

TAMPEREEN YLIOPISTO

Päivi Hotokka

PONIKAVEREITA JA MUITA SISÄPIIRIN JUTTUJA
Vaatimaton pienlehti luo pohjaa yhteisöllisyydelle

Tiedotusopin pro gradu -tutkielma
Marraskuu 2005

TAMPEREEN YLIOPISTO

Tiedotusopin laitos

HOTOKKA, PÄIVI: Ponikavereita ja muita sisäpiirin juttuja. Vaatimaton pienlehti luo pohjaa yhteisöllisyydelle

Pro gradu -tutkielma, 96 sivua, 5 liitesivua

Tiedotusoppi

Marraskuu 2005

Tutkielmani on katsaus siihen, millaisia ovat suomalaisten yhdistysten julkaisemat pienlehdet ja millainen asema näillä lehdillä on journalistisessa kentässä. Tutkin, miten pienlehdet luovat yhteisöllisyyden tunnetta julkaisijajärjestönsä sisällä ja millainen suhde niillä on lukijoidensa identiteettiin. Tarkastelen pienlehtiä lukijan, julkaisevan yhteisön ja ulkopuolisen henkilön näkökulmista.

Tapausesimerkkinäni on Kangasalan Ratsastajat ry:n jäsenlehti Kannus. Olen tutkinut Kannuksen lukijoiden ja lehden tekijöiden ajatuksia omasta lehdestään ensin lehden mukana jaetun kyselylomakkeen avulla ja myöhemmin syventänyt kyselyn tuloksia kolmella fokusryhmäkeskustelulla. Käytän empiirisessä tutkimuksessani käyttötarkoitustutkimuksen viitekehystä.

Pienlehti on lukijalleen elävä kosketus omaan yhteisöön ja käsinkosketeltava todiste jäsenyydestä, vaikka siteet yhteisöön muutoin olisivatkin löyhät. Se tarjoaa pientä piiriä koskevaa tietoa ja keskustelunaiheita, joita laajalevikkisemmät mediat eivät voi välittää. Koko yhteisöä pienlehti palvelee mainoksena ja todisteena siitä, että yhteisö on olemassa ja toimii. Toisaalta pienlehti on idiosynkraattinen media eli vaikka se on julkaisijayhteisöilleen hyvin tärkeä, ulkopuoliselle se näyttää mitättömältä, koska ryhmään kuulumaton näkee vain vaatimattoman ulkokuoren eikä ymmärrä sisältöön kätkeytyviä merkityksiä.

Ryhmän yhteisöllisyyden tunnetta pitävät yllä yhteinen toiminta ja ryhmään liittyvä identiteetti. Pienlehti aiheuttaa osan yhteisöön liittyvästä toiminnasta, ja lehden avulla lukijat voivat suhteuttaa minuuttaan yhteisöön ja sen muihin jäseniin, jolloin heidän yhteisöön liittyvä identiteettinsä voi vahvistua. Pienlehti pitää yllä myös yhteisön kollektiivista identiteettiä.

Pienlehdet paikkaavat valtavirtamedioiden jättämiä aukkoja ja mukautuvat julkaisijayhteisönsä tarpeisiin. Pienlehtiä on vaikea kuvailla yhtenä ryhmänä, koska niitä on hyvin monenlaisia, mutta yhteisenä piirteenä on, että niitä tekevät joko kokonaan tai pääosin muut kuin median ammattilaiset. Mikäli journalismia ei määritellä vain ammattilaisten tekemäksi, pienlehtien sisältö on osin journalismia, mutta niissä voi olla myös muuta sisältöä, kuten kokouspöytäkirjoja.

1. Itse tehdyn julkisuuden monet muodot	1
1.1 Katse valtavirrasta pienimuotoiseen ja vaihtoehtoiseen.....	1
1.2. Erilaisia pienjulkaisuja	2
1.2.1. Radikaali ääripää	2
1.2.2 Kansalaisjournalismista kansanjournalismiin	3
1.2.3. Zine-kulttuuri ja omaehtoinen julkisuus tietoverkossa	4
1.3. Yhdistykset ja pienlehdistö	6
1.3.1. Millaista on suomalainen pienlehdistö?.....	6
1.3.2. Kuka pienlehtiä julkaisee?	7
1.3.3. Yhdistyslehdet poliittisen ja kaupallisen välissä	8
2. Käsitteitä: identiteetti, yhteisö, yleisö, journalismi	11
2.1 Identiteetti	11
2.1.1. Onko hevosihmisillä jotain mitä muilla ei?.....	11
2.1.2 Erilaisia käsityksiä identiteetistä	12
2.1.3. Identiteetin rakentuminen	14
2.2 Yhteisö	16
2.2.1. Yhteisö ja symbolinen yhteisyys.....	16
2.2.2. Yhteisö laajempänä käsitteenä.....	17
2.3. Erilaisia yleisöjä.....	19
2.4. Yleisö, julkiso, yhteisö?	21
2.5. Joukkoviestintä ja journalismi.....	22
2.5.1 Pienlehti on aikakauslehti.....	22
2.5.2. Pienjoukkoviestintää ja kohderyhmäviestintää	23
2.5.3. Journalismia vai ei?	24
3. Vaatimaton kuori, monitahoinen media	25
3.1. Pienmedian merkityksestä	25
3.1.1. Pienmedia on vaihtoehto.....	25
3.1.2. Oma media luo identiteettiä.....	26
3.1.3. Osallistuminen ja merkityksellistäminen.....	27
3.1.4. Statusarvo ja ponnahduslauta	28
3.2. Idiosynkraattinen pienmedia	29
3.3. Paikallisuuden merkitys.....	29
3.4. Pienlehti ja juoru.....	31
3.5. Pienmedian julkaisuun liittyviä ongelmia	32
4. Miten pienmediaa voi tutkia?	34
4.1. Yhteisö, yksilö ja median käyttö	34
4.2. Neljä tapaa lähestyä yhteisömediaa.....	35
4.3. Yleisötutkimuksen mahdollisuudet	37
4.3.1 Median käyttö on tarpeiden tyydytystä.....	37
4.3.2. Käyttötarkoitustutkimuksen kritiikkiä	39
4.3.3. Käyttötarkoitustutkimus nykytutkimuksessa	40

5. Kohti empiriaa.....	42
5.1. Tutkimukseni päämäärät.....	42
5.2. Lomakekysely	44
5.2.1. Kysely käytännössä	44
5.2.2. Kyselyn onnistuminen	45
5.3. Fokusryhmäkeskustelut	46
5.3.1. Ryhmien kokoonpano	46
5.3.2. Fokusryhmäkeskustelun taustaa	47
5.3.3. Arvioita fokusryhmäkeskustelujen onnistumisesta	47
5.3.4. Reliabiliteetti ja validiteetti	48
6. Kannus-lehden merkitys ratsastusseuralle ja sen jäsenille	48
6.1. Yhteisö, jäsen, mediamaisema ja oma media.....	50
6.1.1. Yhteisö - Kangasalan Ratsastajat ry.....	50
6.1.2. Jäsenten suhde seuraan	52
6.1.3. Mediamaisema	57
6.1.4. Oma lehti – Kannus	59
6.1.5. Yhteenveto: Hajanainen yhteisö tyytyväinen lehteensä.....	62
6.2. Median käyttö ja yhteisö.....	64
6.2.1. Pienlehti tuo yhteisön kotiin.....	64
6.2.2. Jäsenlehden kaksi tehtävää	65
6.2.3. Pienlehti jäseniltä jäsenille?.....	66
6.2.4. Yhteenveto: Lehti yhdistää ja laajentaa	68
6.3. Median käyttö ja yksilö	69
6.3.1. Miten pienlehteä käytetään?.....	69
6.3.2. McQuailin käyttötarkoitukset.....	72
6.3.3. Lehti kaventaa välimatkaa.....	74
6.3.4. Yhteenveto: Pienlehdestä on moneksi.....	75
6.4. Median käyttö ja mediamaisema.....	76
6.4.1. Pienlehti suhteessa muuhun mediamaisemaan.....	76
6.4.2. Pienlehti ja internet	78
6.4.3. Yhteenveto: Käden ulottuvilla lähellä lukijaa	81
6.5. Pienlehti ja journalismi	82
7. Pienlehti yksilön ja yhteisön palvelijana	84
7.1. Pienlehti yksilön arjessa.....	84
7.2. Pienlehden rooli toiminnan tuottamisessa.....	86
7.3. Pienlehden merkitys yksilöllisen ja kollektiivisen identiteetin muodostumisessa	87
7.4. Osallistumisen ongelma	89
7.5. Pienlehdet osana journalistista kenttää.....	90
8. Arvioita tutkimuksen onnistumisesta.....	91
PAINETUT LÄHTEET	93

WWW-LÄHTEET.....	95
LIITE 1: Kannus-lehden mukana lähetetty kyselylomake	97
LIITE 2: Fokusryhmäkeskustelut.....	101

1. Itse tehdyn julkisuuden monet muodot

1.1 Katse valtavirrasta pienimuotoiseen ja vaihtoehtoiseen

Joukkoviestinnän tutkimuksen tyypillisiä kohteita ovat valtakunnalliset ja maakunnalliset sanomalehdet, aikakauslehdet sekä radio- ja televisio-ohjelmat – nykyisin yhä useammin myös digitaalinen media, lähinnä verkkomedia¹. Näitä tutkitaan lukemattomista eri näkökulmista: esimerkiksi sisällöstä konstruoitavien merkitysten, vastaanoton tai viestinnän funktioiden kannalta. Tutkijat voivat keskittyä myös viestintäjärjestelmän tai yksittäisten välineiden talouteen tai tekemisen käytäntöihin. Yleensä kuitenkin kyseessä ovat juuri mahdollisimman laajan yleisön tavoittavat välineet, jolloin tutkimuksen luonteessa korostuu se, että yksi viesti lähetetään suurelle joukolle ihmisiä. Tämä onkin ymmärrettävää esimerkiksi joukkoviestinnän vaikutuksia tutkiessa, koska voidaan ajatella, että kokonaisuutena suurin vaikutus on sellaisella viestinnällä, joka leviää laajalle. Toisaalta tutkijat tuntuvat suosivan uutisjournalismia verrattuna esimerkiksi aikakauslehtiin, onhan se jokapäiväistä, näkyvää ja myös merkittävää, koska ihmiset perustavat uutisiin pitkälti mielikuvansa maailman tapahtumista. Uutisjournalismi ja suuret välineet nähdään yhteiskunnan kannalta funktionaalisina, koska niiden avulla uusinnetaan yhteiskunnan normeja ja arvoja sekä valvotaan vallanpitäjiä. (Esim. Kunelius 1997.) Tällöin pienet mediat eivät saa tutkijoiden huomiota, koska niillä ei nähdä olevan vastaavanlaista merkitystä.

Esimerkiksi Tampereen yliopistossa toimivan Journalismin tutkimusyksikön 2000-luvulla toteuttamista projekteista moni on käsitellyt jollakin tavalla digitaalisia medioita. Jonkin verran on keskitytty myös kansalaisjournalismiin eli siihen, millä tavoin tavalliset kansalaiset voivat osallistua joukkoviestinnän tuottamiseen ja toimia lähteenä viestinnän sisällöille. (Journalismin tutkimusyksikkö 2005.) Kuitenkin myös moni kansalaisjournalismiin liittyvä tutkimus keskittyy pitkälti suuriin valtavirran viestimiin, kuten maakuntalehtiin, vaikka kansalaislähtöistä joukkoviestintää on olemassa myös pienemmässä mittakaavassa. Tutkimuksen ulkopuolelle jää lähes kokonaan suuri määrä yhdistysten, järjestöjen tai muiden vastaavien ryhmittymien tai jopa yksityisten henkilöiden julkaisemaa joukkoviestintää, jonka

¹ Media-sanana taivutus on suomen kielessä hankala, koska 'medialla' voidaan tarkoittaa sekä yksittäistä viestintävälinettä että kaikkien välineiden kollektiivia. Käytän tässä työssä suomen kielelle ominaista taivutusta siten, että sanan yksikkö on yleensä 'media' ja monikko 'mediat'

yksittäiset edustajat ovat vähän tunnettuja, pienilevikkisiä ja marginaalisia. Kansainvälisessä tutkimuksessa tällaisia pienmedioita on käsitelty jonkin verran, mutta tällöin liikutaan usein toiseen äärilaitaan eli niin sanottuihin vaihtoehtomedioihin, jotka pyrkivät välittämään jonkinlaista poliittista viestiä.

Näiden väliin jää kuitenkin koskematon harmaa alue, joka koostuu esimerkiksi urheiluseurojen ja harrastusyhdistysten julkaisemista lehdistä, joita ei yleensä käsitellä joukkoviestinnän tutkimuksen yhteydessä. Kokonaisuudessaan tällainen viestintä on yllättävänkin yleistä, ja oletettavasti vähemmistössä ovat ne taloudet, joihin ei tule yhtäkään yhdistysten ylläpitämää julkaisua. Tämän vuoksi niitä tulisi mielestäni nostaa myös osaksi tutkimusta. Tähän mennessä ainoastaan Sinikka Sassi (1990) on tutkinut suomalaisia yhdistysten julkaisemia pienlehtiä.

Tarkastelen seuraavaksi ensin pienjulkaisujen ääripäätä, radikaaleja ja vaihtoehtoisia lehtiä, ja siirryn sitten pikku hiljaa keskemälle, kohti ryhmien ja yksityishenkilöiden vähemmän radikaaleja, ei-poliittisia julkaisuja. Yhteistä kaikille näille joukkoviestinnän marginaaliin jääville medioille on se, että ne eivät ole ammattilaisten tuottamia, vaan niitä tehdään oman toimen ohella ilman palkkiota tai kulukorvauksia vastaan. Tyypillisesti nämä viestimet eivät tavoittele taloudellista tulosta. Niiden sisällöt pyrkivät paikkaamaan valtavirtamedioiden jättämiä aukkoja, ja useimmiten oleellista on, että pienessä mediassa ilmaisu on vapaata eikä erityisesti ylhäältä päin kontrolloitua.

1.2. Erilaisia pienjulkaisuja

1.2.1. Radikaali ääripää

Englanninkielisessä kirjallisuudessa suurin piirtein toisiaan vastaavia pienimuotoiseen, ”itse tehtyyn” joukkoviestintään viittaavia nimityksiä on runsaasti. Eri tutkijat käyttävät erilaisia nimityksiä sen mukaan, millä tavalla heidän tutkimuksensa on painottunut. Downing (2001) on tutkimuksessaan keskittynyt erilaisten yhteiskunnallisten liikkeiden julkaisuihin, joihin hän viittaa termillä *radical media*. Radikaaleihin medioihin kuuluu hänen mukaansa lehdistön, television, radion ja internetin lisäksi paljon muutakin: esimerkiksi katuteatteria, tanssia ja seinämaalauksia. ’Radikaalius’ voi tässä tapauksessa sisältää niin fasiset tai rasistiset järjestöt kuin etniset vähemmistöt ja uskonnolliset ryhmätkin. Yhteistä kaikille radikaaleille medioille on, että ne rikkovat joitakin jonkun asettamia sääntöjä ja ovat pienimuotoisia sekä usein huomaamattomia. Atton (2002) puolestaan käyttää mieluummin yleisempää termiä *alternative media* eli vaihtoehtoinen media, sillä hän haluaa sisällyttää nimitykseen myös esimerkiksi vaihtoehtoiseen elämäntapaan liittyvät lehdet ja fiktion. Näin ilmiötä ei rajata

yhteiskunnalliseen muutokseen liittyväksi. Attonin mukaan vaihtoehtoisten medioiden tavoitteena on päästää ääneen “tavallisia ihmisiä” ja vähemmistöryhmiä. Downing ei kuitenkaan pidä vaihtoehtoisuuden käsitteestä, koska kaikki on aina vaihtoehtoista jollekin toiselle (2001, ix).

Tähän viittaa myös Rodriguez (2001), sillä hänen mielestään ’vaihtoehtoisuus’ pönkittää mielikuvaa vallan binäärisyydestä. Vanhan ajattelutavan mukaan valtaa joko on tai ei ole, joillakin ryhmillä on, mutta toisilla ei. Tämä johtaa helposti ajatukseen, että valtaa puuttuu kaikilta vaihtoehtomedioiden tekijöiltä. Rodriguezin mielestä valta on ennemminkin dynaamista, jolloin yhteisön valtasuhteet ovat jatkuvassa muutoksessa ja kaikki yhteisön jäsenet osallistuvat tähän liikkeeseen. Kaikissa ihmisten välisissä suhteissa identiteetit osallistuvat valtapeliin ja joutuvat joskus konfliktiin. Tämän vuoksi Rodriguez suosii nimitystä kansalaisten media (*citizens’ media*). Hänen näkemyksensä mukaan kansalaisten medioissa yhteisö toteuttaa kansalaisuuttaan toimimalla. Kansalaisten medioissa on kyse yhteiskunnan koodeista, identiteeteistä ja sosiaalisista suhteista, ja oman mediansa avulla yhteisö saa itselleen lisää valtaa ja voimaa toimia. Rodriguezin valitsema painotus kertoo siitä, että hänen tutkimuksensa keskittyy pitkälti vähemmistöryhmien medioihin.

Erilaisista painotuksista huolimatta kaikille edellä mainituille yhteistä on, että ihmiset, jotka eivät ole median ammattilaisia, tekevät itse joukkoviestinnän tuotteita. Nämä tuotteet käsittelevät ihmisten omaa elämää ja heidän yhteisönsä toimintaa. Attonin (2003) mukaan objektiivisuuden ajatus korvautuu suorilla mielipiteillä ja minämuotoisella kerronnalla. Julkaisevat tahot eivät ole rakenteeltaan tiukan hierarkkisia, vaan kenen tahansa on helppoa päästä ääneen – ainakin periaatteessa. Samat periaatteet toteutuvat myös seuraavissa esimerkeissä, mutta julkaisujen painotukset ja päämäärät ovat hiukan erilaiset.

1.2.2 Kansalaisjournalismista kansanjournalismiin

Suomessa Ari Martikainen (2004, 93–94) jakaa journalismin uutis-, kansalais- ja kansanjournalismiin. Uutisjournalismia on totuttu pitämään neutraalina tekstinä, jossa kaikki tahot pääsevät tasapuolisesti esille. Toimittaja ei lisää uutiseen omia mielipiteitään. Kansalaisjournalismi puolestaan virittää keskustelua “tavallisten ihmisten” esiin tuomista aiheista. Kansalaisten mielipiteet saavat uutisjournalismia enemmän painoarvoa, mutta juttujen kirjoittajia ovat yhä ammattilaistoimittajat. Kansanjournalismi puolestaan viittaa Martikaisen tekstissä siihen, että kansalaiset kirjoittavat itse juttuja omaa elämäänsä koskettavista aiheista.

Martikaisen (emt, 120) mukaan “kansanjournalismin tehtävät ovat informaatio, kasvatus ja ihmisten saattaminen liikkeelle”. Määrittely luo mielikuvaa siitä, että kansanjournalismi on jollakin tapaa ylhäältä päin johdettua, jolloin on jokin taho, joka haluaa erityisesti kasvattaa kansaa ja saada sitä liikkeelle. Martikaisen termistö liittyy Mansemediaverkkomediakokeiluun, jossa tamperelaisten joukosta etsittiin kaupunginosakirjeenvaihtajia tekemään omannäköistään verkkolehteä. Kaupunkilaisia pyrittiin siten aktivoimaan ja luomaan heille vaikutusmahdollisuuksia oman elinympäristönsä kehittämisessä, jolloin tällainen näkemys kansanjournalismista on ymmärrettävä. Mielestäni termiä voisi kuitenkin käyttää myös silloin, kun ihmiset tekevät omaa journalismiaan ilman ”liikkeelle saattavaa” tahoja.

1.2.3. Zine-kulttuuri ja omaehtoinen julkisuus tietoverkossa

Oma tapauksensa vaihtoehtomedioiden joukossa ovat niin sanotut *zine*-lehdet. Nimitys *zine* on peräisin 1980-luvulta ja juontaa juurensa aiemmasta termistä *fanzine*, jolla tarkoitetaan fanien tekemää julkaisua, joka käsittelee faniuden kohdetta ja liittyy siten useimmiten kulttuuriin. Sittemmin *zine* on laajentunut tarkoittamaan muitakin henkilökohtaisista lähtökohdista käsin tehtäviä julkaisuja. (Atton 2002)

Zine siis käsittelee tuottajansa henkilökohtaiseen elämänpiiriin kuuluvia asioita. Julkaisu tuotetaan muutaman hengen voimin tai sen voi tehdä yksi ihminen alusta loppuun. Zinen ”päätoimittaja” kirjoittaa, taittaa, suunnittelee ja hoitaa painon, jakelun sekä taloudenpidon. Attonin (emt, 59–60) mukaan *zinet* leviävät useimmiten lahjoituksena tai vaihtokaupan avulla. Lehden voi esimerkiksi saada käsiinsä lähettämällä tuottajalle itselleen osoitetun postimerkillisen kirjekuoren. *Zine*-lehtien tekemisessä ei siis ole kyse rahan vaihdosta, vaan itseilmaisusta ja kenties oman identiteetin peilaamisesta lehden ja sen lukijoiden kautta. Atton (emt, 67) kuvailee *zine*-kulttuuria kirjeenvaihdoksi, jossa julkaisu tehdään juuri niitä ihmisiä varten, jotka sen lukevat. Oman käsitykseni mukaan *zinet* kuuluvat Suomessa vahvasti ainakin punk-kulttuuriin.

Nykyisin *zine*-lehdet ovat alkaneet väistyä internetin julkaisumahdollisuuksien tieltä. Siinä missä *zine* täytyy paitsi koota ja taittaa, myös monistaa ja levittää, tietoverkossa vastaava julkaisu on heti valmistuttuaan kaikkien nähtävillä. Varsinainen pienjulkaisemisen buumi alkoi verkossa vuonna 1999, kun julkaistiin ilmainen weblogien tekemiseen suunniteltu työkalu. Weblogilla eli blogilla tarkoitetaan päiväkirjan tapaista verkkosivua, jonka ylläpitäjä kirjoittaa säännöllisesti kommentteja ajankohtaisista asioista. Vanhat merkinnät säilyvät muuttumattomina, ja uudet ilmestyvät kronologisessa järjestyksessä yleensä vanhojen tekstien

yläpuolelle sivun alkuun. Usein myös lukijoilla on mahdollisuus kommentoida blogien merkintöjä. Alun perin blogit koostuivat pitkälti linkeistä, joiden sisältöä blogien toimittajat kommentoivat. Nykyisin monet blogit ovat päiväkirjamaisia, ja niissä kommentoidaan arkipäiväisiä tapahtumia ja havaintoja. Silti blogeihin kuuluvat olennaisesti linkit toisiin sivuihin ja erityisesti toisiin blogeihin. (Blood 2000; Kauppinen 2005.)

Ennen blogityökalujen ilmestymistä internetissä on voinut julkaista omia verkkosivuja, mikäli on hallinnut html-kielen tai pystynyt käyttämään tarvittavaa suunnitteluohjelmaa. Tämä vaatii kuitenkin enemmän vaivannäköä kuin blogit, joiden tekemiseen riittää, että kirjoittaa tekstin ja lähettää sen palvelimelle. Kynnys internetissä julkaisemiseen on siis madaltunut blogien myötä. Myös tavanomaisia verkkosivuja tehdään yhä, sillä ne antavat mahdollisuuden vapaampaan visuaaliseen ilmaisuun kuin valmiit blogipohjat.

Blogien määrä on tällä hetkellä räjähdysmäisessä kasvussa. Amerikkalaisen tutkimusyhtiön Perseuksen mukaan maailmassa on nyt noin 40 miljoonaa blogia, kun vuonna 2000 niitä oli noin 30 000. Arvioidaan, että maailmaan syntyy uusi blogi joka sekunti. Suomessa on laskutavasta riippuen 1200–10 000 blogia. (Kauppinen 2005.) Yksityishenkilöiden omien kotisivujen määrä on vielä suurempi, ja monilla näistä on sellaista sisältöä, joka mielestäni voidaan luokitella pienjulkaisemiseksi. Sivustojen suuri määrä aiheuttaa kuitenkin sen, että yhdellä blogilla tai muulla verkkojulkaisulla ei yleensä ole paljon lukijoita. Mitä useammin julkaisuun linkitetään muilla sivuilla, sitä enemmän näkyvyyttä ja vierailijoita se saa.

Blogien määrän hurja lisääntyminen on saanut tutkijat ja blogien kirjoittajat pohtimaan niiden merkitystä. Erityistä huomiota blogit ovat saaneet suuria ihmisjoukkoja koskettaneiden katastrofien, kuten New Yorkin terrori-iskun ja Kaakkois-Aasian tsunamin yhteydessä, koska tällaisissa tilanteissa yksityishenkilöt ovat välittäneet tietoa verkon kautta nopeammin kuin viralliset mediat. Blogikirjoittelua on pidetty jopa perinteisen journalismin haastajana. Blogien sisältö on kuitenkin niin monimuotoista, että sitä ei voida määrittellä lyhyesti. Osa blogeista on journalistisia, ja joskus jopa valtavirtamediat käyttävät blogia tiedon välittämiseen. Osa niistä kuitenkin on lähempänä kaunokirjallisuutta kuin journalismia. Blogi on siis julkaisemisen muoto, ei genre. (Blood 2003; Beeson 2005.)

Blogeilla voi kuitenkin olla yhteiskunnallista merkitystä, sillä osa niistä voi esimerkiksi toimia muiden tiedotusvälineiden lähteinä. Blogeista on tullut paikka myös politikoinnille. Siinä missä osa blogeista keskittyy päivänpolitiikan analysointiin, kansanedustajatkin ylläpitävät omia blogejaan, joissa kertovat ajatuksistaan. Lisäksi blogeja on käytetty hyödyksi markkinoinnissa. Esimerkiksi Nokia on jakanut uusia puhelinmallejaan bloginpitäjille siinä

toivossa, että nämä levittäisivät tietoa tuotteesta verkon kautta. Mitään velvoitteita puhelimen saamiseen ei sisällynyt. Kansainväliset yritykset ovat yrittäneet käyttää myös tekaistuja blogeja tuotteidensa kehumiseen, mutta kampanjat ovat epäonnistuneet. (Kauppinen 2005.) Sikäli kun blogien suosio on perustunut siihen, että niissä on ilmaistu aitoja mielipiteitä ja kokemuksia, tällaiset markkinointitempaukset saattavat murtaa pohjaa koko julkaisumuodolta. Henkilökohtaistenkin verkkomedioiden lukeminen vaatinee siis tulevaisuudessa yhä enemmän kriittisyyttä.

1.3. Yhdistykset ja pienlehdistö

1.3.1. Millaista on suomalainen pienlehdistö?

Suomessa suuri osa marginaalisesta julkaisutoiminnasta on yhdistysten tuottamaa. Sassi (1990) kutsuu tätä julkaisujen ryhmää yhdistyspohjaiseksi pienryhmälehdistöksi, yksinkertaisemmin pienlehdistöksi. Hänen mukaansa pienlehdistöllä voidaan tarkoittaa joko laajemmin yleisölehtien ulkopuolelle jäävää aikakauslehdistöä tai suppeammin yhdistyspohjaista lehdistöä. Sassi rajasi tutkimuksensa ulkopuolelle valtion elimien, korkeakoulujen, kulttuurilaitosten, kirkon ja seurakuntien viralliset julkaisut sekä elinkeinoelämän ja julkishallinnon henkilöstölehdet.

Tästä ryhmästä ei ole olemassa kattavaa tilastointia. Niitä ei listata eikä luetteloida omana lajityyppinään, eikä niiden levikeistä ole tarkkaa tietoa, mutta Sassin tutkimuksen ja aikakauslehtien lukumäärien perusteella voidaan tehdä joitakin päätelmiä. Kun mukana olivat ainoastaan omaehtoisesti muodostuneiden kansalaisryhmien julkaisut, jotka ilmestyvät useammin kuin kerran vuodessa, Sassin tutkimusjoukon lukumäärä oli 1200. Patenti- ja rekisterihallituksen ylläpitämässä yhdistysrekisterissä oli vuonna 2005 noin 123 000 yhdistystä (PRH), joten Sassin tutkimuksessa lehtien määrä on vain prosentoin verran kaikkien rekisteröityjen yhdistysten lukumäärästä, mutta silti huomattava määrä lehtiä verrattuna kaikkiin aikakauslehtiin, joita ilmestyi Suomen Posti Oyj:n jakelutilaston mukaan vuonna 2003 noin 2600 (Joukkoviestimet 2004). Tosin Sassin tutkimuksessa lehtien määrää kasvattavat kaksi tai kolme kertaa vuodessa ilmestyvät lehdet, joita ei luokitella aikakauslehdiksi. Näitä oli kyselyyn vastanneista 30 prosenttia. Osuus tarkoittaa, että vähintään neljä kertaa vuodessa ilmestyviä yhdistyslehtiä olisi noin 850. Toisaalta kaikkien aikakauslehtien määrä kasvaa Kivikurun (2000, 78) mukaan noin viiteen tuhanteen, jos vähintään kaksi kertaa vuodessa ilmestyvät lehdet lasketaan mukaan. Tästä voimme kuitenkin päätellä, että yhdistyslehtien osuus kaikista aikakauslehdistä on 1990-luvun alussa ollut noin neljännes.

Yhdistysten julkaisemat lehdet vaihtelevat tiedotusmonisteesta nelivärisen, kiiltävälle paperille painettuun monisivuiseen lehteen. Suurimpien yhdistysten lehdet valmistetaan ammattimaisin välinein ja painetaan kirja- tai lehtipainossa. Pienimmillään pienlehti voi koostua muutamasta jutusta, se saatetaan monistaa kopiokoneella ja jakaa suoraan postilaatikoihin. Useimmiten yhdistyksen lehti sisältyy jäsenmaksuun, eikä lehtiä yleensä ole saatavilla irtonumeroina, paitsi suoraan yhdistykseltä tilattuna. Leimallista on myös, että yhdistysten lehtiä tekevät harvoin ammattitaitoiset palkatut toimittajat. Juttuja kirjoitetaan sivutyönä oman toimen ohessa, ja reilusti yli puolet yhdistysten lehdistä tehdään kokonaan vapaaehtoisvoimin ilman palkkioita (Sassi 1990, 80).

1.3.2. Kuka pienlehtiä julkaisee?

Suurin osa Suomen yli sadastuhannesta yhdistyksestä liittyy puoluetöimintaan, ammattiyhdistystöimintaan, kulttuurialaan, liikunta-, nuoris- ja harrastustöimintaan tai sosiaali- ja terveydenhuoltoalaan (PRH 2005; Sassi 1990, 34). Vaikka maassa on yhdistyksiä niin biodynaamiselle viljelylle ja LA-puhelinten harrastajille kuin uskonnollisille liikkeille ja eri sairauksista kärsivillekin (Google Suomi 2005), Patentti- ja rekisterihallituksen mukaan on arvioitu, että yli 90 prosenttia yhdistyksistä harjoittaa tärkeää yhteiskunnallista toimintaa. Suhteessa yhdistysten määrään eniten lehtiä julkaisevat kulttuurialan yhdistykset, joihin Sassi sisällyttää myös nuorisotöimintaan, liikuntaan ja harrastuksiin liittyvät yhdistykset. Sassin mukaan tämä voi johtua siitä, että kulttuurin alalla on paljon yksittäisiä yhdistyksiä, jotka eivät kuulu mihinkään keskusjärjestöön, jolloin ne myös julkaisevat omia lehtiään. Toisaalta taas poliittisia yhdistyksiä on paljon, mutta ne julkaisevat suhteellisesti vähän lehtiä, koska julkaisutöimintaa harjoittavat lähinnä piiri- tai valtakunnallisen asteen järjestöt. (Sassi 1990, 38.)

Vuonna 1997 rekisteröitiin lähes kaksinkertainen määrä yhdistyksiä 1970- ja 1980-lukujen huippuvuosiin verrattuna. Uusien yhdistysten perustana on useimmiten jäsenten yhteinen kiinnostuksen kohde ja niiden perustana on oma idea useammin kuin jonkin keskusjärjestön tai kansainvälisen organisaation leviäminen. Näyttää siis siltä, että yhdistyksiä pidetään yhä arvokkaana yhteistöiminnan muotona, vaikka puhutaankin vapaaehtoisen talkootöiminnan kärsimästä lamasta. (Siisiäinen 2003.) Siisiäisen mukaan yhteiselle toiminnalle halutaan rekisteröidyn yhteisön status, koska toiminnasta tulee siten virallista. Yhdistysten edustajat korostavat lakien noudattamisen tärkeyttä ja toteavat, että rekisteröidyn yhdistyksen on helpompi hoitaa taloutta ja hankkia omaisuutta kuin muiden ryhmien. Rekisteröinnillä yhdistys saa myös uskottavuutta ja painoarvoa. (Emt, 14–15.)

Sassin (1990) mukaan pienlehdistön osuus kaikista aikakauslehdistä oli merkittävästi pienentynyt vuodesta 1973 vuoteen 1989. Vuosien 1973 ja 1985 välillä aikakauslehtien määrä oli kaksinkertaistunut, mutta pienlehdistön koko ei ollut kasvanut. Kervisen ja Perähuhdan aikakauslehtitutkimukseen perustuen Sassi (1990, 69) toteaa, että vuoteen 1960 asti järjestöjen perustamien aikakauslehtien määrä nousi jatkuvasti, mutta hidastui ja pysähtyi sitten. Kehitykseen ovat vaikuttaneet lehtien kuolemat ja kaupallisen aikakauslehdistön kasvu. Vaikka pienlehtiä on kehittyneen tekniikan ansiosta nykyisin helpompi perustaa, niiden toimintaedellytykset eivät ole parantuneet, toisin kuin muun aikakauslehdistön. Vähäiset varat ja vapaaehtoistyövoiman käyttö hankaloittavat lehtien julkaisua (Kivikuru 2000, 89). Kivikuru epäilee myös, että pienlehdet edustavat suhteellisen vakaata lehtiryhmää, jonka luonnollinen laajuus on jo saavutettu.

Pienlehdistön tämänhetkistä kokoa ei ole kartoitettu, mutta 1990-luvulla aikakauslehtien nimikkeiden määrä kasvoi ammatti- ja järjestölehtien ryhmässä. Asiaa tarkemmin tutkimatta on mahdotonta sanoa, johtuuko kasvu pienlehtien lisääntymisestä. Vaikka uusia pienlehtiä on ehkä perustettu, nykyisin yhä useampi niistä on siirtynyt verkkoon, ja käytäntö luultavasti jatkuu tulevaisuudessa (Kivikuru 2000). Kun yhdistyksen viestintä siirtyy verkkoon, on mahdollista, että se muuttaa muotoaan. Verkkolehden toimittamisen sijaan saatetaan ainoastaan pitää yllä sivuja, joilla kerrotaan yhdistyksen toiminnasta ja tiedotetaan asioista, mutta juttujen kirjoittaminen voi jäädä, jolloin kyse ei ole varsinaisesta lehdestä. Jäsenten välistä viestintää varten saatetaan perustaa interaktiivinen keskustelupalsta.

1.3.3. Yhdistyslehdet poliittisen ja kaupallisen välissä

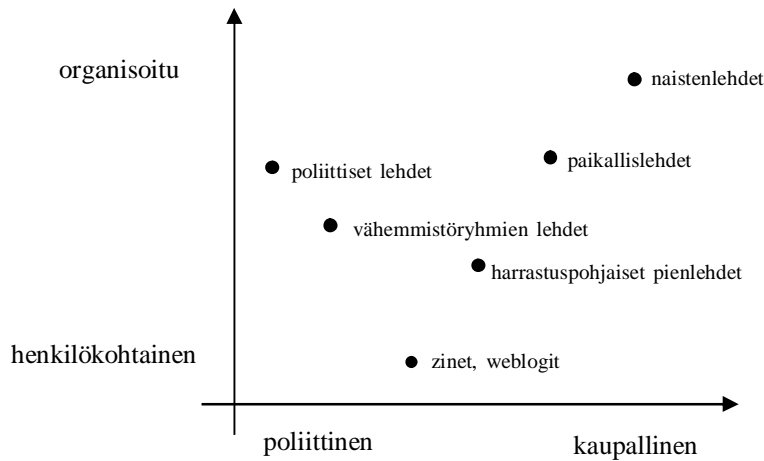
Suomalaiset yhdistysten julkaisemat pienlehdet jäävät jonnekin valtavirtalehdistön ja äärimmäisen marginaalin väliin. Downingin, Attonin ja Rodriguezin tarkoittama yhteiskunnallisten järjestöjen tai vähemmistöryhmien julkaisema lehdistö on useimmiten jossakin määrin poliittisesti kantaaottavaa, lehti kenties puolustaa vähemmistöryhmien oikeuksia tai ympäristöjärjestön julkaisu kannattaa ekologista elämäntapaa. Suomalaiset yhdistyspohjaiset pienmediat eivät puolestaan ole kovin selvästi poliittisia. Ne perustuvat yleensä julkaisevan ryhmän yhteiseen harrastukseen tai kiinnostuksen kohteeseen. Esimerkiksi Jyväskylässä 1990-luvun lopulla rekisteröidyistä yhdistyksistä vain muutama nousi sosiaalisista liikkeistä, eivätkä olemassa olevat yhdistykset synnyttäneet uusia kriittisiä liikkeitä. Uudet yhdistykset toimivat lähinnä kulttuurin ja taiteiden sekä liikunnan, urheilun ja muiden harrastusten alueella. Monet kriittisistä liikkeistä, kuten eläinoikeusjärjestöistä ja globalisaatiokriittisistä ryhmistä, kuitenkin toimivat rekisteröimättöminä ryhminä, jotka toki voivat myös julkaista omia lehtiään. (Siisiäinen 2003, 17–18.)

Zine-lehtien ja weblogien kanssa pienlehdillä on yhteisiä piirteitä sikäli, että molemmissa korostuvat ilmaisun vapaus ja henkilökohtainen kerronta. Myös pienlehdet saatetaan toteuttaa hyvin pienen porukan voimin ja mahdollisimman pienellä budjetilla. Pienlehtiä voi ajatella yhteisön ”persoonallisuuden” heijastuksena. Zine-lehtien vaihtoon kuuluva henkilökohtaisuus ei kuitenkaan näy pienlehtien tuotannossa, ja pienlehdet vaikuttavat muutenkin olevan hiukan etäämpänä niitä tekevien henkilöiden persoonista. Toisaalta osa yhdistyksistä käsittääkseni jakaa itse julkaisunsa jäsenten postilaatikkoihin postikulujen säästämiseksi, joten tällainen käytäntö on askeleen lähempänä henkilökohtaista kontaktia.

Verrattuna Mansedia-verkkomediakokeiluun yhdistyspohjaisten pienlehtien käytännöt ja sisällöt saattavat olla hyvinkin samankaltaisia: amatööriomittajat tekevät juttuja itseään lähellä olevista aiheista, jotka voivat olla mitä tahansa kiinnostavaa ja omaan elinpiiriin kuuluvaa. Lähtökohdat ovat kuitenkin erilaiset, koska yhdistyksellä ei yleensä ole käytettävissään mitään ulkopuolisia voimavaroja, kun se ryhtyy julkaisemaan lehteä, vaan tarvittavan tiedon ja taidon täytyy löytyä jäseniltä. Mansediaa ja muita Mansetoriin kuuluvia sivustoja sen sijaan pitää yllä Tampereen yliopiston Journalismin tutkimusyksikkö Tampereen kaupungin tuella. Siten myös päämäärät ovat osittain erilaiset: yhdistysten lehdet täyttävät julkaisevan yhdistyksen tiedotustarpeen, mutta Mansedia painottaa enemmän kaupunkilaisten osallistumista julkiseen keskusteluun. Toisaalta myös Mansedia tiedottaa ja pienlehdet toimivat julkisen keskustelun areenoina, joten kyse on lähinnä vivahde-eroista. (Mansetori 2005.)

Mikäli yhdistyksen pienlehti asetetaan akselille, jossa toisessa päässä ovat ilmaisultaan hyvin henkilökohtaiset sekä usein yhden ihmisen toimittamat weblogit ja zinet ja toisessa päässä vahvaan toimitusorganisaatioon tukeutuvat lehdet, se sijoittuu näiden väliin. Samoin toisella akselilla, jonka ääripäissä ovat poliittisesti kantaa ottavat lehdet ja kaupalliset yleislehdet, pienlehti sijoittuu puolivälin tienoille. Pienlehdissäkin on erilaisia painotuksia, sillä harrastukseen liittyvä lehti on poliittisesti neutraalimpi kuin vähemmistöryhmien julkaisemat lehdet tai eläinoikeusjärjestön lehti. Toisaalta esimerkiksi weblog saattaa olla kaupallinen tai hyvinkin poliittinen, joten medioiden tarkkaa sijaintia ei voi määrittää. Kuviossa 1 lehdet on merkitty suurpiirteisesti akselien henkilökohtainen–organisoitu ja poliittinen–kaupallinen muodostamaan koordinaatistoon.

Kun pienlehteä tai weblogia ajatellaan sekä poliittisten mielipiteiden että henkilökohtaisen luovuuden ilmentäjänä, huomataan, että ne alkavat lähestyä sanomalehdistön alkujuuria. Koordinaatistossa pienlehdet sijoittuisivat luultavasti lähemmäksi ensimmäisiä sanomalehtiä kuin nykyisiä kaupallisia lehtiä. 1700–1800-luvuilla yksittäiset vaikutusvaltaiset henkilöt,



KUVIO 1. Pienlehdet sijoittuvat poliittisen ja kaupallisen lehdistön väliin ja ovat tyyliltään henkilökohtaisen ja toimitetun välissä.

usein poliitikot, julkaisivat omia lehtiään, ja toimittajan rooli sopi luontevasti poliitikon työkuvaan. Sanoman levittämien oli tällöin pääasia ja lehden talous sivuseikka. Suomalainen esimerkki tällaisesta julkaisija-lehtimiehestä on J.V. Snellman, joka julkaisi 1840-luvulla suomenkielistä Maamiehen ystävää ja ruotsinkielistä Saimaa. Lehdet eivät eläneet pitkään, mutta ehtivät kuitenkin toteuttaa valistavaa tehtäväänsä. (Kunelius 1997; Karvonen 2002.)

Ulkomaisessa kirjallisuudessa käytetään yhteisöjen omista joukkoviestimistä myös yleisluontoista käsitettä *community media/press*, kun tarkoitetaan esimerkiksi asuinalueiden sisäisiä lehtiä. Carpentier ym. (2003) siteeraavat tällaisen yhteisömedian määrittelyssä Berrigania (1979). Tämän mukaan yhteisömedia on viestin, josta yhteisön jäsenet saavat halutessaan tietoa, oppia ja viihdettä. Yhteisö osallistuu median sisällön suunnitteluun ja tuottamiseen sekä siinä esiintymiseen. Yhteisömediassa yhteisö ilmaisee itseään sen sijaan, että sille välitettäisiin asioita ulkopuolelta.

Käytänkin englanninkielisiin teksteihin viitatessani pienmedian rinnalla myös suomennosta yhteisömedia tai yhteisöllinen media. Yhteisö- ja pienmedia eivät kuitenkaan välttämättä ole täysin samaa tarkoittavia käsitteitä, sillä pienmediaan voidaan kenties sisällyttää jotain sellaista, jota ei voida lukea yhteisömediaksi. Mielestäni käsite pienlehdistö tai -media kuvaa tutkimuskohdettani parhaiten, mutta en tässä tutkimuksessa tee suurta eroa näiden kahden käsitteen välille.

Käsitteiden kääntämisessä on oltava tarkkana, sillä englanninkielisessä kirjallisuudessa käytetään myös termiä *community communication*, jolla viitataan yhteisön sisäiseen

viestintään. Tätä ei kuitenkaan voi suomentaa yhteisöviestinnäksi, koska suomen kielessä sillä viitataan pääasiassa yritysten sisäiseen ja sidosryhmille suunnattuun viestintään.

Yleisyydessään pienlehdet ovat varsin näkymättömiä. Lehtiä harvoin tunnetaan julkaisevan yhdistyksen ulkopuolella. Yleisesti ei ole myöskään saatavissa tietoa siitä, millaista hyötyä tai iloa pienlehdistä on lukijoilleen, vai joutavatko lehdet kenties epätoivottuina suoraan paperinkeräykseen. Koska lehdet usein tulevat yhdistyksen jäsenyyden ”kylkiäisenä” eivätkä erikseen tilattuina, on vaikea arvioida niiden merkitystä yhdistyksen jäsenille. Ilmiö herättääkin joukon vastausta vaille jääviä kysymyksiä. Mitä lukijat tekevät pienlehdillä? Entä mitä lehti merkitsee julkaisijalleen? Millaisista asioista pienlehdissä kerrotaan? Tässä tutkimuksessa pyrin saamaan hiukan selvyyttä pienlehdistön olemukseen.

Sinikka Sassin tutkimus vuonna 1990 kartoitti koko pienlehdistön vaikeasti hahmotettavaa kenttää ja otti selvää sen historiasta sekä lehtien suhteesta uuteen tekniikkaan. Minä lähestyn aihetta toisesta suunnasta, yksittäisen lehden kautta. Empiirisenä tutkimuskohteenani on ratsastusseura Kangasalan Ratsastajat ry:n julkaisema jäsenlehti Kannus. Käsittelen siksi tutkimukseni teoreettista taustaa ratsastusseuran jäsenen kannalta ja pohdin, miten identiteetti, yhteisöllisyys ja pienlehdet liittyvät tällaisen seuran jäsenyyteen.

2. Käsitteitä: identiteetti, yhteisö, yleisö, journalismi

2.1 Identiteetti

2.1.1. Onko hevosihmisillä jotain mitä muilla ei?

Hevosaiheisella internetin keskustelupalstalla (Hevostalli.net) aloitettiin helmikuussa 2005 viestiketju, jonka otsikkona oli ”Onko hevosihmisillä jotain mitä muilla ei?”. Aloittaja, nimimerkki eppu kirjoittaa: ”...miten itse määrittelisitte itsenne hevosihmisinä? Mitä heppaporukoissa puhutaan ja tehdään? Joitain tiettyjä piirteitä on varmaankin kaikissa hevosihmisissä.” Ketjuun kirjoitettiin muutamassa päivässä useita kymmeniä viestejä. Vastauksissa toistuvat esimerkiksi kylmän-, kivun- ja hajunsietokyky sekä kommentit, jotka liittyvät eräänlaiseen epäsiisteyteen vallitsevassa kulttuurissa: ”paalinaruja taskussa”, ”mustat kynnenaluset”, ”hevosienkarvaa luentomuistiinpanoissa”, ”heinää sängyssä”, ”sahanpurua sukissa”. Usein viitataan myös rahaan, joko siten, että ylimääräistä rahaa hevosharrastukseen on, tai siten, että rahat ovat aina loppu. Aikakäsitys koetaan erilaiseksi kuin muilla, koska tallilla ”käväisy” tarkoittaa yleensä 2–3 tuntia. Eräät tuovat esiin myös hevosihmisille ominaisia luonteenpiirteitä: kyky olla hermostumatta tiukassakaan tilanteessa ja kyky olla

jämäkkä olematta kova sekä huumorintajuisuus. Myös negatiivisia ominaisuuksia mainitaan, esimerkiksi itsekkyyys, kateellisuus, kaikkitietävyys ja juoruilu.

Tällaisia ominaisuuksia hevosharrastajat itse liittävät omaan *identiteettiinsä*. Lisäksi jokaiselle harrastukselle tyypillinen yhteisten kokemusten jakaminen näkyy esimerkiksi siinä, että useimmiten hevosharrastajat voivat keskustella harrastuksestaan tuntikausia. Toisen harrastajan kanssa on helppoa puhua, koska yleensä sanavarasto ja viitekehys ovat jokseenkin samanlaiset. Tällöin harrastajien samankaltaiset piirteet ylittävät yksilöiden eroavaisuudet, ja tutustuminen on helppoa, joskin erottavat piirteet saattavat tulla esiin myöhemmin.

Ratsastusseuraa voitaneen pitää keinona, jonka avulla ryhmä ihmisiä voi ilmaista ja vahvistaa ratsastajan tai hevosharrastajan identiteettiään. Seuraan liittyvät ihmiset, jotka luultavasti jo valmiiksi identifioivat itsensä ratsastajiksi. Liittymällä toisten samanlaisten joukkoon he ikään kuin saavat virallisen tunnustuksen identiteetille ja muiden kanssa kommunikointi ylläpitää sitä. Seuraavaksi luon katsauksen siihen, mitä ajatus identiteetistä pitää sisällään.

2.1.2 Erilaisia käsityksiä identiteetistä

Hall (2002) tarjoaa identiteetin käsitteen ymmärtämiseksi kolme erilaista käsitystä, jotka ovat lähtöisin eri aikakausilta. Valistuksen aikana ihminen käsitettiin täysin yhtenäiseksi yksilöksi, jolla oli järki, tietoisuus ja toimintakyky. Ihmisellä katsottiin olevan sisäinen keskus eli identiteetti, joka sai alkunsa ihmisen syntyessä ja sen jälkeen se pysyi olemukseltaan muuttumattomana. Modernina aikana maailma mutkistui ja identiteettikin nähtiin toisin, sosiaalisesti muokkautuvana. Identiteetti syntyi minän ja yhteiskunnan vuorovaikutuksessa siten, että ihmisellä oli pysyvä sisäinen ydin, joka muokkaantui suhteessa sen ulkopuolella oleviin kulttuurisiin tekijöihin ja identiteetteihin. Pysyvä keskus liittyi erityisesti sosiaaliseen luokka-asemaan. Kun identiteetti tekee ulkopuolisesta maailmasta osan ihmistä itseään, sekä subjektista että kulttuurisista maailmoista tulee vakaampia ja yhtenäisempiä.

Postmodernin käsityksen mukaan sekä subjektit että sosiaaliset maailmat ovat nykyisin jatkuvassa liikkeessä. Subjektilla ei enää ole yhtä pysyvää identiteettiä, vaan useita, jotka saattavat olla jopa ristiriidassa keskenään. Identiteetit ovat historiallisesti määrittäneitä, joten ihmisellä voi eri aikoina olla eri identiteettejä, joista ei synny ehjää kokonaisuutta. Identiteetti vaihtelee sen mukaan, kuinka subjektia puhutellaan ja kuinka se esitetään. (Hall 2002.) Kivikuru (1998, 322–323) kuvailee identiteettiä kukkakimpuksi, jossa on muutama muutosta vastustava ”ikikukka” keskellä, mutta jonka reunimmaisiet kukat vaihtuvat. Nykykäsityksen mukaan ihmiset voivat tietoisesti valita elementtejä identiteettiinsä, siis poimia kukkia kimppuunsa. Tämä ajatus vaikuttaa tosin olevan lähempänä Hallin sosiologista

identiteettikäsitystä kuin postmodernia ristiriitaisten identiteettien sarjaa. Jos näiden ikikukkien katsotaan olevan synnynnäisiä ja täysin muuttumattomia, voi ajatuksessa huomata viitteitä myös valistusajan identiteettikäsituksesta.

Valistusajan olemukseltaan täysin muuttumatonta identiteettiä on vaikea yhdistää hevosharrastukseen, ellei oteta lukuun sanontoja kuten “syntynyt satulaan” tai “luontainen hevosenkäsittelijä”. Näitäkään kukaan tuskin todellisuudessa yhdistää omaan tai jonkun toisen identiteettiin ajatellen, että syntymästä asti ollut ei voi muuttua. Hevosharrastus ei myöskään nykyään liity suoraan luokkaperustaiseen modernin ajan identiteettiin. Ennen se on saattanut olla osa yläluokan identiteettiä, mutta nykyisin harrastus ei ole varattu vain tiettyyn sosiaaliseen luokkaan kuuluville, joskin se useimmiten edellyttää jonkinlaista varallisuutta, kuten edellä olevasta internetkeskustelustakin voi päätellä. Pienituloisenkin on silti täysin mahdollista osallistua harrastukseen, sillä se ei välttämättä merkitse oman hevosen omistamista.

Hallin postmodernia käsitystä tai Kivikurun kukkakimppuvertausta käyttäen hevosharrastuksen voidaan ajatella olevan yksi monista yksilön identiteeteistä tai se voi olla yksi elementti kokonaisuudessa, josta yksilön identiteetti rakentuu. Joka tapauksessa postmoderniin käsitykseen kuuluu ajatus siitä, että yksilö on itse vapaa valitsemaan oman identiteettinsä tai rakentamaan sen sellaisista elementeistä kuin haluaa. Silti identiteetille tarvitaan myös muiden ihmisten hyväksyntä (Kivikuru 1998).

Yhdistyksillä lienee ollut jo vuosisatoja tärkeä osa identiteettien muodostumisessa. Aiemmin yhdistysten jäsenyys liittyi yksilön sosiaaliseen asemaan, mutta nykyisin yksilöllistyminen näkyy myös yhdistyksissä, joiden merkitys muuttuu. Siisiäisen (2003, 19) mukaan merkityksiä tuottavat ryhmät eivät enää ole niinkään yhdistyksiä, vaan kaukaisempia instituutioita, kuten kansainvälinen mediatuotanto, tai lähempänä olevia pieniä vertaisryhmiä. Yhdistyksissä ei harjoiteta aatteellista toimintaa, vaan harrastuksiin liittyvistä yhdistyksistä tulee elämäntyylin osia, kukkia identiteettikimpussa. Siinä missä postmodernin identiteetin sanotaan olevan pirstaloitunut, myös uudet yhdistykset ovat pirstaloituneita, koska ne eivät enää ole suurten keskusjärjestöjen osia eikä niillä ole yhteisiä linjoja. (Siisiäinen 2003.)

Anita Kangas (2003, 67) toteaa, että erityisesti asukas-, kylä- ja sukuyhdistysten merkitys kollektiivisten identiteettien tuottajina on keskeinen. Nämä ilmeisesti auttavat yksilöä kiinnittymään johonkin paikkaan tai suhteellisen pysyvään yhteisöön, vaikka nykyihmisen identiteetti onkin suurelta osin paikasta riippumaton. Moni kuitenkin kaipaa jonkinlaista juurtumista. Vaikka ratsastusseurat eivät olekaan sukuyhdistyksen kaltaisia pysyviä yhteisöjä,

lienee sillä kuitenkin merkitystä, että ne toimivat paikallisesti, jolloin mukana on paikkaan sitoutumisen elementti. Useat kuuluvat pitkään entisen kotipaikkakuntansa seuraan, vaikka esimerkiksi muuttaisivat muualle opiskelemaan.

Nyky-yhdistyksiin sitoudutaan aikaisempaa kevyemmin, joten niihin investoidaan vain pieni osa subjektista, jolloin jäsenyyteen liittyvä riski on pieni. Tämä tekee mahdolliseksi sen, että yksilö voi kuulua yhtä aikaa useisiin yhdistyksiin, eikä yhteen liittyminen tarkoita sitä, että siteet muihin yhdistyksiin on katkaistava. Aikaisemmin jäsenyys yhdessä osakulttuurissa sulki pois muiden kulttuurien jäsenyyden. (Siisiäinen 2003.)

Kaunismaa (1997) puhuu kollektiivisesta identiteetistä, joka ei tarkoita yksittäisen ihmisen identifioitumista johonkin ryhmään, vaan identiteetin kohteena on itse ryhmä tai yhteisö. Kollektiivinen identiteetti ei ole psykologinen, vaan kulttuurinen ilmiö. Se syntyy historiallisessa prosessissa ja ilmenee ryhmän yhteisinä symbolisina koodeina sekä myyttisinä käsityksinä. Myytit ja koodit puolestaan tulevat eläviksi, kun niitä käytetään arkipäiväisissä tilanteissa. On esimerkiksi nähtävissä, että Kangasalan Ratsastajiin liitetään yleisesti joitakin ominaisuuksia, ja seuran keskuudessa näytetään pitävän yllä myyttiä aktiivisesti toimivasta ja laaja-alaisesta seurasta. Kaunismaa tarkoittaa myyteillä esimerkiksi tottumuksia, luonteenpiirteitä, henkilöitä ja tapahtumia eli kertomuksia ja symboleja, joiden kautta maailmaa ja tässä tapauksessa identiteettiä merkityksellistetään ja ymmärretään.

2.1.3. Identiteetin rakentuminen

Oleennaista identiteetissä on, että sen avulla erottaudutaan muista ihmisistä. Minä olen minä enkä joku muu. Psykoanalyttisen teorian mukaan yksi lapsen tärkeimmistä kehitysvaiheista on se, kun hän oppii tunnistamaan itsensä erilliseksi yksilöksi suhteessa omaan äitiinsä eikä enää koe itseään yhdeksi äidin kanssa. Samalla tavalla kansat, kulttuurit tai muut ryhmät tunnustavat oman erityisyytensä vertaamalla itseään toisiin ryhmiin. Ryhmän identiteetti muodostuu 'meidän' ja 'niiden' välisestä erottelusta, joka perustuu stereotyyppisiin käsityksiin siitä, että nuo toiset eivät ole samanlaisia kuin me olemme. Tämä on yksi binaarisista oppositioista, jotka jäsentävät käsitystämme maailmasta ja joita ihminen tarvitsee pystyäkseen toimimaan. (Hall 2002.)

Kivikuru (1998, 321) toteaa, että identiteetti perustuu ihmisen ja yhteiskunnan jännitteiseen yhteispeliin. Joidenkin ominaisuuksiensa ansiosta ihminen pääsee jonkin yhteisön jäseneksi, mutta toiset eivät pääse. Toisaalta samat ominaisuudet, jotka avaavat yksilölle pääsyn yhteen yhteisöön, estävät pääsyn toiseen. Uskon, että kun ihminen havaitsee olevansa osa jotakin yhteisöä tai tietoisesti pyrkii siihen mukaan, hänen oma identiteettinsä alkaa vahvistua, kun

hän vertaa itseään muihin ryhmän jäseniin ja kenties samastuu heihin. Hän huomaa entistä paremmin itsessään samankaltaisuuden muiden yhteisön jäsenten kanssa ja erot ulkopuolisiin nähden. Toisaalta voi myös käydä päinvastoin, mutta silloin ihminen tuskin viihtyy kovin kauan yhteisön jäsenenä.

Näin ollen ratsastusseura voisi vahvistaa jäsenen identiteettiä ratsastajana. On kuitenkin kyseenalaista, mihin ratsastusseura vertaa itseään rakentaessaan identiteettiään. Ero muihin ratsastusseuroihin ei välttämättä ole riittävän suuri, jotta sille voisi perustaa identiteetin. Toisaalta ero muihin urheiluseuroihin saattaa olla selkeämpi. Olen esimerkiksi usein kuullut puhuttavan jääkiekkoilijoiden ja ratsastajien vastakkainasettelusta siinä yhteydessä, että kunnat osallistuvat usein jäähallien rakennuskustannuksiin, mutta ratsastusurheilussa kentät ja maneesit rakennetaan aina yksityisellä tai seuran rahoituksella.

Grossberg (1995) kuvaa identiteettiä *panostamisen* käsitteen avulla. Hänen mukaansa ihmiset panostavat kohteisiin, jotka ovat heille tärkeitä, joilla on väliä. Näistä kohteista tulee kiinnekohtia, joissa ihmiset voivat luoda oman identiteettinsä. Panostuksen kohteet on merkitty *panostuskarttaan*, joka kertoo, millä tavalla, miten paljon ja mihin energiaa käytetään. Samalla tavalla Lehtonen (1995, 25) vertaa identiteettiä roolivihkoon, jossa käsikirjoitus kertoo, kuka olet ja millaisessa näytelmässä olet mukana. Grossberg sanoo, että identiteetti perustuu sellaisiin eroihin, joilla on väliä. Silmien värillä ei normaalissa kanssakäymisessä ole juurikaan väliä, mutta harrastuksilla tai ammatilla saattaa olla, joten identiteetti perustuu siis esimerkiksi harrastuksiin ja ammattiin. Toiset voivat perustaa identiteettinsä kansallisuuteen. Elämän eri vaiheissa näiden erojen tärkeysjärjestys muuttuu, ja toisiin eroihin aletaan panostaa toisia enemmän.

“Panostuskarttoja koskevalla mielikuvalla korostan jatkuvaa yritystä – onnistunutta tai epäonnistunutta – organisoida edes hetkellisesti vakaa identiteetti, jossa voisimme tuntea olevamme ‘kotona’ niiden asioiden parissa, joista välitämme” (Grossberg 1995, 45).

Samalla kun ihmiset tekevät joistakin asioista tärkeitä, he antavat asioille auktoriteettia ja vallan puhua heidän puolestaan. Näin panostuskohteet luovat identiteettiä, ja jos suuret panostukset pirstoutuvat, voi myös identiteetti pirstoutua. Toisaalta panostuskartat määrittelevät myös mahdollisuudet siirtyä panostuksesta toiseen ja kytkeä identiteetin erilaiset palaset yhteen. (Emt, 44–45)

Grossbergiä mukaillen hevosharrastus saattaa jolla joillekin ihmisille hyvin tärkeä panostuskohde. Tytöillä se on usein voimakkaimmillaan kouluikäisenä, jolloin kaikki vapaa-

aika saattaa pyöriä hevosharrastuksen ympärillä. Vastakohtana saattavat toimia samanikäiset pojat, jotka harrastavat esimerkiksi jalkapalloa tai jääkiekkoa. Tällöin identiteettiä luovina eroina toimivat etenkin harrastus ja sukupuoli. Myöhemmin murrosiässä kiinnostus hevosiin usein vähentyy ainakin jonkin verran, ja stereotyyppisesti sanotaan, että tilalle astuu kiinnostus poikiin. Tällöin harrastuksen merkitys identiteetin perusteena vähenee, mutta sukupuolen merkitys saattaa jopa kasvaa, sillä vaikka poikia ei enää inhota, tyttöjen ja poikien ero on merkittävä.

2.2 Yhteisö

2.2.1. Yhteisö ja symbolinen yhteisyys

Yhteisö vaikuttaa suhteellisen yksinkertaiselta käsitteeltä, mutta sen tarkempi määrittely näyttää olevan varsin ongelmallista. Yhteisö voi viitata hyvin erilaisiin ryhmiin alkaen muutamasta ihmisestä ja päättyen kokonaiseen ihmiskuntaan. Yhteisön ongelmaa on pohdittu sosiologian piirissä vähintään liki vuosisadan ajan, mutta yleiseen määritelmään ei vielä ole päädytty.

Chicagon koulukuntaan kuulunut sosiologi Robert E. Park jaotteli ja nimesi ihmisten muodostamia ryhmiä jo 1900-luvun alussa. Hän tosin ei puhunut yhteisöistä, vaan yhteiskunnallisista ryhmistä (*social groups*). Park löysi yhteiskunnasta viiden tyyppisiä ihmisryhmiä, joista ensisijaisiin (*primary groups*) kuuluvat (1) perheet, (2) kieleen (tai rotuun) perustuvat ryhmät ja (3) paikalliset tai alueelliset ryhmät (naapurustot, maaseutu- tai kaupunkilaisyhteisöt). Nämä ensisijaiset ryhmät ovat intiimejä ja syntyvät ihmisten tavatessa toisiaan kasvotusten.

Toissijaisiin ryhmiin (*secondary groups*) kuuluvat (4) konfliktiryhmät (kansat, puolueet, lahkot, työväenliikkeet, jengit) ja (5) sopimuksenvaraiset ryhmät (luokat, kastit, ammatilliset ja uskonnolliset ryhmät). Näille yhteistä on, että ihmiset ovat tietoisia ryhmään kuulumisestaan. Ryhmät saavat monesti alkunsa ensisijaisista ryhmistä, mutta kuten nimetkin ilmaisevat, ryhmien olemassaolon laukaisevat konfliktit tai sopimukset. Usein on kyse yhden primaariryhmän painostuksesta toista kohtaan. Park antaa esimerkiksi kieliryhmän, joka muuttuu kansallisuudeksi, kun siitä tulee itsetietoinen ja taistelunhaluinen. (Park 1955, 234–235.) Toissijaiset ryhmät ovat ensisijaisiin verrattuina suuria ja muodollisia. Niiden tehtävänä voi myös olla perheen tai naapuruston auttaminen, ja samalla ne heikentävät primaariryhmien vaikutusvaltaa. (Hamlin 2005.)

Lehtosen (1990) mukaan yhteisö voidaan ymmärtää ihmisryhmänä, joka on alueellisesti rajattu, jolla on sosiaalista vuorovaikutusta tai jolla on keskinäinen yhteenkuuluvaisuuden tunne. Nämä ovat kuitenkin hänen mielestään liian yleisiä kriteerejä, jolloin käsitteestä tulee hyvin laaja.

Lehtonen (emt, 23–24) kokee yhteisöksi vain sellaisen ryhmän, jossa jäsenet osallistuvat konkreettiseen toimintaan. Myös yhteenkuuluvaisuuden tunne on yhteisyyttä, joka vahvistaa yhteisöä, mutta pelkkä *symbolinen yhteisyys* ei luo yhteisöä. Yhteisön vuorovaikutuksessa muotoutuvat jäsenten keskinäiset käyttäytymissäännöt, yksittäisen jäsenen vapaus ja jäsenten ja ei-jäsenten vuorovaikutuksen säännöt. Jos näitä kolmenlaisia sääntöjä ei ole, kyse ei ole yhteisöstä. Nykymaailmassa symbolinen yhteisyys korvaa yhteisöjä enenevässä määrin.

Lehtonen (emt, 195) erottaa yhteisön ja yhdistyksen toisistaan. Yhdistykset eivät ole yhteisöjä, koska niiden säännöt eivät juuri velvoita jäseniään. Ihmiset ovat velvollisempia toimimaan kansalaisina kuin yhdistyksen jäseninä. Yhdistykset ovat Lehtosen mukaan “sopimussuhteille perustuvia yksilöllisyyttä kunnioittavia yhteenliittymiä”. Ne ovat kuitenkin modernissa yhteiskunnassa yhtä tärkeitä kuin yhteisöt olivat esimoderneissa yhteiskunnissa. Tässä yhteydessä Lehtonen viittaa Tönniesin *Gemeinschaft–Gesellschaft* -erotteluun. Hän suomentaa nämä termit yhteisöksi ja yhdistykseksi (yhteiskunnaksi). En kuitenkaan pidä yhdistystä osuvana käännöksenä *Gesellschaftille* tässä tapauksessa, koska esimerkiksi Rothenbuhlerin (2001, 160) tulkinnan mukaan se on yhteistoiminnan muoto, jossa sosiaaliset suhteet perustuvat abstrakteille rooleille, kuten ostajan ja myyjän roolille. Nykymerkityksessään suomen kielen sana yhdistys ei minusta kuvaa pelkästään tällaista toimintaa, vaan yhdistyksen sisällä voi syntyä myös syvempiä ihmissuhteita. Lisäksi Rothenbuhler (emt, 162) toteaa Chicagon koulukunnan pitäneen yhdistysten tapaisia ryhmiä yhteisinä (*Gemeinschaft*) yhteiskunnan (*Gesellschaft*) sisällä, mikä vaikuttaa minusta nykypäivään sopivammalta ajatukselta.

2.2.2. Yhteisö laajempina käsitteenä

Tässä tutkimuksessa käsittelemäni yhdistykset ja muut sen kaltaiset ryhmät eivät ole Lehtosen määritelmän mukaan yhteisöjä. Parkin jaottelussa yhdistykset ovat toissijaisia ryhmiä, sopimukseen perustuvia ihmisjoukkoja. Usein kuitenkin myös tutkimuskirjallisuus käyttää yhteisön (*community*) käsitettä Lehtosta selvästi laajemmin, usein sen seurauksena myös epämääräisemmin. Esimerkiksi Erickson (1997) listaa yhteisön ominaisuuksiksi jäsenyyden, keskinäiset suhteet, sitoutumisen, vastavuoroisuuden tunteen, pitkän keston sekä jaetut arvot, tavat ja omaisuudet.

Jäsenyys ilmenee binaarisena vastakohtaparina, jossa toiset kuuluvat yhteisöön, toiset taas ovat sen ulkopuolella. Yhteisön jäsenillä on eritasoisia *keskinäisiä suhteita*. Ericksonin mukaan yhteisöt ovat useimmiten sen verran suuria, että kaikki jäsenet eivät tunne toisiaan, vaan muodostavat osin päällekkäisiä ihmissuhteiden verkkoja. Yhteisö *sitoo* jäseniään *yhteen* siten, että jäsenet voivat auttaa toisiaan vain siitä syystä, että kuuluvat samaan yhteisöön. Yhteisöllä on yleensä *yhteisiä käytäntöjä*, tavoitteita ja symboleja ja yhteinen historia. Sillä voi myös olla yhteisiä tavaroita ja yhteisiä paikkoja. Yhteisö osallistuu *yhteisen omaisuuden* luomiseen, ylläpitoon ja jakamiseen. Tällä kaikella on merkitystä siksi, että yhteisö on olemassa *pitkän aikaa*.

Yllä kuvattuja Ericksonin kriteerejä soveltaen yhdistykset mahtuvat yhteisön määritelmään. Kuten tutkimukseni empiirisestä osiosta voi huomata, esimerkiksi Kangasalan Ratsastajat ry täyttää nämä kriteerit. Tämän vuoksi käytän tässä tutkimuksessa myös yhdistyksistä termiä yhteisö, vaikka olen tietoinen siitä, että tiukan linjauksen mukaan näin ei ole. Pidän ratkaisua oikeutettuna, sillä vaikka nyky-yhteisöt eivät olekaan agraarisen kyläyhteisön tapaan normatiivisia, niissä on kuitenkin aitoa ihmisten välistä vuorovaikutusta usealla eri tasolla. Nyky-yhteisöön liittyy kuitenkin vahvasti se Ericksoninkin mainitsema piirre, että kaikki yhteisön jäsenet eivät voi tuntea toisiaan. Tällaisesta yhteisöstä on alettu käyttää Andersonin (1983) esittelemää käsitettä *kuviteltu yhteisö*. Anderson puhuu kansasta kuviteltuna yhteisönä, mutta samaa käsitettä on myöhemmin käytetty myös pienemmistä ihmisryhmistä.

Myös Rothenbuhlerin (2001) näkemys yhteisöistä on varsin kiinnostava, koska hän kiinnittää huomiota siihen, että yhteisö ei ole itsestään olemassa oleva olio, vaan se rakentuu yksilöistä, jotka ovat keskenään erilaisia. Yhteisöä rakennetaan aktiivisesti nimenomaan kommunikaation avulla. Yhteisö perustuu jäsenten haluun muodostaa yhteisö; se on valinta toimia yhdessä. Koska ihmisten välinen viestintä perustuu siihen, että ihmiset ovat erilaisia ja joutuvat siten kommunikoimaan omista asioistaan muille, myös yhteisöt perustuvat samuuden sijaan eroille. Yhteisöissä on siis yhteisöllisyyden ja tyytyväisyyden lisäksi myös erimielisyyttä, tyytymättömyyttä ja pettymyksiä. Yhteisö on pyrkimystä ideaalitilaan, jossa näistä erimielisyyksistä päästään ylitse.

Yhteisöt voidaan jakaa karkeasti kahteen ryhmään: maantieteelliset yhteisöt ja yhteiseen kiinnostukseen perustuvat yhteisöt. Maantieteellisen yhteisön muodostavat yhden kaupungin, alueen tai naapuruston asukkaat. Heitä kiinnostavat oman asuinalueensa asiat ja he saattavat ryhmittä ajamaan oman alueensa etuja. Tämä vastaa osittain perinteistä kyläyhteisön mallia, jota Lehtonenkin (1990) pitää ihanteellisena yhteisömuotona. Nykyaikaisten paikallisyhteisöjen yhteistoiminta ei tosin ole yhtä kiinteää kuin maatalousvaltaisen

yhteiskunnan aikaan, eikä paikallisyhteisö välttämättä säätele ihmisten käyttäytymisnormeja. Kiinnostukseen perustuvat yhteisöt toimivat samalla tavalla, mutta yhteisenä nimittäjänä on asuinalueen sijasta esimerkiksi etninen alkuperä, uskonto tai harrastus. Jäsenet eivät siis asu lähellä toisiaan eivätkä esimerkiksi virtuaaliyhteisöjen tapauksessa ehkä edes tapaa toisiaan. (Hollander 2002, 33.)

Yhteisö voi myös perustua sekä alueeseen että kiinnostuksen kohteeseen. Tällainen on oma tapausesimerkkini Kangasalan Ratsastajat ry, joka toimii periaatteessa rajatulla maantieteellisellä alueella, mutta pääasiassa yhteisen kiinnostuksen kohteen pohjalta. Kaikki yhteisön jäsenet eivät asu saman kunnan alueella, vaan yhdistykseen voi kuulua, vaikka asuisi täysin muualla. Yhteisö on kuitenkin kiinnostunut lähinnä oman alueensa toiminnasta.

2.3. Erilaisia yleisöjä

Yhä lisääntyvän joukkoviestinnän aikakaudella ei voida enää puhua yhdestä yleisöstä, kuten ehkä voitiin silloin, kun sanomalehtien lukijakunta oli pieni tai kun radio ja televisio olivat uusia viestintävälineitä. Nykyisin mediatarjonta on niin valtavaa, että yksi ihminen ei mitenkään pysty seuraamaan kaikkea. Tämän vuoksi viestimet tuottavat yhä eriytyneempiä sisältöjä, jotka vastaavat moninaisiin yhteiskunnallisiin tarpeisiin. Vastaanottajat poimivat virrasta omaan persoonaansa ja elämäntilanteeseensa sopivia sisältöjä ja muodostavat näin pieniä yleisöryhmiä. Ilmiö on yhteydessä kasvavaan yhteiskunnalliseen yksilöitymiseen. (Esim. Fornäs 1999.)

McQuail (2000) jakaa nyky-yhteisöt neljään eri luokkaan (kuvio 2). Hänen mukaansa yleisö voi juontaa juurensa joko yhteiskunnasta tai mediasta. Yhteiskunnasta yleisö saa alkunsa silloin, kun siihen kuuluvilla ihmisillä on jotakin muuta yhteistä kuin media, jota he seuraavat. Tällaisia ovat McQuailin kaksi ensimmäistä yleisötyyppiä. Ensimmäinen yleisötyyppi pohjautuu olemassa olevaan ryhmään tai yhteisöön. Tämä ryhmä on olemassa ennen mediaa, jonka yleisönä se on, ja se myös pysyy olemassa, vaikka media katoaisi. Nykyisin nämä yleisöt ovat joko historiallista perua tai melko pieniä. Erikoista on, että McQuail sijoittaa tähän yleisötyyppiin myös julkisot (*public*), sillä julkiso kuitenkin määrittyy suhteessa johonkin julkiseen kysymykseen (ks. luku 2.4). Julkiso voi nousta median käsittelemän kysymyksen pohjalta, mutta toisaalta olemassa oleva julkiso voi tietenkin ryhtyä aktiivisesti toimimaan ryhmänä ja esimerkiksi julkaisemaan omaa lehteä. Onko tällöin kuitenkin kysymys jo muusta kuin julkisosta? Julkisoa ei ehkä kannatakaan tässä yhteydessä käsitellä yleisötyyppinä, vaan omana muodostelmanaan, joka on osin erilainen kuin yleisö.

Toisessa luokassa yleisö muodostuu yhteisten kiinnostuksen kohteiden tai tarpeiden ympärille. Yleisö ei pysy jatkuvasti samana, vaan on jatkuvassa muutoksen tilassa. Tähän yleisöön kuuluvat eivät siis varsinaisesti koe olevansa osa yhtä kiinteää ryhmää, vaan he ovat yleisesti kiinnostuneita samasta asiasta, esimerkiksi matkustamisesta, hevosista, ympäristönsuojelusta, tietovisailuista tai pörssikursseista.

Kaksi jälkimmäistä yleisötyyppiä saavat alkunsa mediasta, eli yleisöön kuuluvien ihmisten yhteisenä nimittäjänä on media, eikä heillä välttämättä ole muuta yhteistä. Kolmas luokka muodostuu yhtä mediatyyppiä, esimerkiksi televisiota, seuraavista ihmisistä. Neljänteen luokkaan kuuluvat yhtä tiettyä kanavaa, ohjelmaa tai kirjaa käyttävät ihmiset. Tämä on hyvin konkreettinen yleisö ja sitä voi verrata esimerkiksi teatterin todelliseen fyysiseen yleisöön.

Taso	Yleisön alkuperä	
	Yhteiskunta	Media
Makro	1. Ryhmä, yhteisö (tai julkiso)	3. Yhtä mediatyyppiä seuraava yleisö
Mikro	2. Kiinnostuksen kohteet tai tarpeet yleisön määrittäjänä	4. Samaa mediaa (ohjelmaa, kirjaa) seuraava yleisö

KUVIO 2. Neljä yleisötyyppiä. (McQuail 2000, 371.)

Sijoittaisin mieluiten pienlehtien lukijat McQuailin ykköstyypin yleisöksi. Yhdistys saattaa olla olemassa useitakin vuosia ennen kuin se alkaa julkaista omaa lehteä. Samoin yhdistys voi jatkaa olemassaoloaan, vaikka lehden julkaiseminen loppuisi taloudellisten resurssien puutteeseen. Muita ensimmäiseen yleisötyyppiin kuuluvia ryhmiä ovat McQuailin mukaan esimerkiksi myös paikallislehtien lukijat, poliittiset ryhmät ja vähemmistöryhmät. Näiden yleisöjen vastavoimia ovat totalitääriset valtiot ja kaupalliset, monopolisoituneet mediat. (Emt, 372.)

Kakkostyyppin yleisöstä pienlehtien lukijat poikkeavat siten, että vaikka heitä yhdistää yhteinen kiinnostuksen kohde, he ovat selvästi rajatumpi ryhmä kuin McQuailin kakkosyleisö. Esimerkiksi Kannusta eivät lue kaikki hevosista kiinnostuneet eivätkä edes kaikki Kangasalan hevospiireistä kiinnostuneet. Vaikka kiinnostuksen kohteet määrittävät kakkosyleisöä, heillä ei ole juuri muuta yhteistä. Kannuksen lukijoilla yhteistä on seuratoiminta.

Kolmosyleisö on selvästi yhden pienlehden lukijakuntaa laajempi, koska siinä yleisöksi käsitetään esimerkiksi television katsojat yleensä, kaikki sanomalehtien lukijat tai internetin käyttäjät. Tähän voidaan sijoittaa pienlehtien lukijat yleensä, mutta yksittäisen lehden yleisö ei kolmosryhmään sovi. Nelosyleisöksi pienlehtien lukijat sopivat, koska he seuraavat samaa lehteä. Koen kuitenkin, että pienlehtien yleisöä ei riitä määrittelemään se, että heillä on

yhteinen media. Osalle lukijoista näin voi hyvinkin olla, eikä lehdellä ole heille sen suurempaa merkitystä, koska he eivät aktiivisesti kuulu sitä julkaisevaan ryhmään. Väitän kuitenkin, että jokaisella yhdistyspohjaisella pienlehdellä on lukijoita, jotka kokevat ryhmäänsä tiiviimpää yhteyttä kuin pelkän yleisöyden. Siksi neljäs luokitus on mielestäni liian yleinen.

2.4. Yleisö, julkiso, yhteisö?

Viimeaikainen viestinnän tutkimus on tuonut yleisön rinnalle julkison käsitteen, joka ei kuitenkaan ajatuksena ole uusi. Siinä kun yleisön oletetaan ainoastaan tulkitsevan joukkoviestinten sisältöjä, julkiso osallistuu itse aktiivisesti julkisuudessa olevien asioiden synnyttämiseen ja kehittämiseen.

Tarve uuden käsitteen kehittämiseen on tullut muun muassa siitä, että englannin kielessä voidaan erottaa *audience*, joka vain seuraa mediaa, ja *public*, joka myös keskustelee asioista. Suomessa *audiencea* vastaa siis yleisö ja *publicia* julkiso. Julkiso ei kuitenkaan rajoitu ainoastaan mediaa seuraaviin ihmisiin, vaan julkiso on mikä tahansa julkisesti keskusteleva ja osallistuva ihmisryhmä. Julkison olemassaoloa edellyttää yleensä se, että ihmiset ovat eri mieltä jostakin asiasta. Julkison ja yleisön ero näkyy erityisesti siinä, että julkiso määrittyy suhteessa siihen kysymykseen, joka sen on synnyttänyt, kun taas yleisö määrittyy suhteessa joukkoviestintään. Yleisöä yhdistää media ja julkisoa asiakysymys, mutta ne eivät ole täysin toisilleen vastakkaisia, koska yleisöstä voi syntyä julkiso. Jotta keskusteleva ja kriittinen julkiso voi syntyä, viestinnän on oltava avointa ja keskustelun riippumatonta yhteiskunnan valvontamenetelmistä. (Pietilä 1999.)

Hollander ym. (2002, 26) rinnastavat julkison (*Öffentlichkeit*) ja yhteisön käsitteet. Niillä on runsaasti yhtäläisyyksiä, koska molemmat ymmärtävät median käytön osana yksilön aktiivista osallistumista omaan sosiaaliseen ympäristöönsä. Molemmille on ominaista, että julkinen viestintä, joka käsittelee ryhmille tärkeitä asioita, rakentaa ryhmien sisäistä identiteettiä. Kumpikaan käsitteistä ei yritä väittää, että on olemassa yksi kaikenkattava yleisö, joka seuraa samaa joukkoviestintää, vaan ne tunnustavat pienet ryhmät, joiden jäsenet osallistuvat viestintään ja julkisuuteen sekä lähettäjinä että vastaanottajina. Toisaalta julkiso on alituisesti muuttuva ryhmä, kun taas yhteisön kokoonpano säilyy yleensä pitkään suhteellisen samana (Pietilä 1999). Voidaan puhua myös paikallisesta julkisosta (*lokale Öffentlichkeit*). Julkiso ja yhteisö täydentävät toisiaan siten, että yhteisö painottaa asioiden yhteiskunnallista puolta, julkiso puolestaan viestintäprosessia ja julkisuuden kohteena olevia asioita.

Meadows ym. (2002, 3) ovatkin sitä mieltä, että yhden kaikenkattavan julkison sijaan kannattaa ajatella useita, rinnakkaisia ja osin päällekkäisiä julkisoita, tai kenties sosiaalisia tiloja, joissa julkisot muodostuvat ja keskustelevat (*community public sphere*). Kun nämä "yhteisöjulkisot" ovat ensin piirissään käsitelleet itselleen tärkeitä asioita ja muodostaneet kantansa niihin, ne saatetaan tuoda laajemman julkisen piirin tietoon.

Yhdistyksen voi mielestäni olla julkiso, koska usein yhdistys voi pyrkiä viestimään itselleen tärkeitä asioita myös muualla kuin omissa julkaisuissaan ja täten osallistumaan julkiseen yhteiskunnalliseen keskusteluun. Esimerkiksi Kangasalan kunta pyysi maaliskuussa 2005 Kangasalan Ratsastajat ry:ltä lausuntoa, joka koski Tursola-nimisen kylän kaavoitusta. Ratsastusseura on ollut kylän kaavoituksesta huolissaan, koska alueella on paljon talleja ja siellä kulkee ratsastusreittejä. Kaavoituksen myötä edellytykset hevosten pitämiseen alueella heikentyvät, ja tämän seikan yhdistys on halunnut tuoda myös julkiseen keskusteluun. Toisaalta myös yhdistyksen sisällä voi syntyä omia pieniä julkisojaan, jotka keskustelevat esimerkiksi kilpailujen sääntömuutoksesta ja haluavat tehdä keskustelusta julkisen yhdistyksen sisällä.

2.5. Joukkoviestintä ja journalismi

2.5.1 Pienlehti on aikakauslehti

Suuresta lukumäärästään huolimatta pienlehdet ovat kummajaisia muiden medioiden joukossa. Ne ovat lehtiä, mutta eivät kuitenkaan ole aivan kenen tahansa saatavilla. Niissä on juttuja, mutta ei välttämättä toimittajia. Ne ovat sitä ja tätä, mutta eivät selvästi kuulu mihinkään kategoriaan.

Yhdistysten julkaisemat lehdet katsotaan kuuluviksi aikakauslehtien ryhmään, mikäli ne ilmestyvät vähintään neljä kertaa vuodessa eivätkä koostu pelkästään tiedonannoista, hinnastoista tai mainonnasta (Kivikuru 2000). Monet pienlehdet näyttävätkin ilmestyvän juuri neljä kertaa vuodessa, jolloin ne täyttävät painovapauslain mukaisen aikakauslehden määritelmän. Neljä numeroa vuodessa lienee myös mahdollinen vapaaehtoisvoimin tehtäväksi ja toisaalta riittävä määrä yhdistysten tiedotusta ja yhteydenpitoa varten.

Aikakauslehdet jaetaan neljään ryhmään: yleisölehtiin, ammatti- ja järjestölehtiin, mielipidelehtiin sekä asiakas- ja yrityslehtiin. Yhdistysten lehdet kuuluvat ammatti- ja järjestölehtien ryhmään, joka on ryhmistä suurin ja kattaa volyymiltään noin 40 prosenttia kaikista aikakauslehdistä. Vuonna 2003 tähän ryhmään kuului yli 1800 nimikettä. Myös mielipidelehtien joukossa saattaa olla yhdistysten julkaisemia lehtiä. Tämä ryhmä on

volymiltään kuitenkin melko pieni, vain noin 2,5 prosenttia kaikista aikakauslehdistä. (Joukkoviestimet 2004)

2.5.2. Pienjoukkoviestintää ja kohderyhmäviestintää

Kivikurun (2000, 88) mukaan pienlehdet sijoittuvat joukkoviestinnän ja keskinäisviestinnän väliin jäävälle alueelle, jota voidaan kutsua pienjoukkoviestinnäksi. Pienjoukkoviestinnässä on piirteitä sekä tavallisesta joukkoviestinnästä että keskinäisviestinnästä, jossa yksilöillä tai järjestelmillä on suoraa vuorovaikutusta tai dialogia keskenään. Keskinäisviestinnässä vastaanottajan ja lähettäjän roolit vaihtuvat. Kuvaus sopii pienlehtiin sikäli, että niissä usein lukijan ja toimittajan rajat hämärtyvät. Yleensä kuka tahansa on tervetullut kirjoittamaan lehden aihepiiriin sopivia juttuja. Lukijat itse tietävät, millaisia juttuja he haluavat lehteensä. Lisäksi lehdissä käsitellään aiheita, jotka voisivat kuulua myös samanhenkisen seurueen kahvipöytäkeskusteluun. Silti pienlehdessä ei dialogi aina kehity, kommentti ei välttämättä saa vastakommenttia.

Toisaalta Kunelius (1997, 16) erottaa toisistaan joukkoviestinnän ja kohdeviestinnän. Kohdeviestinnän vastaanottajaryhmä on hänen mukaansa ennalta rajattu. Joukkoviestintää puolestaan luonnehtii julkisuus eli viestit ovat periaatteessa kaikkien saatavilla. Liikomme jälleen käsitteiden reuna-alueilla, sillä pienlehdet ovat toki kaikkien saatavilla, jotka näkevät vaivan liittyäkseen yhdistykseen, mutta muiden on hankala päästä niihin käsiksi. Joukkoviestintään on myös perinteisesti liitetty yksisuuntaisuus, ja vaikka pienlehdet yllä kuvatulla tavalla lähenevät keskinäisviestintää, ne kuitenkin jo välineensä vuoksi ovat enemmän yksisuuntaisia kuin vuorovaikutteisia. Tämän lisäksi pienlehdissä on piirteitä myös organisaatioviestinnästä, joka palvelee organisaation tavoitteita, esimerkiksi työhön sitoutumista ja yhteistyökumppaneihin vaikuttamista (emt, 17). Tämä ei kuitenkaan mielestäni kuvaa riittävästi pienlehdistön kaikkia puolia, joten määrittelen sen mielelläni Kivikurun mallin mukaisesti pienjoukkoviestinnäksi.

Sassi (1990, 28–29) puolestaan jakaa pienlehdet kahteen eri tyyppiin. Ensimmäisessä ryhmässä, kohderyhmäviestinnässä, lukijat ovat jonkin ryhmän tai organisaation jäseniä, ja lehti tukee ryhmän toimintaa. Toisessa ryhmässä, kohdejoukkoviestinnässä, lukijajoukkoa ei ole tarkasti rajattu, vaan lukijat valikoituvat lehden sisällön perusteella. Lehti käsittelee tällöin jotakin rajattua aihealuetta. Tämän jaottelun mukaan Kannus-lehti on kohderyhmäviestintää, koska se on osa ratsastusseuran toimintaa ja sen lukijat ovat pääosin seuran jäseniä.

2.5.3. Journalismia vai ei?

Koska pienlehtien kirjoittajat ovat ammattilaisia vain harvoin, he päättävät tekstiensä sisällön muiden kuin uutiskriteerien tai vastaavien journalististen normien perusteella. Lehtien tekijät eivät esimerkiksi välttämättä osaa erottaa tekstimainontaa jutusta. Juttutyypit ovat erilaisia kuin valtavirran sanoma- ja aikakauslehdissä, sillä pienlehdissä voidaan julkaista esimerkiksi kirjeitä tai muita tervehdyksiä lehden lukijoille, jotka ovat erilaisia kuin yleisönosastojen lukijakirjeet. Olen määritellyt pienlehdet pienjoukkoviestinnäksi, mutta ovatko ne journalismia?

Kuneliuksen (1997, 18–19) mukaan journalismi on ajankohtaista ja faktapohjaista. Hän kuitenkin toteaa, että molemmat määritteet ovat venyviä: tietyissä tilanteissa vanhakin tapahtuma voi olla ajankohtainen, ja faktapohjaisuus riippuu hiukan siitä, miten asiaa katsotaan. Nykyisin journalismin kuitenkin oletetaan kertovan tapahtuneista tosiasioista, joten täysiä satuja mukaan ei lasketa, vaikka toisaalta pakinatkin yleensä luetaan journalismin osaksi. Journalismi on myös itsenäistä sikäli, että päätökset median sisällöstä tehdään toimituksessa eivätkä ulkopuoliset tahot pääse vaikuttamaan siihen. Lisäksi journalismi on edustavaa siten, että se pyrkii tuomaan esille yleisön näkökulman, vieläpä kaikkien erilaisten yleisöryhmien.

McQuailin (2000, 498) mukaan journalismi merkitsee kirjaimellisesti uutisten ammattilaisten työtä. Journalismilla on samoja piirteitä kuin uutisella: ajankohtainen, merkittävä, luotettava ja kiinnostava. McQuail viittaa myös moneen erityyppiseen journalismiin, mutta hänen määrittelyssään korostuu ammattilaisuus.

Bloodilla (2004) on tiukempi näkökulma journalismiin. Hänestä journalismin ydin on siinä, että jutussa annetut tiedot ovat tarkistettavissa. Tämä tarkoittaa sitä, että journalisti joko saa tietonsa asianosaiselta lähteeltä tai tarkistaa ne jostakin toisesta lähteestä. Journalismiin kuuluu myös, että kolmas osapuoli raportoi tapahtumasta. Subjektiiiviset kokemukset eivät Bloodin mukaan ole journalismia. Kokonaisuudessaan Bloodin määritelmä kuuluu: "Journalism is any third-party account that adds to the record of verifiable facts." Määritelmä on selkeä ja Blood soveltaa sitä artikkelissaan pätevästi. Suomalaisen joukkoviestinnän kontekstissa se on kuitenkin ongelmallinen, koska se rajaa pois journalismin piiristä kolumnit ja kommentit sekä sellaiset juttutyypit, joissa toimittaja on itse osallisena tapahtumassa. Blood ei myöskään pidä journalismina tiedotteen pohjalta kirjoitettua uutista, mikäli sen tietoja ei ole tarkistettu. Näin ollen sanomalehdet eivät ole Bloodin mukaan kokonaisuudessaan

journalismia, ainoastaan osa jutuista. Määritelmässä ei sinänsä ole mitään vikaa, mutta käsittääkseni journalismia on useimmiten pidetty laajempaan kokonaisuutena.

3. Vaatimaton kuori, monitahoinen media

3.1. Pienmedian merkityksestä

3.1.1. Pienmedia on vaihtoehto

Pienlehti voi näyttää vaatimattomalta, mutta sillä on usein oma ainutlaatuinen merkityksensä, sillä se on kosketus lukijan omaan yhteisöön ja kiinnostuksen kohteeseen. Lehden avulla on ainakin teoriassa mahdollista, että ryhmän jäsen voi kokea yhteisöllisyyttä muiden jäsenten kanssa, vaikka ei todellisuudessa juuri tapaisikaan heitä.

Pienmedioiden yhtenä tehtävänä on kertoa asioista, joita muilla medioilla ei ole mahdollisuus käsitellä. Esimerkiksi Australiassa yli 200 yhteisöllistä radioasemaa (*community radio*) paikkaa kaupallisten radioasemien jättämiä aukkoja. Monet tällaiset yhteisöradiot toimivat syrjäisillä alueilla, joilla kenties ei ole lainkaan saatavilla julkista tai kaupallista radio-ohjelmaa, ja silloin niiden kohdeyleisö on laaja. Kaupungeissa yhteisöradiot ovat useimmiten keskittyneitä pieneen kohderyhmään ja kenties marginaaliseen sisältöön, koska siellä tiedotusvälineissä on valinnanvaraa. Forde ym. (2003) toteavat, että yhteisöllisiä radioasemia ilmestyy sinne, missä yhteisöt eivät pääse ilmaisemaan itseään olemassa olevissa medioissa. Yhteisöradioihin kuuluu esimerkiksi alkuperäisasukkaiden ja etnisten vähemmistöjen omia asemia sekä asemia, jotka keskittyvät esimerkiksi kristilliseen sisältöön, klassiseen musiikkiin tai näkövammaisille tarkoitettuun ohjelmaan.

Mitä rajatumpi joukko yleisö on, sitä tarkemmin media voi rajata oman aihepiirinsä. Yhteisö voi lehdessä esimerkiksi esitellä yksittäisiä jäseniään, jolloin nämä tulevat joiltakin osin tutuiksi kaikille jäsenille. Media voi tiedottaa yhteisön omista tapahtumista ja projekteista ja tuoda ne myös niiden luokse, jotka eivät konkreettisesti pääse paikalle.

Sassi (1990, II) kuvailee pienlehtiä ”riippumattomaksi, itsenäiseksi tai ei-kaupalliseksi lehdistöksi”. Näin voidaan sanoa siksi, että lehtiä julkaisee taustayhteisö, jonka päämäärät eivät ole ensisijaisesti kaupallisia. Tällä tavoin ajateltuna ”pienlehdistö näyttäytyy selkeästi vaihtoehtona [muun aikakauslehdistön] sisällölliselle yhdenmukaistumiselle” (emt, 85).

Osa pienlehdistön vaihtoehtoisuudesta ja vapaudesta syntyy siitä, että se voi rikkoa lehdistön totuttuja normeja ja kokeilla uusia ilmaisumuotoja, koska kaupallisia paineita ei juuri ole. Usein normit rikkoutuvat siitäkin syystä, että lehtien tekijät eivät ole ammattilaisia eivätkä

siten ole koskaan oppineet käyttämään lehdistön totuttuja kaavoja. Pienlehdistössä tavallisia ovat jutut, jotka kertovat kirjoittajan henkilökohtaisista kokemuksista.

Martikaisen (2004) mukaan yksi Mansemediaverkkomediakokeiluun osallistuneiden kirjoittajien tärkeimmistä syistä lähteä mukaan median tekemiseen oli se, että he halusivat nostaa esille omaa asuinalueensa asioista ja lisätä sen yhteisöllisyyttä. Heistä oli tärkeää herättää keskustelua oman alueensa asioista. Kirjeenvaihtajat halusivat myös kirjoittaa positiivisesti ja nostaa esiin arkipäivän sankareita. Tästä voisi siis päätellä, että näitä elementtejä he eivät kokeneet löytävänsä valtavirtamedioista.

3.1.2. Oma media luo identiteettiä

Rodriguez (2001) painottaa, että pienmedioilla on paljon muutakin merkitystä kuin toimia vaihtoehtona valtavirtamedioille. Ne antavat ennen kaikkea yhteisöille mahdollisuuden luoda itse omaa julkista kuvaansa ja kertoa oma tarinansa. Siinä missä yhteisö ilman omaa mediaansa näkee itsensä julkisuudessa vain muiden määrittelemänä, oman median avulla se voi itse päättää, miten siitä kerrotaan. Samoin esimerkiksi vähemmistöryhmä voi joutua seuraamaan medioista ainoastaan toisten todellisuutta, mutta itse tekemällä se näkee julkisuudessa myös oman todellisuutensa.

Omassa mediassaan yhteisö voi luoda itse identiteettiään käyttämällä omia koodejaan. Kivikurun (2000, 88) mukaan pienlehdet eivät luo tai ylläpidä niinkään kansallista kuin jonkinlaista kulttuurista ja sosiaalista identiteettiä. Tähän viittaa myös australialainen esimerkki, sillä Forden ym. (2003) mukaan yhteisöradiot tukevat kulttuuria lähettämällä australialaista musiikkia, kuunnelmaa ja esimerkiksi runonlausuntaa. Etniset radioasemat vahvistavat kulttuurin yhtenäisyyttä lähettämällä ohjelmaa kuuntelijoiden äidinkielellä ja kertomalla esimerkiksi heidän alkuperäismaansa tapahtumista.

Omassa mediassaan yhteisö voi kuvata ympäristöään ja kulttuuriaan ja tuoda sen myös muiden tietoisuuteen. Mikäli yhteisö puhuu vähemmistökieltä, se voi tehdä siitä joukkoviestinnän kielen, jolloin se on tavallaan tasavertainen muiden viestinnässä käytettyjen kielten kanssa. Jos yhteisö käyttää visuaalista mediaa, sen jäsenet voivat tarkkailla omaa kehoaan ja eleitään "ulkopuolisen" silmin. Oman median avulla yhteisö voi muuttaa kuvaa, joka sillä on itsestään ja samalla muuttaa valta-asemaansa. Muokatessaan omaa elämäänsä tarinoiksi yhteisön jäsenet alkavat nähdä ympäristönsä toisella tavalla ja samalla he voivat myös löytää uusia ratkaisuja ongelmiinsa. Median tekeminen myös antaa tekijöilleen tunteen siitä, että he osaavat ja he saattavat siten saada voimaa ottaa vastaan muitakin haasteita. (Rodriguez 2001, 126.)

Forde ym. tutkimuksen mukaan (2003, 242) Australian yhteisöradioiden vapaaehtoistyöntekijät käyttävät työhönsä kaksi ja puoli kertaa enemmän aikaa kuin vapaaehtoiset työntekijät yleensä. Tämä merkitsee sitä, että radioiden työntekijät ovat sitoutuneita työhönsä, ja on tutkijoiden mielestä merkki siitä, että yhteisöradiot tuottavat monille australialaisille yhteenkuuluvaisuuden tunnetta ja identiteettiä. Työntekijät kokevatkin usein olevansa yhteisö myös radioaseman sisällä. Tutkijat eivät artikkelissaan kuvaile yhteisöllisen identiteetin rakentumista tämän enempää, joten on vaikea päätellä, kuinka hyvä osoitin vapaaehtoistyöhön sitoutuminen on. Se on varmasti tärkeä havainto eikä ainakaan vähennä vaikutelmaa yhteisestä identiteetistä, mutta epäselväksi jää, mitä kaikkea muuta asiaan liittyy.

3.1.3. Osallistuminen ja merkityksellistäminen

Pienlehdistöä voidaan pitää osana demokraattista kansalaisyhteiskuntaa, koska julkaisukynnys yhdistysten lehdissä on yleensä matala, ja lukijoiden on periaatteessa helppo siirtyä toimittajiksi, joskaan tämä ei aina käytännössä toteudu (Sassi 1990).

Hindman (1998) on tutkinut Minneapolisissa Yhdysvalloissa ilmestyvää ”korttelilehti” Alleytä, jonka tavoitteena on edustaa koko kaupunginosan erilaisia näkökantoja, toimia välittäjänä kiistatilanteissa ja edistää demokratiaa alueella. Nämä ovat Hindmanin mukaan lähes mahdottomia tehtäviä, ja hän osoittaa artikkelissaan, että toimittajat hyvistä pyrkimyksistään huolimatta tuovat lehdessä esiin lähinnä itseään lähellä olevien piirien näkökulmia. Toisaalta lehti toteuttaa tärkeää tehtävää jo siinä, että se antaa kaupunginosan asukkaille mahdollisuuden lukea, mitä kulmakunnalla tapahtuu ja mitä mieltä muut ovat asioista.

Hindman kiinnittää huomiota siihen, että Alley käsittelee ilmestymisalueellaan syntyneitä konflikteja varsin avoimesti. Joissakin tapauksissa lehden toimittajat ovat itse osallisina konflikteissa, mutta useimmiten lehti käsittelee tilanteita jutuissaan siten, että se pyrkii toimimaan välittäjänä osapuolten välillä ja esimerkiksi osoittamaan, kuinka erimielisyydet voivat juontua kulttuurisista eroista. Lisäksi lehti tarjoaa alueensa eri ryhmille mahdollisuuden ilmaista mielipiteensä vapaasti sivuillaan. Hindman toteaa Tichenorin ym. tutkimukseen perustuen, että suurten, heterogeenisten yhteisöjen lehdet eivät yleensä epäröi tehdä konflikteista julkisia, kun taas pienempien ja yhtenäisempien ryhmien julkaisut usein pitävät tällaiset asiat näkymättömissä. Tämä saattaa olla yhtenä syynä siihen, että Kannus-lehden sivuilla harvoin käydään räväkkää mielipiteiden vaihtoa. Yhdistys on jäsenmäärältään

suhteellisen pieni, ja vaikka kaikki eivät tunnekaan toisiaan, nimien tunnistaminen on helppoa. Tällaisessa yhteisössä on ehkä hankalaa tehdä ajatuksistaan julkisia.

Meadows ym. (2002, 3) toteavat, että pienmedian tärkein päämäärä ei välttämättä ole sisällön tuottaminen, vaan se auttaa merkityksellistämään yhteisön olemusta, ympäröivää maailmaa ja yhteisön paikkaa siinä. Pienmedia sekä luo että ylläpitää yhteisön omaa kulttuuria uusintamalla yhteisiä merkityksiä, arvoja ja ihanteita. Meadowsin ym. mukaan yhteisön pienmediaa ei pitäisikään ajatella järjestäytymisen lähtökohtana, vaan jo olemassa olevan viestinnän tarpeen toteuttajana.

Merkityksellistämiseen viittaa myös Sassi (1990, 86), kun hän pitää arvokkaana yhdessä tekemisen periaatetta ja lehden toimittamisen prosessia. ”Pienlehtien tekeminen on myös kulttuurin luomista ja tulkintaa; lehdet ovat kollektiivisia representaatioita, jos niin halutaan sanoa.”

3.1.4. Statusarvo ja ponnahduslauta

Lehdellä voi olla yhteisölle myös statusarvoa, jonka myötä yhteisön arvostus nousee muiden keskuudessa (Kivikuru 2000, 89). Tähän viittaa esimerkiksi se, että monet suomalaiset yhdistykset alkavat julkaista lehteä pian perustamisensa jälkeen. Lehdestä tulee yhdistykselle ikään kuin käyntikortti, jonka avulla se saa näkyvyyttä ja voi tiedottaa sidosryhmilleen omasta toiminnastaan.

Lisäksi pienlehtien tekeminen tarjoaa mielekkään vapaa-ajanviettotavan. Se voi myös olla ponnistuslauta kirjoittamistaitoa vaativaan ammattiin tai kanava, jonka kautta voi saada lukijoita harrastuspohjalta syntyneille teksteille. (Sassi 1990.) Pienmediat voivat olla hyviä harjoittelupaikkoja tuleville alan ammattilaisille. Australiassa monet toimittajat ja tekniseen henkilökuntaan kuuluvat ovat aloittaneet uransa yhteisöradioissa. Radioasemat tekevät yhteistyötä yliopistojen ja muiden oppilaitosten kanssa ja saavat siten opiskelijoita työntekijöiksi. Ne ovat lisäksi hyviä työympäristöjä niille, jotka haluavat tutustua muihin kulttuureihin, sillä tutkijoiden mukaan valtavirtamedioiden työntekijöiltä puuttuu usein ymmärrystä etnisiä vähemmistöjä kohtaan. (Meadows ym. 2002, 7–8.)

Mansemedian tekemiseen osallistuneet kaupunginosakirjeenvaihtajat kertoivat yhdeksi syyksi mukaan lähtemiselleen sen, että he halusivat lisätä omia kirjoitustaitojaan ja ammatillista pätevyyttään. Koska kirjoittaminen oli vapaaehtoista, se lisäsi vapautta kirjoittaa itsensä näköisiä juttuja. Tosin osa kirjoittajista kertoi kaipaavansa juttuaiheita ja pientä ”patistelua” ylemmältä taholta. (Martikainen 2004.)

3.2. Idiosynkraattinen pienmedia

Lukijajoukon ulkopuoliselle pienlehti näyttäytyy helposti yhdentekeväenä ja merkityksettömänä, koska hän ei jaa yhteisöön kuuluvien kanssa samaa viitekehystä, jonka perusteella lehteä voisi tulkita. Tällöin voidaan puhua idiosynkraattisesta mediasta.

“*idiosynkrasia*: 1. ryhmän tai yksilön omalaatuinen suhtautumis- tai käyttäytymispiirre” (Valpola 2000).

Pienmedian yhteydessä idiosynkasiolla tarkoitetaan niitä piirteitä, jotka ovat mediaa julkaisevalle yhteisölle tärkeitä ja ominaisia ja jotka siten tulevat esiin myös median sisällössä. Yhteisön ulkopuolinen henkilö ei kuitenkaan välttämättä ymmärrä näitä piirteitä, joten ne voivat näyttää täysin käsittämättömiltä.

Rodriguez (2001, 49–50) käyttää esimerkkinä idiosynkasiasta Australian aboriginaalien omia medioita. Aboriginaaleille tarinoiden kertominen on tärkeä perinne, ja kerrontatilaisuus on tarkasti valvottu ja säännelty. Tämän vuoksi televisiossa näytetään tarinankerronnan yhteydessä paljon laajoja ihmisryhmiä, mikä näyttää merkityksettömältä kaikille muille paitsi aboriginaaleille. Samoin maisemat ovat aboriginaalien kulttuurissa tärkeitä, koska niissä on esi-isien jälkiä ja pyhää symboliikkaa. Aboriginaalien televisiossa näytetään siksi paljon pitkiä maisemaotoksia, jotka muiden mielestä ovat pelkästään tylsiä.

3.3. Paikallisuuden merkitys

Paikallisuudella on usein suuri merkitys ihmisten identiteetin rakentumisessa, sillä asuinpaikan avulla on helppo määrittää "me", samassa paikassa asuvat, ja "muut", muualla asuvat. Lisäksi paikka voi liittyä vahvasti ihmisen menneisyyteen ja mahdollisesti myös tulevaisuuteen. Paikalla on kuitenkin oma historiansa ja tulevaisuutensa, joka on erilainen kuin yksilöiden historia ja tulevaisuus. Ihmisillä on siis yleensä *alueellinen identiteetti*, mutta myös alueella on oma identiteettinsä, joka rakentuu sekä alueen ominaisuuksista että niistä mielikuvista, jotka siihen liitetään. Näiden mielikuvien luomisessa keskeisiä ovat muun muassa joukkoviestintä, alueellinen kirjallisuus ja kouluopetus. Paikallisuuden kokemus syntyy päivittäisen vuorovaikutuksen, tiedon ja toiminnan perusteella, joten eri yhteisöjen ja sukupolvien paikallisuudet eroavat toisistaan. (Ks. Tuuva 2001.)

Paikallinen media pyrkii lähelle käyttäjiänsä kertomalla asioista, jotka ovat merkittäviä kyseisellä alueella, mutta jotka voivat näyttää mitättömiltä kauempaa katsoen. Näihin paikallisiin kertomuksiin yleisön voi kuitenkin olla helpompi samastua kuin valtakunnallisiin

uutisiin, jotka eivät aina kosketa ihmisen suoraa elinpiiriä. Jyrki Pietilä (1995, 29) ei halua varsinaisesti määrittellä paikallisjournalismia, mutta toteaa, että siinä jutun ydin on paikallinen ja vasta mahdollisessa taustoinnissa asiaa katsotaan laajemmasta näkökulmasta. Myös monet pienmediat ovat olemukseltaan paikallisia, niin myös Kannus-lehti, joka on paikallisen yhteisön media. Sen sisällössä kaksi tärkeintä painopistettä ovat jäsenten yhteinen kiinnostuksen kohde eli hevosharrastus ja paikallinen näkökulma eli Kangasalan seudun tapahtumat, tallit ja ihmiset.

Pietilä listaa paikallisjournalismin ominaisuuksiksi monia sellaisia, jotka edellä on yhdistetty pienmedioihin: ihmisläheisyys, tarinallisuus ja vuorovaikutuksellisuus. Nämä ovat kenties ihanteita, joita pienlehtien ja paikallislehtien julkaisijat mielellään yhdistävät lehtiinsä, mutta käytännön työssä ne eivät välttämättä toteudu, vaan samat kirjoittajat saattavat tehdä juttuja vanhalla totutulla kaavalla. Tavallinen paikallislehti on sekin omalla tavallaan vaihtoehto laajalevikkisille medioille, mutta toteutetaan kuitenkin pitkälti totuttujen viestinnän käytäntöjen ja koodien avulla. Näin on oltavakin, koska yleisö on vielä suhteellisen monimuotoista. Mitä pienemmälle yhteisölle media on suunnattu, sen omintakeisempaa sen sisältö voi olla. Kaiken kaikkiaan paikallislehdet ja pienlehdet ovat mielestäni korvaamattomia, sillä ne nostavat esiin asioita ja kertomuksia, joita muilla medioilla ei ole mahdollista käsitellä. Yhteisölle lehden olemassaolo on tärkeää, sillä kun juttu on päässyt lehden sivulle, se on ylittänyt kynnyksen ja noussut merkityksellisten asioiden joukkoon. Lisäksi julkaistuna se jättää jälkensä historiaan ja on olemassa vielä, kun ajankohtaisuus on mennyt ohitse.

Kangaspunta (1995) puhuu yhteisölehdessä laajasti paikallisen yhteisön lehtenä. Hän listaa tällaiselle lehdelle useita ilmitteitä. Yhteisölehti (1) levittää yhteisön toimintaa koskevaa ja siihen suhteutettua laajempaa tietoa, (2) tuo esiin erilaisia mielipiteitä ja ratkaisuvaihtoehtoja lähinnä paikallisissa ja alueellisissa kysymyksissä, (3) tulkitsee tapahtumia oman seudun näkökulmasta; neuvoo, opastaa, aktivoi keskustelua ja mobilisoi toimintaa, (4) toimii ilmoitusvälineenä elinkeinoelämän markkinoiden laajentajana ja tuottaa voittoa omistajalleen sekä (5) tarjoaa viihdyttävää aineistoa. Taloudellista tehtävää (4) lukuun ottamatta nämä ovat myös rajatun pienmedian tehtäviä.

Kangaspunta painottaa, että näiden lisäksi lehdillä on sosiaalisia taustatehtäviä, jotka voidaan kiteyttää yhteisöllisyyteen. Lehti korostaa yhteisiä arvoja, auttaa sopeutumaan yhteisöön, auttaa tulkitsemaan ulkopuolisia tapahtumia ja vahvistaa yhteisöön samastumista ja osallistumista. Kangaspunnan mukaan lehdet toimivat vuorovaikutuksen keskuksina, koska sen välityksellä kohtaavat yhteiskunnan toimijat, lehden tekijät ja yleisö. "Yhteisön jäsenet

tulevat tietoisiksi toisistaan ja ovat kosketuksissa keskenään", hän toteaa. Lehti aiheuttaa toimintaa, koska lukija löytää siitä tapahtumailmoituksia, puhuu uutisista naapurinsa kanssa ja kenties jopa kirjoittaa yleisönosastoon.

Toiminnan kautta ihminen kiinnittyy paikkakuntaan ja alueeseen, jolla alkaa olla muutakin merkitystä kuin asuinpaikan rooli. Tyypillisesti uusien asutusalueiden ihmiset eivät suin päin ryhdy yhteisölehden tilaajiksi. Ei ole siteitä, ei kiinnekohtia. (Kangaspunta 1995, 41.)

3.4. Pienlehti ja juoru

Pienlehtien yksi tehtävä on kertoa, mitä muille yhteisön jäsenille kuuluu ja mitä heidän elämässään tapahtuu. Esimerkiksi Kannus toteuttaa tätä tehtävää julkaisemalla lyhyitä seuran jäseniä koskevia ”juoruja”. Juorulla tarkoitetaan tässä tapauksessa sellaisia henkilökohtaiseen elämään liittyviä tiedonantoja, joiden julkaisemisesta kohteena oleva henkilö ei tiedä. Kyseessä ovat yleensä perhesuhteet, työpaikat, kilpailumenestys, koulun aloittaminen tai lopettaminen tai muut sellaiset asiat, joiden paikkansapitävyys on jokseenkin varmaa.

Kirjallisuudentutkimuksen näkökulmasta juorua tutkinut Spacks (1986, 4–5) erottaa juoruilussa erilaisia tyyppejä. Työpaikalla tai cocktail-juhliissa toisten ihmisten yksityisistä asioista puhutaan siksi, että saadaan jutunjuurta ilman, että keskusteluun täytyy panostaa liiaksi omaa persoonaansa. Sen sijaan ”vakavaksi” juoruiluksi Spacks kutsuu keskustelua, joka tapahtuu yksityisessä paikassa ja johon osallistuu vain kaksi tai kolme ihmistä. Tällöin kyse on intiimistä tilanteesta, jolloin keskustelijoiden välillä on luottamussuhde, ja he puhuvat muista ihmisistä osin siksi, että voivat heidän kauttaan heijastaa omia ajatuksiaan ja tunteuksiaan. Kolmas juoruilun tyyppi on sellainen, jossa toisista ihmisistä levitetään ikäviä juoruja vahingoittamistarkoituksessa.

Kun lehdistön yhteydessä puhutaan juoruista, tarkoitetaan yleensä viihdelehdistön juttuja julkisuuden henkilöistä: kuka on nähty kenenkin kanssa, kuka on tehnyt rahakkaan sopimuksen ja kuka käynyt kauneusleikkauksessa. Näin populaarilehdistö tekee yksityisestä julkista. Spacksin mukaan (emt, 68) ilmiö muistuttaa hiukan cocktail-juhlan juoruilua, mutta on samalla parodia siitä kaupallisuutensa vuoksi. Juorulehdistön yleisimmät aiheet käsittelevät seksiä, rahaa ja väkivaltaa. Karvonen (2005) toteaa, että juorulehdistö tuottaa kuvitteellista yhteisöllisyyttä, sillä todellisten kontaktien puutteessa ihmisillä on mahdollisuus seurata julkkisten elämää ja keskustella kahvipöydässä heidän asioistaan. Syntyy virtuaalinen kyläyhteisö, mutta tutkijat epäilevät, että se ei voi korvata oikeaa yhteisöllisyyden tunnetta. Spacks toteaa, että ”vakavan” juoruilun tuottaman intiimin läheisyyden sijaan juorulehdistö

tuottaa vain yksinäisyyttä, sillä ihmisillä ei ole mitään todellista tekemistä toistensa kanssa (1986, 25).

Pienlehtien juoruilu on kuitenkin erilaista kuin viihdelehtien. Siinä missä viihdelehtien juttujen päähenkilöt ovat kaukaisia julkkiksia, joiden elämä lehdissä kuvattuna on vain tietynlaista illuusiota, pienlehdet kertovat henkilöistä, joita yhteisön jäsenillä on mahdollisuus tavata todellisuudessakin. Pienlehtien juorut ovat siksi myös kiltimpiä: vaikka perhesuhteita käsitellään, seksiin ei yleensä viitata. Väkivaltakin lienee harvinainen aihe. Tämän vuoksi pienlehtien juorupalstat eivät juurikaan synnytä kateutta ja ylemmyydetunnetta, jota Spacks kuvailee (emt, 67). Tavallinen lukija voi kadehtia rikkaita ja kuuluisia julkkiksia, mutta hän voi samalla tuntea ylemmyyttä siitä, että pääsee kurkistamaan näiden yksityiseen elämään. Koska juorulehdet raportoivat innokkaasti myös julkkisten vastoinkäymisistä, lukija voi tuntea paremmuutta myös silloin, kun hänellä itsellään menee näennäisestä köyhyydestä huolimatta paremmin.

Vaikka pienlehtien palstat harvoin antavat aihetta kateudelle kilparatsastajan uutta hevosta lukuun ottamatta, uskon, että niidenkin juorut palvelevat yhteisöllisyyttä. Tämä tuskin on täysin konkreettista yhteisöllisyyttä, mutta ei aivan niin virtuaalistakaan kuin julkkisten luoma. On tärkeää, että yhteisön jäsenillä on jotakin keskusteltavaa, edes yhteisön omista ”julkkiksista”.

3.5. Pienmedian julkaisuun liittyviä ongelmia

Omaehtoisen julkisuuden toteuttaminen ei useinkaan ole helppoa. Oman median perustaminen vaatii yleensä jonkin verran taloudellisia resursseja, kun taas yhteisöillä harvoin on ylimääräisiä varoja. Mitä näyttävämpi julkaisu on, sitä enemmän se saa huomiota, mutta sitä kalliimmaksi se myös tulee. Mikäli yhteisöllä ei ole tarvittavia varoja, on toki mahdollista anoa avustusta yhteiskunnalta. Verkkomedian julkaiseminen on nykyisin melko edullista, mutta se vaatii jonkun, jolla on riittävät taidot ja aikaa sen ylläpitämiseen. Sama ongelma on tosin useimmilla omaa mediaa ylläpitävillä yhteisöillä, koska ne eivät yleensä voi maksaa tekijöille korvausta, vaan niiden on luotettava jäsenten vapaaehtoistyöhön.

Myös pienmedioiden idiosynkrasia saattaa vaarantua taloudellisten seikkojen vuoksi. Rodriguez (2001, 51) kuvailee, kuinka Australian aboriginaalien radiokanavat joutuvat pohtimaan, voivatko ne soittaa lainkaan eurooppalaista musiikkia tai toisaalta omaa rituaalimusiikkiaan, joka on perinteisesti varattu vain tiettyjä tilanteita varten. Aboriginaalien täytyy kamppailla oman mediansa puolesta, koska heidän tuottamansa ohjelma on kalliimpaa kuin muualta tuotu ohjelma.

Itse tuotetun julkisuuden ongelma voi olla heikko laatu, mikäli riittävän hyviä teknisiä laitteita ei ole saatavilla tai niitä ei osata käyttää. Jos käytetään keuhkoja laitteita, tehdään huonoa sisältöä ja lisäksi kieltäydytään täysin mainostuloista, tuloksena saattaa olla harrastelijamainen media, jota edes yhteisön jäsenet eivät välttämättä halua seurata. Rodriguez (emt, 54) toteaa, että avain hyvän pienmedian tuottamiseen on monipuolisuus, eli ei kieltäydytä ammattimaisesta avusta, mikäli sitä on tarjolla, mutta käytetään myös harrastajien työpanosta. Samoin erilaisten välineiden ja sisältöjen kokeilu tuo rikkautta pienmediaan. Asiantuntijoiden ääntä tulee pienmediassa käyttää varoen, jotta media ei pääse kokonaan lipsahtamaan yhteisön käsistä muiden vaikutuskanavaksi.

Toisaalta ammattilaisilta saadussa teknisessä opastuksessa piilee se vaara, että teknisten taitojen lisäksi pienmedian tekijöille siirtyvät myös ammattimaiset median rakenteet, esimerkiksi juttutyypit ja visuaaliset kaavat, sekä sisällöt, jolloin omaehtoiset tekemisen tavat katoavat. Tämän vuoksi tekniikkaa pitäisikin opettaa oppijan ehdoilla ja omalla kielellä ja sen tulisi perustua tasavertaiseen dialogiin. (emt, 56) Nähdäkseni samalla tavalla voi käydä myös silloin, jos pienmedian tekijät kovasti ihannoivat ammattimaisia medioita ja pyrkivät kopioimaan niitä mahdollisimman tarkkaan, jolloin omat, erilaiset tyylit unohtuvat. Pienmedian tekijöitä pitäisikin ehkä rohkaista käyttämään omaa kekseliäisyyttään myös esimerkiksi juttujen muodoissa sen sijaan, että yhteiskunta korottaa jalustalle ainoastaan tietyllä tavalla tehdyt ammattimaiset mediat.

Pienlehdet eroavat kaupallisista aikakauslehdistä erityisesti siinä, että niitä ei toteuteta ylhäältä alaspäin tekijöiltä subjekteille, vaan vaakasuunnassa jäseniltä jäsenille. Sassi (1990, 85–86) kuitenkin muistuttaa, että yhteisöjen sisällä esiintyy hierarkkisuutta, joten kaikilla ei välttämättä ole samoja mahdollisuuksia saada ajatuksiaan esille. Useimmiten yhdistyksen toimintaa pyörittää ydinporukka, jonka on helppo ajaa läpi omia näkemyksiään. Vaikka tämän ytimen ulkopuolisilla olisi samat teoreettiset mahdollisuudet osallistua julkaisun tekemiseen, he saattavat kokea osallistumisen hankalaksi, koska eivät tunne sisäpiirin ajatuksia tai käytäntöjä. Samalla tavoin eri yhteisöt ovat toisiinsa nähden eriarvoisessa asemassa.

Rodriguez (emt, 22) muistuttaa kuitenkin, että vaikka pienmedia eläisi vain vähän aikaa tai vaikuttaisi kovin heikolta, sillä on kuitenkin merkitystä sitä julkaisevalle yhteisölle. Oma media osoittaa, että yhteisö on hengissä ja vahvistaa yhteisön demokraattisia voimia, vaikka sillä ei kenties olisikaan suurta vaikutusta ympäröivään yhteiskuntaan.

4. Miten pienmediaa voi tutkia?

4.1. Yhteisö, yksilö ja median käyttö

Hollander (2002, 35) pahoittelee, että vaikka yhteisömedioita on tutkittu 1950-luvulta lähtien, vieläkään ei ole kehitetty yleistä teoriaa yhteisöjen viestinnästä. Hän muotoileekin artikkelissaan teoreettisen kehyksen, jonka avulla yhteisömedioita voi analysoida. Hollanderin mukaan tämä kehys suosii metodina tapaustutkimusta ja laadullisen ja määrällisen tutkimuksen yhdistelmää. Käsittelem Hollanderin analyysikehystä tässä alaluvussa, koska koen, että voin hyödyntää sitä omassa tutkimuksessani.

Analyysin perustana on kaksi tasoa: yhteiskunnan ja viestintäjärjestelmän taso, johon kuuluvat yhteisö ja sitä ympäröivä mediamaisema, sekä yksilön taso, johon kuuluvat yksilön ominaisuudet sekä se, kuinka yksilö käyttää yhteisön omaa mediaa. Näin saadaan neljä käsiteryhmää, jotka ovat yhteydessä toisiinsa. (Kuvio 3.)

Yhteiskunta	Yksilö
Yhteisön piirteet - koko - homogeenisyys–heterogeenisyys - historia - kaupunki–maaseutu	Yksilön piirteet - henkilökohtainen tausta - sidokset yhteisöön
Mediamaisema - koostumus - paikallinen printtimedia - paikallinen sähköinen media - digitaaliset verkkoyhteisöt	Median käyttö - käytön tiheys - käyttötarkoitukset - funktionaalisuus

KUVIO 3. Teoreettinen kehys yhteisömedian analyysiin (Hollander 2002, 36).

Yhteisöt eroavat toisistaan esimerkiksi koon, jäsenrakenteensa, toimintansa ja historiansa perusteella. Yhteisön mediamaisemalla tarkoitetaan sitä, että jokaisen yhteisön elinpiiriin kuuluu väistämättä myös muita medioita kuin yhteisön oma. Nämä tulee ottaa huomioon, kun median käyttöä tarkastellaan. Yksilön piirteisiin puolestaan kuuluvat esimerkiksi, kuinka yksilö suhtautuu paikallisuuteen ja yhteisöönsä, kuinka kauan hän on ollut sen jäsen, kuinka moneen järjestöön kuuluu ja kuinka paljon hän osallistuu järjestöjen toimintaan. Nämä kaikki vaikuttavat siihen, kuinka yksilöt käyttävät yhteisönsä mediaa. Yhteensä Hollander (emt, 37) löytää viisi merkityksellistä suhdetta näiden käsiteryhmien väliltä:

1. Suhde yhteisön piirteiden ja yksilöiden piirteiden välillä.
2. Suhde yhteisön piirteiden ja yhteisön mediamaiseman välillä.
3. Suhde yhteisön mediamaiseman ja yksilön median käytön välillä.

4. Suhde yhteisön piirteiden ja yksilön median käytön välillä.

5. Suhde yksilön piirteiden ja yksilön median käytön välillä.

Suhteessa 1 tärkeintä on ottaa huomioon erot erilaisten yhteisöjen välillä. Suhteessa 2 tulee muistaa, että tietynlainen mediamaisema ei synny sattumalta, vaan ympäristö vaikuttaa sen ominaisuuksiin. Kaupungeissa on usein runsaampi mediamaisema kuin maaseudulla, koska kaupungeissa on mainostajille suuremmat markkinat ja lisäksi sähköiseen viestintään vaadittava infrastruktuuri on usein parempaa. Tietoverkkojen kehittyminen voi siten tuoda monipuolisuutta myös maaseudun mediamaisemaan.

Suhteet 3–5 liittyvät siihen, miten yhteisön mediaa käytetään. Suhteessa 3 voidaan tutkia, millä tavalla yhtä yhteisömediaa käytetään suhteessa muihin kyseisessä mediamaisemassa esiintyviin medioihin. Oletusarvona on, että muut saatavilla olevat mediat vaikuttavat siihen, miten paljon ja mihin tarkoitukseen yhteisömediaa käytetään. Suhteessa 4 perusoletuksena on, että yhteisön rakenne vaikuttaa yhteisön viestintäjärjestelmään ja siten median käyttöön. Hollander (emt, 41) toteaa, että verkkoyhteisöt ovat kiinnostavia tutkimuskohteita siksi, että niissä ei välttämättä ole yhteisöä ennen viestintäjärjestelmää, jolloin yhteisön rakenne ei voi viestimiseen vaikuttaa.

Suurin osa yhteisöjen viestintää käsitelleistä tutkimuksista on keskittynyt suhteeseen 5, yksilön piirteiden ja yhteisömedian käytön suhteeseen. Hollanderin mukaan yksilön piirteet, jotka vaikuttavat yhteisöllisen median käyttöön, voidaan jakaa kolmeen luokkaan. 1. Yksilön suhtautuminen ulkomaailmaan: onko hän enemmän suuntautunut paikallisyhteisöä vai maailmanlaajuista yhteisöä kohti. 2. Yksilön sulautuminen ja sitoutuminen paikallisyhteisöön: siteet asuinpaikkaan, kuuluminen eri järjestöihin ja yhteiskunnallinen osallistuminen esimerkiksi näiden järjestöjen toimintaan. 3. Yksilön liikkuvuus ja elämänvaiheet.

Hollanderin mukaan suhde 3 (yhteisön mediamaiseman ja yksilön median käytön välillä) viittaa käyttötarkoitustutkimukseen, jonka esittelen alaluvussa 4.3. Mielestäni kuitenkin suhde 5 (yksilön piirteiden ja median käytön välillä) on lähempänä käyttötarkoitustutkimusta, sillä se tutkii, miten ihmiset tyydyttävät joukkoviestinnän avulla tarpeita, jotka nousevat yksilöiden ominaisuuksista tai yhteiskunnan ominaisuuksista. Mediamaisema ei siis synnytä näitä tarpeita, vaikka sillä onkin vaikutuksensa siihen, millä tavoin yksilö voi tarpeitaan tyydyttää.

4.2. Neljä tapaa lähestyä yhteisömediaa

Carpentier ym. (2003) esittävät neljä tapaa, jolla yhteisömedioiden olemusta voidaan kuvailla ja käsitellä. He eivät tarkastele yksittäisiä joukkoviestimiä, vaan käsittelevät kaikkia medioita

yhtenä kokonaisuutena, jonka merkitystä yhteiskunnalle he arvioivat. Tutkijoiden ajatus on, että nykyisin yhteisömediat nähdään vain valtavirtamedian vastustajana, jolloin niiden tehtäväkenttä kaventuu kamppailuun muiden medioiden hegemonisia diskursseja vastaan. Samalla yhteisömediat menettävät osan omasta monipuolisesta identiteetistään. Tämän vuoksi Carpentier ym. ovat kehittäneet oman näkemyksensä yhteisömedioista *juurakkona* ja pyrkivät näin pois vanhasta vastakkainasettelusta.

Ensimmäisessä lähestymistavassa painotetaan yhteisömedioiden kykyä *palvella yhteisöä*. Tähän liittyvät jo aiemmin mainitsemani ominaisuudet, kuten kaikille yhteisön jäsenille annettu mahdollisuus ilmaista mielipiteensä julkisesti, jolloin myös tunnustetaan, että nämä asiat ovat riittävän merkittäviä yleiseen keskusteluun. Erityisesti vähemmistöön jäävät ja aliarvostetut ryhmät saavat yhteisömedian kautta äänensä kuuluviin, jolloin niiden identiteetti vahvistuu.

Toinen lähestymistapa näkee yhteisömediat *vaihtoehtona valtavirtamedioille*. Tällaisista vaihtoehtoisista pienmedioista käytetään myös useita muita nimityksiä, ja useimmiten ne voidaan luokitella yhteisömedioiksi, toisinaan taas ei. Pääpiirteissään vaihtoehtoisuus tarkoittaa sitä, että yhteisömediat toimivat itsenäisesti ja erillään markkinavoimista, jolloin muodot ja sisällöt ovat usein valtavirtamedioita moninaisempia. Lisäksi yhteisömedioissa kanssakäyminen tapahtuu yleensä vaakasuorassa suunnassa vertaisilta vertaisille, kun taas valtavirtamedioissa se on pystysuoraa. Carpentier ym. (emt, 56) kuitenkin muistuttavat, että se, mikä nyt nähdään vaihtoehtoisena, voi jonakin toisena aikana olla valtavirtaa.

Kolmas lähestymistapa liittää yhteisömediat *osaksi kansalaisyhteiskuntaa*. Yhteisömediat nähdään kolmantena tekijänä yksityisessä omistuksessa olevien ja julkisten, valtion omistamien medioiden lisäksi. Yhteisömedioista on kansalaisyhteiskunnalle hyötyä, koska niiden avulla kansalaiset voivat ilmaista itseään ja osallistua julkisuuden tuottamiseen. Samalla kansalaiset oppivat vaikuttamisen taitoja ja heistä voi tulla entistä aktiivisempia osallistumaan muihinkin yhteiskunnan toimintoihin.

Neljäs, Carpentierin ym. suosima lähestymistapa kuvaa yhteisömediat *juurakoksi (rhizome)*. Juurakko on epälineaarinen, anarkistinen ja nomadinen. Juurakon kaltainen yhteisömediakenttä ylittää rajoja ja muodostaa yhteyksiä kuilujen yli. Se rakentaa yhteyksiä myös kaupallisiin ja julkisiin viestimiin, joten sitä ei voida kutsua niiden täydelliseksi vastakohtaksi, mutta yhteyksistä huolimatta se säilyttää itsenäisyytensä. Yhteisömediat ovat selvästi joustavampia ja liikkuvampia kuin kaupalliset tai julkiset mediat. Juurakkona yhteisömediat muodostavat risteyksiä, joissa erilaiset ihmiset voivat kohdata toisensa.

Carpentier ym. (emt, 65) toteavat, että yksikään näistä lähestymistavoista ei toimi yksinään. Jotta yhteisömedioista saisi tarpeeksi kattavan kuvan, kaikkia lähestymistapoja tulee käyttää yhdessä. He kuitenkin painottavat juurakkoajatuksen tärkeyttä useasta eri syystä. Ensinnäkin se lähestyy kohdettaan yhteiskuntakeskeisesti, kun taas monet aiemmat teoriat käsittelevät asiaa mediakeskeisesti. Toiseksi siinä yhteisömedioita määrittäviksi elementeiksi muodostuvat kompleksisuus ja hankala tavoitettavuus. Ajattelutapa näkee yhteisömediat yhdistävänä tekijänä eri järjestöjen ja niihin kuuluvien ihmisten välillä. Kolmanneksi juurakkomalli poistaa jäykän erottelun yhteisömedioiden ja valtavirtamedioiden/kaupallisten medioiden/julkisten medioiden välillä. Näin yhteisömediat eivät eristy yksin omaan nurkkaansa, vaan ne saavat tilaa yhteistyölle muiden toimijoiden kanssa.

Ongelmallista Carpentierin ym. teoriassa on, että he esittelevät neljä lähestymistapaa rinnakkaisina, mutta antavat silti yhdelle enemmän painoarvoa kuin muille. En omassa työssäni arvota näitä eri lähestymistapoja, vaan käytän niitä kutakin omanlaisenaan työkaluna.

4.3. Yleisötutkimuksen mahdollisuudet

4.3.1 Median käyttö on tarpeiden tyydytystä

Pääasiallinen pyrkimykseni tässä tutkimuksessa on selvittää, miksi ihmiset lukevat pienlehtiä. Tavoite viittaa käyttötarkoitustutkimukseen (*uses and gratifications research*), 1940-luvulla Yhdysvalloissa alkunsa saaneeseen tutkimussuuntaukseen, joka etsii syitä joukkoviestinnän käytölle. Se syntyi eräänlaisena vastareaktiona MCR-perinteelle (*mass communication research*), joka tutki, miten joukkoviestintä vaikuttaa yleisöön. MCR-tutkimus perustui kausaalijatteluun, jonka mukaan tietty joukkoviestinnän sisältö saa ihmiset käyttäytymään tietyllä tavalla. Käyttötarkoitustutkimus puolestaan uskoo, että ihmiset käyttävät viestimiä aktiivisesti tyydyttääkseen joitakin tarpeitaan. He eivät siis ole ainoastaan passiivisia, vaikutuksen alaisia kohteita. Toisaalta myös käyttötarkoitustutkimus voidaan nähdä luonteeltaan kausaalisenä, mikäli tietyt tarpeet johtavat tiettyjen joukkoviestinnän tuotteiden käyttämiseen ja joukkoviestintä johtaa tarpeiden tyydyttymiseen, joten se on näin myös johdannainen MCR-perinteestä. (Kunelius 1997; Pietilä 1997.)

Alkaessaan 1940-luvulla käyttötarkoitustutkimus ei vielä etsinyt käytön taustalla olevia tarpeita, vaan kuvaili käyttötarkoitusten luonnetta. Tätä selvitettiin laadullisen tutkimuksen avulla, ja haastattelut olivat strukturoimattomia. Tunnettu esimerkki on Herta Herzogin tutkimus radion saippuasarjojen kuuntelijoista. Herzog tutki aihetta ensin haastattelujen avulla, mutta laajensi tutkimustaan myöhemmin kvantitatiivisella lomakekyselyllä, koska halusi tietää, kuinka suuri osa kuuntelijoista koki saavansa ohjelmista apua ongelmien

ratkaisuun. (Herzog [1944]1995.) Laadullinen tutkimusmalli ei saanut kovin pitkäkestoista suosiota, sillä se näytti 1950-luvulla kadonneen kokonaan. 1960-luvulla käyttötarkoitustutkimus oli kuitenkin jälleen muodikasta, mutta muuttui pitkälti kvantitatiiviseksi tutkimukseksi, jota toteutettiin lomakekyselyjen avulla. Kyselyssä vastaaja sai valita käyttötarkoitusten listasta itselleen sopivat. Tällöin myös tarpeet tulivat tutkimussuunnan hallitsevaksi elementiksi. Tutkimus pyrki selvittämään tietynlaisten ihmisten ja tietynlaisten käyttösyiden yhteyksiä. Yritettiin myös päästä käsiksi ihmisten tiedostamattomiin käyttösyihin.

Pietilän (1997, 199) mielestä käyttötarkoitustutkimus ei sisällä kunnan teoriaa, vaan teoreettisen hahmotelman. Tutkimussuuntaan liittyykin joitakin ongelmia, joista sitä on kritisoitu. Sen pohjaoletuksena on silti yhä, että ihmiset käyttävät joukkoviestimiä tyydyttääkseen tarpeita, jotka nousevat joko ihmisen ominaisuuksista tai yhteiskunnan ilmiöistä. Näin voidaan päätellä, että samankaltaisessa elämäntilanteessa olevat ihmiset luultavasti käyttävät viestimiä tyydyttääkseen samoja tarpeita, esimerkiksi yksinäiset saavat viestimistä seuraa itselleen. Kunelius (1997, 104) kirjoittaa, että "tarpeet syntyvät ainakin osin niistä tyydytyksen vajauksista, joita [ihmisten] sosiaalinen asema ja sen mahdollisuudet luovat". Käyttötarkoitustutkimus olettaa, että ihmiset valitsevat seuraamansa median järkipäisesti sekä päämäärien ja tarpeiden mukaisesti. Lisäksi oletuksena on, että ihmiset tiedostavat omat tarpeensa ja pystyvät ilmaisemaan ne ja että tarpeiden tyydyttäminen määrittää viestinnän seuraamista enemmän kuin kulttuuriset ja esteettiset tekijät. (Pietilä 1997; Kunelius 1997; McQuail 2000.)

Käyttötarkoitustutkimuksen tarpeet jaetaan yleensä neljään ryhmään. McQuailin ym. nimeäminä ne ovat seuraavat (ks. Kunelius 1997; McQuail 2000):

(1) *Irtiotto tai ajanviete* sisältää arjen pakenemisen eli eskapismin sekä huomion kääntämisen pois omista ongelmista ja paineiden purkamisen.

(2) *Henkilökohtaisia suhteita* media voi ylläpitää ainakin kahdella tavalla. Yksinäiselle televisio pitää seuraa, ja sarjojen henkilöihin sekä ohjelmien juontajiin luodaan samankaltaisia suhteita kuin oikeisiin henkilöihin. Lisäksi viestimien sisällöistä keskustellaan ystävien ja tuttavien kanssa, jolloin ne, jotka eivät ole välineitä seuranneet, voivat jäädä ulkopuolisiksi.

(3) *Identiteetin uusintamiseen* viestimet liittyvät monella tavalla. Joukkoviestinnän sisältö voi muistuttaa ihmistä jostakin häneen itseensä liittyvästä asiasta tai hän voi samastua johonkin mediassa esiintyvään ihmiseen tai hahmoon, jolloin käyttäjä saa myös uusia välineitä oman

elämänsä ilmaisemiseen. Lisäksi viestimet jatkuvasti uusintavat ja vahvistavat yhteiskunnan arvomaailmaa.

(4) Lisäksi viestimien avulla tietenkin *tarkkaillaan ympäristöä ja hankitaan tietoa*. Ihmiset saavat mediasta tietoa elinympäristöstään ja siinä tapahtuvista muutoksista.

Pienlehtiä koskeva tutkimukseni pohjautuu käyttötarkoitustutkimukseen, koska haluan tietää, miksi ihmiset lukevat pienlehtiä ja mitä hyötyä tai iloa niistä on heille – toisin sanoen mitä he tekevät lehdellä. Palaan ikään kuin tutkimussuunnan alkulähteille, koska pääosa aineistostani on hankittu fokusryhmäkeskustelun avulla ja täydennän sitä lomakekyselyllä. Lomakekyselyssä yksi kysymyksistäni on toteutettu tavanomaisen kvantitatiivisen käyttötarkoitustutkimuksen tapaan: siinä on lueteltu käyttötärpeita, joista vastaaja voi valita itseään kuvaavat. Toisaalta en pysty työssäni pätevästi osoittamaan, että samankaltaisessa elämäntilanteessa olevat ihmiset käyttäisivät pienlehtiä samojen tarpeiden tyydyttämiseen. Voin todeta vain sen, mihin tarkoitukseen Kangasalan Ratsastajiin kuuluvat hevosharrastajat yleensä käyttävät pienlehteään. En mielelläni puhu tarpeista, koska joukkoviestinnän käyttämisen syyt eivät mielestäni ole rinnastettavissa fysiologisiin tarpeisiin. Käyttösyö on tässä tilanteessa kuvaavampi sana, vaikkakin jollakin tapaa kankea. Olen kuitenkin tuloksia analysoidessani eritellyt henkilökohtaisia käyttösyitä McQuailin mallin mukaan. Lisäksi tarkastelen lehden merkitystä sitä julkaisevan yhdistyksen kannalta. Tutkin kohdettani hiukan laveammalta alalta kuin perinteinen käyttötarkoitustutkimus, koska tarkastelen esimerkiksi lehden tekijöiden mielipiteitä sekä lukijoiden käsitystä journalismista.

4.3.2. Käyttötarkoitustutkimuksen kritiikkiä

Käyttötarkoitustutkimusta on vuosien varrella kritisoitu monella tapaa. Kriitikoiden mukaan tutkimus ei ota huomioon sitä, miten ihmiset tulkitsevat ja merkityksellistävät joukkoviestintien sisältöjä eikä sitä, millä tavalla viestinten käyttäminen koetaan. Lisäksi kyselyjen tulokset eivät välttämättä heijasta todellisuutta, vaan ihmiset voivat vastata niihin tavalla, jonka kokevat hyväksytyksi. Ei ole varmaa, ilmaisevatko käyttötarkoitustutkimusta varten kehitetyt käyttösyöt niitä tarpeita, joihin niiden kuvitellaan liittyvän. On myös kyseenalaista, ovatko ihmiset tietoisia siitä, mitä tarkoitusta varten he käyttävät viestimiä.

Nämä kohdat voivat varmasti muodostua ongelmiksi, jos tutkimuksessa tukeudutaan ainoastaan lomakkeen avulla toteutettuun kyselyyn. Olen omassa tutkimuksessani pyrkinyt poistamaan tai ainakin lieventämään joitakin ongelmakohtia käyttämällä menetelmänä fokusryhmäkeskustelua. Tällöin valittavana ei ole valmiita käyttösyitä, vaan ne muodostuvat keskustelun edetessä. Tosin suurin osa keskustelijoista oli aiemmin täyttänyt

kyselylomakkeen, joten he olivat nähneet joitakin valmiiksi muotoiltuja syitä. Keskustelun aikana oli mahdollista tarkkailla, miten ihmiset kokivat lehden käyttämisen sekä kuinka he tulkitsivat sen sisältöjä.

On totta, että käyttötarkoitustutkimus ei aina tutki yksittäisten tekstien merkityksellistämistä, mutta se ei mielestäni ole tämän tyyppisen tutkimuksen tarkoituskaan. Toisaalta Herzogin ([1944]1995) tutkimuksessa nähdään melko selvästi, kuinka kuuntelijat antavat kuunnelmille merkityksiä oman elämänsä pohjalta. Keskustelujen käyttäminen metodina ei välttämättä poista sitä vaaraa, että haastateltavat vastaavat tavalla, jonka kokevat yleisesti hyväksytyksi – saati sitä, että ihmiset eivät välttämättä ole tietoisia todellisista käyttösyistään. Se kuitenkin antaa lisää mahdollisuuksia vastausten tulkittamiseen kvantitatiiviseen tutkimukseen verrattuna.

Käyttötarkoitustutkimusta kritisoidaan myös siitä, että se voi tuottaa kehäpäätelmiä. Käyttösyöt johdetaan tarpeista ja tarpeet johdetaan käyttösyistä, jolloin uutta informaatiota ei saada. Pietilän (1997, 201–202) mukaan tästä kehästä voidaan päästä irti vain, jos pystytään empiirisesti osoittamaan tilanteita, joissa syntyy tarpeita ja joissa viestintää käytetään tyydyttämään näitä tarpeita. Olen analyysiosuudessa osoittanut keskustelujen perusteella muutamia tilanteita, joissa Kannus-lehteä käytetään tyydyttämään esimerkiksi rentoutumiseen, tiedonsaantiin tai sosiaalisiin suhteisiin liittyviä tarpeita.

McQuail (2000, 389) toteaa, että ihmisten median käyttöä ei voi kunnolla ennakoida, sillä suuri osa siitä on tilannekohtaista ja heikosti motivoitua. Median käyttö on tulosta yhteiskunnan voimista, henkilökohtaisesta historiasta ja välittömistä olosuhteista. Mieltymien, sisältöjen valinnan ja niiden arvioinnin välille on vaikea löytää riittävää yhteyttä. McQuailin mukaan teoria käyttötarkoituksista toimii parhaiten silloin, kun käyttämisen motivaatio on suuri, esimerkiksi kun sisällössä on kyse politiikasta, uutisista tai erotiikasta. Hän sanoo, että ihmiset tekevät havaintoja eduista, joita median käytöllä heille on, ja antavat arvon näille eduille. Yleisö erittelee tyydytykset, joita on etsinyt mediasta ja tyydytykset, jotka on todellisuudessa saanut, ja päättää median käytöstään näiden havaintojen perusteella.

4.3.3. Käyttötarkoitustutkimus nykytutkimuksessa

Kvalitatiivisen metodin kautta käyttötarkoitustutkimuksen periaatteita on soveltanut myös Virpi Ekholm pro gradu -tutkielmassaan vuodelta 2002. Hän tutkii laadullisen haastattelututkimuksen avulla, mitä Hyvä Terveys -lehden tilaajat saavat lehdestä itselleen. Ekholm yhdistää tutkimukseensa myös etnografisen yleisötutkimuksen tavoitteita ja osin

metodejakin, sillä hän pyrkii tutkimaan, miten lukijat käyttävät lehteä välineenä arjessaan ja miten lehden sisällöt liittyvät heidän jokapäiväisiin kokemuksiinsa.

Antropologiasta viestinnän tutkimukseen kotiutunutta etnografista tutkimusta on tällä alalla käytetty lähinnä television katselun tutkimiseen joitakin poikkeuksia lukuun ottamatta. Yleisöetnografian ajatuksena on tutkia viestimien käyttöä ihmisten arjen keskellä, ja tyypillisimmillään se toteutetaan osallistuvan havainnoinnin avulla, mutta Pietilän (1997, 315) mukaan havainnointi on viestinnän tutkimuksessa ollut harvinaista jopa lyhytaikaisena. Viestinnän arkikokemuksia on tutkittu lähinnä haastattelujen avulla. Yleisöetnografian pyrkimyksenä on ottaa huomioon viestinnän käytön sosiaaliset kontekstit ja tutkia, miten ihmiset kokevat oman suhteensa joukkoviestintään. (Ekholm 2002.)

Ekholm on toteuttanut etnografista metodologiaa tutkimuksessaan siten, että hän on haastatellut lukijat heidän kotonaan arjen keskellä ja tuonut haastattelutilanteeseen lehtiä selailtavaksi, jolloin lukukokemus on haastattelussa konkreettisemmin läsnä. Hän toteaa (emt, 19), että käyttötarkoitustutkimuksessa ja yleisöetnografiassa on yhtäläisyyksiä, vaikkakin niiden menetelmät, painotukset ja teoreettiset pohdinnat eroavat toisistaan. Ekholm viittaa perusteluissaan muun muassa Pietilään ja Lulliin, joiden mukaan molemmissa tutkimussuuntauksissa kyse on siitä, millainen suhde yleisöllä on joukkoviestimiin ja mitä viestimet merkitsevät ihmisille heidän arjessaan. Ekholm ei kuitenkaan lisää tähän mitään omaa näkemystään.

Analyysissään Ekholm löytää terveystiedon lukemiseen kolme käyttösyyden ryhmää: tieto, identiteettityö ja nautinto. Syyt käyvät yhteen edellä lueteltujen McQuailin syyden kanssa, mutta joukosta puuttuvat henkilökohtaisiin suhteisiin ja sosiaalisuuteen liittyvät syyt. Ekholm toteaa, että terveystiedon lukeminen kuuluu pääasiassa yksityiselle alueelle. Tiedonhankinnan alla Ekholm luettelee neljä erilaista syytä. Lehteä luetaan tiedon itsensä vuoksi, koska sen avulla pysyy ajan tasalla ja saa uutta tietoa. Tähän liittyy myös uteliaisuus. Toiseksi lehdestä etsitään konkreettisia, omaan elämään sovellettavia vinkkejä ja ohjeita. Osa lukijoista saa myös ammatillista hyötyä, jos he työskentelevät tai ovat työskennelleet terveyteen liittyvillä aloilla. Neljänneksi lukija voi terveystiedon avulla saavuttaa turvallisuuden ja elämänhallinnan tunnetta, sillä tieto hoitomahdollisuuksista ja toisten selviytymisestä sairauksista helpottaa omaan terveydentilaan liittyvää epävarmuuden tunnetta.

Myös identiteettityön ryhmään Ekholm listaa neljä syytä. Lehden avulla voi jäsentää ja käydä läpi omia elämäkokemuksiaan silloin, kun lehti kertoo muiden ihmisten samankaltaisista

tilanteista. Lehti voi myös peilata lukijan ajatuksia ja arvoja, jolloin lukija saa vahvistuksen sille, että hänen omat ajatuksensa ovat hyväksyttäviä. Kolmanneksi lukija voi identifioitua terveystieteiden lukijoiden ryhmään. Neljänneksi terveystieteiden lehti voi liittyä lukijan sosiaaliseen identiteettiin eli käsitykseen siitä, millainen hän on muiden silmissä. Tällöin lukija voi esimerkiksi lehden avulla esiintyä terveystieteiden tuntijana ystäväpiirissään ja saada näin hyväksyntää. Nautintoa lehti luo useimmiten silloin, kun sen parissa rentoudutaan työpäivän jälkeen. Lehti on kiiltävien sivujen ja värikuvien myös ylellisyystavara, ja esimerkiksi kolumnit voivat tuottaa mielihyvän tunnetta.

Näiden käyttösyiden lisäksi Ekholm erittelee haastatteluaineistosta mielipiteitä, joita hän nimittää käänteisiksi käyttötarkoituksiksi. Ne tulevat esiin silloin, kun lukija ei saa lehdestä mitään itselleen ja lehden jutut ärsyttävät tai jäävät lukematta. Käänteiset käyttötarkoitukset perustelevat varsinaisia käyttötarkoituksia. Ensimmäinen näistä on se, että lehti ei anna uutta tietoa, vaan kertaa vanhaa. Kääntöpuolena on uuden tiedon jano. Toiseksi lukijoita ärsyttävät liian vaativat neuvot ja ohjeet, kun taas hyödylliset neuvot ovat todellinen käyttösyö. Kolmas käänteinen syy on etäisyys omaan elämäntilanteeseen, jolloin todellinen syy on oman elämän peilaaminen. Neljänneksi lehti voi herättää ahdistavia tunteita silloin, kun käsiteltävään aiheeseen liittyy lukijan omia traumoja. Kääntöpuolena lienee rentoutuminen ja mielihyvä, toisaalta myös oman elämän peilaaminen, vaikkei Ekholm tätä pohdikaan.

Omassa tutkimuksessanikin on piirteitä yleisöetnografiasta, koska pyrin muiden kysymysten ohessa selvittämään, millainen asema pienlehdellä on lukijan maailmassa ja miten sitä luetaan suhteessa muihin lehtiin. En kuitenkaan pidä etnografista tutkimusta tärkeänä suunnannäyttäjänäni, vaikka olenkin tuonut keskustelutilaisuuksiin lehtiä tutkittavaksi ja ottanut selvää siitä, millä tavoin ja kuinka paljon lehteä luetaan. Olen esimerkiksi pyytänyt keskustelijoita kertomaan, milloin he alkavat lukea postissa tullutta lehteä ja säilyttävätkö he vanhoja lehtiä. Keskustelutilanteet eivät kuitenkaan edes yrittäneet simuloida aitoa lehdenlukutilannetta. Yksi päämääristäni on silti sama kuin etnografiassa: tutkia, millainen suhde lukijalla on lehteensä.

5. Kohti empiriaa

5.1. Tutkimukseni päämäärät

Empiirinen tutkimuskohteeni on Kangasalan Ratsastajat ry:n Kannus-lehti. Lehti on minulle tuttu, koska olen toiminut sen päätoimittajana nyt noin kaksi vuotta. Päätoimittajana kokoaan ja taitan lehden sekä pidän yhteyttä kirjoittajiin. Tätä ennen lehteä ei kasattu taitto-ohjelmalla,

vaan se tehtiin käsittääkseni kirjoittajien lähettämistä tekstitiedostoista tulostamalla ja kopiaimalla, jolloin lehden ulkonäkö oli melko kirjava.

A5-kokoinen Kannus ilmestyy neljä kertaa vuodessa ja yhdessä numerossa on keskimäärin 40 sivua. Ratsastusseuraan kuuluu noin 300 jäsentä, ja Kannus lähetetään noin 270 talouteen sekä vajaalle 30 yhteistyökumppanille. Lehti sisältää sekä tiedotteita ja kilpailutuloksia että erityyppisiä juttuja esimerkiksi seuran tapahtumista ja muista hevosalaan liittyvistä asioista, erityisesti paikallisesta näkökulmasta. Vuoden 2004 alusta alkaen Kannuksessa on ollut nelivärikannet, aikaisemmin kannet painettiin harmaasävyisenä värilliselle paperille.

Lehti tehdään täysin vapaaehtoistyönä eli kukaan ei saa palkkioita. Pääosin lehteen kirjoittavat seuran hallituksen jäsenet, jotka ovat muutenkin aktiivisia seuran toiminnassa. Toisinaan lehden tekijät kokoontuvat pohtimaan lehden sisältöä ennen sen ilmestymistä, toisinaan taas keskustelevat asiasta sähköpostitse. Lisäksi joskus pyydetään juttuja muilta seuran jäseniltä ja toisinaan juttuja tarjotaan lehteen. Käytännössä kaikki tarjotut jutut hyväksytään, mikäli niissä ei ole selvää mainontaa. Myös minä kirjoitan silloin tällöin juttuja sekä yleensä pääkirjoituksen. Kannuksessa julkaistaan myös ilmoituksia.

Olen tutkinut pääasiassa lehden lukijoiden ajatuksia, mutta jonkin verran myös aktiivisen tekijäjoukon mielipiteitä. Yhdistän laadullisen ja määrällisen tutkimusotteen käyttämällä aineiston hankintaan lomakekyselyä ja fokusryhmäkeskusteluja. Aineiston analyysissä käytän apuna Hollanderin hahmottelemaa teoreettista kehystä.

Pyrin tässä tutkimuksessa vastaamaan pääasiassa seuraaviin kysymyksiin:

1. Millainen merkitys pienlehdellä on lukijalleen? – Miten lehteä luetaan suhteessa muihin lehtiin? Mitä lukijat saavat lehdestään? Mitkä asiat koetaan lehden kiinnostavimmaksi anniksi? Miten ulkonäkö vaikuttaa lehden käyttöön? Entä miten lehden tekijät kokevat tuotoksensa merkityksen ja millä perusteilla lehteä tehdään?

2. Miten pienlehti luo tai ylläpitää yhteisöllisyyttä ja identiteettiä? – Kokevatko yhdistyksen jäsenet yhteisöllisyyttä ja mikä vaikutus lehdellä on asiaan? Millä muilla tavoin jäsenet viestivät ja millainen on heidän mediamaisemansa? Mikä vaikutus yhteisöllisyydelle olisi, jos seuran lehti/viestiminen siirtyisi verkkoon? Onko olemassa ratsastusseuralaisen identiteetti ja miten se ilmenee?

3. Voidaanko pienlehtien sisältöä kutsua journalismiksi? – Miten asian kokevat lehtien lukijat, entä tekijät? Onko pienlehti vaihtoehtojulkisuutta? Millaista julkisuutta paikallinen pienlehti tuottaa?

5.2. Lomakekysely

5.2.1. Kysely käytännössä

Halusin ensin kartoittaa Kannuksen lukijoiden mielipiteitä kyselylomakkeella, joka olisi kaikkien seuran jäsenten saatavilla. Toivoin tällä keinolla saavani vastauksia myös sellaisilta ihmisiltä, jotka eivät ole kovin aktiivisesti mukana seuran toiminnassa, koska lehdellä saattaa olla heille toisenlainen merkitys kuin aktiivijäsenillä. Haastatteluihin tällaisia passiivisia jäseniä voi olla vaikea saada. Helpoin ja edullisin tapa toimittaa kysely jäsenille oli liittää se osaksi lehteä. Nelisivuinen (A5) lomake ilmestyi lehden keskiaukeamalla joulukuussa 2004 (liite 1).

Päänvaivaa aiheutti lomakkeen palautuksen järjestäminen, koska minulla ei ollut käytössäni varoja vastauslähetysten maksamiseen. Päätin lopulta järjestää kyselylle palautuslaatikoita Kangasalan neljälle suurimmalle tallille, joista kolme on ratsastuskouluja ja yksi karsinapaikkoja yksityisille vuokraava ratsastuskeskus. Lisäksi annoin vastaajille mahdollisuuden palauttaa lomakkeen postitse omalla kustannuksellaan. Näin ne, jotka käyttävät suurten tallien palveluja, saattoivat tuoda lomakkeen samalla matkalla ilman ylimääräisiä kustannuksia, ja myös niillä, jotka eivät suurilla talleilla käy, oli mahdollisuus palauttaa lomake, jos viitsivät kustantaa postimerkin. Palautusmenetelmän avulla myös tutkittiin sitä, kuinka aktiivisia Kannuksen lukijat ovat osallistumaan lehteä koskevaan toimintaan, sillä vastaaminen vaati tällä tavalla enemmän vaivaa kuin esimerkiksi verkkolomakkeen täyttäminen. Vastaamisen houkuttelevuuden lisäämiseksi järjestin arvonnän, johon eräs hevostarvikeliike lahjoitti noin 80 euron arvoisen palkinnon. Lahjoitus järjestyi seuran hallitukseen kuuluvan jäsenen suhteiden avulla.

Lomakkeessani oli 21 kysymystä, joista useimmat olivat strukturoituja. Puoliavoimilla kysymyksillä pyysin vastaajaa vain antamaan joitakin numerotietoja ja nimeämään lehtiä tai juttuja, koska halusin, että lomakkeeseen olisi mahdollisimman helppo ja nopea vastata. Kysyin lomakkeella lehden lukemistottumuksista, arvioita lehden laadusta ja sen merkityksestä, seuran toimintaan ja hevosharrastukseen osallistumisesta ja muiden medioiden seuraamisesta. Yhteen kysymykseen muotoilin käyttötarkoitustutkimuksen oppien mukaisesti syitä lehden lukemiseen, joista vastaaja sai valita enintään kolme sellaista, jotka koki omikseen.

5.2.2. Kyselyn onnistuminen

Lehti, jonka osana kyselylomake oli, postitettiin 266 yksityistalouteen. Osaan talouksista kuuluu useampia seuran jäseniä. Noin kolmen viikon pituisen vastausajan kuluessa palautuslaatikoihin tuotiin yhteensä 14 täytettyä lomaketta ja minulle postitettiin kaksi. Tämän jälkeen muistutin asiasta seuran sähköpostilistalla, jota lukee jäsenistä vain pieni osa, muutama kymmenen. Muistutuksen jälkeen lomakkeita palautettiin 8 lisää ja yksi ihminen vastasi kysymykseen sähköpostitse. Otin myös tämän vastauksen mukaan analyysiin, joten kyselyyn vastasi lopulta 25 seuran jäsentä. Vastausprosentti jäi siis alle 10:n. Alhaiseen aktiivisuuteen vaikuttivat varmasti kokeellinen palautusmenetelmä ja joulunaika. Lisäksi olin ilmoittanut, että palautuslaatikot ovat tallien ilmoitustauluilla, mutta loppujen lopuksi kaikki niistä jouduttiin kiinnitysvaikeuksien takia siirtämään muualle, ehkä huomaamattomampaan paikkaan.

Olin alun perin toivonut hiukan suurempaa vastaajamäärää, mutta uskon, että tämäkin tulos antaa suuntaa siitä, mitä lukijakunta ajattelee. Toisaalta vastaajamäärä on tutkimustulos jo itsessään, sillä se näyttää, kuinka suuri osa jäsenistä on riittävän sitoutuneita seuratoimintaan ja kiinnostuneita lehdestä nähdäkseen vastaamisen ja palauttamisen vaivan. Vastaajista seitsemän kuului tai on kuulunut seuran hallitukseen ja muistakin useat olivat aktiivisia seuratoiminnassa, mutta mukaan mahtui onneksi myös taustalla olevia "rivijäseniä". Kuusi vastaajaa ilmoitti, että ei osallistu seuran toimintaan muutoin kuin maksamalla jäsenmaksun. Vastaajista kaksi oli miehiä ja loput naisia. Miehiä oli siten suhteellisesti jopa aavistuksen enemmän kuin jäsenistössä ylipäättään.

Kyselyyn vastanneista vain 6 oli alle 18-vuotiaita, vaikka koko jäsenmäärästä noin puolet on juniori-ikäisiä. Tämä oli minusta erikoista, koska luulin nuorten olevan innokkaita kyselyjen täyttäjiä ja kuvittelin arvannon palkinnon vetoavan nimenomaan heihin. Toisaalta kyselyyn vastasivat erityisesti seuran toiminnassa muutenkin aktiiviset henkilöt, ja nuoret harvoin osallistuvat seuran pyörittämiseen samalla tavoin kuin aikuiset, vaikka käyvätkin esimerkiksi kilpailuissa ja tapahtumissa. He eivät välttämättä koe seuratoimintaa kovin läheiseksi itselleen. Vastaajista 4 oli 19–25-vuotiaita, 8 sijoittui välille 26–35 ja 7 oli 36–55-vuotiaita. Yksikään yli 55-vuotias ei vastannut kyselyyn.

Kyselyn jälkeen järjestin kolme fokusryhmähaastattelua, koska pelkkään lomakekyselyyn luottaminen olisi tutkimuksessani arveluttavaa paitsi siksi, että vastaajien lukumäärä oli suhteellisen alhainen, myös siksi, että lomakkeen avulla on vaikea saada selville vastausten taustoja ja siten syvällisempää tietoa aiheesta. Lomakevastauksiin vaikuttaa mielipiteen

lisäksi konteksti, jossa vastaus annetaan. Kontekstista on mahdotonta sanoa mitään lomakkeen perusteella, mutta haastattelussa sen vaikutusta voi arvioida. Kyselyllä voi myös olla vaikea päästä käsiksi ihmisten todellisiin mielipiteisiin, koska ne harvoin ovat valmiina odottamassa paperille kirjoittamista, vaan mielipiteiden muodostuminen on monimutkainen prosessi, johon saattaa saada kosketuksen fokusryhmäkeskustelun avulla. (Waterton & Wynne 1999.)

5.3. Fokusryhmäkeskustelut

5.3.1. Ryhmien kokoonpano

Saadakseni taustoja lomakekyselyn tuloksille syvensin empiiristä tutkimustani kolmella fokusryhmäkeskustelulla (liite 2). Olin pyytänyt kyselylomakkeella vastaajia kertomaan, ovatko he halukkaita osallistumaan keskustelutilaisuuksiin, ja sain tätä kautta muutamia osallistujia. Ensimmäiseen ryhmään pyysin kuitenkin aktiivisesti lehden tekemiseen osallistuneita henkilöitä, jotta saisin kartoitettua myös tekijäporukan näkökulmaa. Tässä ryhmässä oli viisi keskustelijaa. Toiseen ryhmään pyysin kyselylomakkeella suostumuksensa antaneita yli 20-vuotiaita lukijoita. Parin peruutuksen jälkeen tässä ryhmässä oli neljä keskustelijaa, joista osa oli kirjoittanut Kannukseen satunnaisia juttuja, mutta eivät olleet aktiivisia lehden tekijöitä.

Kolmanteen ryhmään halusin saada alle 18-vuotiaita nuoria, koska heitä on noin puolet yhdistyksen jäsenistä, mutta syystä tai toisesta vain muutama oli palauttanut kyselylomakkeen. Nuorten löytäminen osoittautui kuitenkin hiukan hankalaksi, koska minulla oli itselläni kontakteja vain harvoihin nuoriin, ja eivätkä hekään saaneet mukaan kavereitaan. Lopulta sain internetin keskustelupalstan kautta ja toisten seuran jäsenten suosituksen avulla kolme noin 15-vuotiasta tyttöä keskusteluun. Fokusryhmät koostuivat siis erilaisista ihmisistä ja räätälöin keskustelujen aihepiirit kunkin ryhmän mukaan. Ryhmiä ei siten voi suoraan verrata toisiinsa, vaan halusin saada mahdollisimman kattavaa aineistoa.

Järjestin ryhmäkeskustelut satunnaisen työnantajani Kangasalan Sanomien tiloissa keskellä Kangasalan kirkonkylää ja tarjosin osallistujille palkkioksi kahvia ja pullaa. Nauhoitin keskustelut ääninauhoille, jotka myöhemmin litteroin. Videonauhoitusta en halunnut käyttää, koska se tuntui liian vaivalloiselta ja olisi aiheuttanut keskustelijoille enemmän jännitystä ja kenties ujostelua kuin ääninauhuri. Tutkimuksessani pääasioita ovat kuitenkin mielipiteet eikä elekieli.

5.3.2. Fokusryhmäkeskustelun taustaa

Yhteiskuntatieteellisessä tutkimuksessa käytettiin fokusryhmäkeskusteluja selvittämään mielipiteiden taustoja jo 1940-luvulla. Kuitenkin jo 1950-luvulla määrällinen tutkimusote korvasi ryhmäkeskustelut, ja ne tulivat uudelleen muotiin vasta 1980-luvulla, silloin ensin markkinointitutkimuksessa. Nykyisin tämä metodi on palannut myös yhteiskuntatieteisiin. (Lunt & Livingstone 1996; Kunelius 1997; Pietilä 1997.)

Fokusryhmäkeskustelun perusteella ei ole tarkoitus osoittaa syy-seuraussuhteita eikä tehdä tilastollisia päätelmiä, vaan parhaimmassa tapauksessa se simuloi jokapäiväistä keskustelua, jossa merkityksiä rakennetaan (Lunt & Livingstone 1996). On vaikea arvioida, pääsinkö omissa keskusteluissani siihen, että puhe olisi ollut enemmän keskustelua kuin vastauksia kysymyksiin, mutta ainakin paikoin keskustelu alkoi elää omaa elämäänsä alkuperäisestä kysymyksestä välittämättä, mikä mielestäni oli hyvä merkki niin kauan kuin se ei täysin eksynyt aiheesta.

Olisin voinut fokusryhmäkeskustelun sijaan valita aineistokeruumenetelmäkseeni myös yksilöhaastattelut, mutta koin, että ryhmäkeskustelun avulla voin saada haastateltaviltani enemmän tai ainakin toisenlaista informaatiota kuin tavallisissa haastatteluissa. Yhteisöllisyyttä ja identiteettiä koskevat teemani ovat hankalia käsitellä, joten ajattelin, että ryhmässä keskustelijat saavat tukea toisiltaan, ja keskustelun kuluessa esiin voi tulla sellaisia näkökulmia, joita minäkään en ole tullut ajatelleeksi. Lisäksi tuntui luontevalta valita ryhmäkeskustelu tutkimukseen, joka jo lähtökohdiltaan käsittelee ihmisryhmää.

5.3.3. Arvioita fokusryhmäkeskustelujen onnistumisesta

Olen pääosin tyytyväinen ryhmäkeskustelujen sujumiseen. Kaksi ensimmäistä tuottivat runsaasti materiaalia (noin 90 minuuttia ja noin 75 minuuttia). Kolmas, nuorille järjestetty keskustelu jäi lyhyemmäksi (vajaa 30 minuuttia). Olisin toivonut tähän hiukan lisää keskustelevuutta ja laveampia vastauksia kysymyksiini. Minulle jäi tunne, että heillä ehkä olisi ollut enemmänkin sanottavaa, mutta he eivät syystä tai toisesta halunneet kertoa kaikkea. Yritin esittää runsaasti tarkentavia kysymyksiä ja sain selville nuorten ajatusmaailman suuret linjat, mutta yksityiskohdat jäivät salaisuuksiksi. En osaa sanoa, oliko syynä paikan ja tilanteen vieraus, motivaation puute vai kenties jokin heidän omaan elämäänsä liittyvä, keskustelun ulkopuolinen seikka.

Asetelmani oli kaikissa keskusteluissa sellainen, että keskustelijat tunsivat toisiaan enemmän tai vähemmän. Heillä oli siis jo ennen keskustelua muutakin yhteistä pohjaa kuin seuran

jäsenyyttä, joten keskusteluasetelmien rakentamista ei tarvinnut aloittaa aivan alusta. Itsekin kuuluin samaan joukkoon heidän kanssaan, koska olin lehden toimittajana ollut aktiivisen seuraporukan kanssa tekemisissä ja joukossa oli myös sellaisia, joihin olin tutustunut muualla. Uskonkin, että heidän vapaaehtoiseen osallistumiseensa vaikutti se, että olin heille tuttu jo etukäteen. Lisäksi nuoret, joihin minulla ei ollut henkilökohtaista kosketusta etukäteen, tiesivät minun toimittavan lehteä ja heillä varmaankin oli minusta jonkinlainen lehden perusteella luotu mielikuva.

Waterton & Wynne (1999, 139) toteavat, että fokusryhmän voi nähdä paikkana, jossa jatkuvasti neuvotellaan identiteeteistä, ja ulkopuolinen tutkija voi saada ryhmän luomaan itselleen identiteetin, jota muutoin ei syntyisi. Minusta onkin kiinnostava nähdä, mitä voin päätellä ratsastusseuralaisen identiteetistä ryhmäkeskustelun perusteella. En kuitenkaan usko, että minun läsnäoloni sai aikaan erityistä identiteettiprosessia keskusteluun osallistujien välillä, koska en varsinaisesti ollut ulkopuolinen, vaan yksi seuran toimintaan osallistuvista henkilöistä. Vaikutusta saattoi kuitenkin olla sillä, että keskustelijat joutuivat tietoisesti pohtimaan suhdettaan seuraan, joten jonkinlaista identiteetin rakentumista luultavasti tapahtui.

5.3.4. Reliabiliteetti ja validiteetti

Laadullisessa tutkimuksessa reliabiliteettia ja validiteettia ei voida osoittaa yhtä tarkasti kuin määrällisessä tutkimuksessa. Fokusryhmäkeskusteluissa tulosten validius näkyy siinä, että metodi tuottaa rikasta ja monipuolista dataa. Reliabiliteetti voidaan osoittaa esimerkiksi silloin, kun keskusteluissa saavutetaan kylläisyyspiste eli uutta tietoa ei enää saada, vaan ryhmäkeskusteluissa esiin tulevia asioita on käsitelty jo aikaisemmin. (Lunt & Livingstone 1996.) Tällaista mittaria ei minun tutkimuksessani voida käyttää, koska ryhmien määrä oli suhteellisen pieni. Pyrinkin ryhmissäni lähinnä mahdollisimman monialaiseen tietoon kutsumalla niihin erilaisia ihmisiä. Jotkut asiat tosin tulivat esiin kahdessa tai kaikissa kolmessa ryhmässä, joten näissä kohdin tuloksiin on helppo luottaa. Pyrin myös lisäämään tutkimukseni uskottavuutta yhdistämällä määrällisen ja laadullisen metodin.

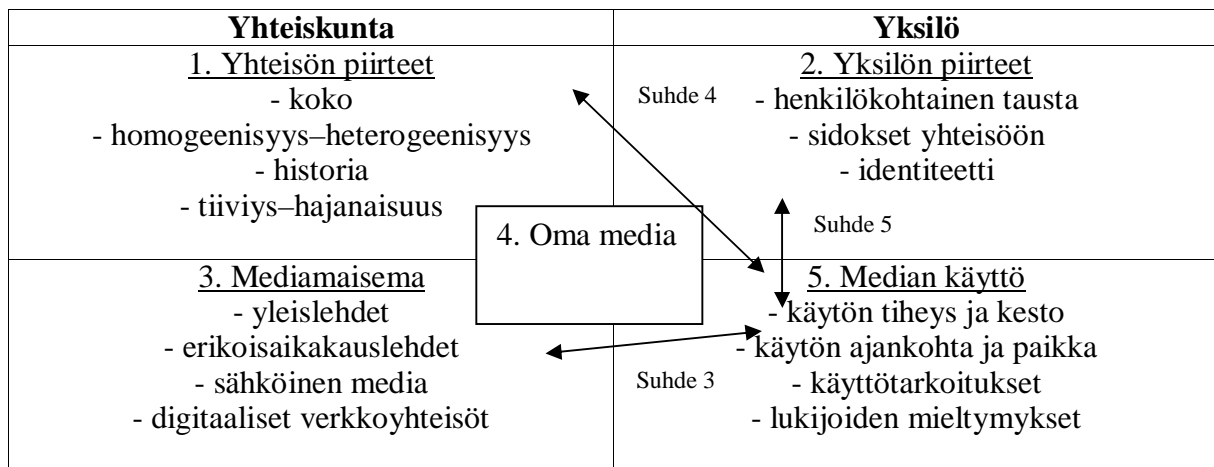
Waterton & Wynne (1999, 128) painottavat, että laadullisen tutkimuksen validiutta arvioidessa kyse on luottamuksesta tutkijaan. Yritänkin analyysin ohessa mahdollisimman hyvin selvittää, miten olen tuloksiini päätenyt.

6. Kannus-lehden merkitys ratsastusseuralle ja sen jäsenille

Käytän analyysissäni apuna Hollanderin (2002) teoreettista kehystä, jonka esittelin luvussa 2.6. Tarkastelen aineistoani Hollanderin kehyksen neljän eri osa-alueen avulla, mutta olen

muokannut kaaviota omaan tarkoitukseeni sopivaksi ja lisännyt sen keskelle uuden alueen: yhteisön oman median. Tämä asettuu kuvion sisälle osin päällekkäin yhteisön piirteiden, sen mediamaiseman ja jäsenten median käytön kanssa. Yhteisön oma media siis ikään kuin rakentuu muista osa-alueista. Jäsenten henkilökohtaisten ominaisuuksien kanssa sillä on vähiten tekemistä, mutta oma media liittyy kuitenkin jäsenten yhteisöllisiin sidoksiin. Olen myös muokannut osa-alueiden kuvauksia paremmin omaan tutkimuskohteeseeni soveltuviksi.

Muokatun kaavion alueita ovat siten yhteisön ominaisuudet, sen jäsenten ominaisuudet, yhteisöä ympäröivä mediamaisema, yhteisön oma media ja jäsenten median käyttö. Kaavioon lisäämäni nuolet kuvaavat sitä, kuinka osa-alueet 1–3 kukin vaikuttavat omalla tavallaan yksilön median käyttöön. Kyse on Hollanderin mainitsemista suhteista 3–5. Yhteisön oma media on niin kiinteästi yhteydessä muihin osa-alueisiin, etten tässä tutkimuksessa analysoi erikseen sen suhdetta median käyttöön, vaikka lehden ominaisuuksilla toki siihen onkin vaikutusta. Oman median ja median käytön suhde käynee ilmi muista tuloksista. Hollanderilla oma media onkin ilmeisesti sisältynyt median käyttöön, mutta olen selkeyden vuoksi tehnyt siitä oman erillisen alueensa.



Kuvio 4. Yhteisön oma media sijoittuu kuvion keskelle ja on olennainen osa kaikkia neljää aluetta.

Olen eritellyt litteroiduista fokusryhmäkeskusteluista kohdat, joissa käsitellään kutakin näistä viidestä osa-alueesta. Analyysini pääpaino on fokusryhmäkeskusteluissa, mutta laadullisen analyysin ohessa kerron, millä tavalla lomakekyselyn tulokset suhteutuvat fokusryhmäkeskustelujen antiin.

Ensimmäisessä alaluvussa esittelen yksitellen osa-alueet 1–4 ja käyn melko suoraviivaisesti läpi, millaisia ominaisuuksia Kangasalan Ratsastajiin, sen jäseniin, yhdistystä ympäröivään mediamaisemaan ja sen omaan lehteen Kannukseen liitetään. Myöhemmissä alaluvuissa käsitelen kaavioon nuolilla merkittyjä suhteita, aloittaen yhteisön ominaisuuksien ja median

käytön välisestä suhteesta ja edeten osa-alueiden mukaisessa numerojärjestyksessä. Lopuksi tarkastelen vielä aineiston valossa sitä, millainen suhde pienlehdellä on journalismiin.

6.1. Yhteisö, jäsen, mediamaisema ja oma media

6.1.1. Yhteisö - Kangasalan Ratsastajat ry

Kangasalan Ratsastajat ry on vuonna 1983 perustettu ratsastusseura, joka kuuluu Suomen ratsastajainliittoon. Seurassa on noin 300 jäsentä, joista puolet on alle 18-vuotiaita ja puolet aikuisia. Suurin osa jäsenistä on naisia, vaikka miesharrastajienkin lukumäärä on kasvussa. Miespuolisia jäseniä on kuitenkin yhä vain parikymmentä. Seura järjestää vuosittain noin kymmenen ratsastuskilpailua ja lisäksi valmennusta sekä muita tapahtumia, esimerkiksi tutustumiskäyntejä, syksyisen matkan ja pikkujoulut. Toiminnan järjestäminen on pitkälti yhdistyksen hallituksen vastuulla, tosin hallitus pyrkii jatkuvasti saamaan aktiiviseen toimintaan mukaan uusia ihmisiä. Jako aktiivisiin hallituksen jäseniin ja passiivisiin "rivijäseniin" näkyy myös ryhmäkeskusteluissa.

2D: Sellanen, jolla on tiivis, tai käsitykseni mukaan suht tiivis sellanen pieni piiri, joka hommaa pyörittää, ja sitten on sellasii rivijäsenii, jotka lukee Kannusta ja... kattelee...

2C: Nii ehkä... mulle tuli ihan sama mieleen, et on se tietty, ei ny voi sanoo et sisäpiiri, mutta tämmönen ydinporukka, joka ehkä sitten pitää sitä seuraa pystyssäkin, että... vaikka toisaalta jokainen jäsenhän on tärkeä, että tota... että myöskin ne jotka vaan hiljaa lukee Kannusta, niin on yhtä tärkeitä, mutta siis silleen, seuran kannalta, että... Mut ehkä se jakaantuu jotenkin just sillain että aktiiviset ja ei-niin-aktiiviset.

Tosin keskusteluissa tulee ilmi myös ennakkoluulo siitä, että toimintaa pyörittävä joukko olisi pysynyt vuosikausia täysin samana. Näin ei kuitenkaan ole, vaan porukka on hiljalleen jatkuvasti uudistunut. Tätä pidetään hyvänä merkinä, koska samalla seuran toimintaan tulee uusia ideoita, mutta keskusteluissa todetaan silti, että liikaa aktiivisia jäseniä ei koskaan ole, ja mahdollisimman paljon ihmisiä olisi hyvä saada toimintaan mukaan. Kuitenkin kaikki jäsenet koetaan seuralle yhtä arvokkaina.

2A: Niin, no sie on varmaan paljon just sie ydinporukassa ollu tää sama... tai samoja henkilöitä vuosikausia, että tietysti ois varmaan ihan hyvä vetää siihen jotain uuttakin porukkaa vähän lisää mukaan.

2B: Se on aika paljon uudistunu siis loppujen lopuks...

2A: Ai jaa.

2B: Enhän määkään sie kauheen kauan oo ollu. Et nyt sie on

väkimäärä vaihtunu. Mut että siis enemmänki sinne... Mäkin sillai puolivahingossa jouduin, ku ei ollu kauheesti ihmisiä innokkaita tarjolla, niin tota... huomasin istuvani siellä, mutta tota... siis paljon sie on vaihtunu, et toki enemmänkin varmaan tarvitaan vaihtelua, et tulee koko ajan uusia ideoita, minkä takia ihmiset jaksaa olla.

2A: Niin, no ehkä se on sitten kumminkin aika pieni määrä sitä porukkaa, jotka sie on pysynyt pitempään.

2B: Nii, sie on joku kolme neljä semmosia jotka on ollu tosi kauan.

—

1C: Joo, kyllä hallituksen pitää olla siinä mielessä aktiivinen, että se myöskin on... kehittää aktiivisesti sitä omaa porukkaansa ja kattoo, että... kyllä joka vuosi pitäis saada joku uus...

1D: Onhan meillä hallitus, kun mietin tässä viis vuotta taaksepäin, ei hallituksessa oo muita kun puheenjohtaja ja minä, jotka on ollu viis vuotta aikasemmin, eli nyt tässä viiden vuoden aikana hallitus on uudistunu... ja... okei, sitä aikasemmin on ollu... eli kyl meillä jatkuvasti on ollu vaihtuva kuitenkin, sanotaan että suuremmalta osalta.

Kun pyysin ryhmiä kuvailemaan, minkälainen seura Kangasalan Ratsastajat on, sana *aktiivinen* mainitaan pari kertaa. Aktiivisuus näkyy siinä, että seura järjestää vuosittain useita kilpailuja, mutta sen lisäksi myös muita tapahtumia ja pyrkii ottamaan myös nuorison huomioon toiminnassaan. Myös oma lehti on aktiivisuuden merkki, sillä kaikilla seuroilla sellaista ei ole. Seuran hallitukseen kuuluvat jäsenet kuvailevat seuraa myös edistysmieliseksi ja jatkuvasti kehittyväksi sekä demokraattiseksi. Toimintaa kuvataan yrittäjähenkiseksi, määrätietoiseksi ja pitkäjänteiseksi, sillä muuten oman kilpailukentän ja toimitilarakennuksen rakentaminen ei olisi onnistunut. Lisäksi seura koetaan suvaitsevaiseksi, sopuisaksi ja lämminhenkiseksi. Tavanomaisia erimielisyyksiä suurempia riitoja ei ole, uudet ihmiset otetaan lämpimästi mukaan toimintaan ja uusia ideoita kuunnellaan avoimesti. Naapuriseurojen kanssa ollaan hyvissä väleissä ja tehdään yhteistyötä. Väkinen ei ketään voi pakottaa mukaan toimintaan, mutta ne jotka tulevat, saavat kokea itsensä tarpeellisiksi ja kaivatuiksi. Tämän on huomannut myös eräs keskustelija:

2C: Ja kuitenkin sitten, kun on sinne menny, niinkun ruvennu aktiiviseks, niin tota, enemmän tai vähemmän, niin tota, sen kuitenkin huomaa, että siellä tavallaan, et se on se sunkin panos tärkeä, että... että... sä et oo mikään turha ihminen sit kuitenkaan siellä, että... Tai silleen kiva huomata semmonen.

Toisaalta Kangasalan Ratsastajat on hajanainen yhdistys. Jo nimikkokunta Kangasala on pinta-alaltaan suuri ja lisäksi seurassa on jäseniä myös ympäristökunnista. Lomakekyselyyn

vastanneista 12 asui Kangasalla, 9 Tampereella, 2 Pirkkalassa, 1 Turussa ja 1 Sahalahdella, joka on vuoden 2005 alusta kuulunut Kangasalaan. Seuralla ei ole yhtä omaa kotitallia, jolla kaikki jäsenet kävisivät, vaan Kangasalan alueella on useita isoja talleja sekä lukemattomia pieniä yksityisiä talleja. Siten ei ole mahdollista, että kaikki seuran jäsenet voisivat tuntea tai tavata toisensa. Eräs keskustelija kuvaakin yhdistystä osuvasti pirstaleiseksi ja levällään olevaksi.

6.1.2. Jäsenten suhde seuraan

Hajanaisuuden toinen puoli on, että seuran jäseniin kuuluu kaikenlaisia ihmisiä. Kukaan keskustelijoista ei keksi jäsenille muuta yhdistävää tekijää hevosharrastuksen lisäksi. Eräs pitkään seuran toiminnassa mukana ollut keskustelija toteaa, että nykyisin jäsenistö on laajalaisempaa kuin aiemmin.

ID: Sillon joskus aikanaan, kun mä tulin ratsastusseuraan mukaan, musta tuntuu että tuolla esimerkiksi Wääksyssä, siellä ei ollu kun tuomareita ja tohtoreita. Niin jollakinlailla aikamoinen kynnys...

Tästä sitaatista näkyy, kuinka hevosharrastus on tullut vuosien myötä yhä tasa-arvoisemmaksi. Aikanaan sitä pidetty rikkaiden ja hyväosaisten harrastuksena, mutta nykyisin ratsastus käsitetään lähinnä kaikille sopivaksi liikunta- ja elämyslajiksi. Tämän perusteella voidaan katsoa, että mikäli aikaisemmin hevosharrastajan identiteetti on ollut lähellä Hallin (2002) modernia sosiologista identiteettiä, jossa identiteetin keskus liittyy erityisesti luokka-asemaan, siitä on ainakin osittain päästy eroon. Hevosharrastajan identiteetti lienee nykyään lähempänä postmodernia useiden identiteettien sarjaa.

Koostumuksensa vuoksi seuran on hankalaa toimia yhtenä suurena yhteisönä, vaan se hajoaa useampiin pienempiin ryhmiin. Samalla tallilla käyvät ihmiset muodostavat omat ryhmänsä, luultavasti myös samanikäiset pitävät yhteyttä toisiinsa. Tämä näkyy myös seuran yhteisissä tilaisuuksissa, joissa eri talleilla käyvät ihmiset eivät välttämättä ole tekemisissä toistensa kanssa. Ne jäsenet, jotka käyvät kilpailuissa joko kilpailijoina tai talkootyöntekijöinä, voivat tutustua toisiinsa siellä, mutta mikäli ei käy yleisellä tallilla eikä tapahtumissa, ei välttämättä tunne juurikaan muita seuraan kuuluvia ihmisiä. Vaikka seuran sisällä syntyykin ystävyys-suhteita, ne eivät välttämättä ulotu hevospriirin ulkopuolelle.

PH: Pidätteks te muuten yhteyttä tämmösiin seuran kautta tuntemiinne ihmisiin kun talleilla ja kisoissa? Niinkun vapaa-aikana muuten kun seuran tapahtumissa?

2B: Joo, mä pidän yhteyttä.

2C: No mä en oikeestaan, et ne kehen pitää muuten yhteyttä niin ei sitten kuulu KaRaan, että... tai no, kaikki hevosten yhteydessä tapahtuva, niin ehkä sitten semmosessa sitte on.

2A: Noo mä en juuri, eipä siinä paljon lisättävää oo. Että tietysti justiin jos sovitaan jotain juttuja etukäteen tai muuta tämmöstä, niin näihin tiettyihin tilanteisiin liittyen sitten on tekemisissä.

Hevosharrastus näyttää olevan oma saarekkeensa muun elämän sisällä. Eräs keskustelijoista totesi, että ei edes tiedä monen seuran jäsenen ammattia. Tuttavuudet eivät etene kovin henkilökohtaiselle tasolle, vaan keskustelu liittyy hevosiin ja seuratoimintaan. Tallillakin ystäväystyminen on vaikeaa, koska myös hevoset ovat tavallaan ystäviä ja vaativat oman huomionsa. Hevosharrastus on hyvin aikaavievää etenkin silloin, kun harrastajalla on oma hevonen. Se vaatii päivittäin useita tunteja huolenpitoa, ja vaikka vertaiskontaktit ovat harrastuksessa tärkeitä, niille ei välttämättä jää aikaa, koska myös perhe ja työt on hoidettava.

1A: [...]Että nyt, tuo tallillakin kun käy, siinä menee varmaan kaks kolme vuotta, et sä niinku kunnolla ystäväystyt jonkun kanssa, ehkä se voi johtua sit minustakin, mut, ja varmasti siitä, mut että on se silti vaikee, kun siin on aina se hevonen tai kaks hevosta välissä ja näin, että...

1D: Jos se hevosen hoitaminen ja harrastaminen sen hevosen kanssa vie suurimman sen osan ajasta...

Koska seura ei ole tiivis yhteisö, yksittäisen jäsenen suhde seuraan voi jäädä löyhäksi. Kyselyyn vastanneista 6 henkilöä eli 24 prosenttia ilmoitti osallistuvansa seuran toimintaan vain maksamalla jäsenmaksunsa. Eniten mainintoja saivat kilpailuihin (13 kpl), talkoisiin (12 kpl) ja seuran järjestämiin tapahtumiin (14 kpl) osallistuminen. Koska kyselyyn vastasivat pääosin ne, jotka ovat muutenkin aktiivisia toimijoita seurassa, uskon, että pelkkiä jäsenmaksun maksajia on kaikista jäsenistä huomattavasti suurempi osuus, luultavasti jopa suurin osa. Kuitenkin suurin osa kyselyyn vastanneista kertoi tapaavansa muutamia muita seuran jäseniä vähintään kuukausittain, mutta melkein yhtä moni myös viikoittain. Ilmeisesti muita seuraan kuuluvia tavataan talleilla.

Keskusteluissa monet nimesivät yhdeksi tärkeäksi seuraan kuulumisen syyksi mahdollisuuden osallistua kilpailuihin, sillä ilman minkään seuran jäsenyyttä ei voi osallistua virallisiin kilpailuihin. Myös seuran lehti houkutteli jäseneksi, samoin valtakunnallisen liiton tarjoamat jäsenedut, joihin kuuluvat esimerkiksi tapaturmavakuutus ja alennukset joistakin palveluista ja kaupoista. Toisaalta tärkeäksi mainittiin myös yksinkertaisesti halu kuulua seuraan.

3A: Niin, pystyy kisaan ja sitte tota... saa jotain etuja ja... tai sillai ja... On se kiva kuulua johonkin. (naurua)

Kaikki keskustelijat totesivat, että seuraan kuuluminen on tärkeää. He voisivat jatkaa hevosharrastustaan, vaikka eivät kuuluisi ratsastusseuraan, mutta toisaalta eivät haluaisi erota seurasta, ellei se olisi käytännön syistä välttämätöntä. Silloinkin seura luultavasti vain vaihtuisi toiseen asuinpaikan muutoksen myötä.

Ryhmäkeskusteluissa kävi ilmi, että aktiiviseksi toimijaksi ryhtyminen vaatii yleensä selvää pyyntöä tai kaveria, jonka kanssa lähteä mukaan. Yksin ei ole helppoa lähteä tuntemattomien joukkoon. Toisaalta ryhmän mukana voi lähteä mukaan toimintaan, vaikka sen sisältö ei välttämättä kiinnostaisikaan todella paljon. Ihmiskontaktit näyttävät olevan erittäin tärkeä osa seuratoiminnan viehätystä, mutta jäsenille on helpointa, mikäli kontaktit on saatu jotakin muuta kautta ennen talkooporukkaan lähtemistä.

2D: Se oli se porukka varmaan, johon mä en saanu aikaseks osallistuu. Mä tota... mull oli se kun Herttualassa oli porukka, niin se veti mukaan, mä olin sitten... kyl mää jonkun verran aloin sit oleen niissä kisoissa, jotain liputuksii sun muuta, alue- sun muissa. Ei ny silleen, mutta kun porukka veti mukaansa, sit ku se porukka hävis sun muuta, niin sit mä vaan luin jostain Kannuksesta, että jaa, tos ois tollanen liikuntavuoro, saankohan mä aikaseks lähtee - no en mää saanu. (nauraa)

2B: Olisit vaan saanu...

2C: Mut se on se porukan, tai muiden ihmisten vaikutus on ehkä aika suuri siinä, että jos sull on kaveri, jonka kanssa meet, niin on paljon helpompaa, että tuskin mäkään olisin ilman 2A:ta lähteny niinkun noin paljoo mukaan tommosiin, et ku on semmonen kaveri, kenen kanssa voi niinkun mennä, niin, ettet sä oo ihan yksin kuitenkaan että, tai sitten se, että, et sua pyydetään mukaan, niin se on jotenkin sitten se kynnyks alenee, se on helpompaa lähtee, et jos ei kukaan pyydä ja sä et oikein tiedä, että kehen sä ottasit yhteyttä ja viiittiksä sitten ottaakaan yhteyttä kehenkään, niin... ja vielä kun ei oo ketään porukkaa, et minkä kanssa menis, niin se on aika vaikeeta silleen yksinään lähtee.

Toisaalta ryhmä 1:n keskustelussa tuli esille myös se, että ratsastus ei lajina ole samalla tavalla yhteisöllinen kuin joukkuelajit tai yleisurheilu, jossa yksi keskustelijoista oli ollut mukana. Ratsastusseurassa ei hänen mukaansa ole samanlaisia lämpimiä suhteita ja tiivistä yhteistyötä. Tiiviiden suhteiden luominen on vaikeaa myös siksi, että porukalla on yhteistä tekemistä suhteellisen harvoin ja nämäkään hetket eivät kestä kovin kauan.

1A: Kyllä, varmaan, ja reenit oli, leirejä oli, et oltiin yötä, siis jossakin kouluissa ja näin, että oli kisamatkoja ja leirejä ja kaikenlaista ja sielä oli semmosta hauskaa ja...

Toisten tapaamiseen sopivien tilanteiden puutteen huomaa siitäkin, että molemmat aikuisille järjestämäni keskustelutilaisuudet jatkuivat vielä kauan varsinaisen tutkimuskeskustelun päätyttyäkin, vaikka osallistujilla olisi ollut tilaisuus lähteä. Yhteistä puhuttavaa siis riitti, ja näytti siltä, että sille ei ollut muuta, sopivampaa tilaisuutta. Eräs toinen ryhmä 1:n keskustelija kuitenkin lisäsi, että kilpailuja järjestävällä porukalla on huumorilla höystettyä yhteishenkeä, joka tekee talkootyöstä nautittavaa.

Seuraan kuulumisella on merkitystä erityisesti kilpailutilanteissa, joissa on paikalla muidenkin seurojen jäseniä. Lähtölistasta tai tuloluettelosta voi seurata, ketkä kuuluvat omaan seuraan ja ketkä ovat "vieraita" ja kuinka oman seuran jäsenet pärjäävät.

2C: Niin, tavallaan just se, että kun kiinnittää huomiota kaikkiin muihin, jotka on karalaisia, et aina niinku se KaRa hyppää sieltä, et sen huomaa heti et kuka on karalainen ja sitten ehkä siit sitä kautta tai siis silleen niinku tulee sitten just ajateltua, et kun itekin on, niin sitten muutkin karalaiset jostain tuloksista esimerkiks huomaa.

Tunne omasta jäsenyydestä tulee myös silloin, kun lukee lehdestä jostakin toisesta seurasta kertovaa juttua tai osallistuu toisen seuran järjestämään tapahtumaan. Luulisin, että konkreettinen "karalaisuuden" tunne on myös niillä, jotka ovat järjestämässä kilpailuja, joihin osallistuu jopa noin sata ratsastajaa muista seuroista. Tästä ei keskusteluissa eksplisiittisesti puhuttu, mutta puheesta käy ilmi, että omista kisoista ollaan ylpeitä ja että KaRa haluaa erottautua toiminnallaan muiden seurojen joukosta. Seuran tekee oman tuntuiseksi myös se, että tutuista ihmisistä useampi kuuluu siihen kuin toisiin seuroihin. Toisin kuin aiemmin arvelin, jonkinlainen ratsastusseuralaisen identiteetti näyttää siis olevan olemassa, vaikkakaan se ei ehkä ole kovin vahva ja tulee esiin yleensä vain joissakin hevoselämään liittyvissä tilanteissa. Toisten seurojen jäsenet ovat "vieraita" ja "muita", vaikka seurojen kesken on harvoin jyrkkiä vastakkainasetteluja. Halukkaat voivat korostaa seuran jäsenyyteen liittyvää identiteettiään myös pukeutumisella, koska seura myy omia takkejaan, joihin on painettu seuran logo.

Monista puheenvuoroista käy ilmi, että seuraan kuulumista pidetään merkityksellisenä, joten ratsastusseuralaisen identiteettiä on pidettävä täysin konkreettisena ilmiönä. On kuitenkin muistettava, että nämä huomiot koskevat niitä jäseniä, jotka osallistuvat johonkin seuratoimintaan edes kilpailujen yleisönä. Passiivisemmilla jäsenillä identiteetin tunne on luultavasti melko heikko. Eräältä seuran hallituksen jäseneltä sain kuitenkin hyvinkin vahvasta seuraan liittyvästä identiteetistä kertovan vastauksen, kun kysyin, milloin keskustelijat tietoisesti ajattelevat olevansa KaRan jäseniä.

2B: Mmm. Mää ajattelen jostain syystä sitä niinkun aina. Tai en mää aina, mutta siis tosi paljon. Mä vertailen koko ajan seuroja. (nauraa) On se ehkä nyt sitäkin, että sitten kun tuo KaRan hallituksessa istuu, niin se niinkun on jotenkin sillai enemmän läsnä se asia mielessä.

Keskustelija viittaa jäsenyyteensä seuran hallituksessa, ja onkin ymmärrettävää, että hallitukseen kuuluva seuralainen tiedostaa jäsenyytensä erityisen hyvin, sillä hallitus pääosin vastaa toiminnan pyörittämisestä. Tällöin jäsen on niin kiinteä osa seuraa, että kokee sen varmasti osaksi itseään.

Oman seuran sisällä jäseniä erottelevia tekijöitä ovat erityisesti ikä ja se, omistaako henkilö hevosen vai ratsastaako ratsastuskoulun hevosella tai esimerkiksi hoitohevosellaan. Nämä seikat tulevat kiinnostavasti esille, kun ryhmässä 2 pohdittiin, miltä tuntuu osallistua aikuisena kilpailuihin ratsastuskoulun hevosella. Keskustelijoista pari totesi, että ennen kilpailemisen aloittamista tuntui, että on hyväksyttävämpää kilpailla omalla hevosella kuin lainahevosella. Heistä oli aluksi tuntunut, että vain lapset kilpailevat ratsastuskoulun hevosilla. Toisaalta keskustelijat päätyvät siihen tulokseen, että ikäkään ei kerro kaikkea. Kolmikymppiset ratsastajat voivat suuntautua eri asioihin.

2D: Mä oon ihan selvästi tuleva tätiratsastaja. (nauraa) Ei kilpailullisia tavoitteita, ihan kiva maastoilla, mielellään jos ei hypättäis.

2C: No mullon taas päinvastoin, että ehkä... ehkä niinkun must ei tule ainakaan tätiratsastajaa vielä pitkään aikaan (naurua).

Toisaalta nekin, jotka eivät liitä itseensä 2D:n luettelemia tätiratsastajan ominaisuuksia, sanovat tuntevansa itsensä täti-ikäiseksi tallilla, jossa monet kävijöistä ovat lapsia ja nuoria. Nuorten ryhmässä keskustelijat määrittelevät itsensä tuntiratsastajiksi, hevosten hoitajiksi ja jopa orjaksi – pilke silmäkulmassa tosin, mutta tämäkin kuvaa omalla tavallaan jakoa nuorten ja aikuisten, omistajien ja hoitajien välillä. Vaikka hevosharrastus on siis tullut viime aikoina mahdolliseksi lähes kaikille, harrastuksen sisällä kaikki eivät ole tasa-arvoisia. Hallitukseen kuuluvilla jäsenillä on seurassa eniten valtaa, vaikka kaikilla onkin mahdollisuus vaikuttaa. Hevosenomistajat taas koetaan usein ylempi-arvoisiksi, vakaviksi harrastajiksi. He ovat sitoutuneet harrastukseen hankkimalla hevosen ja arvostukseen saattaa vaikuttaa myös se, että hevosen ylläpito vaatii jonkin verran varallisuutta.

Lomakekyselyyn vastanneista 40 prosentilla on oma hevonen. Lähes kaikki loput eli 52 prosenttia hoitavat tai ratsastavat muiden hevosia, ja 60 prosenttia harrastaa ratsastusta ratsastuskoulussa. Ratsastuskoululla saattavat ottaa tunteja myös oman hevosen omistajat. Yli

80 prosenttia vastaajista käy hevostapahtumissa ja seuraa hevosaiheita medioista. Kolmen vastaajan ammatti liittyy hevosalaan.

6.1.3. Mediamaisema

Nykyinen joukkoviestinten tarjonta on niin runsasta, että kaikkea ei voi mitenkään seurata, vaan jonkinlaista valintaa on tehtävä omien kiinnostusten mukaisesti. Olen tutkimuksessani kartoittanut hiukan myös sitä, millaisia muita medioita Kangasalan Ratsastajien jäsenet käyttävät. Lomakekyselyssä kaikki vastaajat kertovat katsovansa televisiota. Vähintään 80 prosenttia vastaajista lukee säännöllisesti valtakunnallista tai maakunnallista sanomalehteä ja jotakin aikakauslehteä sekä kuuntelee radiota. 64 prosenttia lukee paikallislehteä ja noin puolet käyttää säännöllisesti internetiä. 76 prosenttia vastaajista ilmoittaa lukevansa kirjoja.

Hevosiin liittyvää tietoa lähes kaikki hakevat erikoisaikakauslehdistä, joiden puoleen kääntyvät ilmeisesti myös ne, jotka eivät lue näitä lehtiä säännöllisesti. Tärkeitä tiedonlähteitä ovat myös internet, kirjat, opettaja tai valmentaja sekä tuttavat. Selvästi vähemmän hevosharrastajia asiantiedon lähteinä palvelevat sanomalehdet, radio ja televisio, vaikka televisiostakin ilmoittaa saavansa tietoa 46 prosenttia vastaajista.

Keskusteluryhmissä todettiin, että hevosurheilusta kirjoitetaan melko harvoin muissa kuin alan omissa lehdissä. Raveista kirjoitetaan enemmän kuin ratsastusurheilusta, mutta joidenkin mielestä ravitkin ovat melko vähän julkisuudessa siihen nähden, kuinka paljon rahaa lajin ympärillä pyörii. Harrastajamäärän lisääntyessä myös ratsastukseen liittyvien juttujen määrä on saattanut lisääntyä, mutta ainakin ryhmässä 2 keskustelijat olivat sitä mieltä, että jutut liittyvät hevosiin vapaa-ajan harrastuksena, eivät kilpaurheiluna. Jopa kilpailujen tuloluettelot puuttuvat usein.

2A: Nii, ehkä se enemmän kiinnostaa ihmisiä harrastuksena kuin kilpailulajina siis yleensäkin, että...

2C: Aivan.

2A: Vanhemmat ihmiset varsinkin tykkää harrastaa, mut ehkä kun ei oo ite kiinnostusta kisoihin, niin ehkä ne ei välttämättä oo niin kiinnostuneitakaan sitten niistä kisoista...

2C: ...kisajutuista.

Samassa ryhmässä muisteltiin, millaisia hevosjuttuja Aamulehdessä on viime aikoina ilmestynyt, ja huomattiin, että niitä on loppujen lopuksi ollut useita. Ne ovat kuitenkin olleet feature-tyyppisiä juttuja, joissa kerrotaan esimerkiksi tallin joulusta tai haastatellaan nuorta paikallista kilparatsastajaa, eikä niissä välttämättä ole ollut harrastajille mitään uutta tietoa.

Ryhmissä 1 ja 2 mainitaan molemmissa Aamulehden julkaisemat jutut kangasalalaisesta yli 30-vuotiaasta Katesba-hevosesta. Katesbasta kirjoitettiin muutamia kertoja sen vanhuusvuosina, ja se menehtyi kevättalvella 2005, joten jutut olivat jääneet keskustelijoiden mieleen. Keskustelijoista monet sanoivat lukevansa kaikki muissa lehdissä julkaistut hevosjutut, koska niihin törmää niin harvoin. Vaikka jutuilla ei juuri ole harrastajille tiedollista arvoa, niistä ei ole myöskään liemmin pahaa sanottavaa.

3A: Ne on semmosia... hmmm... ne on ihan... ne on.. semmosia asiallisia. Tai... en minä tie.

3B: Niin ne kertoo just ne asiat sillai päällisin puolin vaa.

3A: Ni.

PH: Aha. Onks ne teidän mielestä hyviä juttuja, muissa lehdissä kun hevoslehdissä?

3B: No, joo.

3A: On ne ihan, ne on sillai että tyhmäkin ymmärtää. (naurua)

Hevosharrastajat siis olettavat, että yleislehtien lukijat ovat hevosasioiden suhteen ”tyhmiä” eli heille ei asioita kannata selittää pikkutarkasti, vaan sopivan selkeästi, jotta he varmasti ymmärtävät. Harrastajat itse taas haluaisivat saada mahdollisimman tarkkaa tietoa, jolloin he joutuvat kääntymään alan erikoislehdistön puoleen. Yleislehtien jutut luetaan, koska niissä on kiinnostava aihe, mutta niitä ei suinkaan lueta sen vuoksi, että niistä saataisiin omaa harrastusta koskevaa tietoa. Hevosharrastajista näyttää olevan luonnollista, että yleislehtien hevosjutut suunnataan jollekin muulle kuin heille, eivätkä he ehkä siksi vaadi kovin painokkaasti omien intressiensä mukaisia juttuja. Yleislehdille hymistellään tyyliin: ”ne nyt ovat tuollaisia”.

Mahdollisesti juuri tämän vuoksi erilaisten pienlehtien verkosto näyttää olevan laaja erityisesti hevosharrastuksen parissa. Pienlehtiä julkaistaan myös muiden eläinharrastusten piireissä, mutta kyselyn ja ryhmäkeskustelujen perusteella niitä ei esiinny paljonkaan muissa urheilulajeissa, ellei seurojen tiedotteita lasketa mukaan. Pienlehdet ovat selvästi tarpeellisia, sillä keskustelijoiden mielestä samoja asioita, joita esimerkiksi Kannuksessa julkaistaan, ei ole muissa lehdissä. Ainoastaan osa tiedotuksista on samoja kuin muissa hevosalan lehdissä, ja joskus samoista kilpailuista kertovia juttuja voi olla muualla, mutta silloinkin näkökulma on erilainen.

60 prosenttia lomakekyselyyn vastanneista kertoo lukevansa jotakin muuta pienlehteä Kannuksen lisäksi. Enimmillään muita pienlehtiä mainitaan kolme. Useimmiten lehdet ovat

muiden hevosharrastusyhdistysten julkaisuja. Myös muihin lemmikkieläimiin liittyvät lehdet saavat mainintoja, samoin esimerkiksi taide- ja luontoharrastuksiin liittyvät. Näiden lisäksi mainitaan mm. sosiaalialan yhdistysten lehtiä ja poliittisiin ja uskonnollisiin järjestöihin liittyvät lehdet.

Ryhmäkeskusteluissa esiintyy joitakin puheenvuoroja, joissa muiden seurojen lehtiä verrataan omaan lehteen. Muiden seurojen pienlehdistä ollaan siis tietoisia ja ainakin vertailutasolla kiinnostuneitakin. Oma lehti Kannus on tällöin ylpeyden aihe, parempi kuin toiset, koska siinä on muutakin asiaa kuin pelkkiä tiedotteita.

IB: [...]Et kun monen... monen muun niinku seuran nähny näitä lehtiä, niin saattaa olla, että siellä puheenjohtajan palsta on ainut jossa on vähän jotain persoonallista ja korkeintaan jossain juorupalstalla ja muuten ne on ihan justinsa informaatioasiat on nämä ja tulokset on nämä ja tapahtumakalenteri on tämä. [...]

6.1.4. Oma lehti – Kannus

Olen esitellyt Kangasalan Ratsastajien jäsenlehden Kannuksen pääpiirteissään jo aiemmin. Tässä aluvuossa kerron, millaisia mielikuvia ja ajatuksia seuran jäsenillä on omasta lehdestään. Läpi koko aineiston näkyy, että lehteä pidetään tärkeänä, ”omana” ja läheisenä. Se on juuri jokaiselle jäsenelle räätälöity.

Lomakekyselyssä lehden sisältö, kuvitus ja muu ulkoasu arvioitiin pääosin ”melko hyväksi”. Sisältö sai hiukan enemmän ”hyvä”-arviointeja kuin muut osa-alueet. Vastauksia taulukoidessani huomasin, että siinä missä jonkun mielestä ulkoasu oli hiukan keho ja sisältö hyvä, jonkun toisen mielestä asiat olivat täysin päinvastoin. Koska seuran jäsenet ovat hajanaista joukkoa, sekaan mahtuu monenlaisia mielipiteitäkin. Toiset arvostavat siistiä ulkoasua ja tiedottavaa luonnetta, toiset taas lukevat mielellään viihdyttäviä juttuja. Vastaukset kertonevat myös erilaisista tarpeista: kilpaileva harrastaja haluaa saada tarvitsemansa tiedon siistissä paketissa, kouluikäinen hevosenhoitaja puolestaan tahtoo lukea hevosiin liittyviä tarinoita ja muiden hoitajien haastatteluja.

Lehden tekijäporukassa (ryhmä 1) ongelmaksi koettiin se, että tiedotettavaa asiaa on paljon yhdessä pötkössä, ja ilman kuvitusta tai riittäviä nostoja se jää harmaaksi tekstimassaksi. Tähän etsittiin ratkaisukeinoja ”vetävämmän” näköisestä taitosta ja kuvituskuvioiden lisäämisestä. Ryhmässä keskusteltiin myös hiukan kuvituksesta, jota saisi olla entistäkin enemmän ja toisaalta kuvat eivät saisi olla liian pieniä (yhden palstan vaakakuvia), jotta niistä saisi vielä selvää. Toisessa ryhmässä sen sijaan kaivattiin juttuihin enemmän sisältöä, eikä

kuvapainotteisiin tapahtumajuttuihin oltu täysin tyytyväisiä. Toisaalta parempi lehti saattaisi syntyä siten, että jutunaiheita etsittäisiin laajemmalta alueelta.

Lähes kaikki keskusteluryhmiin osallistuneet ovat kuitenkin sitä mieltä, että Kannus on parantunut siitä, mitä se on aiemmin ollut. Siirtyminen sivuntekoon taitto-ohjelmalla on siistinyt ulkoasua ja neliväriset kannet tekevät ulkonäön mielenkiintoisemmaksi ja lehden arvokkaamman näköiseksi. Seuran hallitukseen kuuluvat jäsenet tiedostavat lehden merkityksen seuran käyntikorttina, koska he ovat vastuussa seuran taloudesta ja jäsenten hankinnasta.

IC: Ja on se ihan eri esitellä mainostajille ja tavallaan markkinointivälineenä tätä lehteä, että se on hyvän näkönen ja asiantuntevan olonen, eikä se oo sellanen ruutupaperille tehty monistepino.

IB: Niin, kyllä yks asia mitä niinku miettiin silloin kun tätä värikuvia, että kannattaaks siihen investointi... Mutta kyllähän se on nostanu seuran lehden profiilia ihan huimasti... huimasti. Se on ihan erilailta ammattimaisen näkönen.

On kuitenkin huomattava, että aivan kaikki eivät ole tätä mieltä. Esimerkiksi yhden kyselylomakkeen välityksellä kommentoitiin, että värikannet ovat turhia. Ulkoasun uudistusten lisäksi Kannus on saanut jatkuvasti enemmän sisältöä. Kaikkien mielestä on erittäin myönteinen asia, että oma lehti on nimenomaan lehti eikä pelkkä tiedotusmoniste. Siinä on siis oikeita juttuja, joilla on myös viihteellistä arvoa tiedottamisen lisäksi. Tärkeäksi mainitaan myös se, että lehti ilmestyy suurin piirtein silloin kun on luvattu. Kannuksen ilmestymisaika ilmoitetaankin kuukauden tarkkuudella, koska tarkkaa päivämäärää ei voi antaa lehdelle, joka ilmestyy neljä kertaa vuodessa ja tehdään harrastajien voimin. Ajallaan ilmestymisen tärkeydestä kertoo myös seuraava perjantaina 30.9.2005 saamani sähköpostiviesti:

Kyselin vaan mielenkiinnosta, että milloin Kannus ilmestyy? Tässä kuussa piti ainakin lehden mukaan ilmestyä... Syyskuussa nimittäin. Oon sitä jo tässä HIEMAN odotellu :) Ajattelin vaan kysyä, kun tuntuu että aina se tulee vähän myöhässä :/

T: Kannus-fani <33

Se, että lehden toivotaan ilmestyvän ajallaan, kertoo siitä, että sitä odotetaan, se halutaan lukea. Ajallaan ilmestyminen on osoitus ammattitaitoisuudesta ja luotettavuudesta, ja myöhästyminen aiheuttaa pettymyksen, koska odotettu lukuhetki ei toteudu.

Esimerkkitapauksessa saatoinkin lohduttaa odottajaa sillä, että lehti oli ollut painossa jo viikon, joten sen pitäisi saapua postin mukana heti seuraavan viikon alussa. Näin myös tapahtui.

Monet ovat kuitenkin sitä mieltä, että seuralehden ei tarvitse olla tai se ei saa olla kaupallisen lehden näköinen. Silloin lehdestä saattaisi hävitä tuttuuden tuntu, eikä se enää olisi samanlainen, oma pienen piirin julkaisu. Myöskään sisältö ei saa kärsiä ulkoasun kustannuksella. Lisäksi ammattimaisesti tehty lehti voi karkottaa harrastajakirjoittajia, kun kynnys julkaista omia tuotoksia nousee liian korkeaksi. Tällöin oltaisiin yhä kauempana siitä tavoitteesta, että seuralehti olisi jokaisen jäsenen ilmaisukanava. Kehittämistoiveista huolimatta keskustelujen puheenvuoroista käy ilmi myös realismi. Vapaaehtoisvoimin ei saada aikaan sellaista jälkeä, jota palkatut ammattilaiset tekevät. Toisaalta huomataan, että rima oman lehden kohdalla on nyt noussut, kun tekijäksi on saatu taiton, kuvankäsittelyn ja jutunteon osaava päätoimittaja.

1B: [...]... aatellaan niiku yleensä seuralehtiä ja Kannustakin aikasemmin, niin eiköhän se kuitenkin pääasia oo, että saadaan se lehti syntymään ja taitettua eikä se, että kuka osaa... niinku kaikki kirjoitusvirheet sieltä... ninkus täytyy ottaa pois, että...

Pääosin keskustelijat ovat sitä mieltä, että lehden tulee olla avoin julkaisukanava kaikille jäsenille, jotka haluavat siihen kirjoittaa. Lehteen toivotaankin mahdollisimman laajaa kirjoittajakuntaa. Tosin toimituskunnalle varataan oikeus karsia tekstejä tai tarvittaessa siirtää niitä seuraavaan numeroon. Loukkaavia tai muuten asiattomia tekstejä ei julkaista, mutta muutoin kaikkien pitäisi saada äänensä kuuluviin, sillä yhden jutun julkaisematta jättäminen voi aiheuttaa sen, että kukaan ei enää halua kirjoittaa. Teksteissä saa näkyä kirjoittajan persoonallisuus ja murre, ja mikäli kirjoittaja on lapsi tai nuori, ikä saa käydä jutusta ilmi. Näkyviä virheitä ei kuitenkaan saisi olla kovin paljon niin asioissa kuin kielessäkään, koska lehtitekstin tulee olla luotettavaa ja uskottavaa, myös siksi että jokaisesta lehtitekstistä voi joku ottaa mallia.

1C: Lakipalstasta mä en uskois mitään, jos se olis täynnä kirjoitusvirheitä ja oikein... suomen kieli mitä sattuu.

1D: Kyllä kirjoittajan persoonallisuus saa näkyä ja pitääkin näkyä, mutta kyllä toimituskunnan pitää huolehtia siitä, että oikeinkirjoitusasiat tulee suurin piirtein kuntoon. Okei, jos pilkku puuttuu jostakin, mutta jos sie on ärrävikoja tai jotain tällasia, niin... Tai sitten aivan väärässä asiayhteydessä käytetään jotain hienoo ulkolaista sanaa, niin kyllä ne pitää korjata pois.

Vaikka pienlehden laadun ei tarvitsekaan olla ammattimaista, joidenkin keskustelijoiden mielestä työtavoissa voisi ottaa jonkin verran oppia ammattilaisilta. Tällöin jäisivät pois turhat virheet. Toisaalta harrastustoiminnassa ei voi kaikkia mokia välttää.

2C: Mut sinänsä se ammattimaisuus saa kyllä näkyä, että siel on tiedot oikein ja jos on otettu kuva, niin sen alla on yleensä niinkun oikein sitten nimet, että ehkä niissä vanhemmissa lehdissä on huomannu, että sieltä - on otettu kuva ja sitten on ollu väärä nimi ja... hirveesti semmosia on ollu mun mielestä aiemmin, mut nykyään ei kyllä oo. Mokia tietysti sattuu...

(naurahtelua)

2B: Joo, ku Oiva antaa kameran kisoissa käteen ja sanoo, että räpsi tästä, sit se kysyy puolen tunnin päästä, että muistiks sää laittaa nimetkin ylös. Eehee....

2C: Siinä sitä ammattimaisuutta vois olla, että tosiaan tekee sen työn kunnolla, että en nyt mitenkään ala moittiin tässä... (naurua)

Kaikissa keskusteluryhmissä huomattiin, että Kannuksessa ei nykyisin ole juurikaan nuorten kirjoittamia tai nuorille tarkoitettuja juttuja. Kaikki olivat yhtä mieltä siitä, että niitä tulisi olla ja että erillinen nuorten palsta olisi sopiva tähän tarkoitukseen, sillä lehdessä tulisi olla jokaiselle jotakin. Toisaalta pelkäsi nuorten lehdeksi se ei saisi muuttua. Monet muistelivat, että lehdessä on aiemmin ollut pieniä ristikoita tai muita tehtäviä, joskus jopa sarjakuvia. Myös nuoret itse kannattavat omaa palstaa. Heidän mielestään on parempi, että nuoret itse tekevät palstan jutut, koska siten tekstit ovat parhaiten nuorten omalla aaltopituudella. Nuoret toivovat lehteen jotakin nykyistä räväkämpää, humoristisempaa ja mielikuvituksellisempaa.

PH: Minkä tyyppisiä juttuja te tykkäisitte kirjoittaa?

3A: No, semmosia toimintajuttuja... (naurua)

3C: Semmosia hauskoja.

[...]

3A: No, jos tapahtuu joku semmonen vaikka ihan pieni onnettomuus, niin sitten siitä voi silleen hieman mielikuvitusta käyttäen kirjoittaa semmosen... (hihittää) ... tota... jutun.

6.1.5. Yhteenveto: Hajanainen yhteisö tyytyväinen lehteensä

Kangasalan Ratsastajat on paikallinen yhteisö, joka kuitenkin perustuu pitkälti yhteiseen kiinnostuksen kohteeseen: ratsastukseen ja hevosharrastukseen. Jäsenpohja on hyvin laaja, sillä seuraan kuuluu nuoria ja aikuisia, kilpailijoita ja harrastajia, hevosen omistajia ja

ratsastuskoulussa harrastavia sekä erilaisista taustoista tulevia ihmisiä. Ainoastaan miespuoliset jäsenet ovat selvästi vähemmistössä.

Jäsenet asuvat ja harrastavat eri paikoissa, joten he eivät välttämättä tapaa toisiaan, vaikka seura järjestääkin jonkin verran yhteisiä tapahtumia, jonne kaikki ovat tervetulleita. On kuitenkin melko vähän tilaisuuksia, joissa jäsenet voisivat vapaasti seurustella keskenään ilman, että talkootyö tai hevosen hoitaminen vaatisivat huomiota. Lisäksi tapahtumiin on vaikea lähteä mukaan, mikäli ei jo entuudestaan tunne toisia ihmisiä. Tästä huolimatta seuraa pidetään muihin vastaaviin verrattuna aktiivisena toimijana, sillä tapahtumia ja yhteistä tekemistä on, vaikka niitä aktiivisesti järjestävä joukko ei olekaan kovin suuri.

Hajanaisuudesta huolimatta seuran jäsenillä näyttää olevan jäsenyyteen liittyvä identiteetti, joka konkretisoituu lähinnä kilpailuissa ja muissa tapahtumissa, joissa on läsnä myös muiden seurojen jäseniä. Tähän ilmiöön viittaa myös Mustonen (1997, 155), kun hän toteaa, että oma minä näkyy kirkaasti vieraissa tilanteissa, ”muiden” keskellä, esimerkiksi paikallisidentiteetti tulee näkyväksi naapuripaikkakunnalla. Mitä tiiviimmin jäsen on mukana seuran toiminnassa, sitä vahvemmin hän tuntuu kokevan sen osaksi identiteettiään. Identiteettiä vahvistanee se, että mukaan toimintaan, esimerkiksi kilpailujen järjestäjiksi ryhtyneet kokevat olevansa tarpeellisia ja haluttuja talkootyöläisiä. Se, että mukaan pyydetään uudestaan, luo jäsenelle porukkaan kuulumisen tunnetta ja vahvistaa itsetuntoa: osaan tämän, olen samalla viivalla kuin muut.

Kangasalan Ratsastajien jäsenet seuraavat melko aktiivisesti saatavilla olevia medioita, mutta harrastustaan koskevan tiedon he saavat lähinnä alan erikois- ja pienlehdistä. Yleislehtien hevosharrastusta koskevat jutut on kirjoitettu niille, joilla ei ole aiheesta juurikaan pohjatietoa, joten harrastajat itse lukevat ne uteliaisuudesta, mutta uutta tietoa he joutuvat etsimään muista lähteistä.

Omaa lehteään jäsenet pitävät onnistuneena, koska se näyttää hyvältä, siinä on tiedotteiden lisäksi ”oikeita” juttuja ja se ilmestyy säännöllisesti. Lehteen toivotaan kaikenlaisten jäsenten tekstejä, jotka saavat mielellään olla persoonallisia ja heijastaa kirjoittajansa olemusta. Lehden toimittamisen halutaan kuitenkin olevan sen verran ammattimaista, että turhat asia- ja kielivirheet saadaan karsittua pois. Liian hienon näköinen lehti ei saa olla, jotta siitä ei tulisi vieraan ja kaukaisen oloinen. Amatöörimäisyys luo tuttuuden tunnetta. Toisaalta edukseen muista lehdistä erottuva julkaisu toimii seuran markkinointivälineenä.

6.2. Median käyttö ja yhteisö

6.2.1. Pienlehti tuo yhteisön kotiin

Yksi päätavoitteistani on ollut tutkia pienlehden osuutta ratsastusseuran jäsenten kokemassa yhteisöllisyydessä. Olen kuitenkin tarkoituksellisesti välttänyt yhteisöllisyyden mainitsemista kysymyksissä ja keskustelujen alustuksissa, koska en halunnut johdatella keskustelijoita. Siksi olinkin yllättynyt, että yhteisöllisyys nousi hyvin helposti itsestään esiin kaikissa keskusteluryhmissä, nuorten ryhmässä tosin asiasta ei puhuttu nimeltä. Lehden vaikutus yhteisöllisyyteen on siis ainakin aikuisten seura-aktiivien keskuudessa tiedostettua.

2C: [...] että se tuo sen seuran niinkun lähelle että se ei jää niinku semmoseks kaukaseks vaan se seura, että ehkä enemmän semmonen seuraan kuuluvuuden tunne kasvaa, kun tulee se lehti.

2A: Ja se luo sitä yhteinäisyyttä mun mielestä hirveesti ja yhteishenkee, että tosiaan on muutakin kun se talli, millä nyt ite sattuu käymään ja muuta, että jos ei osallistu mitenkään noihin aktiviteetteihin.

Kannus on käytännössä ainoa konkreettinen asia, joka on yhteistä kaikille Kangasalan Ratsastajien jäsenille. Kuten luvussa 6.1.1. totesin, seura on pirstaloitunut useille eri talleille ja jäsenistö on hyvin heterogeenistä. Jo seuran suuren koon vuoksi kaikki jäsenet eivät voi tuntea toisiaan, mutta lehden avulla he saavat aavistuksen siitä, millainen kokonaisuus on. Lehdestä voi lukea, millaista seuran järjestämissä tapahtumissa on ollut, vaikka ei olisikaan itse päässyt paikalle. Vaikka yksittäinen jäsen ei paljon tietäisikään omasta seurastaan, hän näkee lehden sivuilta ainakin sen, ketkä kuuluvat hallitukseen, ja keneen voi ottaa yhteyttä missäkin asiassa.

Yksi keskustelijoiden hienoimmista oivalluksista oli mielestäni se, että jäsenlehden avulla seura tulee konkreettisesti jäsenille kotiin. Siten hajanainen yhteisö yhdistyy edes ajatuksen tasolla, ja jäsenet tietävät, että seura on yhä olemassa ja toimii. Lehti on vahvistus jäsenyydestä ja se antaa syyn jatkaa seuraan kuulumista ja jäsenmaksun maksamista. Keskusteluissa kävi ilmi, että monille lehti on ollut ainakin yhtenä tekijänä, kun päätös seuraan liittymisestä on tehty. Hallituksen jäsenet uskovat myös, että jäseniä olisi selvästi vähemmän, jos omaa lehteä ei olisi. Samoin keskustelijat uskovat, että hyvin tehty ja visuaalisesti houkutteleva lehti on ylpeyden aihe, joka vahvistaa kuuluvuuden tunnetta, koska kaikilla ei vastaavaa jäsenetua ole.

1D: Onko se nyt sitten niin, että lehti on osaltaan koossapitävä voima?

1E: Varmaan on.

1B: Ehdottomasti.

6.2.2. Jäsenlehden kaksi tehtävää

Ryhmäkeskustelujen perusteella on helppo tiivistää Kannus-lehden kaksi eri puolta: se on lukijoille viihdettä, tietoa ja kontakti omaan seuraan ja muihin jäseniin sekä seuralle tiedotuskanava ja imagon ylläpitäjä. Näin julkaisu palvelee sekä verkoston reunoilla olevia jäseniä että keskellä sijaitsevaa seuran ydintä ja lisäksi kokonaisuutta.

Lomakekyselyyn vastanneet pitivät lehteä pääosin tärkeämpänä seuran kannalta kuin omalta kannaltaan. 60 prosenttia pitää lehteä erittäin tärkeänä seuran toiminnan kannalta ja liki puolet erittäin tärkeänä myös seuran imagon kannalta. Vastaavasti oman harrastuksen kannalta lehteä pitää erittäin tärkeänä vain 16 prosenttia, eikä kukaan pidä sitä erittäin tärkeänä oman tiedonsaantinsa kannalta. Suurin osa vastaajista pitää lehteä melko tärkeänä oman harrastuksensa ja tiedonsaantinsa kannalta.

Kaikissa ryhmäkeskusteluissa on selvästi nähtävissä, että Kannusta arvostetaan siksi, että siinä on myös muita juttuja kuin tiedotteita. Lehteen tartutaan, koska siinä on oikeasti lukemista, ja uskon, että on täysin mahdollista, että pelkkää tiedotuslehteä ei luettaisi yhtä ahkerasti, kun taas nykyisin tiedotteet luetaan muun lehden ohessa.

Seuralle lehti on tärkeä mainos. Jos lehti on näkyvillä esimerkiksi tallien ilmoitustauluilla tai jaossa kilpailuissa, myös seura on hyvin näkyvillä. Tästä hyötyvät erityisesti ne, jotka harkitsevat ratsastusseuraan liittymistä. Koska lehti postitetaan myös kuntaan ja muille yhteistyökumppaneille, se on mainos ja tiedote myös ulkopuolisille tahoille, että seura toimii ja voi hyvin. Tästä on osoituksena hyvän näköinen lehti itsessään ja sen sisältämät tiedot toiminnasta.

1D: Eli sillan me saadaan yhteenkuuluvuutta taas lisää sitä kautta että luodaan semmosta vireyttä, kun näkyy lehti, näkyy myöskin seura. Niin se antaa semmottomen vaikutuksen ympäristöön, että on vireetä ja hyvää toimintaa.

6.2.3. Pienlehti jäseniltä jäsenille?

Kaikki keskusteluihin osallistuneet ovat sitä mieltä, että kuka tahansa seuran jäsenistä saa kirjoittaa Kannukseen. Mahdollisimman laajaa kirjoittajaporukkaa toivotaan, jotta lehti olisi todellakin seuran yhteinen foorumi eikä viestintää ylhäältä alaspäin.

IE: Mä oon sitä mieltä, että tää jäsenlehti on tavallaan seuralta sinne jäsenistöön, niin toisaalta se jäsenlehti pitäis olla myös sieltä jäsenistöltä myös tuota niin... sanotaan muulle jäsenistölle. Siis että nythän se tietyllä lailla niin tuota tää toimitus ja jäsenistö... Ja jotenkin tuntuu että se on niinku yhdensuuntanen. Ja se, että jos täällä joku jäsenistä haluaa myös antaa jonkun tuota oman mielipiteensä seuran toimintaan muuten, niin silläkin pitäis olla se vaihtoehto sen jäsenlehden kautta tuoda oma niinku ajatuksensa jostakin asiasta muiden tietoon.

Ongelmana ei nykyisin ole se, että kirjoittajia olisi liikaa ja tekstejä jouduttaisiin karsimaan, vaan se, että samat ihmiset tekevät juttuja numero toisensa jälkeen. Nämä ihmiset ovat usein myös niitä, jotka toimivat muutenkin aktiivisesti seuran hyväksi. Lehdessä on yleensä riittävästi juttuja, mutta kirjoittajien vaihtelu on vain vähäistä. Edes osto- ja myyntipalsta ei ole kovin suosittu, vaan lehdessä ilmoitetaan vain harvakseltaan.

Siksi lomakekyselyn kiinnostavimpia tuloksia olikin, että vaikka 25 vastaajasta vain 9 oli aiemmin kirjoittanut Kannukseen, peräti 18 ilmoitti voivansa kuvitella kirjoittavansa lehteen. Ainoastaan kaksi ei voinut edes ajatella asiaa, viisi ei osannut sanoa. Näyttää siis siltä, että seuralaisten joukossa on ainakin jonkinlaista hyvää tahtoa yhteistä julkaisua kohtaan, vaikka se ei konkretisoidukaan juttujen kirjoittamisena. Ajatuksen tasolta on vielä paljon matkaa todelliseen juttuun, koska se vaatii sopivan aiheen, yhteydenottoa päätoimittajaan ja aikaa kirjoittaa ja kuvata – sekä uskallusta. Kun pohdimme keskusteluryhmien kanssa, miten jäseniä voisi houkutellessa kirjoittamaan seuran lehteen, kävi ilmi, että jo henkilökohtainen kynnys kirjoittaa johonkin julkaisuun on suuri. Ihmiset eivät ole tottuneita kirjoittamaan tekstiä toisten luettavaksi, ja pelkäävät, että heidän juttunsa ei ole oikeanlainen tai että siinä on liikaa virheitä.

IA: [...] Mä ite ainakin muistan, et kyl mä jouduin harkitseen pari Kannusta vielä, kun Marika sano, et viittisiks sinä tai Sanna kirjottaa joskus kotitallista jutun. Niin kyllä se vaan jotenkin tuntu siltä, että “voinko mä nyt todellakin kirjottaa”.

PH: Minkä takia se tuntu siltä?

IA: Noo...koska... Mä en sillä hetkellä ollu missään tämmösessä ammatissa, missä ois joutunu paljon kirjottamaan, että... ja sitten aattelin, että... siis, oli niin kriittinen omille virheillensä, sitten jos

niitä ei vielä huomaa sieltä eikä osaa etsiä niitä kirjoitusvirheitä ja muita, niin (??)

1C: Ihan samalla lailla... Se on kauhee kynnyks. En tiedä, onko siinä sitten kouluajan vanhat ainekirjotukset ja punakynämerkinnät niinku takaraivossa... Ja jossei niinku töissä oo just paljon joutunu kirjottaa, ja vaikka määkin oon joutunut aika... kaikennäköstä tekstiä, vaikka en just varsinaisest tän... tämmöstä lehtitekstiä, artikkeleita, niin en mä niitä oo kirjottanu, mutta sinänsä... kirjoituksen ei pitäis olla vierasta. Kyllä se oli iso kynnyks. Ja sit kun on enemmän (?) kirjottanu, niin se on matalentunu tietenkkin koko aika...

Ongelmaksi koetaan myös se, että on vaikea tietää, millaiset tekstit ovat lehteen sopivia, ja hyvän aiheen keksiminen on hankalaa. Ilman aihetta on vaikea ehdottaa, että haluaisi ryhtyä toimittamaan lehteä, ja muutoinkin toimeen ryhtymiseen tarvitaan yleensä henkilökohtainen pyyntö. Kirjoittamisinnon täytyy olla todella suuri, että oma-aloitteisesti ilman pyyntöä ottaisi päätoimittajaan yhteyttä. Jotkut arastelevat kirjoittamista, vaikka heitä pyydettäisiinkin, koska omista kokemuksista kirjoittaminen tuntuu hankalalta ja liian henkilökohtaiselta. Mikä siis avuksi? Miten kirjoittamiskynnystä voisi madaltaa?

3A: No... No jotain vois ainakin tehdä, koska ei kukaan tuu vaan kysyyn, että voinko mä kirjottaa.

Henkilökohtaista pyytämistä kannattaa käyttää silloin, kun on tiedossa, että joku on esimerkiksi ollut kiinnostavalla hevosiin liittyvällä matkalla, kurssilla tai kilpailussa. Tämä vaatii yleensä suostuttelun ja vielä myöhemmin muistuttamisen, jotta juttu syntyy. Keinoa onkin käytetty aina, kun toimituksen tietoon on tullut sopiva kirjoittaja ja henkilökohtainen yhteydenotto on ollut helposti järjestettävissä. Useimmiten juttu on saatu aikaiseksi, mutta ensimmäisen pyynnön jälkeen sitä ei vielä automaattisesti tule, vaan asia täytyy ottaa puheeksi toistamiseen. Lehden välityksellä voi peräänkuuluttaa uusia kirjoittajia, mutta näihin ilmoituksiin ei välttämättä tartuta. Keskustelussa ehdotettiin myös kirjoittajien palkitsemista ja valokuvauskilpailuja. Etenkin valokuvauskilpailu sai kannatusta. Kannuksesta puuttuu myös yleisönosasto, jollaisen perustaminen saattaisi saada joitakin tarttumaan kynään ja kirjoittamaan mielipiteensä, vaikka lyhyestikin.

Kesäkuussa 2005 ilmestyneeseen lehteen teinkin tämän tutkimuksen innoittamana ilmoituksen, jossa etsin uusia kirjoittajia sekä nuorten palstan tekijöitä. Lisäksi järjestin valokuvauskilpailun, jonka parhaille lupasin maineen ja julkaistun kuvan lisäksi palkinnon. Elokuun loppuun mennessä kukaan ei kuitenkaan ilmoittautunut halukkaaksi lehden tekijäksi. Valokuvauskilpailuun tuli kuvia kolmelta henkilöltä, tosin useita kuvia kultakin. Vaikka sähköposti on monelle helpompi yhteydenottokeino kuin puhelinsoitto, helppous ei

kuitenkaan näytä houkuttelevan jutuntekoon. On toki huomattava, että ihmisillä on niin paljon harrastuksia, että he eivät välttämättä ehdi enää osallistua seuratoimintaan, edes yhdellä jutulla. Tähän liittyy myös aiemmin todettu hevosharrastuksen sitovuus ja aikaavievyys. Toisaalta internet on lisännyt itseilmaisun mahdollisuuksia, joten lehden toimittamisen kiinnostavuus on ehkä vähentynyt. Kolmanneksi neljä kertaa vuodessa julkaistavan lehden ilmestymisvälit kasvavat sen verran pitkiksi, että lehti ja siinä olevat ilmoitukset saattavat helposti unohtua, ja kun ne joskus muistetaan, ajatellaan toimimisen olevan jo liian myöhäistä.

Potentiaalisia kirjoittajia helpottaisi se, jos heille saisi jotenkin välitettyä hyviä jutunaiheita ja he voisivat keskustella aiheista jonkun kanssa. Keskustelujen aikana ryhmistä nousi esiin paljon hyviä juttuideoita, joita ei ehkä olisi esitetty, jos tilaisuudessa ei jo valmiiksi olisi puhuttu lehden tekemisestä. Moni pitää omia ideoitaan niin vaatimattomina, ettei edes tuo niitä esiin. Omien tekstien julkaisemiseen liittyvää epävarmuutta pitäisi poistaa tavalla tai toisella, mutta se ei onnistu ”ylhäältä käsin” tai lehden välityksellä. Siihen soveltuu henkilökohtainen kontakti, ja luulen, että paras rohkaisija on joku tuttu ihminen, joten kirjoittajakunta saattaa laajeta itsestään sitten, kun joitakin uusia ihmisiä on saatu mukaan.

6.2.4. Yhteenveto: Lehti yhdistää ja laajentaa

Yhdistyksen julkaisema pienlehti palvelee yhdistystä sekä yhdistävänä tekijänä sen sisäpuolella että kontaktina ulkomaailmaan. Sisäpuolella se yhdistää yksittäisen jäsenen seuraan muistuttamalla seuran olemassaolosta, kertomalla tuoreimmat kuulumiset ja vahvistamalla samalla hevosharrastajan ja seuran jäsenen identiteettiä. Se myös yhdistää seuran jäsenet toisiinsa antamalla mahdollisuuden lukea sellaisista jäsenistä, joita muuten ei pääsisi tapaamaan. Lisäksi lehti on yhteinen puheenaihe, joka voi auttaa solmimaan siteitä muihin jäseniin. Koska tallilla ei välttämättä jää aikaa seurusteluun, lehti kertoo olennaisimmat juorut ja tärkeät tiedot sekä toimii tarvittaessa alkupisteenä small talkille. Ulkomaailmalle lehti on osoitus siitä, että seura toimii ja sillä on resursseja tehdä julkaisua. Se myös välittää jäsenyydestä kiinnostuneille tietoa siitä, millaista toimintaa seura tarjoaa. Viestintä seuran ulkopuolelle osoittaa, että ryhmällä on valtaa (Rodriguez 2001); se ei ole täysin mitätön, vaan ottaa oman tilansa ja toimii siinä. Näkyvyys antaa seuran jäsenille tunteen siitä, että he ja heidän yhteisönsä ovat merkittäviä ja voi auttaa yhteisöä laajentamaan elinpiiriään.

Lehden halutaan olevan kanava, johon jokaisella jäsenellä on pääsy, jolloin se entistä paremmin toteuttaa yhteisöllisyyden ajatusta. Vaikka arena on teoriassa vapaa,

potentiaalisilla kirjoittajilla on paljon estoja, jotka ovat tavoitteen toteutumisen tiellä. Kirjoittaminen vaatii uskallusta tuoda oma persoonansa julki, luottamusta omiin ideoihinsa, rohkeutta ottaa yhteyttä päätoimittajaan sekä tietenkin aikaa ja halua tehdä vapaaehtoistyötä. Lievää kiinnostusta näyttää olevan, mutta paljon täytyy tehdä, jotta nämä esteet saadaan raivattua pois. Paras keino siihen näyttää olevan henkilökohtainen pyyntö, joten lehti ei tässä asiassa itsestään tuota riittävän suurta yhteisöllisyyttä ja kuuluvuuden tunnetta – se on etäisempi kuin todellinen ihmiskontakti.

Henkilökohtaisen kontaktin käyttöä rajoittaa juuri yhteisön hajanaisuus, koska edes lehden tekijät ja hallituksen jäsenet eivät tunne kaikkia seuraan kuuluvia. Aktiivisesti toimintaan osallistuvat ovat monille tuttuja, ja kukin tuntee omaan harrastuspiiriinsä kuuluvia, esimerkiksi samalla tallilla käyviä ihmisiä. Monet seuran jäsenistä eivät kuitenkaan käy yhteisissä tapahtumissa ja ovat vain nimiä lehden postituslistalla. Tämän vuoksi epäilen, että kaikilla jäsenillä ei ole samanlaista seuraan liittyvää identiteetin tuntua kuin keskusteluihin osallistuneilla. Monet painottivat lehden olevan tärkeä siksi, että siinä esiintyy tuttuja ihmisiä. Jos lukija ei lainkaan käy tapahtumissa, kuinka hän voisi tuntea ihmisiä, joista jutut kertovat? Toisaalta, mikäli henkilö ei käy tapahtumissa eikä tunne yhteisöllisyyttä, onko hän liittynyt jäseneksi vain taloudellisten etujen vuoksi? Useimmilla jäsenillä lieneekin jonkinlainen kytkös Kangasalaan ja sen ratsastuspiireihin. Vaikka jäsenistä moni asuu Tampereella, he ehkä ovat aiemmin asuneet Kangasalla tai he käyvät paikkakunnalla harrastamassa tai heidän hevosensa asuu kangasalalaisella tallilla. Tällöin heillä on myös mahdollisuus tuntea muita seuraan kuuluvia.

6.3. Median käyttö ja yksilö

6.3.1. Miten pienlehteä käytetään?

Päällimmäiseksi vaikutelmakseni tutkimusaineistosta jää, että Kannus on varsin tarkkaan luettu lehti – ainakin niiden keskuudessa, jotka osallistuivat tutkimukseen. Lomakekyselyyn vastanneista 64 prosenttia kertoo lukevansa suuren osan jutuista ja peräti 24 prosenttia lukee jokaisen jutun. Tätä tosin saattaa selittää se, että monet kyselyyn vastanneista kuuluivat seuran hallitukseen tai olivat muuten aktiivisia jäseniä. Uskon, että lehti kiinnostaa heitä eri tavalla kuin ”rivijäseniä”, sillä hallituksen jäsenet ovat mukana tekemässä päätöksiä, joista lehdessä kerrotaan ja aktiiviset seuralaiset lienevät kiinnostuneita kaikista tapahtumista. Enemmistö eli 44 prosenttia vastaajista arvioi käyttävänsä yhden lehden lukemiseen 30–60 minuuttia. 32 prosenttia vastaajista käyttää lukemiseen 15–30 minuuttia ja 16 prosenttia käyttää 5–15 minuuttia. Pari lukijaa uskoo lukevansa lehteä yli tunnin.

Ryhmäkeskusteluihin osallistuneet lukijat kertovat selaavansa lehden läpi heti, kun saavat sen käsiinsä. Samalla he lukevat muutamia lyhyitä, kiinnostavia juttuja, mikäli siihen on aikaa. Tarkemmin lehteen paneudutaan illalla, kun ei enää ole kiire mihinkään. Siitä voi riittää lukemista useammaksikin illaksi. Kannus on rentouttavaa lukemista, johon tartutaan mielellään sohvalta tai sängyssä. Nuoret eivät yhtä varauksettomasti kerro paneutuvansa lehteen, mutta sanovat ainakin selaavansa sen läpi.

Ensimmäiseksi lehdestä luetaan juorut ja muut jutut, joissa esiintyy tuttuja tai puolituttuja ihmisiä. Kiinnostavia ovat myös jutut, jotka liittyvät tapahtumiin tai kilpailuihin, joihin lukija itse on osallistunut. Vaikka kysyin kiinnostavista jutuista usealla eri tavalla, vastaukset olivat aina samanlaisia: tutut ihmiset, hevoset, paikat ja tapahtumat ovat elementtejä, jotka löytyvät tärkeimmistä jutuista. Samaa linjaa jatkavat lomakekyselyn tulokset. Ylivoimaisesti eniten lehdessä kiinnostavat kisoista kertovat jutut (12 mainintaa) ja juorupalsta (10 mainintaa). 6–8 kertaa mainittiin jäsenten kirjoittamat kokemukset, kilpailujen tulokset, hevosesitykset, hevosammattien esittelyt, muista tapahtumista kertovat jutut sekä lyhyet jäsenten ja kilpailijoiden haastattelut.

Kun pyysin nimeämään kyseisen numeron kiinnostavimman jutun, eniten ääniä (6 kpl) sai juttu seuran syksyisestä retkestä Helsinki International Horse Show'hun. Toiseksi eniten ääniä (4 kpl) saanut juttu oli kirjoittamani pääkirjoitus, jossa kerroin osin pilke silmäkulmassa osallistumisestani kouluratsastuskilpailuun. Myös ensin mainittu juttu oli minun kirjoittamani, joten näyttää siltä, että kokeneen kirjoittajan kynänjälki miellyttää myös pienlehden lukijoita. Tosin Horse Show -juttuun liittyy myös se, että tapahtumajuttu kiinnostaa erityisesti niitä, jotka tapahtumaan osallistuivat. Kaksi ääntä saivat lakipalsta, hevosesitykset ja aikuisten aluemestaruuden voittajan haastattelu.

Helpoimmin luetaan lyhyet ja viihdyttävät jutut, koska niiden parissa on voi rentoutua. Jos tiedotuksia sisältävät palstat tuntuvat liian raskailta, ne jäävät helposti lukematta, ja harvassa varmaankin ovat ne, jotka lukevat pöytäkirjat ja toimintasuunnitelmat. Nämä pakolliset elementit on kuitenkin hyvä julkaista, jotta niihin voi halutessaan helposti tutustua.

3C: [...] ne tyhmät jutut, ku kerrotaan jostain kokouksesta mitä sie on tapahtunu. Mitä kukaan ei jaksaa lukee.

Keskusteluissa kävi selväksi, että vanhat Kannukset säästetään, koska niillä on tunnearvoa. Lehdet ovat arvokkaita juuri siksi, että niissä esiintyy tuttuja ihmisiä ja hevosia, kenties jopa lukija itse. Pienlehden etu lienee siinä, että sen kautta pääsee lehtijutun tähdeksi helpommin

kuin laajalevikkisen lehden. Niinpä lehtiä saattaa olla tallella siitä lähtien, kun lukija on liittynyt seuraan, ehkä jopa niin pitkältä ajalta kuin se on ilmestynyt.

2A: No mää myös säilytän ne lehdet, että... Justiin kun sie on niin tavallaan itselle tuttuja ihmisiä ja asioita ja tavallaan, tuloksiakin joissa ite on joskus mukana. Niit on kiva säilyttää, että joskus on harmittanu, ku on joku lehti hävinny jonnekin eikä niitä oo löytyny, niin niit on kyl sitten haettu.(naurahtaa)

Vaikka lehdet ovat arvokkaita, niistä voidaan luopua hyvän tarkoituksen vuoksi. Tässä näkyy myös se, kuinka lehti toimii seuran mainoksena ja kuinka seuran toimintaan aktiivisesti osallistuvat henkilöt kokevat omaksi asiakseen puhua seuran puolesta:

2B: Mä oon niitä jakanu myös niinku kavereille, jotka silleen niinku kyselee, et... kauheesti, että mihin seuraan sää kuulut ja tämmöstä, niin osa menee sitten niille, että tutustukaa.

Vanhoja lehtiä ei kuitenkaan yleensä lueta systemaattisesti uudestaan, vaan ne toimivat niin kuin muistot yleensäkin: niihin tartutaan silloin, kun ne jostakin syystä sattuvat tulemaan eteen. Niiden kautta päästään vanhoihin tunnelmiin, muistetaan tapahtumia, ihmisiä ja hevosia, jotka eivät muuten enää olisi mielessä. Lehtiä jäädään selailemaan silloin, kun ne sattuvat silmiin esimerkiksi siivotessa.

2D: Sama juttu. Et... Sillon kun löytää jonkun tarpeeks vanhan lehden, niin sit on hauska lukee ja kattella kuvii.. (nauraa) et jaa toi oli ton näkönen ja nii joo, toll oli toi..

Eräs keskustelija tosin muistaa myös etsineensä vanhasta lehdestä jotakin juttua, joka on jäänyt mieleen. Lehti on tärkeä myös silloin, kun tarvitaan siinä olevia yhteystietoja.

Lehden tekijöistä ne, jotka kirjoittavat juttuja lähes jokaiseen lehteen, tuntuvat kirjoittavan lähinnä siksi, että ovat niin tehneet aiemminkin. Tosin keskustelusta voi lukea myös niitä alkuperäisiä syitä, jotka saavat henkilön aloittamaan tällaisen harrastuksen. Syynä vaikuttaa usein olevan se, että halutaan lehteen jonkin tyyppisiä juttuja, joita ei kukaan muukaan tee. Juttujen aiheet syntyvät omista kiinnostuksen kohteista. Lisäksi halutaan antaa oma panos, jotta lehdestä tulisi entistä parempi ja siinä olisi muutakin kuin tiedotteita ja kilpailutuloksia.

1A: [...] niin mä tykkään kirjottaa semmosista hauskoista ja (?) juhlaa, ja tykkään semmosia järjestellä, niin mä tykkään semmosia vaan, (??) kirjoitella... Vähän auttaa niinku siinä sillai, että olla yks... yks tekemässä kuitenkin.

Keskusteluryhmässä kukaan ei maininnut haluavansa harjoitella kirjoittamista tai valokuvaamista eikä kertonut, että lehden teko olisi jonkinlainen intohimo tai että haluaa

ilmaista itseään. On vaikea sanoa, puuttuvatko nämä motivaation lähteet Kannuksen tekijöiltä kokonaan, vai eikö niistä haluttu puhua. Koska monille kirjoittamisen aloittaminen on tuntunut vaikealta, on mahdollista, että tässä ryhmässä ei ole sellaisia, jotka toteuttavat omaa ilmaisun tarvettaan seuralehden kautta.

6.3.2. McQuailin käyttötarkoitukset

McQuail (esim. 2000) jakaa siis käyttötarkoitustutkimuksen tarpeet neljään ryhmään: irtiotto tai ajanviete, henkilökohtaiset suhteet, identiteetin uusintaminen sekä ympäristön tarkkailu ja tiedon hankinta. Lomakekyselyssä kysymys numero kuusi koostui erilaisia käyttötarkoituksia kuvailevista väittämistä, joista vastaajat saivat valita enintään kolme itseensä parhaiten sopivaa.

Eniten mainintoja (16 kpl) sai väite ”On hauska nähdä, mitä Kangasalan hevospireissä tapahtuu”. Olin alun perin luokitellut tämän väitteen sosiaalisten suhteiden ryhmään kuuluvaksi, koska sen voi katsoa liittyvän juoruiluun ja siihen, miten lukija katsoo sijoittuvansa kyseisissä hevospireissä. Toisaalta väite kertoo myös ympäristön tarkkailusta, johon ei välttämättä liity sosiaalisia suhteita. Toiseksi eniten (molemmat 11 kpl) mainintoja saivat kaksi tiedon hankintaan ryhmiteltyä väitettä: ”Haluan tietää, mitä hevostapahtumia lähiseudulla järjestetään” ja ”Haluan tietoa ratsastusseurani toiminnasta”. Lisäksi samaan ryhmään kuuluva väite ”Saan lehdestä tietoa, joka on hyödyksi hevosharrastuksessani” sai viisi mainintaa.

Sosiaalisten suhteiden ryhmään sijoittamani väite ”Lehdessä mainitaan usein tuttuja ihmisiä tai hevosia” sai kahdeksan mainintaa ja väite ”Pysyn paremmin mukana alan kuulumisissa” sai kolme mainintaa. Siten sekä sosiaaliset suhteet että tiedon hankinta näyttävät kyselyn perusteella olevan tärkeitä käyttösyytiä Kannuksen lukijoille. Ajanvietteen ryhmään sijoittamani kaksi väitettä saivat yhteensä yksitoista mainintaa ja identiteetin uusintamiseen liittyvät kaksi väitettä saivat yhteensä viisi mainintaa. Lomakevastausten analysointia hankaloittaa se, että eri syyryhmissä oli eri määrä väitteitä. Siinä missä tiedon hankintaan liittyi viisi väitettä, ajanvietteeseen ja identiteettiin liittyi vain kaksi väitettä. Niinpä tiedon hankintaan liittyvistä väitteistä vastaajan oli helppo valita jopa useampia itseensä sopivia, ja ne saattoivat siksi saada paljon mainintoja.

Kyselystäni puuttui sosiaalisten suhteiden ryhmään kuuluva väite, joka olisi suoraan mitannut sitä, koetaanko Kannus tärkeäksi puheenaiheeksi tuttavien kanssa. Tätä kuitenkin sivuttiin ainakin yhdessä keskustelussa.

3A: Ainaki kaikki aina sanoo, että joo, Kannuksessakin oli sitä ja tätä ja... niin kai ne sitten lukee.

PH: Jutteletteks te joskus niinku kavereitten kanssa siitä sisällöstä, mitä siinä on?

3B: Jos sie sattuu oleen jotain sellasta...

3A: Nii jos sie on...

3B: ...esimerkiks juttuja justiin...

3A: ...nii just, jonkun tutun haastattelu.

Lehti näyttää ylläpitävän sosiaalisia suhteita ainakin siten, että sen avulla saadaan tietoa muiden ihmisten kuulumisista ja lehden sisällöstä voidaan jutella esimerkiksi tallilla. Lehti luo yhteyden sellaisiin seuran jäseniin, jotka ovat tuttuja mutta joita ei kuitenkaan tapaa usein. Kun lehdessä kerrotaan jostakin yhteisestä tuttavasta, syntyy uusia keskustelunaiheita.

1D: No se on... on ihan hyvä niinku lukee, mitä kaveri tekee, tai kaverin kaveri ja se tuttu, jonka mä tiedän, että ai se on tehny semmosta. Se kiinnostaa.

1A: Salaa toivoo, että pääsis itekin joskus siihen.

Edellinen sitaatti paljastaa yhden tärkeän puolen pienlehdestä: sitä luetaan myös siksi, että sieltä voi joskus löytää oman nimensä tai kuvansa. Uskonkin, että pienlehteä käytetään useammin identiteettityössä kuin kyselyn perusteella voisi päätellä. Se, että näkee itsensä lehdessä, palvelee minuuden rakentamista luullakseni monella tavalla. Jos esiintyy lehden sivuilla, on helppoa identifioida itsensä ratsastusseuralaisten joukkoon kuuluvaksi; lehti on myös konkreettinen todiste siitä, että minä osallistuin tuohon tapahtumaan. Lisäksi lehti säilyttää muistot, jolloin vielä vuosienkin päästä voi palauttaa mieleen tapahtuman ja mahdollisesti myös siihen liittyneet tunteet. Eräs keskustelija kertoikin säilyttävänsä vanhoja lehtiä osittain juuri tästä syystä.

Lehden käyttäminen identiteettityössä ei kuitenkaan vaadi sitä, että itse esiintyy jutuissa. Luetuimpien juttujen joukkoon kuuluvat tapahtumajutut, sillä jäsenet lukevat niitä erityisesti silloin, kun ovat itsekin osallistuneet tapahtumaan. Lehti palauttaa mieleen muistoja myös silloin, kun jutussa esiintyy tuttuja ihmisiä tai hevosia.

Ryhmäkeskusteluissa tulee vahvasti esille myös pienlehden tiedottava rooli. Lehdestä saadaan tietoa kilpailuista ja muista tapahtumista, sieltä voidaan etsiä tuloksia ja puhelinnumeroita. Yhteystiedot löytyvät lehdestä nopeasti, oli käsillä mikä numero tahansa. Puhelinnumero on helpompi etsiä tutusta lehdestä kuin puhelinluettelosta.

2C: No se on kyllä totta, että tavallaan seuran... seuratoiminnan kannalta tärkeiden henkilöiden puhelimet... tai et saa ne, et ne yhteystiedot on tuolla, niin ne on helposti saatavissa, ja sit kun ne on joka lehdessä, niin oli sit mikä Kannus tahansa siinä lojumassa, niin pystyy kattoon tosiaan ne...

Lehteen kaivattiin myös kengittäjien, eläinlääkärien ja muiden ammattilaisten yhteystietoja, sillä joissakin seuralehdissä tällainen palveluhakemisto on. Tämän vuoksi keskustelimme hiukan siitä, millainen suhde ilmoituksilla ja palveluhakemistolla olisi. Päädyimme siihen, että palveluntarjoajille pitäisi myydä edullisia rivi-ilmoituksia, jotta lehteen saataisiin heidän yhteystietojaan.

Pienlehdestä voi myös saada sellaista harrastukseen liittyvää tietoa, jota muut viestimet eivät pysty välittämään. Hyödyllistä käytännön tietoa ovat esimerkiksi tiedotteet sääntömuutoksista, kilpailuihin ilmoittautumisesta ja tulevista tapahtumista. Tällaista tietoa monet pitävät hyvinkin tärkeänä.

2B: Niin kyllä se tiedon määrä kapenis kyllä aika lailla jos... jos ei Hipposta lukis ja Kannusta ja...

Ajanvietteen osuus pienlehden käyttötarkoituksista jää ryhmäkeskusteluissa aika vähälle, mutta myös se mainitaan. Eräs keskustelijoista kertoo lukevansa Kannuksesta enemmän viihteellisiä juttuja kuin asiajuttuja. Toinen keskustelija sanoo pitävänsä toimittajan palstasta, joka on kevyellä tyylillä kirjoitettu. Viihtymisen tarpeesta kertoo myös se, että Kannuksen kanssa halutaan heittäytyä sohvalle rentoutumaan eikä sitä siksi haluta lukea pöydän ääressä tietokoneen ruudulta.

Aineistosta ovat siis löydettävissä kaikki McQuailin käyttötarpeiden ryhmät. Näistä tiedonhankinta ja henkilökohtaiset suhteet tulevat esiin melko eksplisiittisesti, ja identiteetin uusintaminen näyttää myös olennaiselta tarpeelta, vaikka sitä ei osata nimetä samalla tavalla. Ajanviete jää vähäisimmälle huomiolle, mutta koska sekin mainitaan useita kertoja, selvästi myös tätä tarvetta tyydytetään pienlehden avulla.

6.3.3. Lehti kaventaa välimatkaa

Ratsastusta tai hevosten hoitamista voi harrastaa ilman seuran jäsenyyttäkin. Kuitenkin ne ratsastusseuran jäsenet, jotka ovat jo pitkään kuuluneet seuraan, eivät osaa kuvitella eroavansa siitä. Ainoat tilanteet, joissa seurasta eroamista voitaisiin harkita, ovat hevosharrastuksen kokonaan lopettaminen ja pysyvästi toiselle paikkakunnalle muuttaminen. Tilapäisen muuton takia jäsenyyttä ei kuitenkaan haluta lopettaa, koska tällöin siteet alkuperäiselle kotipaikkakunnalle säilyvät.

2D: [...] Kuuluin seuraan, mut en käyny vakituisesti... Mutta millon erois seurasta, niin kyl mä luulen että sit jos muuttais kokonaan paikkakuntaa joskus kymmenen vuoden päästä ja järjestäis elämänsä jonnekin muualle, niin sit liittyis sikäläiseen ratsastusseuraan.

Samalla tavalla jäsenyys jatkuu, vaikka aktiivinen hevosharrastus jäisi syrjään vähäksi aikaa. Keskustelijat epäilevät, että kuluisi useita vuosia harrastuksen lopettamisen jälkeen ennen kuin he haluaisivat erota seurasta.

2C: [...] Mutta kyllä tuttu seura on aina kivempi. Että kun on pitkään kuulunu, tai tuntenu sieltä ihmisiä ja... ei sitä kauheen helpolla halua sit vaihtaa.

Näyttää siltä, että tilapäisesti muualla asuville tai harrastuksen väliaikaisesti lopettaneille seuran lehti toimisi sidoksena kotipaikkaan ja tuttuun harrastukseen. Koska keskustelijat korostavat seuran ja siihen kuuluvien ihmisten tuttuutta, on loogista, että heidän kuulumisiaan haluaisi seurata lehden välityksellä, vaikka ei kiinteästi olisikaan mukana seuran toiminnassa. Kannus-lehteä lähetetäänkin myös ulkomaille, koska osa seuran jäsenistä saattaa työskennellä hevosten parissa esimerkiksi Keski-Euroopassa. He kuitenkin ovat yleensä muualla vain tilapäisesti, jolloin siteet kotimaahan ja oman paikkakunnan seuraan halutaan säilyttää.

6.3.4. Yhteenveto: Pienlehdestä on moneksi

Vaikka Kannusta ei erikseen tilata, vaan se lähetetään jokaiselle seuran jäsenelle, sitä ei tutkimukseni perusteella koeta turhaksi, vaan lehteä luetaan ahkerasti. Lehdet myös säästetään ja myöhemmin niiden avulla voidaan muistella menneitä. On tietenkin vaikea sanoa, ovatko ne, jotka eivät kyselyyn vastanneet, heittäneet lehden suoraan roskikseen.

Koska lehti on ainakin puoliksi viihdettä, ensimmäisenä luetaan lyhyet ja kevyet jutut, kuten juorupalsta. Luonteeltaan tiedottavat jutut luetaan ehkä vasta sitten, kun niiden sisältämä informaatio on itselle ajankohtaista. Näitä juttuja saatetaan etsiä myös vanhemmista lehdistä, kun kyseistä tietoa tarvitaan.

Kiinnostavimmiksi koetaan kilpailuista ja muista tapahtumista kertovat jutut, jotka voivat tulkintani mukaan tyydyttää vaikkapa kaikkia McQuailin luettelemia käyttötärpeitä. Niiden parissa rentoudutaan ja viihdytään työpäivän jälkeen (ajanviete). Niiden avulla voidaan seurata, mitä tutut ihmiset ovat tehneet ja näiden ihmisten kuulumisista voidaan siten keskustella kavereiden kanssa (henkilökohtaiset suhteet). Jutut tuovat mieleen tapahtumat, joihin lukija itsekkin on osallistunut, ja hän näkee ehkäpä itsensä laajemmassa seuratoiminnan kontekstissa (identiteetin uusintaminen). Lukija saa jutuista myös tietoa siitä, millaisia tapahtumia seura yleensä järjestää (ympäristön tarkkailu ja tiedon hankinta). On hyvä

huomata, että pienlehdellä jokseenkin omintakeiset keinot henkilökohtaisten suhteiden ylläpitoon, sillä useimmat muut mediat uusintavat vain kuviteltuja suhteita julkisuuden henkilöihin tai fiktiivisiin hahmoihin. Mitä pienemmän yhteisön lehdestä on kyse, sitä suurempi on todennäköisyys, että lehden sivuilta voi seurata todellisen tuttavansa vaiheita.

Lehden sisältöä leimaa kuitenkin sama hierarkkisuus kuin yhdistystä. Usein käy niin, että koska lehteä tekevät samat aktiiviset henkilöt, palstatilaa saavat yhä uudestaan samat ihmiset. Näin on myös Kannuksen laita, sillä esimerkiksi juorupalstalla näkyvät samat nimet numerosta toiseen, vaikka muistakin varmasti olisi juoruttavaa. Useimmiten näkyvyyttä saavat ihmiset ovat hallituksen jäseniä tai heidän tuttaviaan. On täysin ymmärrettävää, että vapaaehtoistyönä tehtävää lehteä varten ei käännetä kiviä ja kantoja, jotta juttuihin saadaan uusia ihmisiä, vaan kirjoittajat etsivät aiheita lähipiiristään. Mielestäni ongelmaa tulisikin ratkoa etsimällä uusia kirjoittajia, jotka tuntevat jälleen uusia ihmisiä. Kuten totesin, tämä ei kuitenkaan ole täysin yksinkertaista.

Lehti toimii myös tärkeänä linkkinä kotipaikkakunnalle ja omaan harrastuspiiriin silloin, kun seuran jäsen ei syystä tai toisesta voi jatkaa harrastustaan entisissä ympyröissä. Etenkin tilapäisessä katkokuksessa lehden merkitys on suuri, sillä se pitää yllä suhdetta omaan seuraan, jolloin palaaminen aktiiviseksi harrastajaksi lienee helpompaa. Mikäli muutos on pysyvä, lehti saattaa olla viimeiseksi katkaistava side, kun on aika siirtyä kokonaan uuteen ympäristöön.

6.4. Median käyttö ja mediamaisema

6.4.1. Pienlehti suhteessa muuhun mediamaisemaan

Ryhmäkeskusteluissa kävi ilmi, että seuran jäsenlehti koetaan melko erilaiseksi muihin lehtiin verrattuna. Kuten edellä totesin, sen ei toivotakaan olevan samalla tavoin ammattimaisesti tehdyn näköinen kuin kaupalliset lehdet ovat, mutta siitä huolimatta sitä pidetään yhtä tärkeänä ellei tärkeämpänäkin. Pyysin keskustelijoita vertaamaan Kannusta Suomen Ratsastajainliiton julkaisemaan Hippos-lehteen, joka tulee postissa kaikkien ratsastusseurojen jäsenille. Hippos on suurikokoisempi kuin Kannus, siinä on enemmän juttuja, se ilmestyy useammin ja se painetaan kiiltävälle paperille. Kaiken kaikkiaan Hippos saattaa ulkoisesti antaa laadukkaamman lehden vaikutelman, vaikka eräissä keskustelussa todettiin, että se ei ole ”yhtään sen paremmin taitettu” kuin Kannus. Lukijoille ulkoisilla seikoilla ei kuitenkaan välttämättä ole merkitystä, vaan oman seuran lehti on itselle läheisempi ja tärkeämpi, koska sen jutut koskettavat monien omaa elämää, jopa hyvinkin konkreettisesti. Tähdistä kertovia

juttuja luetaan muista lehdistä ehkä uteliaisuuden vuoksi, mutta niillä ei todellisuudessa ole suurtakaan merkitystä.

ID: Enemmän oikeestaan löytää meidän omasta seuralehdestä jutunaihetta ja lukuaihetta kun Hippoksesta, että koska tää... me tunnetaan tää väki ja porukka, mitä tässä meidän oman lehden piirissä on, että mun mielestä Hippoksessa käsitellään jostakin semmottesta aiheesta, mihkä me ei koskaan päästä itte samalle tasolle. Se on niinku kaukasta.

Hippos katsoo maailmaa valtakunnallisesta näkökulmasta. Se julkaisee juttuja Suomen parhaista ratsastajista ja suurista tapahtumista ympäri maata sekä valtakunnallisten kilpailujen tuloksia. Osa keskustelijoista piti Hippoksen näkökulmaa jopa kansainvälisenä. Kannuksen näkökulma on puolestaan paikallinen. Omassa seurassa ei ole suuria valtakunnallisia tähtiä, mutta ne ihmiset, joista Kannuksessa kirjoitetaan, ovat monille seuran jäsenille tuttuja tallilta tai kisoista. Toisaalta keskustelijoiden mielestä Hippoksessa on Kannusta enemmän ”asiajuttuja” eli ilmeisesti esimerkiksi hevosen hoidosta kertovia artikkeleja. Lehtien arvojärjestyksestä kertoo se, että pari keskustelijaa sanoi heittävänsä vanhat Hippokset paperinkeräykseen, mutta säilyttävänsä vanhat Kannukset.

Kannuksessa on paljon juttuja, joita tuskin voisi julkaista missään muussa lehdessä. Paikalliskilpailujen tulokset eivät mahdu hevosalan valtakunnallisiin lehtiin, ja paikallisessa sanomalehdessä tulokset julkaistaan lyhennettyinä. Paikallisuudessa on muutoinkin Kannuksen kaltaisen pienlehden ydin. Juorupalstalla julkaistaan kilttejä juoruja ihmisistä, jotka useimmat lehden lukijat tunnistavat, mutta joiden vauvauutisia olisi turha tyrkyttää 7 Päivää -lehden sivuille. Kannuksen koetaan leviävän niin pienelle piirille, että siellä uskalletaan julkaista henkilökohtaisempia juttuja kuin muissa joukkoviestimissä. ”Oman porukan” kesken ei pelätä, että joku loukkaantuisi siitä, että hänen perheasiansa julkaistaan lehdessä. Tämä kuuluu pienlehden henkeen, enkä usko, että juorupalstan etiikkaa on seuran piirissä juurikaan kyseenalaistettu. Juorut ovat siis varmaankin pysyneet helposti hyvän maun rajoissa.

IC: Kyllä suurempi kynnys olis laittaa Kangasalan kaikuja lähettää Aamulehden palstoille. Tai edes Kangasalan Sanomien palstoille. Että kyllä se... tähän voi semmosia niinku oman piirin juttuja helpommin laittaa.

IA: Tähän uskaltaa vie juoruta muista ilman, että pelkää kunnianloukkaussyytteitä. (naurua)

Samoin Kannukseen voidaan kirjoittaa juttuja yksittäisistä hevosista, ja on luultavaa, että ne kiinnostavat monia lukijoita, vaikka laajalevikkisemmissä lehdissä ne voisivat tuntua täysin

turhilta. Esimerkiksi ratsastuskoulujen hevoset ovat kuitenkin lähes paikallisia julkkiksia, sillä niillä ratsastavat viikoittain useat ihmiset, ja pitkään ”opetustyötä” tehneet hevoset muistetaan hyvin. Moni on kiinnostunut tietämään, mitä kuuluu sille vanhalle hevoselle, jonka selässä aikoinaan opetteli ratsastamaan.

6.4.2. Pienlehti ja internet

Digitaalinen teknologia liittyy nykyään kiinteästi kaikkeen viestintäkeskusteluun, sillä jokainen media haluaa käyttää hyväkseen tietoverkkojen suomia mahdollisuuksia. Myös Kangasalan Ratsastajat on miettinyt tiedotuksensa siirtämistä internetiin ja samalla myös jäsenlehden muuttamista digitaaliseen muotoon. Seuran toivomuksesta otin tutkimuksessani selvää, mitä mieltä lehden lukijat ovat tällaisesta kehityksestä. Tulokset ovat selviä. Yhtä poikkeusta lukuun ottamatta kaikki haluavat lukea lehtensä paperilta, mutta yli puolet ei panisi pahakseen, jos tämän lisäksi internetissä olisi tiedotteita, kilpailujen tuloksia, lisää materiaalia ja kuvia. Esimerkiksi lomakekyselyssä 60 prosenttia vastaajista haluaisi lukea Kannusta paperilehden lisäksi internetistä ja 32 prosenttia ei haluaisi lukea sitä lainkaan internetistä.

Nettilehden hyviä puolia ovat julkaisemisen edullisuus, nopean päivittämisen mahdollisuus ja lähes rajaton tila. Lisäksi kuvat voidaan internetissä julkaista värillisinä ja hiukan parempilaatuisina kuin paperilla. Toisaalta verkossa julkaistu lehti vaatii tekijöiltään vähintään yhtä paljon työtä kuin paperinen, ellei enemmän, sillä sivujen ajan tasalla pitäminen tarvitsee ahkeran päivittäjän. Keskusteluryhmissä puhuttiin kuitenkin paljon internet-julkaisun huonoista puolista ja todettiin, että seuran lehti ei siirry kokonaan verkkoon ainakaan vielä pitkään aikaan.

Ongelmista ensimmäinen on tavoitavuus. Kaikilla ei ainakaan toistaiseksi ole pääsyä internetiin, ja toisilla yhteys saattaa olla vain työpaikalla. Nekään, joilla yhteys on olemassa, eivät välttämättä käytä internetiä säännöllisesti. Koneet ovat myös epäluotettavia, joten jos viestintä on ainoastaan verkon varassa, viestin perille meno voi kaatua teknisiin ongelmiin. Toisaalta internet on täynnä kiinnostavaa tietoa, joten seuran lehti saattaa hukkaa muun materiaalin joukkoon, vaikka sillä olisikin oma, helposti muistettava osoitteensa.

IC: [...]Mutta kun nettiin sä lähdet hakeen asioita, niin sullon niinku niin monta tavallaan polkuu missä sä voit harhautua ihan niinku... ihan tavallaan niinku muille poluille sielä. Et yhtäkkii kekata, et tossahan onkin mielenkiintonen linkki, meenkin tonne ja unohdat sen itte pääasian, mitä sä sieltä olit hakemassa. [...]

Lehden etsiminen verkosta vaatii aina jonkin verran vaivannäköä, joten ne, joita sen sisältö ei kovin paljon kiinnosta, eivät ehkä viitsi etsiä sitä käsiinsä lukeakseen juttuja ja tiedotteita. Näin voi käydä myös kiireisille ihmisille. Eräs keskustelija totesi osuvasti, että kun lehti tulee kotiin postiluukusta, se on pakko ainakin ottaa käteen, jolloin lehteä tulee yleensä myös selailtua. Käden ulottuvilla olevaan lehteen tartutaan silloin, kun se sattuu silmiin, ja siihen voidaan myös palata uudestaan useammin kuin verkon uumenissa olevaan tietoon. Toisaalta verkossa lehden voivat löytää myös ne, jotka eivät sen yleisöön muuten kuuluisi, mutta ovat esimerkiksi etsimässä spesifiä tietoa jostakin aihealueesta. Näin lehti ja seura saisivat helposti lisää yleisöä, mutta keskustelijat eivät usko, että se korvaisi verkkoon siirtymisen myötä menetettyjä lukijoita.

2D: Jos ois kokonaan verkossa, niin se jäis... se lukijakunta ehkä pienuis ja muuttuis, toisaalta se vois laajeta, mut toisaalta muuttuis aika paljon ja mä luulen, että kiinnostus niinkun vähenis. Se on paljon helpompi lukee se kun siin... kannetaan sulle sisään. Ku se että sit pitäis muistaa mennä.

Paperista lehteä puoltavat myös henkilökohtaiset mieltymykset. Useimmat ihmiset lukevat tekstiä mieluummin paperilta kuin ruudulta. Näytöltä lukeminen koetaan jollakin tapaa rasittavaksi ja lukemista rajoittaa myös se, että useimmiten pitäisi istua pöydän ääressä. Tietokoneen kanssa ei voi mennä illalla sänkyyn peiton alle tai oikaista itsensä sohvalle.

1A: Niin, siitä tulee semmonen työn maku ainakin mulle, jos pitää pääteeltä ruveta lukeen tätä lehteä. Tulee vähän semmonen, että on töissä niinku, tää pitää nyt saada luettua. Kun taas tän voi ottaa sillain, että mä makaan sohvalla ja rentoudun ja...

Lisäksi monien mielestä on kivaa, että postiluukusta tulee jotain käsin kosketeltavaa, muutakin kuin mainoksia ja laskuja. Koska iso osa viestinnästä on muuttunut sähköiseksi, tuntuu postissa tuleva lehti henkilökohtaiselta, melkein kuin jonkun lähettämä kirje. Keskusteluissa suurin osa osallistujista kertoi säilyttävänsä vanhoja Kannuksia, joten niillä koetaan olevan arvoa vielä myöhemminkin. Vaikka keskusteluissa ei asiasta puhuttukaan, on selvää, että sähköistä lehteä ei pysty samalla tavalla säilyttämään itsellään. Se, että verkosta löytyvät myös lehden vanhemmat numerot, tuskin korvaa sitä iloa, joka syntyy omien lehtien arkistoinnista.

Keskusteluryhmä 2 toi verkkojulkaisemisesta esiin erittäin tärkeän seikan, josta harvoin puhutaan. Internetiä tunnutaan jollakin tapaa intuitiivisesti pitävän lehdistöä yksityisempänä mediana, koska yhdessä isossa verkossa on paljon pieniä yhteisöjä, joilla on kullakin oma nurkkansa. Tämä ei suinkaan pidä paikkaansa, vaan perustunee siihen, että verkon laajaa

yleisöä on vaikeampi hahmottaa kuin lehden lukijoita. Siinä missä Kannus tällä hetkellä on saatavilla noin kolmellesadalle jäsenelle ja heidän tuttavapiirilleen sekä mahdollisesti Kangasalan kirjastossa ja esimerkiksi talleilla tai eläinlääkärin vastaanotolla, verkkomuotoisena lehti voidaan saada kenen tahansa näytölle. Tällöin lehden sisäpiirilunne saattaisi vähentyä ja samalla voisi vähentyä myös ihmisten halu kirjoittaa lehteen henkilökohtaisista asioista. Juorupalstaa ei haluta koko Suomen tietoon, vaikka se periaatteessa on yhtä lailla julkinen paperilehdessäkin.

2C: Just et ehkä juuri se, että on tommosia paikallisia juoruja, niin eihän sinne voi sinne nettiin pistää kenenkään ihmisten nimiä, niinkun niin helposti kun sitten...

2D: Ne löytyy Googlella sun muuta...

Itselläni on kokemusta esimerkiksi siitä, että myös työnantajat surffailevat internetissä ja etsivät tietoa työnhakijoista. Verkkolehdestä juorupalstan leikkimieliset jutut voisivat siten entistä helpommin joutua sellaisten silmiin, joille ne eivät ole tarkoitettuja.

Toisaalta verkkoon on eräällä tavalla helpompi kirjoittaa kuin lehteen, etenkin jos oman tekstinsä saa heti näkyville. Tämä voisi olla hyvä asia silloin, kun jutun tekijöistä on pulaa, mutta keskusteluryhmässä 1 pelätään, että helppous voisi tuoda mukanaan epätoivottuja piirteitä, kuten toisten haukkumisen nimimerkin takaa.

1B: Mutta se, että siellä äkkiä noilla nettisivustoilla on, mun mielestä on ihan hyvä, että Kannus ei oo tämmönen foorumi, missä haukutaan yhden tallin tai yhden ratsastuksenopettajan tapoja... tai niinku mennään asiattomuuksiin, että... on hyväkin että se on se kriteeri...

Vartenotettavaksi vaihtoehdoksi koettiin kuitenkin se, että internet palvelisi Kannuksen lukijoita paperilehden rinnalla. Moni haluaisi siirtää kilpailujen tulokset verkkoon, koska ne vievät lehdessä tilaa useita sivuja, eivätkä kaikki ole tuloksista kiinnostuneita. Toisaalta peräti kahdeksan vastaajaa nimesi lomakekyselyssä tulokset yhdeksi lehden kiinnostavimmista jutuista. Ratsastusseuran internet-sivuilla kuuluisi tietenkin olla perustiedot seurasta sekä liittymisohjeet, mahdollisesti myös liittymislomake. Myös hallituksen jäsenten yhteystiedot olisi syytä löytyä verkosta, mutta niiden pitäisi olla myös lehden sivuilla juuri siksi, että lehti on usein helposti käden ulottuvilla. Sähköpostiosoitteiden pitää olla hyvin esillä verkossa, jotta sähköpostin lähettäminen käy näppärästi.

Verkkosivu palvelee hyvin silloin, kun sinne lisätään tiedotteita, esimerkiksi kilpailukutsuja ja tietoa tapahtumista, sitä mukaa kun ne ovat ajankohtaisia. Jos sivua päivitetään riittävän usein, kiinnostuneet osaavat käydä siellä säännöllisesti etsimässä uutisia. Joidenkin mielestä

tiedotusasioissa riittää, että paperilehdessä viitataan tarkempien tietojen löytyvän internetistä. Toisaalta ne, jotka käyttävät internetiä harvemmin, eivät pidä tästä, vaan haluavat lukea kaiken tärkeän tiedon paperilta. Jotkut löytävät aikaisemmat tiedotteet vanhoista lehdistä jopa helpommin kuin internetistä. Kaikkien mielestä verkkosivu palvelee parhaiten silloin, kun se toimii paperilehden laajenuksena. Internetissä voisi olla lisää kuvia ja linkkejä ulkopuolisille sivuille, jotka käsittelevät jotakin lehdessä esiintynyttä aihetta. Haastattelut, juorut ja muut kevyemmät asiat halutaan ehdottomasti lukea ”oikeasta” lehdestä. Tällaisessa laajennusajattelussa tulee kuitenkin ottaa huomioon se, että tiedotuksesta vastaavien ihmisten työmäärä ei näin helpotu, vaan todennäköisesti lisääntyy, koska verkkoon halutaan enemmän materiaalia kuin lehteen edes mahtuisi.

Kun pohditaan pienlehden siirtämistä internetiin tai näiden kahden median yhdistämistä, on tärkeä miettiä käytännön asiat perin pohjin. Uskon kuitenkin, että lopullinen ratkaisu riippuu tunnuseikoista, kuten seuraava puheenvuoro osoittaa.

IE: Kyllä. Toisaalta tuntus sillä lailla, että kummiskin tää pitää tän jäsenistön kummiskin jollain lailla es tän lehden välityksellä niin pitäs lähempänä sitä seuraa kun että jos kaikki olis digitaalisena.

6.4.3. Yhteenveto: Käden ulottuvilla lähellä lukijaa

Pienlehden etu muihin lehtiin verrattuna on se, että lehden käsittelemät asiat ovat ehkä lähempänä lukijoiden omaa harrastuspiiriä kuin minkään muun lehden. Siinä voidaan käsitellä joitakin asioita yksityiskohtaisemmin kuin muissa, koska aihepiiri on tiukasti rajattu. Koska kirjoittajat kertovat usein omista kokemuksistaan, tekstiin tulee erilainen todellisuuden ja henkilökohtaisuuden tuntu kuin jos jutut olisivat ulkopuolisen näkökulmasta kirjoitettuja. Lehti on myös fyysisesti lähellä lukijaa, koska se tulee omaan postiluukkuun ja on pakko ainakin ottaa käteen, kun taas digitaalinen lehti saattaisi hukkua verkon uumeniin, jolloin sen olemassaolo saattaisi unohtua kokonaan. Lisäksi on otettava huomioon, että kaikilla ihmisillä ei ole mahdollisuutta päästä helposti internetiin.

Jutut paikallisista tapahtumista, oman seuran ihmisistä ja lukijoille tutuista hevosista erottavat Kannuksen muista lehdistä. Nämä kaikki tekevät siitä lukijoille jopa muita lehtiä tärkeämmän. Tunnearvon vuoksi lehtiä säilytetään pidempään kuin muita. Tässä näkyy Kannus-lehden idiosynkraattisuus: kun ratsastuskoulun ponin luonteesta ja käyttäytymisestä kerrotaan valokuvan kera, voi harrastusta tuntemattoman olla vaikea ymmärtää jutun merkitystä.

Ratsastajat kuitenkin tietävät, kuinka tärkeitä ystäviä ponit ovat harrastusta aloitteleville lapsille ja kuinka monille eri ihmisille ratsastuskoulun tuntiratsut ovat tuttuja.

Pienlehden siirtäminen internetiin saattaisi helpottaa informaation pitämistä ajan tasalla ja vähentää julkaisemisen kustannuksia, mutta useimmat lukijoista eivät halua lukea lehteään verkosta, koska ruudun ääressä istuminen tuntuu enemmän työltä kuin virkistyksestä ja koska osa lehden sisäpiiriluonteesta voi kadota, jos se on liian helposti kaikkien saatavilla. Näin ollen julkaisun muuttaminen verkkolehdeksi voisi auttaa lukijoita tyydyttämään tiedonhankintaan liittyviä tarpeita, mutta lehden käyttö ajanvietteenä vähentyisi. Jos juorujen ja henkilökohtaisten kertomusten julkaiseminen vähentyisi verkon myötä, ei lehti enää tyydyttäisi kovin hyvin ihmissuhteisiin liittyviä tarpeita. Mikäli verkkolehteä ei suljettaisi salasanan taakse, se ei olisi enää jäsenille etuoikeus, jolloin saatettaisiin ainakin osittain menettää lehden tuoma lisä yhteisöllisyyteen ja identiteetin tuottamiseen. Kun puhutaan seuran sisäisestä yhtenäisyydestä, kotiin kannettu paperinen lehti on paras väline. Internet taas toimii hyvin, kun seuran toimintaa markkinoidaan ulkopuolisille, koska verkkosivulle on helppo päästä, jos tietää, mitä etsiä. Paras ratkaisu lienee siis kompromissi, jolloin verkkosivut täydentäisivät paperisen lehden materiaalia.

6.5. Pienlehti ja journalismi

Loin aiemmin katsauksen siihen, miten viestinnän tutkijat määrittelevät journalismin. Kysyin samaa myös jokaisessa keskusteluryhmässä ja painotin, että kysymykseen ei ole olemassa oikeita vastauksia ja että halusin vain tietää, mitä keskustelijoille tulee kyseisestä sanasta mieleen. Oli kiinnostavaa huomata, että asian ihmettelyn ja keskustelun jälkeen kaikissa ryhmissä päädyttiin samankaltaiseen lopputulokseen: Kannuksessa on sekä journalistista aineistoa että materiaalia, jota ei voi luokitella journalismiksi.

Keskustelijat ajattelivat sanan 'journalismi' kuullessaan tiedottamista, viihdyttämistä, vaikuttamista ja kantaa ottamista. Erityisesti nuorten ryhmässä, mutta myös aikuisten joukossa, journalismi toi mieleen toimittajan työn ja ammattimaisuuden. Osa liitti journalismin lähinnä lehtityöhön, osa taas kaikkiin medioihin. Puhuttiin myös asiapitoisuudesta, vakavasta tiedottamisesta ja virallisuudesta. Eräs keskustelija ryhtyi pohtimaan tutkivaa journalismia. Saman henkilön mielestä on olemassa myös journalismia, jossa ”puhutaan, mutta ei ite asiassa oteta niinku mihinkään kantaa”.

Keskustelijoiden arvioilla journalismista on selvästi yhtymäkohtia Kuneliuksen määritelmään (1997, 18–19) faktapohjaisuudessa ja McQuailin määritelmään (2000, 498)

ammattilaisuudessa. Molempien tutkijoiden esille tuomaa ajankohtaisuuden vaatimusta ei keskusteluissa esiinny. Myöskään Kuneliuksen määrittelemää itsenäisyyttä ja edustavuutta ei eksplisiittisesti mainita, mutta toimituksen rooli tulee esiin seuraavassa puheenvuorossa, joka vaikuttaa varsin ammattimaiselta näkökulmalta journalismiin:

2D: Mul tulee tavallaan mieleen sellanen niinkun kirjoitettu ja toimitettu juttu, eikä vaan mikään niinku referaatti tai tiivistelmä. Et se on... tavallaan jos se on asiajuttu, se on asiapitonen juttu, mutta siinä kumminkin saa huomata kirjoitustyylin ja kirjottajan jotain sellasta omaa leimaa. Se tulee mulle mieleen.

McQuail määrittelee journalismin myös merkittäväksi, luotettavaksi ja kiinnostavaksi. Näitä ominaisuuksia ei tuoda keskusteluun journalismista puhuttaessa, mutta muusta keskustelusta voi päätellä, että niitä pidetään päämääränä myös seuralehteä tehdessä. Ne ehkä vaikuttavat niin itsestään selviltä hyvän lehtijutun ominaisuuksilta, että niitä ei tule helposti ajatelleeksi.

Kun pyysin keskustelijoita pohtimaan, onko Kannuksessa journalismia, osalla ensimmäinen reaktio oli, että näin kevyet jutut eivät ole journalismia.

1B: Se on jännä kun tätä rupeskin miettiin, niin äkkiä mitä journalismista tulee mieleen, niin et se ois jollainlailla niinkun vakavaa tiedottamista ja tää Kannus on vähän niinku tällasta rennompaa... Et tässä vois niinku tavallaan verrata, että Aamulehti peruslehtenä on journalismia ja Moro on sitten tämmöstä vastaavaa kuin meidän Kannus. (nauraa) Vähän tällai niinkun... tulee ajatuksena.

Hyvin pian kaikki olivat kuitenkin sitä mieltä, että osa Kannuksen jutuista voidaan luokitella journalismiksi. Journalismin kriteerit laajenivat niin, että myös kevyemmät lehdet, kuten sanomalehtien liitteet ja juorulehdet hyväksyttiin journalismiksi. Yhtä selvää ei ollut, mitkä jutut voisivat Kannuksessa olla journalismia ja mitkä eivät. Ensimmäisenä journalismiksi kelpuutettiin tapahtumista kirjoitetut artikkelit ja haastattelut tai sen kaltaiset. Valintaan vaikutti luultavasti se, että ne näyttävät selvästi lehtijutuilta: niissä on otsikko, leipäteksti ja kuvat. Sisällöltäänkin ne muistuttavat tavanomaisten lehtien juttuja. Journalismin luokasta karsiutui pikkuhiljaa pois joitakin juttutyyppejä: tiedotteet, jotka koskevat esimerkiksi yhdistyksen toimintaa, kilpailusääntöjä tai tulevia tapahtumia; kokousten pöytäkirjat ja vuosikertomukset sekä selvät fiktiiviset tarinat. Esimerkiksi juorupalstan luokittelu näytti olevan vaikeaa ja erilaisia mielipiteitä oli myös ratsastuskeskuksen rakentamista seuraavasta juttusarjasta, sillä siinä lähinnä luetellaan projektin vaiheita. Epävarmaksi jäi myös, lasketaanko hevosesitys journalismiksi. Yksi keskustelijoista ehdotti, että journalismi määriteltäisiin ammattimaisten työtapojen, ei valmiin jutun perusteella.

Lopulta keskusteluissa päädyttiin melko väljään käsitykseen journalismista, ei lainkaan niin tiukkaan ja selvärajaiseen määritelmään kuin esimerkiksi Blood (2004). Olen keskustelijoiden kanssa samaa mieltä siitä, että Kannuksessa on sekä journalistista että ei-journalistista materiaalia. Vaikka kokouspöytäkirjat ovat faktapohjaisia ja ajankohtaisiakin, niistä puuttuu toimittajan osuus. Mielestäni ammatillisuuden vaatimus on pienlehtien tapauksessa epäolennainen, ja pidän tärkeämpänä kriteerinä sitä, että juttu on *lehteä varten kirjoitettu ja toimitettu*. Julkaistu juhlapuhe ei siis ole journalismia. Mikäli kirjoittajan pitäisi olla ammattilainen, vain hyvin harvat pienlehdet voitaisiin luokitella journalismiksi. Faktapohjaisuuden, ajankohtaisuuden ja toimittamisen kriteerejä käyttäen myös juorupalstat ja rakennusprojektin esittely ovat journalismia, sikäli kuin juorut pohjautuvat tositahtumiin. Hevosesityksissä ajankohtaisuuden määre saattaa joutua venymään – kuten se tekee usein muussakin journalismissa.

Mielestäni Kannus säilyttää journalistisen tuotteen statuksen senkin jälkeen, kun määrittelyyn tuodaan mukaan Kuneliuksen edustavuuden ja itsenäisyyden vaatimukset. Kokonaisuutena Kannus pyrkii edustamaan jokaista ratsastusseuran jäsentä, mikä näkyy keskustelussa nuorten palstasta ja toiveissa uusien kirjoittajien mukaan saamisesta. Käytännössä edustavuus ei kuitenkaan toteudu, sillä jäsenet, jotka eivät ole aktiivisia seuratoiminnassa eivätkä harrasta kilparatsastusta, näkyvät sivuilla harvoin. Tilannetta on yritetty parantaa tekemällä gallup-tyyppisiä haastatteluja jäsenistä, mutta niihinkin on hankala tavoittaa ”rivijäseniä”. Itsenäinen Kannus on mielestäni siksi, että lopullinen päätösvalta lehden sisällöstä on lähinnä päätoimittajalla – tällä hetkellä siis minulla, ja yritän toteuttaa sitä mahdollisimman hyvin journalistin ohjeiden mukaisesti. Toki myös seuran hallituksen jäsenillä on sananvaltaa lehden sisällössä.

7. Pienlehti yksilön ja yhteisön palvelijana

7.1. Pienlehti yksilön arjessa

Pienlehden merkitystä voidaan tarkastella kahdesta näkökulmasta: yksittäisen vastaanottajan ja koko julkaisijayhteisön. Yksittäisen lukijan kannalta pienlehti on tavallaan samassa asemassa kuin muut samantapaiset mediat, kuten erikoisaikakauslehdet, mutta yhteisölle oma lehti on ainoa laatuaan, korvaamaton tiedon välityksessä sekä imagon ja yhteisöllisyyden ylläpitämisessä. Kolmanneksi aihetta voidaan tutkia täysin ulkopuolisen henkilön näkökulmasta, jolloin lehti saattaa näyttää täysin mitättömältä.

Pienlehti voi olla lukijalleen keino rentoutua ja viettää vapaa-aikaa siinä missä mikä tahansa muukin aikakauslehti, mutta tarvittaessa se täyttää muitakin tehtäviä. Mediana pienlehti on hyvin mukautuvainen, joten sen sisältö muokkautuu julkaisijan mukaan, ja siten lukijoidenkin käyttötarkoitukset vaihtelevat. Mukautuvaisuus tarkoittaa sitä, että pienlehti pystyy suhteellisen nopeasti paikkaamaan muussa mediatarjonnassa esiintyviä puutteita. Käytännössä tämä voi tapahtua esimerkiksi siten, että joku huomaa olemassa olevan tarpeen tietynlaiselle lehtijutulle, kirjoittaa itse sellaisen ja lähettää sen oman yhteisönsä lehteen. Pienlehdessä julkaisukynnys on pieni ja jutunaiheet vaihtelevat yleensä sen mukaan, mitkä aiheet kiinnostavat kirjoittajia. Autoritääriset päätoimittajat, kaupalliset tavoitteet tai median yleiset trendit eivät useinkaan ole julkaisun esteenä.

Mukautuvaisuus johtaa siihen, että pienlehteä voidaan pitää vaihtoehtona muille lehdille sekä sisältönsä että ilmaisunsa puolesta. Tyypillinen suomalainen pienlehti ei ole varsinainen vaihtoehtolehti esimerkiksi poliittisen tai ideologisen suuntautuneisuutensa kannalta, mutta myös harrastuksiin pohjautuvia pienlehtiä voitaneen pitää jollakin tapaa vaihtoehtoisina, koska ne tarttuvat pieniin, lukijoita ja heidän kiinnostuksen kohteitaan lähellä oleviin aiheisiin, joista muilla lehdillä ei ole mahdollisuutta raportoida, olivat nämä sitten paikallisuuteen tai harrastukseen liittyviä. Vaihtoehtoista tällainen ruohonjuuritason lähestymistapa on siksi, että valtaviiran mediat ovat nykyisin laajalevikkisiä ja käsittelevät usein suuria asiakokonaisuuksia – vaikkakin myös paikallisuutisoinnille on omat lehtensä ja sivunsa. Vaihtoehtoisuutta painottava näkökulma pienlehtiin vastaa Carpentierin ym. (2003) toista lähestymistapaa.

Pienlehden ilmaisu on yleensä henkilökohtaisempaa ja mahdollisesti myös puhekielisempää kuin muissa lehdissä, koska lehden tekijät eivät ole koulutettuja ammattilaisia. Tämä ei suinkaan laske lehden arvoa lukijoiden silmissä, vaan tekee siitä kiinnostavan, sillä omakohtaiset tarinat luetaan tarkkaan. Vaikka tällaiset jutut ovat subjektiivisia eivätkä siten täysin journalismin määritelmän mukaisia, ne kenties antavat lukijalle syvemmän ja välittömämmän kosketuksen aiheeseen kuin ulkopuolisen toimittajan kirjoittamat jutut. Pienlehdet koetaan muuta henkilökohtaisemmiksi, minkä vuoksi niitä saatetaan säilyttää pidempään kuin muita lehtiä. Lehti ei kuitenkaan ole yhtä henkilökohtainen kuin esimerkiksi kirje, koska sama informaatio on myös muiden luettavissa. Tämä lisää pienlehden käyttöön sosiaalisen aspektin: yhteisön jäsenet voivat käyttää lehden välittämää tietoa pohjana keskustellessaan esimerkiksi yhteisön kehittämisestä tai juoruillessaan yksittäisestä jäsenestä.

Yksilö kokee pienlehden edellä kuvatulla tavalla ainoastaan siinä tapauksessa, että hän kuuluu lehden kohderyhmään. Jos lehteä lukee sellainen henkilö, joka ei ole kyseisen yhteisön jäsen

tai edes kiinnostunut aiheesta, hän ei suinkaan koe lehteä läheiseksi tai henkilökohtaiseksi. Monissa tapauksissa pienlehden merkitys ulkopuoliselle on täysin olematon tai korkeintaan kuriositeetti. Vaikka yhteisön jäsenten mielestä oman lehden pitääkin olla amatöörimäisen näköinen, huolimaton ulkoasu tai virheellinen kielenkäyttö saattaa karkottaa ulkopuolisia lukijoita. Tämä on idiosynkrasian toinen puoli: se, mikä toisille on tärkeää ja kiehtovaa, on toisille pitkäveiteistä ja käsittämätöntä. Idiosynkrasiaa onkin kaikki se, jota voisi kutsua sisäpiirin jutuiksi, esimerkiksi kielenkäyttö, toistuvat aiheet, yhteisön omat tavat ja huumori. Idiosynkraattiset piirteet rakentavat ryhmän sisäistä identiteettiä, koska samoja piirteitä ei ole muilla ryhmillä.

7.2. Pienlehden rooli toiminnan tuottamisessa

Kangaspunta (1995, 41) kuvailee, miten paikkakunnan oma lehti aiheuttaa toimintaa. Pienlehti tuottaa toimintaa mahdollisesti jopa paikallislehteä enemmän, sillä sekä lehti että yhteisö toimivat usein pienemmän koneiston voimalla, jolloin kaikki toiminta on välittömämpää. Lehti on ikään kuin keskipiste, neuvottelupöytä, jossa yhteisön jäsenet kohtaavat ja jossa voidaan antaa ja saada virikkeitä muuhun toimintaan. Ryhmäkesustelun perusteella huomasi, että paperinen lehti aiheuttaa toimintaa varmemmin kuin internetissä julkaistu, sillä toimintaa on jo se, kun lehden saaja ottaa sen postilaatikosta tai lattialta ja todennäköisesti selaa sitä samalla. Selailun asteelle pääsevät luultavasti lähes kaikki yhteisön jäsenet, ja suurin osa heistä lukee lehteä myöhemmin keskittyneesti. Lukeminen puolestaan avaa ovia muunlaiselle yhteisöön liittyvälle toiminnalle.

Seuraavalla toiminnan asteella lukijat keskustelevat lehden sisällöstä muiden kanssa tai esimerkiksi harkitsevat osallistuvansa johonkin lehdessä ilmoitettuun tapahtumaan. Kolmannella asteella jäsenet saavat lehdestä kipinän lähteä mukaan tapahtumaan, osallistua talkoisiin, kirjoittaa oma juttu lehteen tai ottaa yhteyttä seuraan esimerkiksi omien ideoiden esittämistä varten. Neljänneksi vaiheeksi voisi kenties ajatella sen, että lehden lukijana aloittanut jäsen osallistuu aktiivisesti yhteisön päätöksentekoon, järjestää itse tapahtumia ja kutsuu muita mukaan toimintaan. Tähän tosin tarvitaan yleensä muitakin kuin lehden välittämiä kontakteja.

Koska yhteisö on Rothenbuhlerin (2001) mukaan pyrkimystä ideaalitilaan, lehti on potentiaalisesti myös kanava, jonka kautta yksilöt voivat ilmaista erilaiset mielipiteensä. Kun mielipiteet ovat tiedossa, voidaan päätöksenteossa pyrkiä kaikkia parhaalla mahdollisella tavalla miellyttävään ratkaisuun. Esimerkkitapauksessani yhteisön lehti ei yleensä ole kanava mielipiteiden vaihdolle, mutta se voisi aivan hyvin olla.

Pienlehti saa aikaan toimintaa myös muualla kuin yhteisön jäsenten keskuudessa. Mainostajat löytävät lehden kautta pienen, mutta keskittyneen kohderyhmän. Jäsenyyttä harkitsevat voivat lehden nähtyään tehdä päätöksen liittymisestä. Sponsorit saattavat lehden sivuilta huomata, kuinka näkyvää toimintaa yhteisö järjestää ja päättää jatkaa sen tukemista. Nämä toki edellyttävät sitä, että ulkopuolisella taholla on jonkinlainen kiinnostus kyseistä lehteä tai sitä julkaisevaa ryhmää kohtaan, sillä pienlehtiä on paljon, ja ne on helppo sivuuttaa kiinnostamattomina. Kaikki toimintaa synnyttävät piirteet liittyvät Carpentierin ym. (2003) ensimmäiseen lähestymistapaan, yhteisön palvelemiseen. Mikäli toimintaa ajatellaan ihmisten yleisen aktivoimisen ja vaikuttamismahdollisuuksien korostamisen kannalta, kyseessä on kolmas lähestymistapa, pienmedia osana kansalaisyhteiskuntaa.

Karvonen (2005) arvioi, että yhteisyyden luominen ja keskustelutilana toimiminen ovat nousemassa journalismin tärkeimmiksi tehtäviksi tiedonvälityksen sijaan. Pienlehdet ovat osaltaan tiedonvälittäjiä, mutta niiden luonne on luultavasti aina ollut sosiaalisempi kuin valtaviiran medioiden, eivätkä ne ole kokemassa samanlaista murrosta kuin yleislehdet, vaikka lehtien siirtyminen verkkoon saattaakin viedä niitä entistä keskustelullisempaan suuntaan. Nähdäkseni sosiaalisuus ja yhteisöllisyys eivät kuitenkaan nouse lehdestä itsessään, joka on vain tekstiä ja kuvia, vaan sen synnyttämiseksi tarvitaan edellä kuvattua toimintaa, siis keskustelua ja osallistumista. Tärkeä osa yhteisöllisyyttä on jäsenten kokemus omasta identiteetistään.

7.3. Pienlehden merkitys yksilöllisen ja kollektiivisen identiteetin muodostumisessa

Myös identiteettiä voi tarkastella joko yksilön tai yhteisön näkökulmasta. Pienlehti liittää lukijansa varsin konkreettisesti osaksi yhteisöä, vaikka siteet siihen muuten olisivatkin löyhät. Jos lehteä ei olisi, jäsenet eivät ehkä olisi kovin tietoisia omasta jäsenyydestään tai siitä, millaiseen yhteisöön oikeastaan kuuluvat. Kun yksilö on jäsenyydestään tietoinen, hän voi verrata yhteisöään muihin yhteisöihin ja itseään muiden yhteisöjen jäseniin sekä nähdä näiden väliset erot. Tällä tavoin lukijan yhteisöön liittyvä identiteetti alkaa muodostua ja saa vahvistusta.

Grossbergin (1995) mukaan identiteetti perustuu sellaisiin eroihin, joilla on väliä, ei siis mihin tahansa eroihin. Näihin eroihin ihmiset panostavat osan itsestään ja panostuksen tuloksena syntyy kyseiseen kohteeseen liittyvä identiteetti. Vaikka pienlehti ei välttämättä aiheutakaan panostusta mihinkään kohteeseen, sitä voisi kenties ajatella yhtenä panostuksen määrän ilmaisijana. Puhuttaessa harrastuksiin liittyvistä pienlehdistä jo yhteisön jäsenyys ja lehden

lukeminen on osoitus siitä, että harrastukseen panostetaan. Tutkimukseni perusteella arvioin, että esimerkiksi lehteen kirjoittaminen saattaa kuitenkin olla parempi merkki järjestötoimintaan kuin harrastukseen panostamisesta, sillä harrastukseen liittyy paljon muutakin ja harrastaminen on mahdollista ilman yhdistykseen kuulumista. Sen sijaan johonkin aiheeseen liittyvän verkkojulkaisun, blogin tai zine-lehden perustaminen kertoo mielestäni suuresta panostamisesta kyseiseen aiheeseen ja siten vahvasta siihen liittyvästä identiteetistä.

Yhteisön kollektiivisen identiteetin muodostumisessa pienlehdellä saattaa olla hyvinkin merkittävä osa. Jos kollektiivinen identiteetti ilmenee ryhmän yhteisinä myyttisinä käsityksinä (Kaunismaa 1997), mikä onkaan parempi paikka uusintaa näitä myyttejä kuin yhteisön oma lehti, jota kaikki jäsenet lukevat? Käsitystä aktiivisesti toimivasta yhteisöstä voidaan helposti ylläpitää, kun lehti kertoo säännöllisesti menneistä ja tulevista tapahtumista. Lehden avulla voidaan esimerkiksi kerrata yhteisön historiaa ja esitellä yhteisön kannalta merkityksellisiä henkilöitä, jolloin yhteisö tulee ymmärrettäväksi ja sen identiteetti muodostuu. Kaunismaa (emt, 45) huomauttaa, että kollektiiviset identiteetit ovat luonteeltaan suurelta osin tilannesidonnaisia, jolloin ne ovat esillä lähinnä kyseiseen yhteisöön liittyvässä tilanteessa. Esimerkiksi ratsastusseuran identiteetti olisi täten esillä kilpailuissa ja muissa tapahtumissa. Tutkimukseni vahvistaa tämän, ja on huomattava, että myös yksilöllinen yhteisöön liittyvä identiteetti nousee pinnalle näissä tilanteissa.

Olen tutkimuksessani esittänyt piirteitä, jotka määrittelevät yhteisön. Käsittelemättä on kuitenkin jäänyt, mitä tarkoitetaan *yhteisöllisyydellä*. Se on tunne, jota yhteisön jäsenet kokevat suhteessa toisiinsa ja joka saa heidät pysymään yhteisön jäseninä, mutta miten se muodostuu ja mitkä tekijät siihen vaikuttavat? Normatiivisia sääntöjä ei tässä kuvatussa kaltaisilla yhteisöillä ole, mutta esitän, että yhteisöllisyyden tunne syntyy kahden edellä esitellyn osa-alueen kohtaamisesta: yhteisöön liittyvästä toiminnasta ja identiteetistä. Ne eivät ole kokonaan toisistaan irrallisia, vaan kietoutuvat yhteen ja vaikuttavat toinen toisiinsa, mutta käsitteellisesti ne on järkevä erottaa.

Tässä tutkimuksessa olen lähestynyt yhteisön ja pienlehden välistä suhdetta lähinnä sosiaalisesta näkökulmasta eli olen tutkinut, miten lehti vaikuttaa yhteisöllisyyteen. Pienlehtiä voisi lähestyä myös toisesta suunnasta ja tarkastella, millaisia asioita ne nostavat esiin ja millaisia julkisoita näiden asioiden ympärille mahdollisesti kehittyä (yhteisön ja julkison rinnastuksesta sekä vastakkainasettelusta Hollander ym. 2002, 26). Näin voisi tarkkailla, toteutuuko Meadowsin ym. (2002, 3) ehdottama asetelma, jonka mukaan yhteisöjen piirissä syntyy ensin pienempiä julkisoita, jotka myöhemmin tuovat asiat laajempaan tietoisuuteen,

jolloin niillä on mahdollisuus synnyttää suurempia julkisoita. Tämän opinnäytetyön puitteissa en kuitenkaan pysty käsittelemään julkisoiden syntymistä tämän enempää, vaan se on jätettävä myöhemmän tutkimuksen tehtäväksi.

7.4. Osallistumisen ongelma

Niin ulkomailla kuin Suomessakin yksi pienlehden tärkeimmistä piirteistä on toimia avoimena viestintäkanavana kaikille yhteisön jäsenille. Ihanne on, että jokainen jäsen voisi vuorollaan antaa panoksensa lehden tekemiseen. Vaikka tutkimukseni mukaan tähän on jopa halukkuutta, käytännössä se ei kuitenkaan toimi, vaan lehteä tekee yleensä sama aktiivinen ryhmä. Tilanne ilmentää hierarkkisuutta, jota yhdistyksen toiminnassa on, vaikka ihanteellisesti kaikkien jäsenten tulisikin olla tasa-arvoisia. Käytännössä passiivisemmat jäsenet voivat kokea itsensä alempiarvoisiksi yhteisön hierarkiassa, eikä heistä siksi ole luonnollista ottaa yhteyttä lehden päätoimittajaan ja tarjota tekstejään, kuviaan tai ideoitaan. On hyvä huomata, että samaa ongelmaa podetaan ulkomaisissakin pienlehdissä (esim. Hindman 1998), joten kukaan ei ole tainnut vielä löytää kysymykseen pätevää ratkaisua.

Koska empiirinen tutkimukseni osoitti, että paras keino hankkia uusia kirjoittajia on henkilökohtainen pyyntö, voitaneen päätellä, että yhteisö ei ole riittävän tiivis silloin, kun jäsenet eivät uskalla tai viitsi tarjota panostaan. Vaikuttaa jopa mahdottomalta, että yli 300 jäsenen yhteisö voisi olla niin tiivis, että kaikille olisi helppoa ja luonnollista osallistua lehden tekemiseen. Voi olla, että osallistumisen ihanne toteutuu vain hyvin pienissä ja tiiviissä yhteisöissä, joihin jäsenet ovat panostaneet paljon ja yhteisöstä on tullut hyvin tärkeä osa heidän identiteettiään.

Empiirisessä tapauksessani ei tullut esiin juurikaan muita lehden julkaisemiseen liittyviä ongelmia, joita esittelin luvussa 3.5. Toistaiseksi resurssit ovat riittäneet julkaisutoimintaan, vaikka lehden siirtämistä internetiin onkin pohdittu. Myös laatu on lukijoita tyydyttävää eikä lehden idiosynkrasia ole ollut uhattuna taloudellisten seikkojen vuoksi tai siksi, että tekijät olisivat liikaa yrittäneet matkia valtavirran medioita.

Olen sitä mieltä, että mikäli joukolle yhdistyksen jäseniä järjestäisi pienen koulutustilaisuuden lehden teosta, voisi osa omien tekstien julkaisuun liittyvistä epävarmuuksista hälventyä ja entistä useammat asiasta kiinnostuneet uskaltaisivat ryhtyä toimeen. Tällöin olisi kuitenkin hyvin tärkeää painottaa sitä, että omakohtainen ilmaisu on toivottavaa ja että lehden tulee olla tekijöidensä näköinen. Pienlehden tekijät eivät yleensä ole ammattilaisia eikä heidän tule sellaisiksi pyrkiäkään, mutta siitä voisi olla apua, jos kirjoittajille selvennettäisiin, millaisia

juttuja juuri tähän lehteen voisi tarjota ja miten tekniset ongelmat ratkaistaan. Koska myös Mansemedian kirjeenvaihtajat toivoivat yhteisiä kokoontumisia (Martikainen 2004, 118), tällaiset tilaisuudet luultavasti kohottaisivat kirjoittajien motivaatiota. Ongelmaksi jää tietenkin se, miten jäseniä saadaan houkuteltua opastustilaisuuteen.

7.5. Pienlehdet osana journalistista kenttää

Kuten luvussa 1.3.3. totesin, suurin osa suomalaisista pienlehdistä sijoittuu monella mittarilla mitattuna jonnekin eri lehtityyppien välimaastoon, ja sinne niiden on helppo hukkuu. Toisaalta pienlehtiä on hankala määritellä ja käsitellä yhtenä ryhmänä, koska niiden joukkoon mahtuu hyvin erityyppisiä julkaisuja sekä ulkoasultaan että sisällöltään. Ne kuitenkin ansaitsisivat nykyistä suurempaa huomiota esimerkiksi viestinnän tutkimuksessa jo suuren lukumääränsä vuoksi ja siksi, että ne näyttävät kuuluvan lukijoidensa mediamaisemaan jopa keskeisenä osana. Ne on hyvä ottaa huomioon tutkimuksessa myös siksi, että vaikka suuri määrä kansalaisten omaa julkaisutoimintaa ja mielipiteiden vaihtoa on siirtynyt internetiin, myös perinteisiä lehtiä julkaistaan ja arvostetaan yhä.

Pienlehdet ovat siis marginaalisia ainoastaan verratessa yksittäistä lehteä koko lehtikenttään, eivät välttämättä lukijan näkökulmasta katsottuna. Tosin tässäkin suhteessa eri lehdet voivat erota toisistaan, enkä pidä mahdottomana, että jonkin ryhmän jäsenet syrjivät omaa lehteään. Toisaalta taas yksittäisten lehtien tutkiminen ei välttämättä ole hedelmällistä, sillä niillä on merkitystä vain oman pienen lukijakuntansa piirissä. Pienlehdet saattavat myös olla lyhytikäisiä, koska niiden talous ei aina ole vakaalla pohjalla ja niiden ilmestyminen riippuu siitä, kuinka sitoutuneita ja ahkeria niiden tekijät ovat. Pienlehtiä lieneekin järkevintä tarkastella ryhminä, jotka koostuvat samantapaisista julkaisuista. Siten lehtien valtavaan kirjoon voisi saada jonkinlaista selkeyttä.

Valtavirran medioihin verrattuna pienlehdet ovat selvästi sisäpiiriluonteisia, minkä vuoksi onkin hyvä, että niitä varten on nimetty oma joukkoviestinnän alalaji, pienjoukkoviestintä. Mikäli journalismista käytetään melko väljää määritelmää, voidaan pienlehdet luokitella journalistisiksi tuotteiksi, vaikka niissä usein on myös ei-journalistista aineistoa, kuten tiedotteita tai kilpailutuloksia. Tiukemmalla, esimerkiksi ammatillisuuden vaatimuksen sisältävällä määritelmällä pienlehdet eivät mahdu journalismin rajojen sisäpuolelle. Tällöin niitä tulisi ehkä pitää täysin omana julkaisutyyppinään, koska niitä on vaikea mahduttaa mihinkään muuhunkaan valmiiseen muottiin.

Useimmiten pienlehdet suhtautuvat valtavirran medioihin siten, että ne paikkaavat näiden jättämiä aukkoja. Pienikokoiset, taloudellisesti riippumattomat julkaisut voivat tuottaa sellaista sisältöä, jota muilla ei ole mahdollisuutta levittää. Lukijat näyttävät suhtautuvan pienlehtiin eri tavalla kuin muihin lehtiin. Pienlehdelle asetetaan erilaisia odotuksia ja vaatimuksia kuin ”tavalliselle” aikakauslehdelle: ulkoasun ei pidä olla viimeisen päälle huoliteltu, ja sisällön tulisi painottua oman yhteisön ihmisiin ja tapahtumiin, joista raportoidaan ehkä hyvinkin yksityiskohtaisesti. Ainakaan ulkoasua ei saa kehittää sisällön kustannuksella.

Kun ajatellaan pienlehtien roolia valtavirtamedioiden joukossa aukkojen paikkaajina ja tarpeen mukaan muotoaan muuttavina ameboina, päästään lähelle Carpentierin ym. (2003) ajatusta yhteisömedioista juurakkona. Kaikki pienlehdet yhdessä täyttävät valtavirran lehtien jättämät raot ja levittäytyvät niihin rihmaston tavoin. Osa niistä on tyypiltään lähellä erikoisaikakauslehtiä, osa taas esimerkiksi mielipide- tai taidelehtiä. Pienlehtikentän monimuotoisuus selittää sen, miksi Carpentier ym. kutsuvat yhteisömedioita hankalasti tavoitettaviksi, sillä kaikkia pienlehtiä ei voi täydellisesti kuvailla samoilla määritteillä. Pienlehtien juurakkomaisuus ja taipumus rakentaa siltoja tulee esiin myös siinä, että niiden avulla yhteisö pitää yhteyttä jäsenistönsä ulkopuolisiin tahoihin. Koska pienmediat ovat Carpentierin ym. sanoin risteyskohtia, ne voisivat toimia yhteydessä valtavirtamedioihin myös siten, että ammattitoimittajat seuraisivat pienlehtiä ja nostaisivat sieltä relevantteja jutunaiheita omiin medioihinsa. Tällaista toimintamallia ehdottaa esimerkiksi Martikainen (2004, 121) pohtiessaan Mansemedian kaupunginosalehtien tulevaisuutta.

8. Arvioita tutkimuksen onnistumisesta

Lähdin tutkimuksessani liikkeelle melko hajanaisesta teoriapohjasta, koska Sassin (1990) tutkimuksen lisäksi ei suomalaisista pienlehdistä ole kirjoitettu oikeastaan mitään. Hain tukeaa tutkimuksista, joita on tehty ulkomaisista yhteisö- ja vähemmistölehdistä sekä muista pienmedioista. Tämän vuoksi aloitin työn etsimällä teoreettisia tukipilareita, joiden päälle pienlehtien tutkimus voisi perustua. Empiirinen tutkimuskohteeni palveli esimerkkinä, jonka avulla saatoin osoittaa, miten pienlehti käytännössä toimii, sekä saada uusia ajatuksia.

Mielestäni onnistuin tutkimukseni avulla selkeyttämään käsitystä siitä, millä tavalla pienlehtiä käytetään ja mitä kaikkea niiden julkaisemiseen ja lukemiseen liittyy. Samoin olen tehnyt päätelmiä siitä, millaisten mekanismien avulla pienlehti voi luoda, ylläpitää ja kehittää identiteettiä ja toimintaa sekä niiden avulla yhteisöllisyyttä. Uskon myös onnistuneeni

osoittamaan pienlehtien tarpeellisuuden mediakentässä, vaikka ne ovat usein ulkoisesti hyvin vaatimattomia ja yksittäisinä vaikuttaa merkityksettömiltä.

Parannettavaa olisi mielestäni ollut ainakin aineiston keruussa, sillä jos se olisi onnistunut parhaalla mahdollisella tavalla, materiaali olisi saattanut olla entistäkin monipuolisempaa ja tulokset olisivat olleet paremmin yleistettävissä. Nyt en uskalla luotettavasti yleistää tutkimukseni tuloksia edes kaikkiin Kangasalan Ratsastajat ry:n jäseniin, sillä otos saattoi olla kallellaan seuran aktiivisten toimijoiden suuntaan. Myös teoreettista pohjaa olisi ollut mahdollista vielä laajentaa, sillä esimerkiksi paikallisista ja pienikokoisista medioista on saatavilla enemmänkin materiaalia. Tutkimusta olisi voinut sovittaa esimerkiksi funktionalismin kehyksiin, sillä kyseinen tutkimussuunta on lähellä käyttötarkoitustutkimusta ja tässäkin tutkimuksessa on tavallaan kyse myös siitä, mitä merkitystä pienviestinnällä on koko yhteiskunnan kannalta. Toisaalta opinnäytetyötä ei voi paisuttaa loputtomiin, joten olen rajannut tietoisesti pois esimerkiksi juuri funktionalismin.

Oma ajattelumaailmani on selvästi hyötynyt opinnäytetyön tekemisestä, sillä olen alkanut arvostaa pienlehtiä entistä enemmän yhteisön omana julkaisukanavana. Olen oppinut ymmärtämään, millainen arvo on tällaisten medioiden idiosynkraattisuudella ja sillä, että niissä voidaan käyttää omintakeisia, valtavirran medioista poikkeavia ilmaisumuotoja sekä juttutyyppejä.

PAINETUT LÄHTEET

- Anderson, B. (1991) *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Rise of Nationalism*. 7th improved edition 1996. London: Verso.
- Atton, C. (2002) *Alternative Media*. London: Sage.
- Atton, C. (2003) What is 'alternative' journalism? *Journalism* 4 :3 267–272
- Beeson, P. (2005) Blogging: What is it? And how has it affected the media? *The Quill Magazine* March 2005, 16–19
- Carpenter, N., Lie, R. & Servaes, J. (2003) Community Media: muting the democratic media discourse? *Journal of Media & Cultural Studies* 17:1, 52–68
- Downing, J. H. D. (2001) *Radical Media. Rebellious Communication and Social Movements*. London: Sage.
- Ekholm, V. (2002) Terveyslehti lukijoidensa elämässä. Laadullinen haastattelututkimus Hyvä Terveys -lehden merkityksestä lehden pitkäaikaisille lukijoille. Tampereen yliopisto. Tiedotusopin laitos. Pro gradu -tutkielma.
- Forde, S., Meadows, M. & Foxwell, K. (2003) Community radio and local culture: An Australian case study. *Communications. The European Journal of Communication Research* 28 , 231–252.
- Fornäs, J. (1999) Digitaaliset rajaseudut. Identiteetti ja vuorovaikutteisuus kulttuurissa, mediassa ja viestinnässä. Suom. Aki Järvinen. Teoksessa A. Järvinen & I. Mäyrä (toim.) *Johdatus digitaaliseen kulttuuriin*. Tampere: Vastapaino.
- Grossberg, L. (1995) Mielihyvän kytkennät. Risteilyjä populaarikulttuurissa. Suom. ja toim. J. Koivisto, M. Lehtonen, E. Puoskari & T. Uusitupa. Tampere: Vastapaino.
- Hall, S. (2002) Identiteetti. Suom. ja toim. M. Lehtonen & J. Herkman. Tampere: Vastapaino.
- Herzog, H. ([1944]1995) Päiväunia, lohtua ja neuvoja. Miksi päivittäissarjoja kuunnellaan ja mitä niistä saadaan? *Tiedotustutkimus* 18:3, 9–14. (Ensijulkaisu 1944)
- Hindman, E. B. (1998) Community, Democracy, and Neighborhood News. *Journal of Communication* 48:2, 27–39
- Hollander, E. (2002) Community Media and Online Communities: Towards a Theoretical and Methodological Framework. Teoksessa N. Jankowski (toim.) *Community Media in the Information Age. Perspectives and Prospects*. New Jersey: Hampton Press Inc, 19–30.
- Hollander, E., Stappers J. & Jankowski N. (2002) Community Media and Community Communication. Teoksessa N. Jankowski (toim.) *Community Media in the Information Age. Perspectives and Prospects*. New Jersey: Hampton Press Inc, 31–46.
- Joukkoviestimet 2004. (2005) *Kulttuuri ja viestintä 2004, 2*. Helsinki: Tilastokeskus.
- Kangas, A. (2003) Kolmas sektori ja kulttuuripolitiikka. Teoksessa S. Hänninen, A. Kangas & M. Siisiäinen (toim.) *Mitä yhdistykset välittävät? Tutkimuskohteena kolmas sektori*. Jyväskylä: Atena Kustannus, 38–69.

- Kangaspunta, S. (1995) Yhteisölehti vuorovaikutuksen keskuksena. Teoksessa S. Kangaspunta (toim.) *Lähemmäs vielä. Paikallisjournalismin täyspakkaus*. Tampere: Moniviestintä, 38–43
- Karvonen, E. (2005) Julkkisjuoru käy kaupaksi. *Aamulehti* 10.3.2005, Torstaivieras, A2.
- Kaunistama, P. (1997) Mitä on kollektiivinen identiteetti? Teoksessa K. Virtapohja (toim.) *Puheenvuoroja identiteetistä. Johdatusta yhteisöllisyyden ymmärtämiseen*. Jyväskylä: Atena Kustannus, 39–54
- Kauppinen, P. (2005) Internetin päiväkirjat mullistavat markkinoinnin. *Aamulehti* 8.8.2005, Talous, A12.
- Kivikuru U. (1998) Identiteetit viestinnässä. Samastumisen ja erottautumisen kierre. Teoksessa U. Kivikuru & R. Kunelius (toim.) *Viestinnän jäljillä. Näkökulmia uuden ajan ilmiöön*. Helsinki: WSOY, 321–338
- Kivikuru, U. (2000) Aikakauslehdistö. Teoksessa K. Nordenstreng & O. Wiio (toim.) *Suomen mediamaisema*. Helsinki: WSOY.
- Kunelius, R. (1997) Viestinnän vallassa. Johdatusta joukkoviestinnän kysymyksiin. Helsinki: WSOY.
- Lehtonen, H. (1990) *Yhteisö*. Tampere: Vastapaino.
- Lehtonen, J. (1997) Kansallinen identiteetti ja yhteisöidentiteetti. Teoksessa K. Virtapohja (toim.) *Puheenvuoroja identiteetistä. Johdatusta yhteisöllisyyden ymmärtämiseen*. Jyväskylä: Atena Kustannus, 23–36
- Lunt, P. & Livingstone S. (1996) Rethinking the Focus Group in Media and Communications Research. *Journal of Communication* 46:2, 79–98.
- Martikainen, A (2004) Kaupunginosakirjeenvaihtajat: yhdessä tekemällä verkkokirjoittajiksi. Teoksessa E. Sirkkunen & S. Kotilainen (toim.) *Toimijaksi tietoverkoissa. Raportti kansalaislähtöisen verkkoviestinnän mahdollisuuksista*. Julkaisuja, sarja B, 44/2004. Tampere: Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos, Journalismin tutkimusyksikkö, 93–126
- McQuail, D. (2000) *McQuail's Mass Communication Theory*. 4th edition. London: Sage.
- Mustonen, A. (1997) Media ja identiteetti. Teoksessa K. Virtapohja (toim.) *Puheenvuoroja identiteetistä. Johdatusta yhteisöllisyyden ymmärtämiseen*. Jyväskylä: Atena Kustannus, 147–159
- Park, R. E. (1955) *Society. The Collected Papers of Robert Ezra Park. Volume III*. Ed. E. Cherrington Hughes, C. S. Johnson, J. Masuoka, R. Redfield & L. Wirth. Glencoe, Ill: The Free Press.
- Pietilä, J. (1995) Jokainen ihminen on jutun arvoinen. Millaista on hyvä paikallisjournalismi? Teoksessa S. Kangaspunta (toim.) *Lähemmäs vielä. Paikallisjournalismin täyspakkaus*. Tampere: Moniviestintä, 28–35
- Pietilä, V. (1997) Joukkoviestintätutkimuksen valtateillä. Tutkimusalan kehitystä jäljittämässä. Tampere: Vastapaino.

- Pietilä, V. (1999) Julkiso ja yleisö. *Tiedotustutkimus* 22:3, 4–13
- Rodriquez, C. (2001) *Fissures in the Mediascape. An International Study of Citizens' Media*. New Jersey: Hampton Press Inc.
- Rothenbuhler, E.W. (2001) *Revising Communication Research for Working on Community*. Teoksessa G.J. Shepherd, & E.W. Rothenbuhler (toim.) *Communication and Community*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 159–179
- Sassi, S. (1990) Pienlehdistö ja uusi tekniikka. *Demokratisoiko tekniikka viestintää?* Liikenneministeriön julkaisu 38/1990. Helsinki: Liikenneministeriö.
- Siisiäinen, M. (2003) Vuoden 1997 yhdistykset. Teoksessa S. Hänninen, A. Kangas & M. Siisiäinen (toim.) *Mitä yhdistykset välittävät? Tutkimuskohteena kolmas sektori*. Jyväskylä: Atena Kustannus, 11–37
- Spacks, P. M. (1986) *Gossip*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Tuuva, S. (2001) "Sä et oo enää syrjässä" – Paikasta ja paikallisuudesta Ylä-Karjalassa. Teoksessa J. Uotinen, S. Tuuva, M. Vehviläinen & S. Knuutila (toim.) *Verkkojen kokijat paikallista tietoyhteiskuntaa tekemässä*. Helsinki: Suomen Kansantietouden Tutkijain Seura. 55–72
- Valpola, V. (2000) *Suuri sivistyssanakirja*. Helsinki: WSOY.
- Waterton, C. & Wynne, B. (1999) Can focus groups access community views? Teoksessa Kitzinger & Barbour (ed.) *Developing Focus Group Research. Politics, Theory And Practice*. London: Sage, 127–143.

WWW-LÄHTEET

- Blood, R. (2000) *Weblogs: A History and Perspective*. Rebecca's Pocket [verkkodokumentti] 7.9.2000. [viitattu 10.8.2005] Saatavissa http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html
- Blood, R. (2003) *Weblogs and Journalism in an Age of Participatory Media*. Rebecca's Pocket [verkkodokumentti] Syyskuu 2003. [viitattu 10.8.2005] Julkaistu myös painettuna nimellä *Weblogs and Journalism: Is there a connection?*: *Nieman Reports* 57:3, 61–63 Saatavissa http://www.rebeccablood.net/essays/weblogs_journalism.html
- Blood, R. (2004) *A Few Thoughts on Journalism and What Can Weblogs Do About It*. Rebecca's Pocket [verkkodokumentti] 15.4.2004 [viitattu 10.8.2005] Saatavissa http://www.rebeccablood.net/essays/what_is_journalism.html
- Erickson, T. (1997) *Social Interaction on the Net: Virtual Community as Participatory Genre* [verkkodokumentti] [viitattu 11.1.2005] Appeared in the Proceedings of the Thirtieth Hawaii International Conference on System Sciences, January 6–10, 1997, Maui, Hawaii. Saatavissa http://www.pliant.org/personal/Tom_Erickson/VC_as_Genre.html
- Google Suomi [hakukone] [viitattu 20.10.2005] <http://www.google.fi/>
- Hamlin, J. Robert E. Park. *Sociological Theories of Deviance* [verkkodokumentti] [viitattu 15.5.2005] Saatavissa <http://www.d.umn.edu/~jhamlin1/park.html>

Hevostalli.net Foorumi – Seniorit [keskustelupalsta] Hevostallinet Oy. [viitattu 25.2.2005]
Saatavissa <http://forum.hevostalli.net/list.php?f=9>

Journalismin tutkimusyksikkö. Loppuun saatetut tutkimusprojektit. [verkkodokumentti]
Journalismin tutkimusyksikkö, tiedotusopin laitos, Tampereen yliopisto. [viitattu 31.10.2005]
Saatavissa <http://www.uta.fi/jourtutkimus/projekti.html>

Karvonen, E. (2002) Johdatus viestintätieteisiin. Viestinnän historiaa. Sanomalehdistön historiaa. [verkkodokumentti] Tampereen yliopisto. [viitattu 1.11.2005] Saatavissa <http://www.uta.fi/viesverk/johdviest/viesthistoria/sanomalehdisto.html>

Mansetori. Kaupunkilaisten kohtaustapa verkossa. [online] Journalismin tutkimusyksikkö, tiedotusopin laitos, Tampereen yliopisto. [viitattu 1.11.2005] Saatavissa <http://mansetori.uta.fi/>

Meadows, M., Forde, S. & Foxwell, K. (2002) Communicating Culture: community media in Australia. [verkkodokumentti] OURMedia. [viitattu 28.2.2005] Saatavissa <http://www.ourmedianet.org/papers/om2002/Meadows.om2002.pdf>

Patentti- ja rekisterihallitus. Yhdistysrekisteri. [online-tietokanta] Patentti- ja rekisterihallitus. [viitattu 3.11.2005] Saatavissa <http://www.prh.fi/fi/yhdistysrekisteri.html>

LIITE 1: Kannus-lehden mukana lähetetty kyselylomake

I Kannus-lehti

1. Kuinka tarkasti luet Kannuksen? *Ympyröi yksi vaihtoehto.*

- 1 Luen jokaisen jutun.
- 2 Luen suuren osan jutuista
- 3 Luen muutaman jutun.
- 4 Silmäilen lehden läpi, mutta luen juttuja vain harvoin.
- 5 En yleensä lue Kannusta.

2. Kuinka kauan luet yleensä Kannusta? *Ympyröi yksi vaihtoehto.*

- 1 alle 5 minuuttia
- 2 5–15 minuuttia
- 3 15–30 minuuttia
- 4 30–60 minuuttia
- 5 Yli 60 minuuttia
- 6 En lue Kannusta.

3. Mitkä seuraavista Kannuksessa viime aikoina ilmestyneistä juttutyypeistä kiinnostavat sinua eniten? *Ympyröi enintään kolme vaihtoehtoa.*

- 1 Hevonen työkaverina (hevosalan ammattien esittelyt)
- 2 Hevosesitykset
- 3 Kisoista kertovat jutut ja kuvat
- 4 KaRan muista tapahtumista ja retkistä kertovat jutut
- 5 Pohtiolammen ratsastuskeskuksen rakentamisesta kertovat jutut
- 6 Hyvässä seurassa ja Kisatuttuja (kilpailuissa tavattujen karalaisten ja muualta tulneiden kilpailijoiden haastattelut)
- 7 Karalaisten kirjoittamat kokemukset esimerkiksi ulkomailta ja leireiltä
- 8 Kangasalan kaikuja
- 9 Minä ja hoitohevoseni
- 10 Jäsensihteeri tiedottaa
- 11 Muut tiedotukset
- 12 Kilpailujen tulokset
- 13 Mainokset

4. Nimeä mielestäsi kiinnostavin juttu tässä lehdessä.

5. Miten arvioit Kannusta? *Ympyröi mielipidettäsi vastaavat vaihtoehdot.*

	hyvä	melko hyvä	ei hyvä eikä huono	melko huono	huono
1 sisältö	1	2	3	4	5
2 kuvitus	1	2	3	4	5
3 muu ulkoasu	1	2	3	4	5

6. Miksi luet Kannusta? *Ympyröi enintään kolme vaihtoehtoa.*

- 1 Haluan tietää, mitä hevostapahtumia lähiseudulla järjestetään.
- 2 Haluan tietoa ratsastusseurani toiminnasta.
- 3 Saan lehdestä tietoa, joka on hyödyksi hevosharrastuksessani.
- 4 Lehdessä on kiinnostavia tai hyödyllisiä mainoksia.
- 5 Lehdessä on täydelliset kilpailujen tuloluettelot.
- 6 Lehden lukeminen on mukavaa ajanvietettä.
- 7 On kiinnostavaa lukea muiden henkilökohtaisista kokemuksista.
- 8 Lehdessä mainitaan usein tuttuja ihmisiä tai hevosia.
- 9 On hauska nähdä, mitä Kangasalan hevospireissä tapahtuu.
- 10 Pysyn paremmin mukana alan kuulumisissa.
- 11 Minua kiinnostavat tapahtumat tai paikat, joissa olen itsekin käynyt
- 12 Kirjoitan toisinaan itsekin lehteen.
- 13 Jokin muu syy, mikä?

7. Haluaisitko lukea Kannusta internetistä? *Ympyröi yksi vaihtoehto.*

- 1 Kyllä, kokonaan internetistä.
- 2 Kyllä, internetistä paperilehden lisäksi.
- 3 En halua lukea lainkaan internetistä.
- 4 En osaa sanoa.

8. Kuinka tärkeäksi koet Kannuksen?

	erittäin tärkeä	melko tärkeä	en osaa sanoa	ei juurikaan tärkeä	ei lainkaan tärkeä
1 oman tiedonsaantisi kannalta?	1	2	3	4	5
2 oman hevosharrastuksesi kannalta?	1	2	3	4	5
3 seuran toiminnan kannalta?	1	2	3	4	5
4 seuran imagon kannalta?	1	2	3	4	5

II Hevosharrastus ja seuran toimintaan osallistuminen

9. Oletko koskaan itse kirjoittanut tai ottanut valokuvia Kannukseen?

- 1 Kyllä.
- 2 En.

10. Voisitko kuvitella joskus kirjoittavasi tai ottavasi valokuvia Kannukseen?

- 1 Kyllä.
- 2 En.
- 3 En osaa sanoa.

11. Millä tavoin harrastat hevosia? *Ympyröi kaikki tarvittavat vaihtoehdot.*

- 1 Minulla on oma hevonen.
- 2 Hoidan tai ratsastan tai ajan muiden hevosia.
- 3 Harrastan ratsastusta ratsastuskoulussa.

- 4 Käyn hevostapahtumissa (esim. kilpailut)
 - 5 Osallistun perheenjäseneneni hevosharrastukseen.
 - 6 Seuraan hevosaiheita lehdistä, kirjallisuudesta, internetistä tai televisiosta.
 - 7 Ammattini liittyy hevosalaan.
 - 8 En harrasta hevosia.
 - 9 Jokin muu tapa, mikä?
-

12. Kuinka kauan olet ollut Kangasalan Ratsastajien jäsen?

_____ vuotta.

13. Millä tavoin osallistut Kangasalan Ratsastajien toimintaan? *Ympyröi kaikki tarvittavat vaihtoehdot.*

- 1 Osallistun KaRan järjestämiin kilpailuihin.
 - 2 Osallistun talkoisiin.
 - 3 Osallistun muihin seuran järjestämiin tapahtumiin, esimerkiksi retkiin tai pikkujouluihin.
 - 4 Osallistun seuran valmennuksiin.
 - 5 Käytän Pohtiolammen ratsastuskeskusta.
 - 6 Olen osallistunut hevoskerhoon tai suorittanut ratsastusmerkkejä
 - 7 Kuulun tai olen kuulunut seuran hallitukseen.
 - 8 Osallistun vain maksamalla jäsenmaksuni
 - 9 Jokin muu tapa, mikä?
-

14. Kuinka monta Kangasalan Ratsastajiin kuuluvaa henkilöä tapaat...

...viikoittain? noin _____

...kuukausittain? noin _____

Jos et tapaa yhtään, merkitse viivalla (-).

III Muut mediat

15. Mitä muita medioita seuraat säännöllisesti? *Ympyröi kaikki tarvittavat vaihtoehdot.*

- 1 Luen jotakin paikallislehteä (esim. Kangasalan Sanomat).
 - 2 Luen jotakin valtakunnallista tai maakuntalehteä (esim. Aamulehti).
 - 3 Luen jotakin aikakauslehteä.
 - 4 Luen jotakin sarjakuvalehteä.
 - 5 Kuuntelen radiota.
 - 6 Katselen televisiota.
 - 7 Luen internetin keskustelupalstoja, artikkeleja tai uutisia.
 - 8 Luen kirjoja.
 - 9 Käyn elokuvissa.
 - 10 Muuta, mitä?
-

16. Mistä muualta saat hevosharrastukseen liittyvää tietoa? *Ympyröi kaikki tarvittavat vaihtoehdot.*

- 1 Sanomalehdistä
- 2 Erikoisaikakauslehdistä (esim. Hippos, Hevoset ja ratsastus)
- 3 Radiosta
- 4 Televisiosta
- 5 Internetistä

- 6 Kirjoista
 - 7 Opettajalta tai valmentajalta
 - 8 Tuttavilta
 - 9 Muualta, mistä?
-

17. Mitä muita ns. pienlehtiä eli seuran, yhdistyksen tai muun pienen yhteisön julkaisemia lehtiä luet?

IV Taustatiedot

18. Ikäsi?

_____ vuotta.

19. Sukupuolesi?.

- 1 nainen
- 2 mies

20. Koulutuksesi?.

- 1 peruskoulu tai kansakoulu
- 2 ammatillinen tutkinto
- 3 ylioppilastutkinto
- 4 ammattikorkeakoulu tai alempi korkeakoulututkinto tai opistotasoinen tutkinto
- 5 ylempi korkeakoulututkinto

21. Kotipaikkakuntasi?

Oletko halukas osallistumaan kevättalvella noin helmikuussa järjestettäviin ryhmäkeskusteluihin, joissa käsitellään Kannuksen merkitystä karalaisen elämässä ja seuran sisäistä viestintää yleensä?

- 1 Kyllä
- 2 En

Jos vastasit kyllä, ole hyvä ja ilmoita joko puhelinnumerosi tai sähköpostiosoitteesi, jotta voin ottaa sinuun myöhemmin yhteyttä. Yhteystiedot käsitellään erillään tällä lomakkeella antamistasi vastauksista, joten vastaukset pysyvät täysin nimettöiminä.

Muista antaa yhteystietosi myös, jos haluat osallistua arvontaan!

LIITE 2: Fokusryhmäkeskustelut

RYHMÄ 1 (keskustelijat 1A–1E):

Järjestettiin 7.2.2005 kello 18–20.30 Kangasalan Sanomien kokoustiloissa. Keskustelijoina oli viisi 25–55-vuotiasta Kangasalan Ratsastajien jäsentä, jotka ovat aktiivisesti olleet mukana Kannus-lehden tekemisessä. Keskustelijat myös kuuluivat tai olivat aiemmin kuuluneet yhdistyksen hallitukseen. Heistä kolme oli naisia, kaksi miehiä.

RYHMÄ 2 (keskustelijat 2A–2D):

Järjestettiin 18.2.2005 kello 18–20.30 Kangasalan Sanomien kokoustiloissa. Keskustelijoina oli neljä 20–40-vuotiasta Kangasalan Ratsastajien jäsentä, joista osa oli joskus osallistunut Kannus-lehden tekemiseen, mutta kukaan heistä ei kirjoittanut lehteen säännöllisesti. Kaikki keskustelijat olivat naisia.

RYHMÄ 3 (keskustelijat 3A–3C):

Järjestettiin 14.3.2005 kello 17–17.45 Kangasalan Sanomien toimituksen tiloissa. Keskustelijoina oli kolme noin 15-vuotiasta Kangasalan Ratsastajien jäsentä, jotka eivät olleet osallistuneet Kannus-lehden tekemiseen. Kaikki keskustelijat olivat naisia.