemassa koneella uimarannalla, lentokentällä tai urheilu-autossa. Jostain syystä erityisesti reportterit mainittiin näiden salkkukoneiden tärkeäksi käyttäjäryhmäksi, ehkä sen vuoksi, että koneista löytyi kunnollinen konekirjoitusnäppäimistö. Samaan aikaan ilmestyi ensimmä-

Kaypro II, ”raahattava” henkilökohtainen tietokone. Lähde: Prosessori 3/1983.



mäiset kuvat naiskäyttäjistä, jotka esitettiin poikkeuksetta viehättävästi mutta asiallisesti pukeutuneiksi liikenaisiksi. Heitä kuvattiin aikaisemmin maskuliinisuuden sävyttämässä ympäristöissä, kuten lentokentillä tai auton ratissa. Tällöin kannettavasta alettiin käyttää nimitystä *sylimikro*, koska käyttäjät pystyivät oikeasti pitelemään konetta ainakin vähän aikaan reisiensä päällä. Mielenkiintoisella tavalla naiskuvat näyttävät liittyvän koneiden mainostettuun keveyteen ja helppokäyttöisyyteen.³⁷ Tietokone-lehdessä kuvat muuttuvat tämän jälkeen asiallisista entistä enemmän naiskauneutta estetisoivaan suuntaan; käytössä on esimerkiksi aistikkaita juhlasuja, piikkikorkokenkiä, poskilla hehkuvat meikit ja huulet ovat punattuja.³⁸

Sylimikron tulo liittyy nykyaikaisen kannettavan tietokoneen määritelmän vähittäiseen syntymiseen vuosien 1983–1984 aikana. Sen alkuperäinen englanninkielinen termi *laptop* viittaa nimenomaan omalla näytöllä, virtalähteellä ja näppäimistöllä varustettuun mikrotietokoneeseen, joka on fyysisesti niin pieni että sitä voi pitää sylissä (lap). Ero Kaypron ja Osbornen kaltaisiin, matkalaukun kokoisiin koneisiin on selvä. Englanninkielessä niiden kannettavuutta määriteltiin käsitteellä *portable*, joka tarkoitti sitä että mikrotietokone oli ylipäättään siirrettävissä paikasta toiseen. Jos 1980-luvun alun lehtikirjoittelussa viitattiin kannettaviin tietokoneisiin, niillä tarkoitettiin nimenomaan näitä usein yli 10-kilon painoisia salkkumikroja. Sylimikrossa painoraja liikkui jo viidesä kilossa. 1980-luvun tietokonelehtien kirjoittelussa kannettavasta tietokoneesta tulee vähitellen yleiskäsite kaikille siirrettävissä oleville mikrotietokoneille.³⁹ Muun muassa tietokirjailijana, journalistina ja pitkän linjan atk-harrastajana tunnettu professori Osmo A. Wiio kirjoitti aiheesta vuoden 1986 keväällä, jolloin hän viittasi käsitteiden sekaavuuteen ja rinnakkaisuuteen. Hän päätyi suosittelemaan, että raskaammista yli kymmenen kilon painoisista kannettavista käytet-



Salkkumikrojen tulon myötä syntyivät myös kuvat niitä käyttävistä business-naisista. Lähde: Tietokone 4/1984.

täisiin nimitystä salkkukone ja kevyemmistä kannettavista sylimikro.⁴⁰

Tarve teknisesti edistykselliselle, kannettavalle tietokoneelle syntyi siis 1980-luvun kuluessa. Oikeastaan tuotekonseptin varhaispiirteet ovat nähtävissä jo Paul Atkinsonin mainitseman Compass-koneen yhteydessä.⁴¹ Kannettavat pysyivät koko 1980-luvun ajan kiinnostavina mutta hyvin hintavina ammattilaisten ja asiantuntijoiden erikoistyökaluina, joihin tavallisen kotikäyttäjän oli mahdollista törmätä työpaikoilla, korkeakouluissa tai atk-kerhoissa. IBM PC -yhteensopivia kannettavia oli Suomessakin saatavilla vuodesta 1984 alkaen.⁴² PC-kannettavien varsinainen esiinmarssi tapahtui vuosien 1986–1987 aikana. Laajalevikkisin Tietokone-lehti puhui kesällä 1987 suoranaisesti sylimikrojen ”tulvasta”. Monipuol-

listuneista mainoskuvaratkaisuista huolimatta kannettavat oli suunnattu meneville ja menestyville. Uutisoitua seuraamalla huomaa kuitenkin, että kehitys oli kaksijakoista. Vaikka tarjonta lisääntyi, myynti ei sujunut täysin laitevalmistajien toiveiden mukaisesti.⁴³ Mahdollisia syitä voidaan etsiä ainakin Suomessa vallitsevasta markkinatilanteesta. Vaikka PC-koneet olivat saavuttaneet hallitsevan markkinaosuuden yritys- ja koulutussektoreilla, oli PC:n läpimurto kotitalouksiin vielä pahasti kesken. Tämä ei ollut sinällään ihme, sillä edulliset kotimikrot, joista Suomen tapauksessa mainittakoon erityisesti Commodore 64, olivat kyllästäneet kulutus-elektroniikkamarkkinat.⁴⁴

Kannettavia koneita myytiin siis 1980-luvulla tasaisesti, mutta PC-markkinoilla ostajia kiinnostivat enemmän pöytäkoneet, joihin alkoi kiihtyvällä tahdilla tulla kuluttajia kiinnostavia uusia ominaisuuksia. Tekstinkäsittelyn, taulukkolaskennan tai tietokonegrafiikan lisäksi koneita voitiin käyttää myös pelaamiseen. Multime-

diatekniikka ja graafiset käyttöjärjestelmät olivat tuloillaan. Kannettavien kohdalla ongelmalliseksi nousi varsinkin sylimikroissa kehitysasteella oleva tekniikka. Esimerkiksi näyttötekniikan osalta erot olivat ratkaisevia. Kannettavien akut olivat painavia ja tyhjäntyivät nopeasti. Niiden karkeat, mahdollisimman vähän virtaa kuluttavat nestekidenäytöt olivat alttiita heijastuksille ja niiden kontrasti oli paljon huonompi kuin tavallisissa monitoreissa. Tietokone-lehti julisti-kin syksyllä 1987, että sylimikrot kuuluivat toistaiseksi tietokonemaailmassa koneiden ”surulliseen ryhmään, jossa sinällään hyvä idea ei toimi”.⁴⁵

Vuosien ajan konevalmistajat olivat tehneet töitä kannettavien markkinamenestyksen takaamiseksi. Epäilemättä vaatimattomasta menestyksestä johtuen vuoden 1987 aikana kannettavien mainontaa Suomessa harvinaistui ja tilalle astuivat pöytäkoneiden ohella uudet muotilaitteet, kuten modeemit ja tulostimet. Tämä varmaan osaltaan vaikutti siihen, miksi esimerkiksi MikroBitin

kaltaisessa, enemmän kuluttajamarkkinoille suunnatussa tietokonelehdessä kannettavia tietokoneita ei 1980-luvulla käsitelty kuin hyvin poikkeuksellisesti. Markkinakehityksessä varsinaisten kotimikrovalmistajien omat kannettavat tietokoneet jäivät kalliiksi harvinaisuuksiksi tai sitten ne eivät tulleet markkinoille lainkaan. Ehkä kuuluisin lienee Commodoren, aikansa tärkeimmän kotimikrovalmistajan, vuonna 1985 peruuntunut Commodore LCD -kone. Yhtiön historiaa valottavien historiikkien ja haastattelujen mukaan Commodoren johto ei ilmeisesti uskonut koneen



Sylimikro yhdistettiin käsitteellisesti naiskauneutta esteti-soiviin kuviin. Lähde: Tietokone 1/1986.

menestymisen mahdollisuuksiin ja halusi siksi keskittää voimavaransa kotimikrojen kehittämiseen.⁴⁶

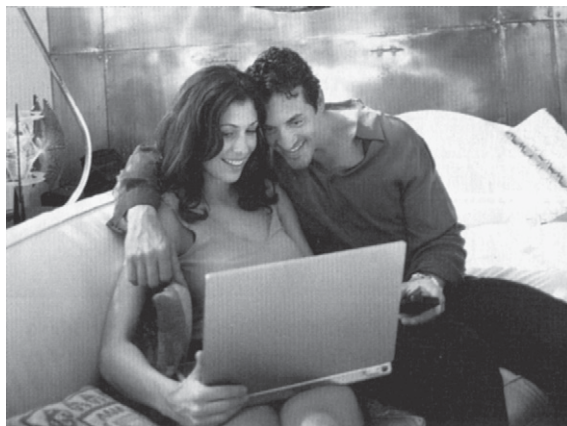
ERIKOISTYÖKALUSTA MEDIAKESKUKSEKSI

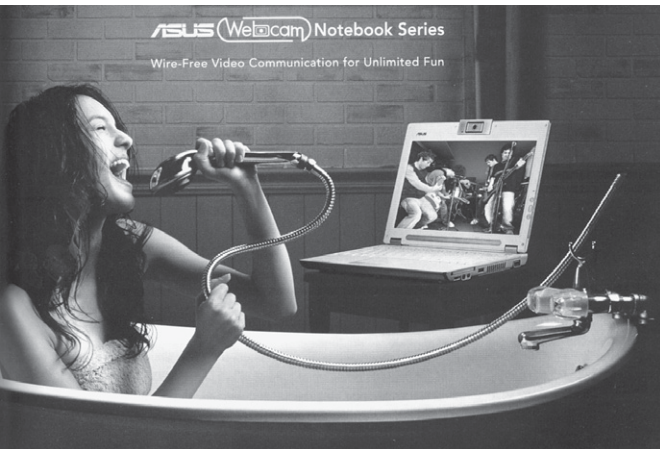
Kangerrellen lähtenyt myynti saattaa osaltaan selittää, miksi kannettavien mainos- ja käyttäjäkuvasto ei muuttunut 1980-luvun mittaan. Mainokset ja jutut julkaistiin lähinnä tietotekniikan ammattikäyttöön keskittyneissä lehdissä. Tietoteknisen edistyksen symboleina kannettavat tietokoneet olivat joka tapauksessa tehneet varhaisimman läpimurtonsa ainakin ammattikonemarkkinoille 1980-luvun puolivälin jälkeen. Käytännössä kannettavan tietokoneen tulo tavallisten kuluttajien ulottuville siirtyi 1990-luvulle. Tekniikan osalta varsinkin akkujen, prosessorien ja näyttöjen tekniikan paraneminen toivat uutta käyttömukavuutta. Modernin kannettavan tietokoneen tärkeimmiksi lisäominaisuuksiksi tuli vakiovarusteinen, sisäinen kovalevy. 1990-luvulla esimerkiksi Apple Powerbook ja IBM Thinkpad muistuttivat eri malleineen jo hyvin paljon nykyisiä kannettavia tietokoneita. Suomessa Apple jäi lähes tuntemattomaksi suuruudeksi, ja varsinkin IBM:stä riippumattomat merkit, kuten Compaq, Toshiba ja HP, saavuttivat merkittäviä markkinaosuuksia. Parin kilon painoisista, erityisen kevyistä kannettavista käytettiin aluksi nimitystä *muistikirjamikro* (*notebook computer*). Väriäytöt tulivat ensin raskaampiin salkkutietokoneisiin, mutta lähestyttäessä 1990-luvun puoliväliä ne yleistyivät myös kevyissä muistikirjamikroissa. Tässä yhteydessä kannettavan tietokoneen määritelmä vähitellen yhtenäistyy ja sen alle liitetyt alakäsitteet katoavat. Samalla muistio- tai muistikirja-käsite liitettiin yhä selvemmin kädessä pidettäviin kämmen-tietokoneisiin.⁴⁷ Suppea otanta 1990-luvun mainoskuvastosta paljastaa, että kuva-aiheet

ja markkinointikeinot muuttuivat vain hie-
man 1980-lukuun verrattuna. Menevät ja
menestyvät bisnesmiehet tai -naiset kanto-
ivat mukanaan yhä kevyemmiksi muuttuvia
kannettavia. Teknologiapainotteisuus tuli
esiin esimerkiksi korostamalla suurta tehoa,
pientä kokoa ja edullista hintaa. Vaihtelua
kuviin toivat lainat nuoriso- ja populaari-
kulttuurista. Miehet kuvattiin esimerkiksi
kiittämässä menestykseen rullalaudan avitta-
mina.⁴⁸

Kiinnostavaksi analyysin kohteen nou-
seekin kannettavien mainonnan ja käyttä-
jäkuvan muuttuminen 2000-luvulta alkaen.
Paul Atkinsonin mukaan 2000-luvun alussa
kannettavien tietokoneiden mainoksissa ei
varsinaisesti esitelty tietokoneen käyttöä,
vaan pääroolissa oli uusi teknologia.⁴⁹ Mai-
nonnassa varsinkin elokuvien ja televisio-
sarjojen merkitys kasvoi kannettavien tuo-
temainonnan osalta. Kannettava tietokone
symboloi edelleen osittain populaarikult-
tuurin tukemana seikkailuntäyteistä ja mie-
histä maailmaa. Uusimpien Hollywoodissa
tuotettujen toimintaelokuvien ja televisio-
sarjojen miessankareille ”läppäri” oli osa
huipputeknistä asearsenaalia. Tuotesijoitte-

Kannettava tietokone ”kotiutettuna” naisen ja
miehen henkilökohtaiseksi ”lemmikiksi”. Lähde:
Asus, ”One Step Ahead” -mainos, marraskuu
2005.





lun logiikkaa noudattaen koneiden eri brändit nostettiin vahvasti esiin. Kannettavien värivalinnoissa suosituttiin usein mustaa, joka loi koneelle tehokkaan *high tech* -leiman.⁵⁰

Vaikka Atkinsonin havainnot varsinkin kannettavan tietokoneen ja maskuliinisuuden välisestä historiallisesta jatkuvuudesta markkinoinnissa ovat uskottavia, myös toisenlaisia tulkintoja voidaan esittää. Ainakin teknologian hallitseva rooli mainonnassa on viime vuosina muuttunut. Suppea otanta isojen tietokoneyritysten vuosien 2005–2006 mainoksista esittää niin miehiä kuin naisia koneen käyttäjinä. Koneita käytetään myös yhdessä, jolloin kone kuvataan herkästi perheen uudeksi jäseneksi, jota pariskunnat ihastellen katselevat.⁵¹ Asetelmat eivät ole aina sävyltään neutraaleja, vaan miesten hallitseva rooli tulee hienosävyisesti esille. Miehillä kone on selvemmin työn väline. Naisia kuvataan samassa yhteydessä usein viehättäviksi ja ihasteleviksi käyttäjiksi ja katselijoiiksi. Toisaalta naisten itsenäinen käyttäjärooli on vahvistunut. Mielenkiintoisimpana esimerkkinä Asuksen keväällä 2006 ilmestyneessä mainoksessa kylpyammeessa makaava, pyyhkeeseen verhoutunut nuori nainen laulaa antaumuksellisesti käyttäen mikrofonia suihkusuutinta. Ammeen

”Villi ja vapaa” naiskäyttäjä Asuksen mainoksessa vuodelta 2006. Lähde: MikroBitti 5/2006.

viereen asetetun, Web-kameralla varustetun kannettavan näyttörudulla soittaa miehistä koostuva bändi.⁵² Asetelma kuvaa kenties naisen halua olla teknologian avulla mukana lähinnä poikien ja miesten hallitsemissa tietotekniikan maailmassa. Naisessa korostuvat räiskyvät rock-laulajan elkeet kertovat myös tähän pyrkimykseen liitetystä ”kapinallisuudesta”. Kannettavaa tietokonetta esitetään kuvassa samalla ”naisellisena” toimintavälineenä, jota korostaa myös sen käyttöilanteen aistillisuus ja intiimiys. Nainen on päästänyt koneen lähelleen ja kesyttänyt sen omalla naisellisella vetovoimallaan.

Vastaavanlaiset asetelmat näyttävät olevan tyypillisiä myös muun mediateknologian mainonnassa, jossa on tapana esittää nuori nainen viehättävänä käyttäjänä ja sen vastaparina rennon tyylikäs bisnesmies. Käyttäjäröyhmän muutos näkyy erityisesti vaatetuksessa. Tiukan asialliset ja lähinnä työelämään viittaavat puvut ovat harvinaistuneet, yhä enemmän päällä näkyy esimerkiksi pastellinsävyisiä neulepukuja, farkkuja ja tennistossuja. Toisinaan laitevalmistajat turvautuvat vanhoihin, turvallisinä pidettyihin kuvaratkaisuihin⁵³ esittämällä perhettä käyttämässä yhteisesti uutta teknologiaa. Langattomuus ja mobiilisuus ovat niin ikään mainoksia yhdistäviä teemoja riippumatta siitä mainostetaanko iPodia, mediakännykää tai tietokonetta.⁵⁴ Nopea katsaus vuoden 2000 mainontaan paljastaa, että tuolloin kannettavien tietokoneiden mainonta oli selvästi harvinaisempaa. Lisäksi Paul Atkinsonin tutkimusta tukien saatavilla olevat mainokset olivat teknologiaorientoitu-

neempia. Hinnan ohella tärkeintä esittelyssä oli edistynyt tekniikka. Toisaalta sama tendenssi näytti koskevan myös pöytäkoneiden mainontaa.⁵⁵

Nykyajan kannettavien mainoksista huokuvat tavanomaisuus ja arkielämän läsnäolo. Uutta teknologiaa mainostetaan käyt-

töilanteita esittämällä. Ehkä tämä selittää myös naiskuvastojen yleisyyden. Kuva-asetelmilla puhutellaan siis heterogeenista ja yhä laajentuvaa kuluttajaryhmää, jolle tärkeintä on teknologian helppokäyttöisyys. Vanhat käsitteet ja symboliset tulkinnat eivät tietenkään kerro suoraan miksi kannettavia tieto-

Kannettavan tietokoneen nimitykset ja niihin liittyvät tapahtumat eri vuosikymmeninä.

Ajankohta	Nimitykset	Käyttäjärühmä	Laajempi konteksti
1960-luku ja 1970-luvun alku	Henkilökohtainen päätelaite tai -toimisto, tyhmat päätteet	Suurten yritysten johtajat ja ylemmät toimihenkilöt (miehet)	Unelma henkilökohtaisesta tietokoneesta, 1970-luvun alun rakennussarjatietokoneet
1970-luvun loppu, 1980-luvun alku	Taskumikro, matkatietokoneet, taskuterminaali	Tietokone- ja elektroniikka-alan asiantuntijat (miehet)	Miniatyrisointi, varhaiset kotimikrot, laskimen ja tietokoneen yhdistelmät
1980-luvun alusta 1980-luvun puoliväliin	Kannettavat (raahattavat) tietokoneet	Tietokoneharrastajat ja -asiantuntijat (miehet)	Koneiden markkinointi laajemmille käyttäjärühmille
1980-luvun puoliväli ja 1980-luvun loppu	Matkatietokoneet, salkkukone ja -mikro, sylimikro	Bisnes-käyttäjät (miehet mutta myös naiset)	PC:n käyttö leviää varsinkin yrityskäytössä, kannettavan fyysinen koko pienenee, myyntiluvut vaatimattomat
1990-luku	Muistikirjamikro, kannettava tietokone (läppäri)	Nuorentuva käyttäjäskupolvi (miehet mutta myös naiset)	PC:n (pöytäkoneiden) läpimurto kotitalouksiin
2000-luku	Mediakeskukset, langattomat mobiililaitteet	Kannettava ”jokamiehen ja -naisen” henkilökohtainen (koti)tietokone	PC-pöytäkoneiden suosio taittuu, kannettavista tulee vähitellen kulutuselektroniikkaa

koneita nykyisin ostetaan ja missä tilanteissa niitä käytetään. Konevalmistajat ja maahan-tuojat turvautuvat hyvinä ja turvallisina pidettyihin markkinointiratkaisuihin, joita on maustettu ripauksella uutta. Kiinnostavalla tavalla käyttäjäkuvan laajentuminen tuntuu näkyvän myös kannettavien ja pöytäkoneiden muotoiluratkaisuissa. Esimerkiksi koteloiden väreissä harmaan ja mustan rinnalle on tullut myös punaisia, valkoisia, keltaisia ja jopa läpinäkyviä koteloratkaisuja.

Tämäntyyppisten mainosten tulo liittyi nimenomaan kannettavan tietokoneen arkipäiväistämiseen eli sen saattamiseksi luonnolliseksi osaksi kodin arkea. Lehdissä tämä näkyi erityisesti käyttötilanteiden muuttumisena. Samalla tietotekniikkaa esiteltiin yhä ahkerammin myös muualla kuin alan erikoislehdissä. Esimerkiksi sisustuslehdissä tietotekniikan mutta myös muun mediateknologian arkipäiväistyminen on näkynyt mm. siinä, millä tavalla tietokoneet esittivät työn ja vapaa-ajan muutoksia yhteiskunnassa. Aihetta tutkineen Virve Peterin mukaan näiden lehtien artikkelit ja kuvat ovat osa markkinoitua elämäntyyliä, jossa työ ja koti yhdistyvät.⁵⁶ Havainnot ovat kiinnostavia, sillä yhteydet kannettavien tietokoneiden historiaan osoittavat elämäntyylin vaihdosten lähteneen liikkeelle nimenomaan työn ja arjen sekoittamisesta.

Tietokonelehdistön osalta viittaukset tietotekniikan arkipäiväistymiseen eivät ole vain tähän päivään liittyviä ilmiöitä. Kotitietokoneiden koteihin tuloa ennusteltiin jo viimeistään 1980-luvun alkupuoliskolla. Uusien koneiden ja laitteiden arkipäiväistymiseen liittyi myös niiden käytön moraalisten perusteiden pohdintaa. 1980-luvulla tietokoneiden kotiin tuloa perusteltiin muun muassa tietokonelukutaidon välttämättömyydellä. Tästä huolimatta työ ja vapaa-aika oli tietokoneen käytön yhteydessä selkeämmin erotettu toisistaan. Tulkinnoissa tietokoneiden vakava hyötykäyttö edusti edelleen työ- ja opiskelumaailmaa. Koneen asema kodeis-

sa oli niin mielikuvien kuin käytännön arjen tasolla ristiriitainen ja vakiintumaton. Tästä huolimatta kotitietokoneen hankinta edusti kulutus päätöksensä pyrkimystä nostaa perheen tai yksilön yhteiskunnallista asemaa. Kotitietokone katsottiin julkisuuskeskustelussa olevan osa teknologivalveutuneiden yksilöiden elämäntyyliä.⁵⁷

Virve Peterin havainnossa on kiinnostavaa, että 2000-luvulla tietotekniikkaan on liitetty yhä enemmän mielikuvia, jossa tietokoneen käytön moraaliset pohdinnat on käännetty päällelleen. Työtehtäviin uppoutuminen tietokoneen ääressä kotona voi näyttäytyä jopa rentouttavana kokemuksena. Uuden mediateknologian käyttö voi näin kiinnostavalla tavalla olla itse asiassa pakopaikka kodin ja arjen ristiriidoilta.⁵⁸ Yhteiskunnallisesti kannettavien tulo arkeen on liittynyt myös vahvasti etätöiden yleistymiseen. Samassa yhteydessä naisen rooli työelämässä ja kodissa on muuttunut. Vastaavaa arjen rajankäyntiä näkee koneiden sijoittelussa. Osittain varallisuuden lisääntymisen ja ehkä aikaisempaa tilavampien asuntojen vuoksi kotiin on muodostumassa myös omia, erillisiä tiloja jotka on pyhitetty tietotekniikan käytölle. Pöytäkoneet on usein sijoitettu johonkin työnurkkaukseen tai erilliseen huoneeseen.⁵⁹ Kannettavat tietokoneet tarjoavat sen lisäksi uudenlaisia tapoja tehdä työtä edullisesti ja halvalla, ajasta ja paikasta riippumatta. Kannettavan ääreen voidaan uppoutua sohvalta maaten tai keittiön pöydän ääressä istuen.

Kiinnostavaa on myös tapa kehittää ja markkinoida tietokoneita mediakeskuksina, jotka mainostavat uudenlaisia elämäntapoja ja -arvoja. Muutos esimerkiksi 1990-luvun lopun tilanteeseen on selvä. Tuohon aikaan vielä tietokoneen viihteellinen käyttö oli rajattu pois paitsi mainonnasta myös virallisesta tietoyhteiskuntapuheesta.⁶⁰ Poikkeuksia tähän asetelmaan voidaan toki löytää jo 1980-luvulta alkaen, mutta nimenomaan tietotekniikan arkipäiväistymiseen liittyen

muutokset ovat tulleet osaksi valtavirtaa vasta 2000-luvulla. Kannettavien kuvaaminen mediakeskuksena viittaa hovin ja hyödyn kokonaisvaltaiseen yhdistämiseen. Tähän liittyen varsinkin kalliimmat kannettavat ovat edelleen ylellisyustuotteita, statusesineitä, joilla viestitetään omaa yhteiskunnallista arvoa ja asemaa. Kannettavien tietokoneiden mainoksissa käyttäjät kuvataan selvästi hyvin toimeentuleviksi, urbaaneiksi ja aikaansa seuraaviksi individualisteiksi. Samantapaisia muutoksia löytyy kannettavien ja kädessä pidettävien mobiililaitteiden markkinoinnista, jossa mies- ja naiskäyttäjät ovat mainoskuviissa kokeneet uuden teknologian vapauttavan voiman. Vapauden ja liikkuvuuden tematiikka on ollut osa myös mediapuhelimien ja digitaalisten mobiilipelien markkinoinnin ja yleistymisen yhteydessä.⁶¹

Mielikuvat toistakymmentä kiloa painavien raahattavien muuttumisesta kevyiksi, käyttäjäystävällisiksi mediakeskuksiksi hämäävät sitä tosiseikkaa, että idea kannettavasta tietokoneesta on elänyt 1960-luvulta alkaen. Vastaavasti miniatyrisoinnin seurauksena syntyneet varhaiset kannettavat kämmen- ja taskutietokoneet nostavat esiin toisenlaisia kehityslinjauksia, jotka osoittavat kannettavuuden olleen osa laajempaa elektroniikka- ja tietokoneollisuuden tuotesuunnittelua ja markkinointia. Kannettavien tietokoneiden historia myös paljastaa, miten tietotekniikkaa ammatissaan käyttävät miehet ovat kauan näyttäneet omansa erityisryhmänään. Käsitys kannettavasta tietokoneesta miesten businessalkkuna viittaa yleisemmin miesten hallitsevaan rooliin tietotekniikan maailmassa. Aikaisemmin 1980- ja 1990-luvuilla kannettavat tietokoneet olivat miehiseen työmaailmaan kuuluvia työvälineitä, joiden statusarvo oli varsin vahva.

Viime vuosien aikana tämä mielikuva on kokenut jo muutampia säröjä. 2000-luvulle tultaessa niiden myynnin kasvu on vaikut-

tanut suoraan myös markkinointikeinojen muuttumiseen. Todennäköisesti tämä on vaikuttanut varsinkin mainosten naiskuvas-tojen huomattavaan monipuolistumiseen. Kannettavien tietokoneiden mainoskuvat viestittävät elämäntyyliä, jonka uskotaan vetoavan varsinkin nuoriin aikuisiin. Kotitalouksien ostovoiman ja kulutustottumusten painopisteet ovat edelleen vahva osa tätä muutosta. Tähän puoleen liittyy vielä yli vuosikymmenen ajan Suomessa jatkunut taloudellinen nousukausi. Uuden teknologian hankinnalla viestitään myös uusien elämäntilanteiden ja kulutusunelmien toteutumista arkielämässä. Mainoksista avautuu tätä kautta kokonainen uusi viittaussuhteiden ja merkitysten maailma, jonka syvällisempi tutkiminen olisi hyvin tärkeää.

Petri Saarikoski, FT, toimii Turun yliopiston digitaalisen kulttuurin lehtorina. Hän on tutkinut tietokoneharrastuksen historiaa erityisesti väitöskirjassaan *Koneen lumo* (2004).

¹ Parhaiten tämä käy ilmi kodin tietotekniikan myyntiä kartoittavista tilastoista, joita alan markkinatutkimusyhtiöt keräävät säännöllisesti. Ks. esim. Digitoday 5.2.2007; Digitoday 24.1.2007, Digitoday 9.3.2006; MBnetin Uutiset 23.8.2005; Digitoday 9.8.2005 ja MikroPC 8.5.2005.

² Suurista myyntiketjuista varsinkin Kesko on keskittänyt kannettavien myynnin isompiin liikkeisiin. Toukokuussa 2005 jopa halpamyntiketjuna tunnettu Lidl toi tuotevalikoimaan Lidl-Targa -kannettavan. Lidl 9.5.2005. Toisena hyvänä esimerkkinä NetAnttilan pääsivu helmikuulta 2007; jolloin tuoteesittelyssä on peräti kaksi kannettavaa tietokonetta (HP ja Acer, jotka molemmat ovat tunnettuja merkituotteita). NetAnttila 21.2.2007.

³ MikroPC 8.5.2005.

⁴ MikroBitti 10/2000, 52–61.

⁵ Tämä käy ilmi esimerkiksi edellä mainituissa markkinatutkimuksissa.

⁶ Viime vuonna taulutelevisioiden myynti kolminkertaistui Suomessa. Kuvaputkitelevisioiden myynti on käytännössä hiipunut. Taulutelevisioiden suosion kasvu on epäilemättä kytköksissä analogisten televisiolähetysten loppumiseen elokuussa 2007. Niitä hankitaan tavallisesti yhdessä uusien, tallentavien digiboksien kanssa. Digitoday 5.2.2007; Tietoviikko 14.8.2006; Digitoday 14.8.2006.

- ⁷ MikroBitti 10/2000, 52–61.
- ⁸ Aiheesta tarkemmin väitöskirjassani *Koneen lumo* (2004). Saarikoski 2004, 90–91.
- ⁹ Tutkimuksista mainittakoon esimerkiksi Erkki Huhtamon mobiiliarkeologiset tutkimukset, jossa hän yhdistää yleisesti mobiilitekniologian käytön osaksi modernin viihteen ja vapaa-ajan kulttuurihistoriaa. Vastaavalla tavalla Heike Weber yhdistää mobiiliviihteen yleistymisen osaksi 1980-luvun nuorison vapaa-ajan murrosta. Tutkimuksista ja aiheesta tarkemmin Parikka, Suominen 2006.
- ¹⁰ Atkinson 2005.
- ¹¹ Rekunen 1993, 134; Saarikoski 2004, 80–81.
- ¹² Campbell-Kelly, Aspray 2000; Atkinson 2005.
- ¹³ Saarikoski 2004.
- ¹⁴ Suominen 2003, 209–210.
- ¹⁵ Atkinson 2005, 194–197.
- ¹⁶ Suominen 2003, 209.
- ¹⁷ Suominen 2003, 198.
- ¹⁸ Aiheesta tarkemmin Campbell-Kelly, Aspray 2000, 222 ja Saarikoski 2004, 44, 51.
- ¹⁹ Atkinson 2005.
- ²⁰ Prosessori 5/1980, 41–42; Prosessori 12/1982, 140; Tekniikan Maailma 3/1982, 106–107, 2/1983, 113.
- ²¹ Tietokone 1/1982, 85.
- ²² *ibid.*, 85–88.
- ²³ Tekniikan Maailma 5/1983, 142–143.
- ²⁴ Ks. esim. Tekniikan Maailma 1/1975, 86–87.
- ²⁵ Suominen 2003, 69–73 ja Saarikoski 2004, 104–105.
- ²⁶ Tietokone 3/1983, 54.
- ²⁷ Ks. esim. Prosessori 5/1979, 35, 4/1980, 61.
- ²⁸ Saarikoski 2004, 79.
- ²⁹ Jää hieman epäselväksi milloin nimitys ”raahattava” on syntynyt. Oletettavasti sen keksivät 1980-luvun tietokonelehtitoimittajat, joilla oli tapana antaa osuvia lempinimiä tietokoneille. Tietokoneammattilaiset ottivat tämän sukkeluuden sitten nopeasti käyttöön. Tätä käsitystä tukevat ainakin väitöskirjaani varten tehdyt toimittajahaastattelut. Saarikoski 2004, 80.
- ³⁰ Atkinson 2005; Saarikoski 2004.
- ³¹ Ks. esim. HP-85 ja 95 tietokoneet Prosessori 4/1980, 11, 1/1980, 18.
- ³² Prosessori 6-7/1982, 68–69. Muistelmista ks. Rekunen 1993 ja myös Bell, Linturi, Tala 1993, 27.
- ³³ Lauri Kotilainen 3.6.1998. Ks. myös Saarikoski 2004, 79–80.
- ³⁴ Uusitupa 3.10.2001. Ks. myös Saarikoski 2004, 80 ja Bell, Linturi, Tala 1983, 27.
- ³⁵ Prosessori 5/1983, 7, Tietokone 3/1984, 84.
- ³⁶ Bell, Linturi, Tala 1993, 26–27. Tietokone 5/1984, 60–61.
- ³⁷ Tietokone 4/1984, 6, 8/1984, 54–55, 64, 9/1984, 26–27, 11/1984, 80, 12/1984, 52–57.
- ³⁸ Tietokone 1/1986, 18–19, 5/1986, 5, 28.
- ³⁹ Ks. esim. Tietokone 5/1986, 28.
- ⁴⁰ Tietokone 1/1986, 18–19.
- ⁴¹ Atkinson 2005, 198–200.
- ⁴² Tietokone 11/1984, 18–19.
- ⁴³ Aiheesta tarkemmin varsinkin Tietokone 5/1986, 2/1987, 3/1987.
- ⁴⁴ Markkinaosuuksista tarkemmin ks. Saarikoski 2004, 103–107, 126, 132.
- ⁴⁵ Tietokone 11/1987, 36.
- ⁴⁶ Bagnall 2005, 382.
- ⁴⁷ Tietokone 1/1991, 15, 32–41, 2/1994, 67, 6–7/1994, 32–39, 9/1994, 42–44, 91, 10/1994, 14–15, Tietokone 11/1994, 58, 102, 12/1994, 46, 2/1996, 38–45.
- ⁴⁸ Tietokone 1/1991, 15, 9/1994, 91, 10/1994, 14–15, 11/1994, 58, 102, 12/1994, 46, 2/1996, 83, 10/1996, 28, 11/1996, 28, 58–59.
- ⁴⁹ Atkinson 2005, 203–204.
- ⁵⁰ Hyvänä esimerkkinä Tom Cruisen tähdittämä toimintaelokuvasarja *Vaarallinen tehtävä* (Mission Impossible). Kiinnostavalla tavalla myös James Bond -elokuvat – kuten vuonna 2006 ensi-iltaan tullut *Casino Royale* – ovat jatkaneet kannettavan huipputekniologian esittelyn perinteitä.
- ⁵¹ MikroBitti 3/2005, 14, 10/2005, 37, 94, 11/2005, 57, 31, 12/2005, 65, 129, 2/2006, 130, Asus One Step Ahead, mainoskuvasto 10/2005, Datagroup, yrityskuvasto 11/2005.
- ⁵² MikroBitti 5/2006, 15.
- ⁵³ Näitä niin sanottuja ”perheidyllejä” on käytetty vuosikymmenien ajan kulutuselektronikkamainonnassa. Idyllien käyttö näyttäisi olevan tyypillisempää siinä vaiheessa, kun keksinnön kuluttajamarkkinointi on vasta aluillaan. Saarikoski 2004, 87.
- ⁵⁴ Ks. esim. MikroBitti 5/2006, 7, 18, 31, 35; MikroBitti 1/2007, 116, 2/2007, 21.
- ⁵⁵ Vuoden 2000 mainostajista tärkein oli HP. MikroBitin mainostarjonta on hyvä mittari seuraamaan tavallisten kuluttajien markkinointitrendien muutoksia, sillä lehti oli tuohon aikaan jo selvästi suunnattu peruskäyttäjille. MikroBitti 12/2000, 100, 11/2000, 47, 10/2000, 4, 2/2000, 2.
- ⁵⁶ Peteri 2006. Ks. myös Peteri 2005, 3–4, 10.
- ⁵⁷ Saarikoski 2004, 412–414; Saarikoski 2006.
- ⁵⁸ Peteri 2006, 273–277.
- ⁵⁹ Peteri 2006, 138–139.
- ⁶⁰ Peteri 2005, 3; Pantzar 2006.
- ⁶¹ Parikka, Suominen 2006.

LÄHTEET:

Nettilähteiden osoitteet tarkistettu 21.2.2007

Tutkimuskirjallisuus:

- CAMPBELL-KELLY, Martin & ASPRAY, William. *Computer. A History of the Information Machine*. Basic Books, New York 1996.
- ATKINSON, Paul. Man in a Briefcase. The Social Construction of the Laptop Computer and the Mergence of a Type Form. *Journal of Design History*, Vol. 18 no. 2, 2005, 191-205.
- SUOMINEN, Jaakko. *Koneen kokemus. Tietoteknityvä kulttuuri modernisoituvassa Suomessa 1920-luvulta 1970-luvulle*. Väitöskirja, kulttuurihistoria, Turun yliopiston. Vastapaino, Tampere 2003.
- SAARIKOSKI, Petri. *Koneen lumo. Mikrotietokoneharrastus Suomessa 1970-luvulta 1990-luvun puoliväliin*. Väitöskirja, yleinen historia, Turun yliopisto, lokakuu 2004. Jyväskylän nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja 83. Jyväskylä 2004.
- BAGNALL, Brian. *On the Edge. The Spectacular Rise and Fall of Commodore*. Variant Press, Winnipeg. 2005.
- POLGÅR, Tamás. *Freax. The Brief History of the Demoscene, vol 1*. Csw Verlag, Winnenden. 2005.
- BELL, Clas von, LINTURI, Risto, TALA, Martti. Mikrojen 20-vuotta. Teoksessa *Mikrotietokone Suomessa 1973-1993* (9-34). Toim. Risto Linturi, Martti Tala. Yritysmikrot Oy, Helsinki. 1993.
- REKUNEN, Veikko. Osborne 1 oli täynnä taikaa. Teoksessa *Mikrotietokone Suomessa 1973-1993* (130-134). Toim. Risto Linturi, Martti Tala. Yritysmikrot Oy, Helsinki. 1993.
- PETERI, Virve. Ansiotyötä kotiuttamassa - Asumisen erikoislehdet ja ansiotyön uudet paikat. *Työelämän tutkimus* 1/2005, 1-11.
- PETERI, Virve. *Mediaksi kotiin. Tutkimus teknologioiden kotouttamisesta*. Väitöskirja, sosiologian ja sosiaalipsykologian laitos, Tampereen yliopisto, joulukuu 2006. Tampere 2006.
- PANTZAR, Mika. Mistä tarpeet tulevat? Katsaus kodinkoneiden kotiutumisen lähihistoriaan. Teoksessa *Yhteiset olohuoneet. Näkökulmia Suomalaiseen sisustusarkkitehtuuriin 1949-1999*. Toim. Minna Sarantola-Weiss. Otava, Helsinki 2006.
- PARIKKA, Jussi, SUOMINEN, Jaakko. Victorian Snakes? Towards A Cultural History of Mobile Games and the Experience of Movement. *Game Studies: the international journal of computer game research*, volume 6 issue 1 December 2006.

Haastattelut:

Lauri Kotilainen 3.6.1998, Seppo Uusitupa 3.10.2001.

Lehdet:

MikroBitti 2/2000, 10/2000, 11/2000, 12/2000, 3/2005, 11/2005, 10/2005, 11/2005, 12/2005, 2/2006, 5/2006, 1/2007, 2/2007.

Proessori 5/1979, 1/1980, 4/1980, 5/1980, 6-7/1982, 12/1982, 5/1983.

Tekniikan Maailma 1/1975, 2/1983, 3/1982, 5/1983.

Tietokone 1/1982, 3/1983, 3/1984, 4/1984, 5/1984, 8/1984, 9/1984, 11/1984, 12/1984, 1/1986, 5/1986, 2/1987, 3/1987, 11/1987, 1/1991, 2/1994, 6-7/1994, 9/1994, 10/1994, 11/1994, 12/1994, 2/1996, 10/1996, 11/1996.

Mainosessitteet:

Asus. One Step Ahead, mainoskuvasto MikroBitti 10 ja 11/2005.

Targa AMD Athlon. Superohut! Supernoepa! Super-tyylikäs! Lidl 9.5.2005 <<http://www.lidl.fi>>

NetAnttilan pääsivu. <<http://www.netanttila.com>>, 21.2.2007.

Datagroup, yrityskuvasto, MikroBitti 11/2005.

Tilastouutiset:

PC-hinnat laskevat maailmanlaajuisesti. MBnetin Uutiset 23.8.2005, <<http://www.mbnet.fi>>.

Suomessa kannettavien myynti kasvoi yli 40 prosentilla. Digitoday 9.8.2005, <<http://www.digitoday.fi>>.

Sylimikro lähikaupasta, Mikko Torikka. MikroPC 8.5.2005, <<http://mikropc.net>>.

Kodintekniikka tahkosi itsensä hurjaan kasvuun, Timo Sormunen. Digitoday 3.2.2006, <<http://www.digitoday.fi>>.

Garter: käännepiste vartoo pc-markkinoita. Digitoday 9.3.2006, <<http://www.digitoday.fi>>.

Taalu-tv:t, digiboksit ja älypuhelimet suosiossa, Tuomas Karvonen. Digitoday 14.8.2006, <<http://www.digitoday.fi>>.

Älypuhelimien ja mp3-soittimien myynti kuumeni Suomessa, Erka Felt. Tietoviikko 14.8.2006, <<http://www.tietoviikko.fi>>.

IDC: Kannettavat vetivät pc-myyntin kasvuun. Digitoday 24.1.2007, <<http://www.digitoday.fi>>.

Kodintekniikka ponnisti ennätykseen viime vuonna, Kalevi Nikulainen. Digitoday 5.2.2007.