

Digilukutaito ja identiteetti

Facebookin myötä anonymiteetti katosi, ja meillä kaikilla oli digitaalinen identiteetti.

Aluksi emme tiedäneet, mitä digitaalinen identiteetti tarkoittaa, joten olimme huolimattomia ja annoimme tietojamme Facebookille ajattelematta hetkeäkään.

Ihmisten sosiaaliset kohtaamiset alkoivat olla teknologiayrityksille rahanarvoisia. Esimerkiksi 2000-luvun alussa luotu Habbo Hotel oli alkeellinen virtuaalinen tila, jossa lapset ja nuoret käyttivät joskus järjettömiä summia ostaakseen virtuaalisia huonekaluja, joilla ei ollut mitään arvoa todellisessa maailmassa. Se oli alku kehitykselle, jota on vaikea pysäyttää.

Digitaalisesta kaupankäynnistä on nopeasti tulossa arkipäivää. Esimerkiksi digitaalista taidetta, pelirekvisiittia ja vaatteita ostetaan ja myydään virtuaaliloissa pelien ja chatin yhteydessä.

Suuret yritykset tulevat nopeasti näille markkinoille. Nike ja Adidas kilpailevat nyt digitaalisten lenkkareiden lanseeraamisesta. Samaan aikaan Facebookille, Googlelle ja muille yrityksille antamamme tiedot ovat aina hintalappu. Tiedot auttavat mainostajia näkemään, mitä pidämme houkuttelevana.

Jotta voisimme selviytyä tästä digitalisaation kehityksestä, tarvitsemme digitaalista lukutaitoa. Meidän on kyettävä suhtautumaan kriittisesti palveluihin, meistä kerättyihin tietoihin ja meille myytäviin digitaalisiin tuotteisiin. Kun jokainen tuleva sukupolvi viettää enemmän aikaa virtuaalisissa tiloissa kuin edellinen, digitaalisesta lukutaidosta tulee heille yhä tärkeämpi kansalaistaito.