

Heli Säkkinen

LYIJYKYNÄSTÄ JA RUUTUPAPERISTA SÄHKÖISEEN VIESTINTÄÄN

Rauhanyhdistysten tiedotustyö ja sen muuttuminen

LYIJYKYNÄSTÄ JA RUUTUPAPERISTA SÄHKÖISEEN VIESTINTÄÄN

Rauhanyhdistysten tiedotustyö ja sen muuttuminen

Heli Säkkinen
Opinnäytetyön tutkielma
Syksy 2018
Viestinnän tutkinto-ohjelma
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Viestinnän tutkinto-ohjelma, journalismin suuntautumisvaihtoehto

Tekijä: Heli Säkkinen

Opinnäytetyön nimi: Lyijykynästä ja ruutupaperista sähköiseen viestintään – Rauhanyhdistysten tiedotustyö ja sen muuttuminen

Työn ohjaaja: Teemu Palokangas

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Syksy 2018

Sivumäärä: 50 + 1

Opinnäytetyöni produktiona olen kirjoittanut kuvapainotteisen kirjan Limingan Rauhanyhdistyksen muutaman vuoden takaisesta toimitalon rakennushankkeesta. Koska kirja on vain yksittäisen rauhanyhdistyksen kertaluontoinen viesti, halusin perehtyä niiden tiedotus- ja viestintätoimintaan yleisellä tasolla.

Muun viestinnän ohella myös tiedottaminen on ollut valtavassa murroksessa viime vuosien aikana ihan jo tekniikan kehittymisen myötä, ja siksi tiedotustyön muuttuminen on ajankohtainen teema. Näen, että yhdistyksillä voi olla tulevaisuudessa entistäkin merkittävämpi rooli yhteiskunnallisina toimijoina, joten niiden tiedottamistavoilla on paljon merkitystä. Tästä syystä oli luontevaa pureutua siihen, miten suuret rauhanyhdistykset hoitavat tiedottamisen, ja siihen, miten viestinnän murros on vaikuttanut tuohon tiedotustyöhön.

Avaan tietoperustassa yhdistysviestinnän periaatteita ja vaatimuksia sekä perehdyn teemahaastattelun teoriaan. Tutkimustani varten haastattelin kolmen suuren suomalaisen rauhanyhdistyksen tiedotustoimikuntien puheenjohtajia. Toteutin haastattelut teemahaastatteluina.

Tutkimustuloksista voidaan päätellä, että rauhanyhdistykset ovat satsanneet viestintään paljon. Viestinnästä huolehtivat nimetyt toimikunnat, jotka ovat pystyneet paitsi vastaamaan hyvin viestinnän murroksen tuomiin haasteisiin, myös hyödyntämään sen mahdollisuuksia.

Tutkielman tekeminen nosti esiin useita mahdollisia kehitysehdotuksia, mutta loppujen lopuksi ehdotukseni jäävät yhteen: kotisivujen kehittäminen nykyaikaisemmiksi ja informatiivisemmiksi.

Asiasanat: viestintä, tiedottaminen, yhdistykset, rauhanyhdistykset

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Programme in Communication, Option of Journalism

Author: Heli Säkkinen

Title of thesis: From Pencil and Cross-Ruled Paper to Electric Communication – Communication in religious association

Supervisor: Teemu Palokangas

Term and year when the thesis was submitted: Autumn 2018

Number of pages: 50 + 1

In addition to other communication, also informing has been in a quite huge transitional stage during last years already with the development of the technique. Therefore the change of the report work is a current theme. I see that the associations can have a more significant role as social actors in the future than earlier, and their informing ways have much significance. For this reason, it was natural to study how the big peace associations take care of the informing and how the changes in communication has affected information activities.

The framework is based on the principles and demands of the association communication and it is studied the theory of theme interview. The chairmen of the three big Finnish peace association report commission were interviewed for the study. The interviews were carried out according to the principle of the theme interview.

I have written a photo-oriented book as a production of my study. The book tells about the building project of the action house of Limingan Rauhaniyhdistys (the religious association in Liminka) which took place a few years ago. Because the book is only a one-time message of and individual peace association, I wanted to study their information services and communication activity at a general level.

One can conclude from the research results that the peace associations in question have invested in the communication a lot. The named commissions have been able to meet well the challenges brought by the changes in communication and utilise its possibilities.

The making of the study brought out several possible development proposals but, after all, the only proposal would be to develop the home pages to be more modern and more informative.

Keywords: communication, informing, association

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	7
2	YHDENSUUNTAISTA TIEDOTTAMISTA, KAHDENSUUNTAISTA VIESTINTÄÄ.....	8
2.1	Avoin tiedottaminen lisää luottamusta	8
2.1.1	Sisäisesti jäsenille, henkilökunnalle ja vapaaehtoisille	9
2.1.2	Ulkoisesti medialle, yhteiskuntaan ja sidosryhmille	10
2.2	Viestintä: suoraa tai välillistä, joskus myös kriisistä johtuvaa	10
3	TIEDOTTAMINEN, OSA YHDISTYSTOIMINTAA.....	13
3.1	Suurin kohderyhmä on verkossa	13
3.2	Muutoksia, haasteita, mahdollisuuksia	14
3.2.1	Media muutosten kourissa	15
3.2.2	Murroksen vaikutukset yhdistysviestintään	16
3.3	Mielikuva on tarkastelijalleen totta	18
3.4	Hyvä tiedottaja suunnittelee ja on ajan tasalla.....	19
4	TEEMAHAASTATELUN KAUTTA LUOTETTAVAAN LOPPUTULOKSEEN	20
4.1	Teemahaastattelun periaatteet.....	20
4.2	Teemahaastattelun vaiheet	22
4.2.1	Hyvä suunnittelu helpottaa toteutusta	22
4.2.2	Haastattelun käytännön toteutus.....	23
4.2.3	Analyysia haastattelun aikana ja sen jälkeen.....	26
4.2.4	Laadun ja luotettavuuden takaaminen	28
4.2.5	Raportti kokoaa tutkimuksen yhtenäiseksi kokonaisuudeksi	29
4.2.6	Tutkimushaastattelujen toteuttaminen.....	31
5	TIEDOTTAMINEN OSANA RAUHANYHDISTYKSEN TOIMINTAA	32
5.1	Mikä rauhanyhdistys?.....	32
5.2	Insinööri- ja toimittajajohtoiset tiedotustoimikunnat	33
5.3	Pääsisältönä tapahtumista tiedottaminen ja uskon perusteet.....	34
5.4	Viestintää somella ja ilman	35
5.5	Työnjako.....	38
5.6	Entistäkin avoimempaa viestintää	40
5.7	Suurten muutosten vuosikymmen	42
5.8	Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty – yhdistysviestinnässäkin	44

5.9	Onko imagolla ja logolla väliä?	44
6	YHTEENVETO JA KEHITYSEHDOTUKSET	47
	LÄHTEET	48
	AINEISTOT	50
	LIITTEET	51

1 JOHDANTO

Perehdyn tässä opinnäytetyöni tutkielmassa siihen, miten rauhanyhdistykset hoitavat viestinnän ja tiedottamisen, sekä siihen, miten tiedotustoiminta on muuttunut viestinnän murroksen myötä.

Opinnäytetyön produktiona olen koonnut Limingan Rauhanyhdistyksen uuden toimitalon rakentamisesta kertovan kirjan, jossa kronologisella kuvakertomuksella on tärkeä osansa. Koska kirja on vain yksi irrallinen, yksittäisen rauhanyhdistyksen yksittäisestä hankkeesta kertova tuote, halusin perehtyä yhdistysten viestintään ja tiedottamiseen yleisellä tasolla. Rauhanyhdistyksissä tiedottaminen on kiinteä osa yhdistyksen toimintaa, ja ainakin suuremmissa yhdistyksissä siihen paneudutaan huolella.

Varsinaisena tutkimuskohteenani oli kolmen suuren suomalaisen rauhanyhdistyksen, Helsingin, Tampereen ja Oulun, tiedotustoiminta ja sen muuttuminen vuosien varrella. Tutkimusaineiston keräsin haastattelemalla Helsingin, Tampereen ja Oulun Rauhanyhdistysten tiedotusvastaavia ja lisäksi perehdyin kyseisten yhdistyksen verkkosivuihin ja katsahdin Helsingin Rauhanyhdistyksen Facebook- ja Twitter-tilit.

Tutkielman tietopohjan olen koonnut erilaisista tiedottamisesta sekä viestinnän murroksesta kertovista verkkojulkaisuista ja kirjoista. Se rakentuu ajatukselle siitä, että yhdistyksen toiminnan ja sen jäsenten kannalta tiedotustyöllä on suuri merkitys. Haastattelut olen toteuttanut puolistrukturoituina haastatteluina eli teemahaastatteluina.

2 YHDENSUUNTAISTA TIEDOTTAMISTA, KAHDENSUUNTAISTA VIESTINTÄÄ

Tutkielmani keskeisimmät käsitteet ovat viestintä ja tiedottaminen. Suomisanakirjan mukaan viestintä on viestimistä, tiedottamista, tiedonvälitystä ja kommunikointia (Suomisanakirja 2018, viitattu 26.9.2018). Anne Ilvonen puolestaan kuvailee viestinnän tarkoittavan sanomien lähettämistä ja vastaanottamista eli moniulotteista tiedonvaihtoa eri tahojen välillä. Viestinnällä on aina jokin tavoite, ja sen perimmäisenä tavoitteena on Ilvosen mukaan ”muuttaa, lisätä tai vahvistaa vastaanottajan tietoja, mielikuvia tai mielipiteitä” sekä toisinaan vaikuttaa viestin vastaanottajan käyttäytymiseen ja asenteisiinkin. Viestintä voi olla suoraa tai välillistä. (Ilvonen 2007, 11, 13.)

Tiedottamisen synonyymiksi Suomisanakirja määrittää lyhyesti ja ytimekkäästi termin *informaatio* (Suomisanakirja 2018, viitattu 26.9.2018). Tiedottamisen voinee siis ykskantaan nähdä tarkoittavan informaation eli tiedon välittämistä. Tiedottaminen on osa yhteisön toteuttamaa viestintää, ja sen tavoitteena on lisätä yhteisön kohderyhmien tietoa yhteisöstä ja sen toiminnasta. Tiedottaminen voidaan jakaa sisäiseen ja ulkoiseen tiedotukseen (Ilvonen 2007, 14–15.)

Viestinnän ja tiedottamisen olennaisin ero on siinä, että kaksisuuntaiseen viestintään liittyy vastavuoroisuus ja palautteen antaminen ja saaminen, kun taas tiedottamisessa jaetaan ja välitetään tietoa yksisuuntaisesti (Rosengren & Törrönen 2013, viitattu 14.3.2018).

2.1 Avoin tiedottaminen lisää luottamusta

Yhteisötiedottamista tapahtuu paitsi sisäisesti yhteisön henkilöstön ja jäsenten välillä, myös ulkoisesti yhteisöstä ympäröivään maailmaan. Jako sisäiseen ja ulkoiseen tiedottamiseen perustuu ajatteluun, jonka mukaan organisaation tiedonjakokohteet voi jakaa kahteen osaan: yhdistyksen työntekijät, hallituksen jäsenet ja aktiivijäsenistö kuuluvat sisäisen tiedottamisen piiriin, kun taas ulkoisen viestinnän kohteina ovat esimerkiksi yhteistyökumppanit ja mahdolliset tulevat jäsenet. (Ilvonen 2007, 14.)

Rosengren ja Törrönen keskittyvät Ilvosta enemmän avoimen tiedottamisen merkitykseen. Avoin viestintä lisää luottamusta niin yhdistyksen sisällä kuin ulkopuolellakin. Se innostaa jäseniä

osallistumaan yhdistyksen toimintaan ja luo positiivisen mielikuvan ja sitä kautta houkuttelee uusiakin jäseniä. Avoimuus ja läpinäkyvyys omalta osaltaan lisäävät vuorovaikutusta yhdistyksen ja sen jäsenistön ja myös yhdistyksen ja yhteistyökumppaneiden välillä. Siksi myös palautteen vastaanottamistapoja on yhdistyksessä syytä pohtia. (Rosengren & Törrönen 2013, viitattu 14.3.2018.)

2.1.1 Sisäisesti jäsenille, henkilökunnalle ja vapaaehtoisille

Sisäisellä tiedotuksella on useita merkittäviä tehtäviä. Henkilökunnalla, jäsenillä ja vapaaehtoistoimijoilla on oikeus tietää yhdistyksen toiminnan tuloksista ja suunnitelmista. Sisäinen tiedottaminen on hyvä tapa informoida ja keskustella yhteisistä asioista ja jokaisen osallisen tehtävistä sekä perehdyttää ja sitouttaa väki toimintaan. Lisäksi, jotta ulkoinen viestintä voi olla tehokasta, asia tulee ensin hallita sisäisesti. Sisäisen tiedotuksen tavoitteena on, että oikea henkilö saa oikeaa tietoa. Hän liittyy sisäiseen tiedotukseen läheisesti myös sisäisen markkinoinnin, jonka tarkoituksena on tehdä yhteisön arvot, tavoitteet, kulttuuri, toiminta, tuotteet ja palvelut tutuiksi oman väen keskuudessa. (Ilvonen 2007, 14.)

Yhdistyksen kannattaa kertoa avoimesti ja tasa-arvoisesti koko jäsenistölleen siitä, mitä yhdistyksessä tapahtuu juuri nyt ja mitä tulevaisuudessa on tapahtumassa. Myös päätöksenteko ja sen valmistelu on hyvä pitää avoimena. Yhdistyksen jäsenten yksi perusoikeus on saada tietoa yhdistyksen toiminnasta. Jos tieto ei kulje, yhdistyksen tilaisuuksiin ei tule osallistujia, päätöksissä voi olla tulkinnanvaraa ja ristiriitojen, epäluulojen ja kuppikuntien muodostumisen kynnyks madaltuu. (Rosengren & Törrönen 2013, viitattu 14.3.2018.)

Rosengren ja Törrönen väittävät, että suullinen viestintä on nykyäänkin tehokkain viestintäkeino, ja siksi kokous on heidän näkemyksensä mukaan paras väylä sisäiselle tiedottamiselle. Jotta viesti tavoittaisi varmasti kaikki jäsenet, esimerkiksi puolivuositain julkaistava toimintakalenteri on kuitenkin toimiva tapa tiedottaa asioista. (Rosengren & Törrönen 2013, viitattu 14.3.2018.)

2.1.2 Ulkoisesti medialle, yhteiskuntaan ja sidosryhmille

Kun yhdistys kertoo toiminnastaan ulospäin, puhutaan ulkoisesta tiedottamisesta. Erityisesti ulkoisen tiedotuksen on syytä olla kaksisuuntaista ja vuorovaikutteista. Tämä osaltaan lisää myös yhdistyksen ja sen toiminnan tunnettuutta ulkomaailmassa. (Ilvonen 2007, 14.)

Ulkoisen viestinnän piiriin kuuluvat esimerkiksi suhteet mediaan, yhteiskuntaan ja sidosryhmiin sekä markkinointiviestintä. Kuten sisäisen tiedottamisen, myös ulkoisen informoinnin tulee perustua tosiasioihin, mutta sen lisäksi voidaan kertoa omista kokemuksista. Viestien tulee myös tässä tapauksessa olla selkeitä. Ulkoisessa tiedottamisessa suunnittelulla, organisoinnilla ja kohderyhmien määrittelyllä on merkittävä rooli. Tärkeää on myös se, että yhdistyksessä on selkeä työnjako sen suhteen, kuka asioista tiedottaa. (Ilvonen 2007, 14–15.)

Ulkoisen tiedottaminen tuo yhdistykselle ja sen asialle ja toiminnalle näkyvyyttä ja voi sitä kautta houkutella uusia jäseniä toimintaansa. Yhdistyksestä valmiiksi laadittu tietopaketti helpottaa ulkoista tiedottamista. Paketti kertoo tiivistetysti esimerkiksi yhdistyksen historiasta, nykytarkoituksesta ja -tavoitteista ja jäsenmäärästä sekä esittelee toiminnan ja avainhenkilöt. Verkkosivut ovat oivallinen väline näiden tietojen jakamiseen. (Rosengren & Törrönen 2013, viitattu 14.3.2018.)

2.2 Viestintä: suoraa tai välillistä, joskus myös kriisistä johtuvaa

Tämä luku käsittelee viestintään liittyviä kriteerejä, viestinnän käytännön järjestämistä, suoraa ja välillistä viestintää sekä sitä, että aina viestintä ei vaikuta halutulla tavalla. Lopuksi puhutaan muutama sana kriisiviestinnästä.

Lähetettävien viestien tulisi Anne Ilvosen mukaan täyttää muutama kriteeri. Viestin sisällön tulee olla totta ja mielellään konkreettinen. Jokaisessa viestissä pitää olla jotain uutta, jotta se erottuu joukosta, ja lisäksi viesti kannattaa esittää mahdollisimman ytimekkäästi ja niin, että se jää vastaanottajan mieleen. Viestinnässä käytetään erilaisia symboleja, joiksi Ilvonen luettelee esimerkiksi sanat, kuvat, eleet ja värit. Viestintä vaatii aina viestimisvälineen eli kanavan. Väline valitaan sen mukaan, mikä palvelee parhaiten lähettäjän tavoitteita, mutta myös taloudelliset resurssit on huomioitava, ja muun muassa siksi luovuus onkin yksi viestinnän valttikorteista.

(Ilvonen 2007, 11–12.) Mielestäni rikas kielenkäyttö on yksi olennainen osa kaikkea viestintää, myös yhdistysviestintää. Vaikka asiat on hyvä esittää napakasti ja selkeästi, tylsyyttä ja ylimenevää asiallisuutta on syytä välttää.

Yhteisön kannattaa miettiä, onko viestintään liittyvät palvelut järkevä tuottaa itse vai ostaa ulkopuoliselta viestintätoimistolta. Itse on järkevä hoitaa sisäisen viestinnän lisäksi esimerkiksi yhteisövierailut, hyväntekeväisyys ja joukkoviestinyhteydet. Ostopalveluna voi olla viisasta hankkia esimerkiksi toimintakertomus, lehdet ja esitteet, verkkosivut ja niiden päivitys sekä viestinnän valmennus. (Siukosaari 2002, 26–27.)

Suorassa viestinnässä viesti lähetetään suoraan vastaanottajalle. Henkilökohtaisen viestinnän välineitä ovat esimerkiksi puhelin, sähköposti, kasvokkainen tapaaminen, huomioiminen, yhteisöiden väliset vierailut ja henkilöstötapaamiset. (Ilvonen 2007, 13.)

Toisinaan viestintä voi olla tehokkaampaa, mikäli se toteutetaan välikäden kautta. Välillinen viestintä tarkoittaa sitä, että viesti lähetetään jonkin välittäjätahon kautta lopulliselle vastaanottajalle. Välillinen viestintä toteutuu esimerkiksi esitteiden, tiedotteiden, tiedotustilaisuuksien, asiakas- ja henkilöstölehtien, toimintakertomusten ja verkkosivujen avulla. Myös toimittajan yhdistyksestä tekemä juttu on välillistä viestintää, ja sen myötä yhdistyksen toiminnasta voi löytyä näkökulmia, joita yhdistysaktiivit eivät ole itse huomanneet. (Ilvonen 2007, 13.)

Viestintä ei aina välttämättä vaikuta välittömästi ja halutulla tavalla. Voi käydä niin, että vastaanottaja ei huomaa viestiä heti, kun se on lähetetty, tai hän tarvitsee aikaa pohtia saamaansa viestiä. Viestissä mahdollisesti oleva häiritsevä kohta voi estää halutun vaikutuksen muodostumisen, ja joskus voi käydä myös niin, että vastaanottaja ei ymmärrä saamansa viestin sisältöä. (Ilvonen 2007, 11.)

Yhteisön on hyvä varautua myös kriisiviestintään. Kriisiviestintää tarvitaan, jos yhdistyksen ”toimintaedellytykset tai muu etu on uhattuna”, kuten Siukosaari lainaa Arto Henrikssonia. Käytännössä nämä tilanteet voivat olla esimerkiksi onnettomuus- tai väkivaltatilanteita, talouteen, tuotantoon tai julkisuuteen liittyviä ongelmia tai henkilöstökriisejä. (Siukosaari 2002, 194, 197–198.)

Yleensä kriisi on yhteisölle kielteinen asia, ja silloin on tärkeää, että tilanteesta saadaan välitettyä julkisuuteen oikea mielikuva. Kriisiviestinnän tavoitteena on tuoda yhteisön näkökulmat ja viestit esille ja turvata sen toimintaedellytykset ja jatkuvuus. Aktiivisuus ja avoimuus ovat merkittävässä roolissa kriisiviestinnässä, ja suunnitelmallisuutta sen organisoinnissa ei voida liikaa korostaa. (Siukosaari 2002, 194–195.)

3 TIEDOTTAMINEN, OSA YHDISTYSTOIMINTAA

Mikä tiedottamisen rooli on yhdistyksessä ja millä tavalla se kannattaa organisoida? Sari Kuvajalla on asiaan selkeä näkemys: vaikka useimmat pienet yhdistykset toimivat vapaaehtoisvoimin, systemaattisen viestinnän pitempijänteiseen suunnitteluun kannattaa panostaa. Tämä takaa sen, että yhdistyksen toiminnan markkinoinnille ja tiedottamiselle osataan varata riittävästi aikaa ja rahaa. (Kuvaja 2007, viitattu 13.3.2018.)

Yhdistyksen viestintävastaava huolehtii, että toiminnassa ja sen suunnittelussa huomioidaan myös viestintänäkökulma. Tiedotusvastaavan tehtävänä on myös varmistaa, että viestintä toteutuu yhdessä sovitulla tavalla ja vastuu käytännön tehtävistä jakautuu järkevästi. Yhdistyksen hallituksen puheenjohtajalla on merkittävä rooli seisoa viestintävastaavan tukena, ja hänen onkin erityisen tärkeä ymmärtää, että viestinnästä huolehtimiseen ja sen kehittämiseen tarvitaan sopivat tekniset välineet ja riittävästi taloudellisia resursseja. (Kuvaja 2007, viitattu 13.3.2018.)

Elisa Ikävalko jakaa yhteisöviestijät aktiivisiin, reaktiivisiin sekä passiivisiin ja vetäytyviin viestijöihin. Lisäksi näiden toimijoiden välimalleja on useita. Aktiivinen yhteisö pyrkii itse kertomaan asiansa laatimiensa tavoitteiden ja viestintäohjelman mukaisesti. Reaktiivisessa yhteisössä viestintää ei suunnitella, mutta asioista kerrotaan kyllä avoimesti, jos joku kysyy. Vetäytyvä ja passiivinen viestijä jakaa tietoa vain aivan lähimmille sidosryhmilleen ja kieltäytyy muista kontakteista välttääkseen tiedon siirtämisen ulkopuolisille. (Ikävalko 1996, 16–17.)

3.1 Suurin kohderyhmä on verkossa

Jokaisella viestintätoimenpiteellä tulee aina olla jokin tavoite. Viestintään ja sen keinoihin vaikuttavat ennen kaikkea viestin vastaanottajan tarpeet. Verkkosivut ovat nykypäivänä yhdistyksen olemassaolon merkki ja itsestään selvä viestintäkanava. Ne osaltaan luovat yhdistyksen imagoa, ja siksi onkin tärkeää, että sivut ovat ajan tasalla ja niitä päivitetään säännöllisesti. Myös verkkoviestinnässä käyttäjien tarpeet on se, mikä sanelee sivujen sisällön, ulkoasun ja rakenteen. Kuvaja kirjoittaa, että ”käyttäjien pitää löytää tarvitsemansa tiedot vaivattomasti ja nopeasti.” (Kuvaja 2007, viitattu 13.3.2018.)

Kohderyhmän määrittämisen lisäksi yhdistyksessä on hyvä miettiä, mitä verkkovierailijoiden toivotaan tekevän sivuilla käynnin jälkeen. Yhdistyksen sivujen sisältö ja rakenne on hyvä suunnitella nimenomaan sitä ajatellen. Sivuja ei tarvitse rakentaa valmiiksi heti, vaan niiden pidemmän tähtäimen luomisessa kannattaa hyödyntää käyttäjien kokemusta ja heiltä saatua palautetta. Hyvät verkkosivut ovat omistajansa näköiset ja vastaavat käyttäjiensä tarpeisiin niin informatiivisuudellaan, selkeydellään kuin käytännöllisyydelläänkin. Yhdistyksen muun visuaalisen ilmeen on hyvä näkyä myös verkkosivuilla. (Kuvaja 2007, viitattu 13.3.2018.)

Markkinoinnin ja tiedotuksen suunnittelu on olennainen osa yhdistyksen erilaisten tapahtumien suunnittelua. Yhdistyksen kannalta merkittävälle tapahtumille on Kuvajan mielestä hyvä perustaa omat verkkosivut, koska ne tarjoavat mahdollisuuden nimenomaisen tapahtuman mukaiseen visuaaliseen ilmeeseen ja kohderyhmien huomioimiseen. Lisäksi sivut parhaimmillaan raikastavat yhdistykseen liittyviä mielikuvia. (Kuvaja 2007, viitattu 13.3.2018.)

Internetsivujen käytettävyys on se, mikä usein lopulta ratkaisee kaiken. Kun käyttäjä kokee saavansa sivustolta vastukset kysymyksiinsä vaivattomasti, nopeasti ja selkeästi sanoitettuna, hän voi olla tyytyväinen saamaansa palveluun ja palaa saman yhdistyksen puitteisiin toistekin. (Siukosaari 2002, 214–216.)

Oman tutkimuskohteeni eli rauhanyhdistyksen toiminnassa sen keskeisin sanoma pelastavasta evankeliumista on mielestäni yhteisön merkittävin ”markkinointikikka”, eikä sen toimintaan voida – eikä varmasti ole syytäkään – soveltaa kaikkia imagonluomiskeinoja. Ajattelen kuitenkin Kuvajan tavoin, että esimerkiksi rauhanyhdistyksen verkkosivut ja yhdistyksen toimintaan osallistuvat ihmiset ovat olennainen osa mielikuvaa, joka yhdistykseen kuulumattomilla ihmisillä yhdistyksestä, sen toiminnasta ja vaikkapa sen jäsenistön elämänarvoista on.

3.2 Muutoksia, haasteita, mahdollisuuksia

Viestinnän murroksesta on puhuttu jo pitkään. Mitä tuo murros oikeastaan tarkoittaakaan? Murros on syvällisen ja jyrkän muutoksen kausi, joka voi olla myös käänne- tai taitekohta (Suomisanakirja 2018, viitattu 26.9.2018). Sabina Bqain lainaa Tomi Lindblomia: murros on ”jonkin uuden asian murtautumista uudeksi ja voimakkaaksi tekijäksi vanhojen käytäntöjen rinnalle”. Hän sanoo

Lindblomin todenneen, että murroksen seurauksena syntyvä tapahtumaketju ”johtaa johonkin pysyvään muutokseen”. (Bqain 2015, viitattu 26.9.2018.)

3.2.1 Media muutosten kourissa

Perinteisiä medioita eli viestimiä ovat televisio, radio ja paperiset lehdet. Viitisentoista vuotta sitten ne saivat rinnalleen sähköisen lehdistön lisäksi sosiaalisen median blogeineen, Facebookeineen ja Youtubeineen. (Bqain 2015, viitattu 26.9.2018.) Internetin sisällön monipuolistumisen ja aina vain lisääntyvien sosiaalisen median alustojen myötä median kirjo on laajentunut lisää vain kolme vuotta sitten julkaistun Bqainin pro gradu -tutkielman jälkeenkin.

Jo noin 25 vuotta sitten eri mediat alkoivat yhdistyä, ja esimerkiksi aiemmin televisioon rajoittunut liikkuva kuva on nykyään osa sanomalehtienkin verkkosisältöä. Media sisältöineen ja kommunikointi- ja pelimahdollisuuksineen värittää ihmisten arkea aina vain enemmän, samoin eri instituutioiden toiminnassa medialla ja viestinnällä on yhä merkittävämpi rooli. Bqain antaakin medialle kuvaavan määritteen: ”Media on viestintäteknologiaa, eri sisältöjä ja niiden tuottamista, käyttöä ja vuorovaikutteisuutta muiden kanssa – kaikkea samaan aikaan.” (Bqain 2015, viitattu 26.9.2018.)

Useimpien näkemysten mukaan viestinnän murroksen alkujuuret ovat sanomalehtien lukemisen vähenemisessä viime vuosikymmenen viimeisinä vuosina. Tuo kehitys on kulkeutunut Amerikasta myös Eurooppaan. Pääsyyinä lehtien murrokselle nähdään internet, joka on ottanut tukevan paikkansa pirstaloituneessa yleisökentässä. Silvo jollain tapaa kritisoi ajattelua, joka rajaa murroksen vain verkko- ja digiaikaan, sillä taaksepäin katseltaessa mullistusten jatkumo ulottuu pitkälle digimuutosten taakse. Hänkin kuitenkin näkee internetin vapauttaneen median kuluttajat omaehtoiseen käyttöön. (Silvo 2010, 239–241.)

Silvo kirjoittaa (2010, 241) median itse aiheutetun pirstoutumisen ja yleisön huomion jakautumisen eri medioihin mieltymyksensä mukaan alkaneen jo 1980-luvulla. Sabrina Bqain puolestaan toteaa (2015, viitattu 10.9.2018), kuinka verkkomedian nousu 1990-luvun lopulla kiihdytti puhetta median murroksesta. Bqain avaa tärkeimmän syyn median murrokselle: maailman muuttuessa myös media muuttuu. Hänkin nostaa esille jo tutuksi tulleen selityksen tuolle muutokselle: internetin ja digitalisaation kehitys.

Median murroksella on selkeät kytköksensä myös yhdistysviestintään ja sitä kautta tutkielmani sisältöön. Siksi nostan esille myös Ismo Silvon esittämän viestinnän kriisiin johtaneita syitä:

Se [media] ei enää kykene tarjoamaan kansalaisten elämänhallinnan kannalta relevantteja sisältöjä tai tulkintoja, ja kansalaisilla on – ainakin isolla osalla – kehittyneen medialukutaitonsa ja verkon kautta paremmat mahdollisuudet hankkia, jäsentää ja varmentaa tietoa. Kaikkeen tähän liittyy tietysti käyttäjien oma sisällön tuotanto, vertaisverkkoyhteisöt ja -palstat. (Silvo 2010, 241.)

Yksi näkökanta viestinnän murrokseen on Niko Hatakan esittämä väite, että media on – poliitikkojen ohella – populistinen toimija luodessaan ja ylläpitäessään näkemystä tavallisesta kansasta, jonka edut ovat päinvastaisia kuin arjesta irtautuneiden eliitin edustajien edut ovat. Tätä näkökulmaa puoltaa median perinteinen tehtävä vallan vahtikoirana, kun se puolustaa kansaa vallankäyttäjien väärinkäytöksiä vastaan. (Hatakka 2018, 39–40.)

3.2.2 Murroksen vaikutukset yhdistysviestintään

Viestinnän muutokset ulottuvat ja vaikuttavat luonnollisesti myös yhdistysviestintään. Luulen yhdistysviestinnän pelkästään hyötynneen median murroksesta, sillä oletettavaa on, että internetin, sähköpostin, sosiaalisen median ja ylipäättään digitalisaation myötä yhdistykset ovat saaneet ääntään laajemmin ja helpommin kuuluviin ja sitä kautta kasvattaneet näkyvyyttään ja tunnettuuttaan.

Intranet on yksi monissa yhteisöissä nykypäivänä käytössä olevista työkaluista. Tuon sisäisen tietoverkon avulla valtavat tietomäärät saadaan näppärästi jaettua isommallekin joukolle. Sähköpostin ohella se on yksi tehokkaimmista sisäisen tiedottamisen keinoista yhteisössä, mutta se ei kuitenkaan korvaa ihmisten keskinäistä kanssakäymistä. Intranetiä voi käyttää hyvin monipuolisesti tehostamaan työtä yhteisön sisällä. Se on paitsi tietovarasto esimerkiksi erilaisten ohjeiden, perus- ja yhteystietojen, yhteisen kalenterin ja keskustelupalstojen muodossa, myös paikka jakaa tietoa ja oppia uusia asioita. Intranetin käytön ohessa myös sähköpostiviestinnässä on hyvä muistaa korrekrit toimintatavat alkaen otsikkorivin sisällöstä ja vastaanottajan puhuttelusta ja jatkuen ymmärrettävään ja selkeään ilmaisuun ja nopeaan vastaamiseen. (Siukosaari 2002, 209–213.)

Siukosaaren rivien välistä voi lukea, että paperittomat konttorit olivat yksi niistä skenaarioista, joita viestinnän murroksen kynnyksellä ja jo sen alettuakin ajateltiin realisoituvan ehkä nopeastikin sähköisen asianhoidon vallatessa maailmaa. Nuo paperittomat konttorit eivät kuitenkaan ole [vuonna 2002] täysin toteutuneet (Siukosaari 2002, 209). Saman voinee todeta vielä nytkin, 16 vuotta myöhemmin: täysin sähköisiä konttoreita tuskin löytyy.

Sekä yhdistyksen sisäisessä että ulkoisessa viestinnässä on omat haasteensa, jotka asettavat yhteisöt jatkuvasti tarkastelemaan omaa viestintästrategiaansa – nykyaikaisista viestintämenetelmistä huolimatta. Viestien vastaanottajien odotusten ja tarpeiden on oltava viestijän tiedossa, ja yhdistyksen pitää osata paitsi kohdentaa sanomat oikein, myös välttää vastaanottajien kyllästäminen liiallisella tietotulvalla. Lyhyesti sanottuna viestijän on tunnettava vastaanottajansa. (Siukosaari 2002, 130, 203–204.)

Tiedonsaannin turvaaminen on nykyaikaa, ja siksi yhdistystiedotuksesta vastaavan tulee olla paitsi ajan tasalla myös valmis jakamaan tietoa, joka hänellä on. Yhdistyksessä pitää pysyä hereillä sen suhteen, mitkä kanavat ovat milloinkin tehokkaimpia tiedonvälittäjiä. Jotta yhteisö voi tietää, onko viestintätavoitteisiin päästy, toimintaa on pystyttävä arvioimaan ja mittaamaan. Sitä kautta tuloksia voidaan hyödyntää viestinnän edelleen kehittämiseksi. Yhteydenpidon päämäärän voisi kiteyttää kolmeen sanaan: tavoitteellisuus, vuorovaikutteisuus ja persoonallisuus. Kun viestintästrategia vastaa näihin tavoitteisiin, viestintä onkin usein jo hyvällä tolalla. (Siukosaari 2002, 130, 203–204.)

Auli Harju, Kari Koljonen ja Ari Heinonen ovat tutkineet vakiintuneessa asemassa olleiden, työstään irtisanottujen toimittajien tuntemuksia, ajatuksia ja kokemuksia ja kartoittaneet sitä kautta ja siitä näkökulmasta mediatyön muutoksia. Vaikkei tämä suoranaisesti välttämättä liity nimenomaan yhdistysviestintään, ajattelen sen olevan merkityksellinen näkökanta viestinnän murroksesta puhuttaessa. Kolmikon mielestä irtisanottujen journalistien ääni on ”olennainen ajankuva tämän päivän journalismista”. (Harju, Koljonen & Heinonen 2017, esipuhe, viitattu 24.8.2018.)

Tutkimukseen osallistuneet journalistit kokivat toimittajuuden ammatiksi, jossa tuotoksiin ammennetaan henkilökohtaisista kokemuksista samalla, kun taustalla on palo päästä esittämään tuotoksia muille. (Harju ym. 2017, 25, viitattu 24.8.2018.) Oletettavasti juuri siksi viestinnän murroksen voi nähdä koskettavan yksilöä syvältä – niin kuin varmasti aina, kun joutuu irtisanotuksi yt-neuvotteluiden kautta.

Sitä, millä tavalla viestinnän murros on vaikuttanut nimenomaan yhdistysviestinnästä vastaavien henkilöiden työnkuvaan, voi tässä kohtaa vain päätellä. Oletukseni on, että yhdistykset ovat tarjonneet entistä useampia työpaikkoja viestinnän ammattilaisille viestinnän monipuolistumisen ja laajenemisen sekä tiedottamisen tarpeen kasvun myötä. Yhdistyksen kannattaa olla esillä tänä tietotulvan aikakautena.

3.3 Mielikuva on tarkastelijalleen totta

Imago eli mielikuva on jonkun henkilön muodostama käsitys toisesta ihmisestä, asiasta tai vaikkapa yhdistyksestä. Käsitys muodostuu vastaanottajan keräämien erilaisten viestien, virikkeiden ja vaikutteiden kautta, ja tuo mielikuva on totta sille, joka sitä tarkastelee. (Kuvaja 2007, viitattu 13.3.2018.)

Mihin imagoa sitten tarvitaan? Yhteisöllä on monia, joskus yllättäviäkin tahoja, joiden suhteen positiivisesta mielikuvasta on hyötyä. Yhteisön näkökulmasta merkittäviksi henkilöiksi voidaan yhteisön oman henkilöstön lisäksi laskea osakkaat, rahoittajat, asiakkaat, päättäjät, viranomaiset, toimittajat, naapurit ja opiskelijat. Kun yhdistys huomioi toiminnassaan ja viestinnässään nämä ryhmät, myönteinen kuva vahvistuu ja kirkastuu. (Siukosaari 2002, 38–39.)

Vaikka imagon rakentamisesta puhutaan paljon ja siihen toki voi vaikuttaa, imagon kohde ei voi täysin määrittää omaa imagoaan. Jos yhdistys haluaa vaikuttaa imagoonsa, sen keskeisillä toimijoilla täytyy olla yhteisymmärrys siitä, millaisena yhdistyksen halutaan näkyvän muille. Viestintävastaavan ja ulospäin näkyvän viestinnän lisäksi Kuvajan mukaan koko yhdistysväki muokkaa ”olemuksellaan ja toiminnallaan yhdistyksestä syntyvää mielikuvaa”. (Kuvaja 2007, viitattu 13.3.2018.)

Kun jo yhdistyksen sisäisten toimijoiden mielikuvat yhdistyksestä voivat olla erilaisia, kirjo suhteessa ulkopuolisiin on sitäkin laajempi. Silloin joudutaan sen kysymyksen eteen, kenen mielikuva on eniten oikea. Kuvajalla on asiaan yksiselitteinen vastaus: ”Kaikki ovat yhtä oikeassa.” Jokaisen mielessä oleva kuva on totta hänelle itselleen, ja sen perusteella hän joko valitsee tai jättää valitsematta yhdistyksen palvelun tai jäsenyyden. (Kuvaja 2007, viitattu 13.3.2018.)

Yhdistys voi myös valita olla viestimättä toiminnastaan millään tavalla. Silloin imago muodostuu puhtaasti yhdistyksen tekojen sekä muiden välittämien viestien kautta. Jos mielikuvan rakentuminen on ulkopuolisten viestijöiden varassa, se jää puutteellisemmaksi kuin jos viestijänä olisi yhdistys itse. (Kuvaja 2007.)

3.4 Hyvä tiedottaja suunnittelee ja on ajan tasalla.

Elisa Ikävalko on koonnut ”Tiedottajan huoneentauluun” asioita, joita tiedottajan on hyvä muistaa työssään. Yhdistyksen tärkeimpiä tehtäviä on syytä palauttaa aika ajoin mieleen, jotta tuntuma perusajatukseen säilyy myös tiedottamisessa. Myös sitä, millä tavalla viestintä palvelee noita tavoitteita, on syytä pohtia. Työtä kannattaa suunnitella niin lyhyellä kuin pidemmälläkin tähtämellä. Suunnittelu tehostaa työtä ja parantaa sen tulosta, ja puolestaan kun tuloksista ollaan perillä, työtä voidaan tehostaa ja parantaa. (Ikävalko 1996, 119.)

Ympäristöstä ja sen tapahtumista selvillä oleminen on yksi tiedottajan työkalu. Sen ansiosta asioihin pystyy reagoimaan oikeaan aikaan. Myös viestintäalan muutoksista on hyödyllistä olla perillä; se voi auttaa hoitamaan tehtävää entistä paremmin. Omia viestintätaitoja kannattaa kehittää, ja samalla yhdistyksen muu väki on hyvä pitää ajan tasalla asioista epätietoisuuden ja tyytymättömyyden välttämiseksi. (Ikävalko 1996, 119.)

Viesti menee perille parhaiten, kun se on mahdollisimman yksinkertainen ja sitä toistetaan riittävästi ja kun tiedottaja tuntee sanomansa vastaanottajat. Verkostoituminen on edelleen päivän sana myös viestinnässä. Kun tiedottaja jakaa ajatuksia ja kokemuksia toisten tiedottajien kanssa, jokaisen viisaus ja innovatiivisuus voivat lisääntyä. (Ikävalko 1996, 119.)

4 TEEMAHAASTATELUN KAUTTA LUOTETTAVAAN LOPPUTULOKSEEN

Haastattelin tutkimustani varten kolmen suuren suomalaisen rauhanyhdistyksen, Oulun, Tampereen ja Helsingin, tiedotusvastaavia. Tavoitteenani oli tehdä haastattelut niin, että lähialueella haastattelen kasvotusten ja kauempana asuvia puhelimitse. Aikataulu- ja muiden haasteiden vuoksi jouduin luopumaan puhelinhaastatteluista ja turvautumaan sähköpostiin. Oulun yhdistyksen edustajaa haastattelin suunnitellusti kasvotusten. Mielestäni lopputuloksessa haastattelutapojen erilaisuudelle ei tule suurta – jos minkäänlaista – painoarvoa. Haastattelukysymykseni on muotoiltu niin, että niihin on helppo vastata myös kirjallisesti. Lisäksi haastattelemani henkilöt tuntuivat saavan heti kiinni siitä, mitä ajoin kysymyksilläni takaa, ja se osaltaan teki haastattelemisen kohtuullisen vaivattomaksi.

Jo yhteystietoja etsiessäni havaitsin eroja eri yhdistysten viestintätapojen välillä. Tampereen Rauhanyhdistyksen verkkosivuilla oli yksi yleinen info-sähköpostiosoite sekä kiinteistöhoitajan puhelinnumero, kun taas Helsingin yhdistyksen sivuilla tiedotukselle ja monille, monille muille toiminta-aloille oli oma osoitteensa. Puhelimella yhdistykseen saa yhteyden vain seura-aikoina. Oulun Rauhanyhdistyksen nettisivuilta löytyi muiden toimikuntien tavoin myös tiedotustoimikunnan puheenjohtajan nimi ja puhelinnumero, mutta vain joidenkin yhteyshenkilöiden sähköpostiosoitteet. Noilla mainituilla tiedoilla sain yhteydet yhdistysten tiedotustoimikunnan puheenjohtajiin, joita sitten haastattelin tutkimukseeni.

4.1 Teemahaastattelun periaatteet

Toteutin tutkimukseni käyttämällä teemahaastattelumenetelmää, joka on yksi kolmesta tutkimushaastattelun lajista. Sirkka Hirsjärvi ja Helena Hurme ovat perehtyneet tutkimushaastattelun yleispiirteisiin, mutta porautuvat myös sen eri lajien eroavaisuuksiin. Heidän mukaansa ero syntyy pääasiassa kysymysten muotoilusta ja siitä, millä tavoin haastattelijä strukturoi eli jäsentelee haastattelutilannetta. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 43.)

Terminä teemahaastattelu lanseerattiin vuonna 1979 Hirsjärven ja Hurmeen teoksessa *Teemahaastattelu*, ja se on saanut vahvan sijansa yleisessä tutkimuskielenkäytössä yli tiedealarajojen, joskus myös väärinkäytettynä (Hirsjärvi & Hurme 2000, 9). Teemahaastattelu

pohjautuu termiin *kohdennettu haastattelu*, jossa lähtöoletuksena on se, että haastateltavalla on kokemusta jostain tietystä tilanteesta ja teemasta. Siinä tutkimus ei keskity joko kvalitatiivisuuteen tai kvantitatiivisuuteen, vaan haastateltavien näkemykset, kokemukset, tulkinnat ja asioille antamat merkitykset pääsevät esille sellaisinaan. Myös vuorovaikutuksella on usein keskeinen sijansa tutkimushaastattelussa. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 47–49.)

Teemahaastattelu on niin sanottu puolistrukturoitu haastattelumalli, jossa kaikille haastateltaville esitetään kysymykset samasta aihepiiristä tai jopa täysin samat kysymykset, mutta vastausvaihtoehtoja ei anneta. Haastateltavat vastaavat kysymyksiin vapaamuotoisesti, omin sanoin. Tyypillisesti jokin puoli asiasta on määritetty, mutta kaikkia ei. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 47.) Oman tutkimukseni ja asettamieni haastattelukysymysten pohjalta näen, että puolistrukturoidussa menetelmässä päänäkökulma ja kunkin kysymyksen pääpaino on selvillä, mutta haastateltavien vastaukset määrittävät sen, millaisia muita näkökulmia ja sivujuonteita – tai jopa sen, millainen pääjuoni – asiaan tulee. Se tekee tästä haastattelumenetelmästä mielestäni erityisen kiinnostavan.

Haastattelu perustuu kielen käyttöön, sillä siinä kommunikointi rakentuu sanoista ja niiden merkityksestä ja tulkinnoista. Vuorovaikutuksessa ilmeillä ja eleillä on merkityksensä, mutta haastattelu ilman sanoja ei olisi haastattelu. Haastattelutilanteessa ihmiset lähettävät ja vastaanottajat sanomia, joilla on merkitys, mutta samalla he kommunikoidessaan luovat uusia, kenties yhteisiä merkityksiä toistensa läsnäoloa heijastaessaan. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 48–49.)

Kommunikoinnin lisäksi haastattelija tekee havaintoja ja tulkintoja haastateltavan sanojen sisällöstä (Hirsjärvi & Hurme 2000, 52). Tosin itse ajattelen, että varsinainen tulkinta jäänee usein haastattelun jälkeiseen aikaan, jolloin haastattelija käsittelee haastattelun pohjalta saamaansa aineistoa. Toki, jos haastateltava pystyy ulottamaan keskittymistään muuhunkin kuin pelkkään kysymysten esittämiseen ja sitä kautta haastattelun edetessä tulkitsemaan kuulemaansa ja esittämään lisäkysymyksiä, hän voi saada tutkimukseensa materiaalia, josta ei osannut edes haaveilla. Tähän myös Hirsjärvi ja Hurme viittaavat myöhemmin kirjassaan (2000, 103, 124–125.)

4.2 Teemahaastattelun vaiheet

Tutkimuksen käytännön toteutus voidaan jakaa kolmeen vaiheeseen: suunnittelu, toteutus ja aineiston analyysi (Hirsjärvi & Hurme 2000, 5, 7). Esittelen seuraavassa nuo vaiheet yksityiskohtaisemmin ja paneudun myös tutkimuksen laatuun ja luotettavuuteen sekä raportointiin.

4.2.1 Hyvä suunnittelu helpottaa toteutusta

Tutkijan kannattaa tehdä tarkka tutkimussuunnitelma, jonka avulla voi nähdä, mistä eri vaiheista tutkimus koostuu. Tämä helpottaa resurssitarpeen arviointia. Tutkimussuunnitelman perustana ovat tutkimuksen idea, oletukset tai ongelmat ja toteuttamistapa sekä tutkittavan joukon, aikataulun ja voimavarojen määrittäminen. Lisäksi tutkimussuunnitelmassa viitataan samasta teemasta tehtyihin aiempiin tutkimuksiin ja kerrotaan, mitä uutta tutkimuksen on tarkoitus tuoda suhteessa niihin. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 54, 56.) Minun on helppo yhtyä tuohon suositukseen: tähän tutkielmaan liittyvän tutkimussuunnitelman ansiosta työhön oli helppo tarttua ja kokonaisuus hahmottui mielessäni heti alusta alkaen.

”Haastateltavien määrä riippuu aina tutkimuksen tarkoituksesta”, Hirsjärvi ja Hurme toteavat. Jos päämääränä on tehdä aineistosta tilastollisia yleistyksiä, haastateltavia tarvitaan paljon. Jos taas halutaan tehdä syvällisiä tulkintoja, haastateltavien joukon pitää olla riittävän suppea. Sen lisäksi, että tutkija valitsee haastateltavansa itse, voidaan käyttää niin sanottua lumipalloefektimenetelmää, jossa muutama alkuperäinen haastateltava ehdottaa lisähaastateltavia, jotka taas ehdottavat uusia lisähaastateltavia. Saturaatiomenetelmässä puolestaan haastatellaan lumipallomenetelmällä ihmisiä niin kauan, ettei mitään tutkimuksen kannalta olennaista uutta tietoa saada. Tähän malliin tosin liittyy ongelma, sillä välttämättä ei pystytä tunnistamaan, missä kohtaa voidaan olla vakuuttuneita siitä, että kaikki olennainen informaatio on kerättyä. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 58–60.)

Haastattelu voidaan toteuttaa joko yksilöhaastatteluna tai ryhmässä. Ryhmähaastattelulla on omat etunsa verrattuna yksilöhaastatteluun. Ryhmähaastattelu mahdollistaa tiedon saamisen yhtäaikaaisesti monelta vastaajalta, ja näin ollen se säästää sekä aikaa, vaivaa että rahaa. Haasteiksi voivat muodostua vastaajien vastahakoisuus ryhmähaastatteluun, yhden haastateltavan dominointi keskustelutilanteessa sekä ryhmähaastattelujen purkamisen ja

analysoinnin työläys. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 63.) Itse olen huomannut ryhmähaastattelun edut lehtityössä: esimerkiksi kahden haastateltavan välinen vuoropuhelu on ikään kuin kolmas haastateltava, joka tuo uutta näkökulmaa ja lisärikkautta haastatteluun.

Puhelimen välityksellä tehty haastattelu toimii suurissa joukkotutkimuksissa, jotka on jäsenneily tarkasti (Hirsjärvi & Hurme 2000, 64). Hirsjärvi ja Hurme eivät nosta sähköpostihaastattelun mahdollisuutta esille kirjassaan lainkaan. Sen ymmärtää monessakin mielessä. Kasvokkaisessa kommunikoinnissa ilmeillä, eleillä ja äänenpainoilla on oma tärkeä merkityksensä, samoin puhelinhaastattelussa äänensävyt kertovat paljon – ryhmähaastattelun tuomasta näkökulmaedusta puhumattakaan.

Olen joutunut niin työssä kuin opinnoissakin muutamia kertoja turvautumaan sähköpostihaastatteluun. Saamani palautteen perusteella valmiista jutusta ei ole pystynyt ”haistamaan”, että haastattelu on hoidettu sähköpostilla, onpa sitten haastateltavana ollut ammattimuusikko, opettaja, 13-vuotias lauluntekijä tai suomalainen eturivin näyttelijätär. Olen myös itse ollut tyytyväinen noihin haastatteluihin.

Olen työssäni tehnyt myös monia reportaaseja, ja sen perusteella pystyn kuitenkin toteamaan, että kasvatusten tehty haastattelu antaa moninkertaiset mahdollisuudet kirjoittaa paitsi informaatioltaan monipuolisempi, myös elävämpi teksti kuin tietokoneruudulta luetut kirjalliset vastaukset. Kasvokkaisissa kohtaamisissa ei-sanallista informaatiota vain yksinkertaisesti tulee enemmän.

4.2.2 Haastattelun käytännön toteutus

Haastateltavat valikoituvat haastateltaviksi siitä syystä, että he edustavat ryhmää, joka pystyy vastaamaan haastattelukysymyksiin. Haastattelun aiheen perusteella haastateltavien yhteystiedot voidaan saada taustayhteisöstä, esimerkiksi koulusta, työpaikalta, urheiluseurasta tai yhdistyksestä, joskus myös Väestörekisterikeskuksesta. Hirsjärvi ja Hurme nostavat teoksessaan esille muutamia haastattelupyyntötapoja, kuten kirjeen tai puhelinoiton. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 83–84.) Huomioiden heidän kirjansa julkaisuajankohdan voinen pelotta nostaa esille myös nykyviestinnän keinot, esimerkiksi sähköpostin – ja olenpa itse hankkinut monetkin haastateltavani teksti- ja WhatsApp-viestien avulla.

Hirsjärvi ja Hurme antavat yksityiskohtaisia neuvoja esimerkiksi haastateltavan kohtaamiseen, haastattelutilanteen istumajärjestykseen ja siihen, että tilanteessa olevien ihmisten on hyvä nähdä toistensa ilmeet. Heidän mielestään vain tallentamalla keskustelu haastattelutilanne saadaan sujumaan nopeasti ja katkotta. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 89, 91–92.)

Haastattelijalla on haastattelutilanteessa sekä osallistuva että tutkiva rooli, ja hänen tulisi olla puolueeton. Hänen vastuullaan on paitsi kysymysten esittäminen, myös auttaa haastateltavaa vastaamaan niihin. Ammattiroolin ohessa haastattelijalla voi olla lisärooleja esimerkiksi sosiaaliluokan, ammatin tai harrastuksen mukaan, ja nuo lisäroolit voivat myös vaihtua haastattelun aikana. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 97–98.) Puolueettomuuden toteutuminen on varmastikin ikuisuuskyseminen, johon ei saada sataprosenttisen varmaa vastausta koskaan. Puolueettomuutta voidaan tulkita monella tavoin, ja esimerkiksi jo kysymysasettelu voidaan nähdä subjektiivisena tekona, joka vie sijaa objektiivisuudelta eli puolueettomuudelta.

Puolistrukturoituna eli osittain jäsennehtynä haastatteluna teemahaastattelussa kysymysten sisältö on kyllä yleensä mietitty tarkastikin, mutta sitä, miten kysytään, ei välttämättä ole. Kysymysten on hyvä olla selkeitä ja täsmällisiä. Hirsjärven ja Hurmeen mukaan ”kaksi tai kolme yksinkertaista kysymystä on parempi kuin yksi hyvin monimutkainen kysymys.” Asiakysymysten lisäksi haastatteluun vaikuttavat asenteet, arvot, mielipiteet ja sosiaaliset suhteet. Kysyjä- ja vastaajaroolituksen lisäksi haastattelutilanne on keskustelu, jossa haastattelijan aktiivisella kuuntelulla voi olla ratkaisevan suuri merkitys. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 102–103, 105–106.)

Niin haastateltavan niukkasanaisuus kuin puheliaisuuskin voivat muodostua ongelmaksi haastattelutilanteessa. Tällaisten tilanteiden ratkaisemiseksi tutkija voi käyttää useampaakin eri keinoa. Haastattelijan lyhyet ja jopa sanattomat äännähtelyt vahvistavat – ja usein myös pidentävät – haastateltavan vastauksia. Myös se, että haastattelija jollain tapaa sanoo arvostavansa haastateltavan tapaa vastata kysymyksiin, paitsi ylläpitää keskustelua, mahdollisesti myös muokkaa vastaustapaa. Harrastuksiin tai erityistaitoihin viittaaminen voi parhaimmillaan tuoda keskusteluun lisämotivaatiota, mutta liiallisuuksiin tai mielistelyyn mentäessä se voi tukkia haastateltavan suun kokonaan. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 116–117.) Oman kokemuksen perusteella kokoaikainen tilanteen tasalla pysyttely ja luonnollinen reagointi mikrotilanteissa auttaa haastattelijaa luovimaan niin lyhytsanaisen kuin suulaankin haastateltavan kanssa ja saavuttamaan hyvän lopputuloksen. Jos huomaa, että jostain teemasta ei irtoa asiaa, voi siirtyä seuraavaan ja kenties palata edelliseen aiheeseen myöhemmin.

Joskus haastattelua pitää siirtää tai siitä joudutaan luopumaan kokonaan. Tällaisia tilanteita voivat aiheuttaa esimerkiksi haastateltavan humalatilat, keskittymiskyvyn puute tai asian vierestä puhuminen, yllätysvieraat, paikallaolevien perheenjäsenten häiritsevä käytös tai aiheen arkaluontoisuus. Silloin haastattelijan tehtäväksi jää arvioida, onko tilanteessa mahdollista saada luotettavaa aineistoa. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 123, 126–127.)

Kokematon haastattelija saattaa kompastua aloittelijan virheisiin. Jännittäminen aiheuttaa punastumista, hikoilua ja jopa änkytystä, ja papereiden jatkuva selailu epävarmuuden keskellä syö keskittymistä niin, että haastattelija pystyy vain esittämään kysymykset, ei enää kuuntelemaan vastauksia. Tällä on suuri merkitys, sillä teemahaastattelussa seuraava kysymys usein juontuu edellisestä vastauksesta. Aloitteleva haastattelija puhuu helposti liikaa eikä ehkä siksi anna vastaajalle tarpeeksi tilaa vastausten antamiselle. Teemahaastattelutilanteessa on tärkeää olla tilanteelle avoin ja huomata, mitkä kysymyksistä saavat haastateltavan motivaation pysymään korkealla. Haastattelijan ennakkoluulot, väsymys, ahdistuneisuus sekä kiinnostuksen puute koko tehtävään ovat kuitenkin kenties suurin uhka haastattelun onnistumiselle. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 124–125.)

Lapsiin suhtaudutaan entistä tasa-arvoisemmin suhteessa aikuisiin, mutta silti eri-ikäisiä ihmisiä haastellaan hieman eri tavoin. Tutkimushaastattelun alaikäraja kulkenee neljän ikävuoden tietämissä. Lapsen suppea sanavarasto, heikompi keskittymiskyky, vieraan aikuisen arastelu sekä analysointitaidon puutteellisuus voivat vaikeuttaa haastattelua. Lapsia ja nuoria haastateltaessa voidaan esittää vastausvaihtoehtoja, vältellä kielteisten termien käyttöä, puhua myönteisestä toiminnasta ennen kielteistä sekä vihjata siitä, että muut saman ikäiset voivat kokea samalla tavalla. Heidät on tärkeä voittaa puolelleen. Vanhusten haastattelemine on usein miellyttävää heidän elämäkokemuksensa ansiosta. Lisäksi heillä useimmiten on hyvin aikaa haastattelulle. Huono kuulo, heikko näkö ja muistin heikkeneminen voivat tuoda haasteita ikääntyneemmän kanssa kommunikointiin. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 128–129, 131–132, 134.)

Kaikkienensa voitaneen todeta, että kun haastattelija on kiinnostunut tehtävästään ja hän pyrkii ystävälliseen ja mahdollisimman luonnolliseen ja luontevaan kontaktiin haastateltavansa kanssa, haastattelun onnistuminen on jo pitkälle taattu. Oman kokemukseni mukaan paras lähtökohta niin kaikessa kommunikoinnissa kuin haastattelutilanteessakin on olla ihminen ihmiselle.

4.2.3 Analyysia haastattelun aikana ja sen jälkeen

Teemahaastattelua käytettäessä aineistoa kertyy yleensä runsaasti ja se on sisällöltään niin rikas, että osa aineistosta jää lopullisessa tulkinnassa huomiotta. Monipuolinen materiaali tekee analysoinnin paitsi kiinnostavaksi, monesti myös haastavaksi ja työlääksi. Jo aineistoa kerätessä sen analysointitapaa on viisasta pohtia, ja läpikäymiseen on syytä ryhtyä hetimiten aineistonkeruun jälkeen, jotta asiat ovat tuoreessa muistissa. Toisaalta pitempi aikaikkuna saattaa helpottaa kokonaisuuden hahmottamista ja mahdollistaa sen, että tutkimustuloksia voi tarkastella kattavamasta näkökulmasta. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 135.)

Haastatteluaineiston tarkastelussa voi edetä monella tapaa. Analyysin voi aloittaa jo haastattelutilanteessa, jolloin haastattelija havainnoi esimerkiksi toistuvuutta ja sen kautta hahmottelee oletuksia, joita voi tarkistaa lisäaineistolla. Toinen tapa ruotia aineistoa on pysytellä sanamuotojen käytössä lähellä alkuperäismateriaalia ja sen käyttöyhteyttä, kun taas kolmannessa metodissa käytetään joko aineistolähtöistä päättelyä tai teoreettisiin lähtökohtiin perustuvaa todentamista. Aloittelevan tutkijan kannattaa paitsi hyödyntää jo tehtyjä tutkimuksia, myös hahmotella ja testata omia ratkaisukeinoja. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 136.)

Tutkimushaastattelu-teos tarjoaa kuusi erilaista tarkastelumallia haastattelumateriaalin analysointiin. Olen tiivistänyt näiden analysointimallien pääperiaatteet seuraavaan luetteloon.

1. Haastateltava kuvaa elämäänsä ja kokemusmaailmaansa spontaanisti, ilman tutkijan tulkintaa.
2. Haastateltava itse havaitsee tuoreita yhteyksiä ja merkityksiä tuttuihin asioihin ilman, että tutkija tulkitsee niitä.
3. Haastattelija kiteyttää ja tulkitsee haastattelun sisällön jo haastattelun yhteydessä ja kertoo niistä haastateltavalle, joka voi todentaa tulkinnat oikeiksi tai lisäkeskustelulla auttaa haastattelijaa pääsemään oikeaan tulkintaan.
4. Tutkija tulkitsee materiaalia kolmivaiheisen menetelmän kautta. Aluksi aineiston rakentuminen tulee esille puhtaaksikirjoittamisen ja tietokoneanalysoinnin kautta. Toisessa vaiheessa aineisto selvennetään poistamalla siitä epäolennaisuudet ja ylimääräiset toistot, kun taas kolmas vaihe kattaa varsinaisen analyysin tiivistämiseen, luokitteluineen, tarinan etsimiseen ja tulkintoineen.
5. Tutkija tekee uudelleenhaastattelun tulkinnan osuvuuden tarkistamiseksi.

6. Haastateltava alkaa toimia tutkimushaastattelun myötä havaittujen uusien näkökulmien mukaisesti. Tällöin haastattelu voi toimia terapeuttisen haastattelun tapaan.

(Hirsjärvi & Hurme 2000, 137.)

Aineiston litterointi eli puhtaaksikirjoittaminen varsinkin sanasta sanaan on työlästä. Sanasta sanaan -litteroinnissa on kuitenkin se hyvä puoli, ettei tutkijan välttämättä tarvitse tehdä sitä yksin, ellei keskusteluun liittyvää ei-kielellistä viestintää analysoida. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 140.) Nopeana kirjoittajana itselleni tehokkain tapa haastatteluaineiston keräämisessä on se, että nauhoittamisen ohessa kirjoitan koko ajan koneella sen, mitä haastateltava sanoo. Näin säästän valtavasti aikaa ja vaivaa, kun vain jotkut kohdat pitää tarkistaa nauhalta ja muuten materiaali on saman tien kirjallisessa muodossa ja siitä helposti muokattavissa. Tämä käytäntö ei ole tuntunut haittaavan haastattelun kulkua, etenkin kun pystyn kirjoittamaan koneella niin, että voin samalla katsoa haastateltavaani ja reagoida hänen kertomaansa esimerkiksi nyökyttämällä päätä ja äännähtelemällä. Ääninauhan kautta voin saada tekstiin lisäelävyyttä, kun kuuntelen esimerkiksi haastateltavan äänenpainoja, huokauksia ja taukoja. Toisaalta oma vahvuuteni on se, että kun luen haastattelun aikana kirjoittamaani tekstiä, muistan hyvin tilanteen tunnelman sekä tunnetilan ja tavan, jolla haastateltava asiasta puhui.

Mikäli aineiston tarkkaan purkamiseen ei ole tarvetta, voidaan käyttää tekstianalyysiohjelmaa, jonka avulla esimerkiksi tiettyä teemaa koskevat vastaukset voidaan luokitella kokonaisuudeksi. Sillä voidaan myös määrittää yksittäisten termien esiintyvyys ja esiintymiskonteksti. Ohjelman puuttuessa aihepiirejä pystyy kartoittamaan leikkaa–liimaa-toiminnolla tai tallentamalla kukin teema omalle sivulle. Tämä toimintatapa kuitenkin usein väistämättä rikkoo haastattelumateriaalin kronologisuutta. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 140–141.)

Vaikka aineisto on tutkijalle tuttu haastattelun ja sen purkuvaiheen myötä, sen lukemiseen on hyvä varata aikaa niin, että sitä voi lukea useampaankin kertaan. Tämän myötä sisältö hahmottuu kokonaisuudeksi ja sitä on myös helpompi analysoida. Analyysin lähtökohtana on aineiston kuvailu, jossa haastateltavien, tapahtumien ja kohteiden ominaisuudet pyritään avaamaan vastaamalla kysymyksiin kuka, missä, milloin, paljonko ja kuinka usein. Kuvailu voi perustua joko pelkkien faktojen ilmaisemiseen tai tutkittavan ilmiön perusteelliseen havainnollistamiseen. Objektivisuus on tutkimuksen kulmakivi, mutta käytännössä siihen on mahdotonta päästä täydellisesti, koska jo tutkimuksen suunnittelussa tutkija tekee (subjektiivisia) valintoja. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 143, 145–146.)

Kuvailun jälkeen tutkimusmateriaali luokitellaan, jotta sen eri osia voidaan vertailla keskenään. Luokkien muodostumiseen vaikuttavat tutkimustehtävä, aineiston sisältö sekä tutkijan tietopohja ja tiedonkäyttötaito. Luokkajaon pohjana voi käyttää tutkimusongelmaa, tutkimusmenetelmää, aiempien tutkimusten luokittelua, eri teorioita tai aineiston sisältöä ja lisäksi tutkijan omia oivalluksia. Aineisto järjestellään uudestaan luokittelun myötä, ja luokkia kenties muokataan vielä uuteen uskoon, ennen kuin niiden merkityksellisyyttä, yhteneväisyyksiä, eroja ja asemaa aletaan tarkastella varsinaista analyysia varten. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 147–149.)

Aineiston analysoinnissa päätavoitteena on, että lukija voi – mielipiteestään riippumatta – ”löytää tekstistä ne asiat, jotka tutkijakin löysi”, kuten Hirsjärvi ja Hurme kirjoittavat. Laadulliselle tutkimukselle on tyypillistä, että tulkinta kertautuu: tutkija tulkitsee haastateltavan tulkintoja ja lukija tutkijan tulkintoja. Jos haastattelun tekee muu kuin tutkija, hänen tulkintansa tuovat lisäyksen tuohon systeemiin. Kuten aiemmin totesin, kokonaisvaltainen analyysi alkaa usein jo tiedonkeruuvaiheessa. Tutkimuksen edetessä se pureutuu enemmän yksityiskohtiin ja loppuraportissa palataan taas kokonaisuuteen. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 151–152.)

Kvalitatiivisia tutkimustyyppisiä on useita. Yhtäältä nuo tavat ovat melko samankaltaisia, toisaalta kuitenkin jokaisella niistä on omat tunnusmerkkinsä. Ensisijaisesti tutkimustyyppi määrää sen, mitä arvioitavaksi otetaan. Analysoinnissa merkittävimmät työtavat ovat laskeminen, asteikkojen teko, teemanmukainen analyysi, ääri- ja poikkeusryhmien analyysi, kehityskulun analyysi ja metafora-analyysi. Analyysityypeistä mainittakoon diskurssi- eli puhetapaan kohdistuva analyysi, keskustelu- eli kielenkäyttöön pureutuva analyysi, etnografinen analyysi (tutkija viettää pitkiäkin aikoja tutkittavien omassa ympäristössä), teoriaan pohjautuva analyysi sekä fenomenografia, joka tutkii sitä, miten ihmiset kokevat maailman ja sen ilmiöt. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 152–153, 155, 158, 160, 164, 168.) Tulkintojen ja loppupäätelmien esittämisessä voidaan käyttää tekstiä, numeroita, kuvia, kuvioita ja taulukoita (Hirsjärvi & Hurme 2000, 169).

4.2.4 Laadun ja luotettavuuden takaaminen

Hyvä haastattelurunko auttaa haastatteluaineiston laadun takaamisessa. Vaikka kaikkia lisäkysymyksiä ei voi ennakoida, on eduksi pohtia jo etukäteen, mitä teemoja mahdollisesti syvennetään ja mitä taas jätetään vähemmälle huomiolle. Haastattelijan varmuus ja

haastatteluvälineiden toimivuuden tarkkailu myös haastattelun aikana sekä haastattelupäiväkirjan pito edesauttavat haastattelun onnistumista. Myös haastattelun puhtaaksikirjoitus pian haastattelun jälkeen edistää laatua. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 184.) Omankin kokemuksen perusteella tämä pitää paikkaansa. Se johtunee siitä, että niin haastattelun yksityiskohdat kuin kokonaisuus ovat tuoreeltaan vielä hyvässä muistissa.

Haastattelumateriaalin luotettavuus on riippuvainen sen laadusta. Hirsjärvi ja Hurme kyseenalaistavat perinteiset reliabiliuksen (luotettavuus; eri tutkimuskerroilla saadaan sama tulos) ja validiuden (luotettavuus; tutkimusasetelma- ja mittauspätevyys) käsitteet teemahaastattelusta puhuttaessa. He kuitenkin painottavat, että siitä huolimatta tutkimuksen tarkoitus on edelleenkin ”paljastaa tutkittavien käsityksiä ja heidän maailmaansa niin hyvin kuin mahdollista”. Tutkijan on perusteltava, mitä kautta hän on päätelmiinsä päätenyt. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 185–186, 189.)

Laadullisessa analyysissä reliabiliuteen viittaa ennemminkin tutkijan toiminta kuin saadut vastaukset. Kyseessä on tutkijan analyysin luotettavuus, kuten se, onko koko materiaali huomioitu päätelmää tehtäessä. Validius voidaan todeta myös niin, että haastatteluaineistoa verrataan aiempaan tutkimustietoon, tai sitten niin, että tutkijan ja tutkittavien tulkinnot havaitaan yhteneväisiksi. Viittaaminen aiemmin julkaistuun kirjallisuuteen lisää tutkimuksen luotettavuutta, mutta se ei silti saa olla itseisarvo, jotta tutkimus voi edetä sujuvasti. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 189–190.)

4.2.5 Raportti kokoaa tutkimuksen yhtenäiseksi kokonaisuudeksi

Suullinen tai kirjallinen – paperisessa tai sähköisessä muodossa oleva – raportti selostaa ulkopuolisille tutkimuksen sisällön. Tutkimuksessa materiaali on jäsennelty tavalla, joka paitsi kuvaa haastateltavien maailmaa, myös avautuu sivullisille. Raportin laajuus riippuu julkaisutyyppistä, joka vaihtelee lyhyestä artikkelista laajempaan erillisjulkaisuun. Internetiin liittyi vuonna 2000, Hirsjärven ja Hurmeen teoksen julkaisuvuonna, kahdenlainen riski: toisaalta voi olla, että tiedosto katoaa, toisaalta se voi levitä turhankin laajalle. Internetissä julkaisemiseen haastateltavalta on hyvä olla kirjallinen lupa. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 191.) Itse olen lehtityötä tehdessäni käytännössä todennut, että lupa-asiat todellakin on syytä olla kunnossa – ja onneksi ne ovat olleet. Joskus lupia on tarkastettu – ja tarvittu – vielä vuosienkin kuluttua.

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa raportin kirjoittaminen alkaa käytännössä jo aineistoa kerättyä. Tutkijalta vaaditaan herkkyyttä, luovuutta ja kulttuurintulkintataitoa, jotta hän voi ymmärtää haastateltavan maailmaa. Raportin tärkein tavoite on antaa lukijalle uusi näkökulma ihmisenä olemiseen. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 192.) Mikä olisikaan sen tärkeämpi ja avartavampi tavoite kuin auttaa ymmärtämään ihmisyyttä enemmän!

Raportin voi jäsentää monella tapaa. Kronologinen kerronta toimii tilanteissa, joissa ajankululla on tärkeä rooli, kun taas toisen tyyppinen materiaali mahdollistaa näkökulman muuttamisen yksityiskohdista yleistyksiin tai päinvastoin. Teoriasidonnainen jäsenitys erittelee haastateltavien sisäisen ja ulkoisen kontrollin, eriyttämisessä puolestaan on kyse haastatteluaineiston ja analyysin erikseen esittelemisestä. Yleisin jäsenitysmetodi on teemanmukainen kuvailu, mutta myös tyyppikohtainen tiivistäminen ja profilointi ovat käyttökelpoisia, ja mielestäni hyvin kiinnostavia, tapoja esittää tutkimustulos yleisölle. Profiloinnilla tarkoitetaan tässä yhteydessä sitä, että jokaisen tutkittavan haastattelusta poimitaan pääkohdat ja ne kirjoitetaan yhtenäiseksi subjektiiviseksi kertomukseksi. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 193.)

Raportissa tutkija avaa paitsi tutkimusongelman ja sen tärkeyden, myös tutkimuksen toteuttamistavat ja tutkittavan ilmiön kuvauksen. Viimeisimpänä muttei vähäisimpänä raportti esittelee sen, mihin johtopäätökseen aineisto on tutkijansa tuonut. Lisäksi saadut tulokset sovitetaan yhteen aiempien tutkimustulosten kanssa. (Hirsjärvi ja Hurme 2000, 192–193.)

Erään näkemyksen mukaan raportti on oikeastaan kertomus, jossa tulosten raportoinnin lisäksi tulokset ikään kuin tuotetaan uudestaan toisella tavalla. Raportti kokoaa tutkimuksen osat kokonaisuudeksi, ja se on ”tutkimuksen pukemista pyhäpukuun”, jonka tarkoituksena on paitsi tiedon lisääminen, usein myös taloudellisen hyödyn tavoittelu, kuten Hirsjärvi ja Hurme toteavat. Laadullisen tutkimuksen ”pyhäpuku” saattaa toisinaan kaunistella tutkimustyötä, mutta se lienee taattua, että kvantitatiiviselle raportille tyypilliset kuivuus ja kaavamaisuus ovat siitä kaukana. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 196–197.)

4.2.6 Tutkimushaastattelujen toteuttaminen

Tutkimukseni haastattelut toteutin alkuperäisestä suunnitelmastani poiketen, sijainti- ja aikatauluhaasteiden vuoksi, sähköpostilla lukuun ottamatta Oulun Rauhanyhdistyksen tiedotustoimikunnan puheenjohtajaa, jota haastattelin kasvotusten. Kasvokkaisessa haastattelussa havaintoja pystyi tekemään sanallisen viestin lisäksi ilmeistä, eleistä ja äänenpainoista, samoin katseen kohdistamisesta. Huomasin, että kasvokkaishaastattelussa vastaukset rönsyilivät ja haastattelua oli vaikeampi hallita enkä välttämättä saanut eksaktia vastausta kysymykseeni useammallakaan yrittämisellä.

Sähköpostihaastattelun myötä jäin paitsi Tampereen ja Helsingin yhdistysten edustajien nonverbaalisesta viestinnästä, mutta vastaukset kysymyksiin olivat loogisia ja asiassa pysyviä, vaikka vastaajat avasivat aiheen sisältöä välillä hyvinkin yksityiskohtaisesti. Minun ei tarvinnut esittää heille sen enempää lisä- tai tarkentavia kysymyksiä kuin hänellekään, jota haastattelin kasvotusten, päinvastoin tilanne pysyi sähköpostihaastattelussa paremmin hallinnassa. Kaiken tämän perusteella ajattelen, että sähköpostihaastattelu oli nimenomaan tässä minun tutkimuksessani kohtuullisen toimiva haastattelutapa. Aluksi Helsingistä sähköpostiini vastasi viestintätoimikunnan jäsen Johanna Lumijärvi, joka kommentoi lyhyesti Helsingin yhdistystä ja sen viestintälähtökohtaa. Hänen kautta sain sitten yhteyden toimikunnan puheenjohtajaan.

Oulun Rauhanyhdistyksen tiedotustoimikunnan puheenjohtajalla ei ollut tietoa yhdistyksen logon taustoista, ja hän kehotti ottamaan asian tiimoilta yhteyttä toimikunnan pitkäaikaiseen, entiseen jäseneseen Raija Johnsoniin. Johnsonia haastattelin puhelimitse. Samoin haastattelin puhelimitse Tampereen yhdistyksen erästä rivijäsentä, joka on tuttuni. Häneen otin yhteyttä esittääkseni muutaman lisäkysymyksen, kun en enää saanut yhteyttä tiedotusvastaavaan.

5 TIEDOTTAMINEN OSANA RAUHANYHDISTYKSEN TOIMINTAA

Opinnäytetyöni tavoitteena oli selvittää sitä, miten tiedotustoiminta on organisoitu suurissa suomalaisissa rauhanyhdistyksissä. Lisäksi tavoitteena oli päästä perille siitä, millä tavalla tuo tiedotustyö on muuttunut viestinnän yhä jatkuvan murroksen myötä. Haastattelin tätä varten Helsingin, Tampereen ja Oulun rauhanyhdistysten tiedotustoimikuntien puheenjohtajia.

5.1 Mikä rauhanyhdistys?

Rauhanyhdistykset ovat evankelisluterilaisen kirkon piirissä toimivan, Suomen – ja kuulemieni puheiden mukaan myös Pohjoismaiden – suurimman herätysliikkeen, vanhoillislestadiolaisuuden, yhdistyksiä. Yhteensä Suomessa on noin 180 rauhanyhdistystä. Rauhanyhdistys-termi viittaa Suomen Rauhanyhdistysten Keskusyhdistyksen (SRK) verkkosivujen mukaan ”ensisijaisesti tunnon rauhaan kristityn sydämessä”. Rauhanyhdistykset järjestävät toimitiloillaan maksuttomia, kaikille avoimia tilaisuuksia: seuroja, pyhäkouluja, päiväkerhoja ja raamattuluokkia. (Suomen Rauhanyhdistysten Keskusyhdistys 2018, viitattu 22.8.2018.) Oman tietämykseni mukaan yhdistykset järjestävät myös esimerkiksi seurakuntapäiviä, nuorteniltoja ja -retkiä, naisteniltoja, miesteniltoja, aikuisteniltoja, aviopuolisoiltoja ja myyjäisiä.

Yhdistysten tapahtumien keskeisin sisältö on Raamatun lukeminen ja selittäminen, rukoukset sekä yhdessä laulettavat Siionin laulut ja virret. Myös yhteisillä keskusteluilla ja toisten samalla tavalla uskovien tapaamisella on suuri merkitys. Rauhanyhdistysten toiminnan tärkein tehtävä on herättää ja hoitaa kristillistä uskoa. (Suomen Rauhanyhdistysten Keskusyhdistys 2018, viitattu 22.8.2018.) Tilaisuuksien keskeisin sanoma on Helsingin Rauhanyhdistyksen verkkosivujen mukaan ”Jumalan rakkaus ja armo syntistä ihmistä kohtaan” (Helsingin Rauhanyhdistys 2018, viitattu 22.8.2018).

Suomen suurimmat rauhanyhdistykset sijaitsevat Oulussa, Helsingissä, Jyväskylässä ja Tampereella (Suomen Rauhanyhdistysten Keskusyhdistys 2018, viitattu 22.8.2018). Kaikki kolme tutkimukseni kohteena ollutta yhdistystä, Oulu, Helsinki ja Tampere, on perustettu 1800-luvun loppupuolella – ensimmäisten joukossa koko rauhanyhdistysten historiassa (Helsingin Rauhanyhdistys 2018; Oulun Rauhanyhdistys 2018; Tampereen Rauhanyhdistys 2018, viitattu 22.8.2018). Jäseniä Oulun yhdistyksessä on noin 1700, Helsingissä noin 950 ja Tampereella vajaat

800. Jäsenmäärälukemat perustuvat haastatelluilta saatuihin tietoihin, paitsi Tampereen tiedot erään naispuolisen rivijäsenen kertomaan. (Tuo rivijäsen ei halua nimeään mainittavan tässä yhteydessä.) Oman tietämykseni mukaan jäsenten lisäksi yhdistysten tilaisuuksiin osallistuu iso joukko lapsia ja nuoria.

5.2 Insinööri- ja toimittajajohtoiset tiedotustoimikunnat

Helsingin Rauhanyhdistyksen viestintätoimikunnan puheenjohtaja Salla Vuolteenaho on osallistunut yhdistyksen tiedotustoimintaan vuodesta 2013 alkaen. Hän on toimittaja ja sähköisen viestinnän ammattilainen. Olen kuullut hänen työskennelleen muun muassa Ylellä radiotoimittajana ja kouluttaneen SRK:n kesäseuraradion toimittajia ja reporttereita.

Osalla Helsingin yhdistyksen tiedotustoimikunnan muista viidestä jäsenestä on myös viestinnän koulutusta, ja osa on lähes ammattilaisia; esimerkiksi valokuvavastaavana heillä on Vuolteenahon mukaan ”todella korkeatasoinen harrastekuvaaja”. Vuolteenaho näkee alan koulutuksen merkityksen melko suurena:

[Alan koulutus] auttaa tietenkin ymmärtämään, mikä on viestinnän tarkoitus, tehtävä ja merkitys nykypäivänä. [Se] antaa myös valmiuksia eri välineiden käyttöön ja toimikunnan muiden jäsenien kouluttamiseen. (Vuolteenaho 2018.)

Vuolteenahon tavoin Tampereen Rauhanyhdistyksen 9-jäsenisen tiedotustoimikunnan vetäjällä Mikko Väyrysellä on yhdistysviestintäkokemusta noin viiden vuoden ajalta. Hänen ammattinsa on automaatio- ja sähköinsinööri, eikä muillakaan toimikunnan jäsenillä ole tiedottamiseen liittyvää koulutusta. Osa heistä on osallistunut SRK:n järjestämille viestintäkurseille, joiden sisältö ymmärtääkseni painottuu kesäseuraradiotoimintaan ja suviseurojen (vanhoillislestadiolaisten jokavuotinen suuri kesätapahtuma) viestintään. Väyrynen uskoo, että alan koulutuksella on yhdistyksen viestinnässä kasvava merkitys: ”Maailma muuttuu, ja siihen tulee osata reagoida asianmukaisesti.” Vaikuttaakin siltä, että yhdistykset ovat reagoineet ajan muuttumiseen, toiset enemmän ja toiset vähemmän. Siitä lisää luvuissa 5.5 ja 5.7.

Kymmenisen vuotta Oulun Rauhanyhdistyksen tiedotustoimikunnan puheenjohtajan nuijaa heiluttanut Jouni Lahtinen on tiedottamiseen ja markkinointiin suuntautunut metsätalousinsinööri, jonka toimikunnassa on hänen lisäksi yhdeksän jäsentä. Muun muassa Suomen toimitusjohtajakoulun konsulttina käytetty Lahtinen on hyötynyt rauhanyhdistyksen tiedotustyössä

siitä, että taustalla on jonkinlainen teoriapohja tiedottamisesta. Puheenjohtajan viestintäkokemuksen ohessa toimikunnan neljällä jäsenellä on toimittajatausta.

On kiintoisaa, että täysin vapaaehtoisvoimin toteutettavaa rauhanyhdistysten viestintää hoitaa eri yhdistyksissä niin erityyppiset toimikunnat. Olen varma, että työ onnistuu hyvin ilman alan koulutustakin, mutta helsinkiläisten ammattilaistausta näkyy kyllä viestinnässä uloskin päin, kun taas Oulussa toimittajien ammattilaisuudesta hyötynee lähinnä tiedotuslehti Ankkuri, jota tuskin lukevat muut kuin jäsenet ja muut toimintaan aktiivisesti osallistuvat.

5.3 Pääsisältönä tapahtumista tiedottaminen ja uskon perusteet

Rauhanyhdistyksen viestinnän pääsisältö kertoo sen, keitä rauhanyhdistyksen ihmiset ovat, miten he uskovat ja mistä heidät tavoittaa, helsinkiläinen Vuolteenaho kertoo. Tampereen ja Oulun puheenjohtajat kiteyttävät tapahtumatiedottamisen niin, että tiedotetaan, mitä tapahtuu, missä ja milloin. Uskosta ja sen perusteista kertominen on olennainen osa myös pohjoisemman Suomen yhdistysten toimintaa, ja sen Tampereen Mikko Väyrynen näkee yhtenä lähetystyön muotona. Itse en osaa sanoa, mitä muuta rauhanyhdistysten pitäisi viestiä, joten näen, että viestinnän perimmäinen tarkoitus toteutuu näissä yhdistyksissä hyvin.

Vaikka puheenjohtajat eivät tätä suoraan sanoneet, tulkitsen, että rauhanyhdistysten merkittävimpana tiedotuskohteena ovat yhdistyksen jäsenet, heidän lapsensa ja muut säännöllisesti toimintaan osallistuvat. Kaikki tapahtumissa kävijät eivät tietääkseni automaattisesti ole yhdistyksen jäseniä, vaan tilaisuudet ovat kaikille avoimia, jäsenyyteen katsomatta. Salla Vuolteenahon mukaan kuitenkin paitsi seuroissa kävijät ja nettiseuroja kuuntelevat, myös toisella tapaa uskovat ja he, jotka eivät usko tai tiedä vanhoillislestadiolaisuudesta mitään, ovat tärkeä kohderyhmä. Myös Jouni Lahtinen toteaa, että vaikka osa viestinnästä on suunnattu nimenomaan jäsenille, rauhanyhdistyksen viesti on kohdennettu kaikille: ”Kutsu [seuroihin] kuuluu kaikille, kaikki ovat tervetulleita.”

Mediassa on aika ajoin arvioitu vanhoillislestadiolaisten olevan sisäänpäin kääntynyt ja suljettu lahko tai yhteisö. Lahtinen väittää tuon arvion olevan vailla totuus pohjaa: viestinnän perustana on avoimuus, ja kaikesta tiedotetaan. Tampereella ollaan pääviestinnässä samoilla linjoilla Helsingin ja Oulun kanssa, eli yhdistys tiedottaa sisäisesti jäsenilleen ja ulkoisesti kaikille ihmisille. Sisäinen,

jäsenille suunnattu viestintä ei silti ole ymmärryksen mukaan millään tavalla ulkopuolisilta salassa pidettävää tietoa, vaan haastattelujen sisältöihin perustuen oletan yhdistysten toivovan enemmänkin ulkopuolisia tutustumaan ja osallistumaan toimintaan.

Syy kaiken tiedottamisen takana on kaikissa kolmessa yhdistyksessä selkeä ja yhdenmukainen: tapahtumista ja toiminnasta kertominen. Mikko Väyrynen nostaa lisäksi esille sen, että rauhanyhdistyksissä järjestettävien tilaisuuksien tehtävänä on myös kutsua eri tavalla uskovia sisälle Jumalan valtakuntaan. Salla Vuolteenaho avaa tuota kutsunäkökulmaa laajemminkin:

Haluamme kertoa siitä ilosta, jonka omistamme, eli uskostamme. Osaltamme voimme olla myös madaltamassa kynnystä tulla seuroihin ja toisaalta, haluamme olla avoimia työssämme. Haluamme kertoa keitä olemme ja miten uskomme ja että kaikki ovat tervetulleita seuroihin. Viestinnällä voimme vähentää ennakkoluuloja ja tehdä itse työtä sen eteen, että meidät nähdään osana ev.lut. kirkkoa ja yhteiskuntaa. (Vuolteenaho 2018.)

Ihan ensimmäiseen haastatteluun liittyvään yhteydenottooni vastannut viestintätoimikunnan jäsen Johanna Lumijärvi kiteytti Helsingin Rauhanyhdistyksen viestintästrategian laajemman taustan näin: ”Yhdistyksemme on maailman vanhin rauhanyhdistys, ja haluamme toimia tiedottamisessakin tämän velvoittamalla laadulla.” Se näkyyne muun muassa siinä, mitä välineitä yhdistys käyttää viestinnässään.

5.4 Viestintää somella ja ilman

Viestintäkanavia jokaisella kolmella rauhanyhdistyksellä on käytössään useita. Osaa niistä käytetään sisäiseen viestintään, osaa ulkoiseen ja joitakin molempiin.

Tamperelaisten ulkoinen tiedottaminen sisältää Mikko Väyrysen mukaan tapahtuma- ja ajankohtaisuutisoinnin valituissa medioissa. Näitä tiedotusvälineitä ovat nettiseurur, kotisivut, paikallislehdet ja SRK:n kustantama viikkolehti Päivämies. Yhdistyksen arkistointi ja yhteystietoluettelon ylläpito sekä Päivämiehen ja muiden SRK:n lehtien tilaaminen yhteistyökumppaneille ja laitoksiin ovat Tampereella tiedotustiimin vastuulla. Myös netin kautta lähetettävät seurur ovat ulkoista viestintää. Mikko Väyrysen mielestä kotisivujen merkitys kasvaa jatkuvasti, ja toisaalta nykypäivänä somea hyödynnetään entistä enemmän. Hän kertoo, että Tampereella on kyllä keskusteltu muun muassa somekanavien käytöstä viestinnässä, mutta

yhdistyksenä he eivät kuitenkaan ole niihin vielä lähteneet: ”Koemme, että aika ei ole vielä siihen sopiva.”

Sisäisen tiedottamisen tarkoituksena puolestaan on Väyrysen sanoin palvella yhdistyksen toimintaa. Se toteutuu internetin, toimitiloissa olevien infonäytön ja ilmoitustaulun sekä vuosilehti Kuvastimen, sähköposti- ja WhatsApp-viestien, tilaisuuksissa tehtävien kuulutusten ja parin kuukauden välein ilmestyvän tiedotuslehden kautta. Haastattelemani anonymijäsen kuvailee tiedotuslehden sisältöä seuraavasti:

Siinä on seuraohjelma, kaikki työvuorot, kotiseurailmoitukset, johtokunnan kokousten päätökset, toimikuntien puheenjohtajien yhteystiedot ja muuta tärkeää ajankohtaista ilmoitettavaa, esimerkiksi [toissa kesän] Porin Suviseuroja ennen oli jotain suvistalkoisiin liittyvää. Sivuja siinä A5-kokoisessa lehdessä on noin 15–20, ja sen saa halutessaan tilattua myös sähköpostiin. Sitten on erikseen sellainen lapsi- ja nuorisotyön tiedote, yksi puoliksi taitettu aa-nelonen, jossa on ilmoitettu kerhot, pyhäkoulut ja raamattuluokat. Se ilmestyy kahdesti vuodessa, tyyliin elokuussa ja tammikuussa. Noiden lisäksi on kerran vuodessa ilmestyvä Kuvastin-lehti, joka kertoo edellisen vuoden tapahtumista, esimerkiksi otteet yksittäisestä pyhäkoulusta, päiväkerhosta, naistenillasta ja myyjäisistä. Siinä mennään tavallaan vuodenkulun mukaan, että mitä on tapahtunut milloinkin. (Tampereen Rauhanyhdistyksen rivijäsen 2018.)

Oulussa viestintä tapahtuu hyvin pitkälle Tampereen tavoin verkkosivuja, infonäyttöjä, ilmoitustauluja ja kuulutuksia hyödyntäen. Oulusta seurat tuotetaan nettiin kolmesti viikossa, ja lisäksi Pooki-radio lähettää talvikaudella seurat vuorotellen Oulusta ja monilta muilta Pohjois- ja Keski-Pohjanmaan sekä Lapin alueen rauhanyhdistyksiltä.

Jouni Lahtinen sanoo nettiradion olevan seuratapahtumien ohessa se Oulun yhdistyksen ”ykköskanava”:

Nettiradio on toiminut vajaat kymmenen vuotta. Kun sunnuntaisin paikan päällä seuroissa on parisen tuhatta kuulijaa, nettiradioyhteyksiä on auki saman verran. Useimpien yhteyksien takana on enemmän kuin yksi kuulija, joten kuulijakunnan kokonaismäärä kohoaa useisiin tuhansiin joka sunnuntai. Nettiradion kautta lähetetään kaikki muu seurameno paitsi edesmenneiden muistosanat ja seurakuntailtojen ja nuorteniltojen keskustelut. Tällä halutaan suojata poisnukkuneen ja tämän omaisten sekä keskustelijoiden yksityisyys ja myös pitää keskustelutilaisuuksien osallistumiskynnys matalana. Koska keskusteluja ei voi hallita, yhdistys on päättänyt pitää ne toimitalon seinien sisäpuolelle kuuluvina sisältöinä. (Lahtinen 2018.)

Oulun yhdistyksellä on käytössään myös sisäinen intra, jonka käytön Lahtinen kokee käteväenä sisäisten asioiden tiedotuskanavana toimikuntien välillä. Seuroista oululaiset tiedottavat

Päivämiehessä sekä pienellä vakioilmoituksella seurakuntalehti Rauhan tervehdyksessä. Suuremmista tapahtumista, kuten syys- ja kevätseuroista sekä talvipäivistä, informoidaan myös sanomalehti Kalevassa. Rauhan tervehdyksen ja Kalevan ilmoitusten merkityksen luulen olevan melko pieni, sillä mielestäni se hukkuu lehden muun sisällön massaan melko tehokkaasti. Voi silti toki olla, että muutamat yksittäiset lukijat kiinnittävät ilmoituksiin huomioita ja jopa osallistuvat tilaisuuksiin niiden houkuttelemina.

Kaksi kertaa vuodessa järjestettävän Oulun yhdistyksen puhujien, johtokunnan ja aluetoimikunnan yhteisen kokouksen kautta viesti kulkee ison yhdistyksen eri alueille. Oulussa somen käyttö viestimiseen ei ole oikeastaan noussut edes keskusteluun; sitä ei ole Lahtisen mukaan nähty tarpeellisena.

Helsingin Rauhanyhdistyksellä on käytössä omat Facebook- ja Twitter-kanavansa. Muutaman viikon seurannan ja taaksepäin tehdyn katsauksen perusteella vaikuttaa siltä, että niitä päivitetään muutaman päivän välein. Kesällä uusia päivityksiä on tullut harvemmin, luultavasti siitä syystä, että toimintaa on kesäaikaan vähemmän. Sosiaalisen median ohella helsinkiläisillä on käytössään samat viestintäkanavat kuin oululaisilla ja tamperelaisilla. Niiden lisäksi seuroissa kävijöille ja muille toiminnasta kiinnostuneille Helsingissä lähetetään johtokunnan uutiskirje, joka kertoo ajankohtaisista asioista sekä johtokunnan työstä ja päätöksistä.

Salla Vuolteenaho näkee, että Helsingin yhdistyksen tärkeimmät viestikanavat ovat verkkosivut, Facebook ja toimitalon valkokangas. Sunnuntain seuroissa yhdistyksen tiloihin kokoontuu keskimäärin tuhat sanankuulijaa, joten jo sitä kautta yhdistyksen tärkein sanoma syntien anteeksiantamuksesta tavoittaa suuren ihmisjoukon. Seurojen aikana valkokankaalle heijastetaan ilmoituksia, mainoksia ja muita tärkeitä asioita. Mikrofonin luettavat kuulutukset saattavat monilta mennä ohi korvien, mutta screenin kuvat, tekstit ja videot kiinnittävät tehokkaasti paikallaolijoiden huomion, joten sen kautta tieto kulkee tehokkaasti. Facebook-sivujen myötä yhteys saadaan myös niihin, jotka eivät usko vanhoillislestadiolaisten tavoin, ja lisäksi sen kautta ihmisillä on matala kynnys ottaa yhteyttä ja kysyä tai kommentoida toimintaa. Nopeus on Vuolteenahon mukaan Facebookin valtti.

Helsingin yhdistys reagoi sosiaalisessa mediassa suuriin, muissakin medioissa huomioitaviin tapahtumiin. Esimerkiksi Turun puukotusten aikaan yhdistys julkaisi Facebookissa tekstin, jossa otettiin osaa omaisten suruun, mutta myös muistutettiin elämän ainutlaatuisuudesta ja siitä, että

ihmisen elinpäivät ovat Jumalan käsissä. Kun Helsingin hiippakunta valitsi uuden piispansa, yhdistys toivotti somen kautta hänelle Jumalan siunausta tuohon tehtävään. Vuolteenaho kiteyttää mainittujen julkaisujen syvimmän ajatuksen näin: ”Tuomme uskovaisten ihmisten ajatusmaailmat esille.”

Vaikuttaa siltä, että yhdistykset ovat hyvin perillä siitä, miten viestit tavoittavat vastaanottajansa parhaiten. Sanonta ”Kertaus on opintojen äiti” varmasti puoltaa paikkaansa myös yhdistysviestinnässä: kun viestin saa useamman eri välineen kautta, sisältö iskostuu paremmin mieleen.

Helsingissä tiedotustoiminta on paremmin ajanmukaista kuin Tampereella ja Oulussa, Helsingissä kun paperisesta tiedotuslehtisestä on luovuttu kokonaan. Itse paperisten julkaisujen vannoutuneena käyttäjänä ajattelen paperisen tiedotuslehden kuitenkin puoltavan paikkaansa rauhanyhdistysten toiminnassa vielä pitkäänkin. Lisäksi paperille painettu tieto luultavasti tavoittaa sähköistä paremmin myös toimintaan osallistuvat lapset ja ikääntyneet, kun taas nuorille ja nuorille aikuisille some varmastikin on selvästi tehokkain viestintäkeino.

Helsingin yhdistyksestä poiketen Oulun ja Tampereen yhdistykset ole somessa. Toisaalta sen ymmärtää, kun muistaa Lahtisen ajatuksen siitä, että fokus pysyisi päätehtävässä, mutta toisaalta mieleen tulee, että vanhassa pysyminen voi tuntua paitsi riskittömämmältä myös vaivattomammalta.

Tampereella ja Helsingissä yhdistyksen väki pidetään ajan tasalla johtokunnan toiminnasta. Tampereella se tapahtuu tiedotuslehden ja Helsingissä jo mainitsemani sähköisen uutiskirjeen välityksellä. Minun on helppo yhtyä tietoperustan näkemykseen siitä, että avoin tiedottaminen paitsi lisää luottamusta ja vuorovaikutusta, myös luo positiivista mielikuvaa ja innostaa ihmisiä osallistumaan toimintaan.

5.5 Työnjako

Helsingissä viestintävastuu jaetaan toimikunnan jäsenten osaamisen mukaan, mikä kuulostaa järkevältä tavalta hoitaa viestintä. Tällä hetkellä yksi jäsen vastaa valokuvista, kuvausryhmästä ja kuvien hyödyntämisestä somessa, nettisivuilla, yhdistyksen tulevassa (viimeisiä kolmea

vuosikymmentä käsittelevässä) historiikirjassa ja muissa vastaavissa julkaisuissa. Toisen vastuulla on yhdistyksen toimitalolla olevan SRK:n julkaisumyyntipisteen hoitaminen ja sen myyjäringistä huolehtiminen. Kolmas vastaa SRK:n lehtien avustamisesta sekä sisällöntuottamisesta muihin SRK:n julkaisuihin, ja neljäs hoitaa sihteerin töiden ohessa monia tehtäviä. Viidennellä jäsenellä ei ole varsinaista omaa vastuualuettaan, mutta hän tekee runsaasti viestintään liittyviä tehtäviä, kuten päivittää sosiaalista mediaa ja kirjoittaa muihin julkaisuihin.

Internetin seuraradioinneista Helsingin yhdistyksessä vastaa puheenjohtaja. Nettiseurojen radiointi on mielestäni yksi loistava esimerkki tehtävien jakautumisesta osaamisen mukaan: radioammattilaisena puheenjohtaja Vuolteenaholla on rautainen osaaminen radiointiin liittyvissä asioissa, ja tuntuisi suorastaan hullulta, jos hän ei vastaisi tuosta osasta yhdistysviestintää.

Myös Tampereen viestintätoiminnan organisointi vaikuttaa toimivalta. Jokainen tiedotustoimikunnan jäsenistä huolehtii yhdestä tai useammasta vastuualueesta, joita ovat uutisointi, tiedotuslehti, valokuvaus, vuosilehti, sähköinen tiedottaminen, yhteystietoluettelo, julkaisumyynti, seurailmoitukset ja lehtitilaukset sekä arkistointi. Lisäksi yksi toimikunnan jäsenistä toimii yhteyshenkilönä yhdistyksen johtokuntaan.

Oulussa tiedotustoimikunnassa on jäseniä tuplamäärä esimerkiksi Helsinkiin verrattuna. Toimikunta koostuu puheenjohtajasta, sihteeristä, julkaisumyynnin edustajasta, kuvausryhmän vetäjästä, neljästä toimittajasta, kirjoittajatiimin vetäjästä sekä ilmoitusvastaavasta, jonka tehtävänä on huolehtia seuroissa kuulutettavista ilmoituksista, lehti-ilmoituksista ja toimitalon eteisten infotauluista. Toimittajakaarti vastaa lähinnä neljä kertaa vuodessa ilmestyvän 12-sivuisen tiedotuslehti Ankkurin toimitetusta sisällöstä, ja toimikunnan sisältä löytyvät myös lehden taittajat. Jouni Lahtinen on puheenjohtajuutensa ohessa Oulun Rauhanyhdistyksen johtokunnan jäsen, ja hän raportoi tiedotustoimikunnan asioista johtokunnalle. Kaikissa yhdistyksissä tuntuu olevan sama käytäntö: yksi tiedotuspuolen ihmisistä toimii linkkinä yhdistyksen ”hallitukseen” eli johtokuntaan.

Salla Vuolteenaho valottaa viestinnän suhdetta Helsingin Rauhanyhdistyksen muuhun toimintaan seuraavasti:

Seuratoimikunnan jälkeen viestintätoimikunnalla on suurin rooli siinä, mitä kerromme seuravieraille ja heille, jotka eivät tunne rauhanyhdistyksen toimintaa tai vanhoillislestadiolaista uskoa. Muut toimikunnat saavat viestintätoimikunnalta apua oman sanomansa levittämiseen ja tapahtumista tiedottamiseen, kuten vaikkapa myyjäistoimikunta.

Toimikunnalla on tietenkin oma toimintasuunnitelma, joka määrittää toimikunnan tehtävät. (Vuolteenaho 2018.)

Mikko Väyrynen puolestaan nostaa esiin johtokunnan roolin viestinnän taustalla:

Tiedotustoimikunnan tehtävä on hoitaa rauhanyhdistyksen sisäistä ja ulkoista tiedottamista. Johtokunta vastaa yhdistyksen viestinnästä, ja puhevaltaa käyttää johtokunnan puheenjohtaja. Tiedotustoimikunta palvelee muita toimikuntia osaamisalueellaan. Sisäisesti levitetään tietoa yhdistyksen toiminnasta ja tapahtumista. Ulkoisesti tiedotus on kutsun levittämistä Jumalan valtakuntaan. (Väyrynen 2018.)

5.6 Entistäkin avoimempaa viestintää

Rauhanyhdistyksen viestintä on pitkälti yksisuuntaista tiedottamista, mutta Helsingissä sosiaaliseen mediaan liittymisen myötä viestejä kulkee myös toiseen suuntaan.

Somessa ihmiset kommentoivat julkaisujamme, mutta laittavat myös paljon yksityisiä viestejä. Myös toimikunnan sähköposti toimii tärkeänä kaksisuuntaisena viestintäkanavana. (Vuolteenaho 2018.)

Vaikka Tampereella sosiaalisen median palveluista käytössä on vain sisäinen WhatsApp-ryhmä, johon ymmärtääkseni kuuluu vain yhdistyksen jäseniä, jo siinä Mikko Väyrysen mukaan viesti kulkee molempiin suuntiin: yhdistyksestä jäsenille ja toisin päin. Mielestäni WhatsApp onkin tänä päivänä melko lailla vertaistään hakeva viestintäväline nopeudessaan, helppoudessaan ja tavoitavuudessaan. Tiedän, että esimerkiksi Limingan Rauhanyhdistyksessä haluttu viesti lähetetään aluetoimihenkilöiden vetäjälle, joka välittää sen aluetoimihenkilöille, jotka puolestaan jakavat viestin oman alueensa WhatsApp-ryhmässä, jossa yleensä aika lailla kaikki alueen asukkaat ovat mukana.

Viestintä on organisoitu rauhanyhdistyksissä niin, että viestintätoimikunnat ovat vastuussa käytännön viestinnästä, mutta tehtävät tulevat yleensä johtokunnalta. Salla Vuolteenaho antaa käytännön esimerkin siitä, miten yksittäinen viestintätehtävä hoidetaan:

Johtokunta päätti, että yhdistyksestä tehdään "historiikki", joka julkaistaan, kun yhdistys täyttää 130 vuotta. Johtokunta määräsi, että viestintätoimikunta kokoaa työryhmän tekemään kirjan ja huolehtimaan, että kirja syntyy. Viestintätoimikunta esitti johtokunnalle työryhmän, jonka se hyväksyi. Johtokunta antoi löyhän kuvauksen, mitä kirjassa tulisi olla ja toimikunta on sitten huolehtinut, että pyyntö täyttyy. Toimikunta on esitellyt työryhmän

toimintaa pitkin työntekoa ja hyväksyttänyt erilaisia asioita kirjaan liittyen (mm. kirjan toimittaja ym.). (Vuolteenaho 2018.)

Vuolteenaho kokee, että viestintätoimikunnalla on johtokunnan vankka tuki ja että koko toimikunta palvelee johtokuntaa ilolla.

Rauhanyhdistysten viestintä on pääasiassa perustoiminnasta tiedottamista. Helsingissä toimikunnan varapuheenjohtaja on nimetty ensisijaiseksi yhteyshenkilöksi esimerkiksi mahdollisiin mediahaastatteluihin. Tampereella ei perustiedottamisen lisäksi varsinaisesti ole varauduttu tiedottamaan, Mikko Väyrysen sanoin, ”oikein mistään”, ja hän kehui kysymystä hyväksi. Ehkäpä haastatteluni myötä asia otetaan siellä keskusteluun. Tampereen yhdistyksen johtokunnan jäsenistö on osallistunut SRK:n järjestämille viestintäkursseille, joiden ohjelmiin on sisältynyt esimerkiksi vinkkejä siitä, miten kohdata media kriisitilanteissa.

Oulun Jouni Lahtinen avaa yhdistystoimintaa säätelevää johtosääntöä, jonka mukaan tiedottamisesta vastaa johtokunta, joka, kuten Salla Vuolteenaho kuvaili, delegoi viestintätehtävät tuon tehtävän hoitamista varten perustetulle toimikunnalle. Yllättävissä tilanteissa puhevalta on johtokunnan puheenjohtajalla, mutta niiden kymmenen vuoden aikana, jotka Lahtinen on toimikuntaa luotsannut, tällaisia yllättäviä tilanteita ei ole tullut vastaan.

Kysyin haastateltavilta, millaisissa tilanteissa asioista jätetään tiedottamatta. Olin ehkä etukäteen odottanut, että he avaavat joitakin esimerkkejä asioista, joista saatettaisiin vaieta. Toisin kävi. Salla Vuolteenaho mietti vastausta, ja totesi sitten, että ainakaan yksittäisten ihmisten elämää koskevat asiat eivät ole yhdistyksen tiedotettavia asioita. Mikko Väyrysen mukaan yhdistyksen sisäisistä asioista ei tiedoteta ulospäin. Oulussakaan ei suuremmin ole tilanteita, joissa jätetään tiedottamatta.

Jouni Lahtinen antaa kuitenkin yhden esimerkin siitä, milloin viestintää mietitään johtokunnassa:

Yhdistys vuokraa mielellään toimitilojaan myös ulkopuolisille. Asiasta kuitenkin tiedotetaan vain kohdennetusti, sillä kyseessä on sakraalitila, ja tilaisuuksien halutaan olevan sen arvon mukaisia. Oulun rauhanyhdistyksellä onkin pidetty monenlaisia, esimerkiksi kirkollisia tilaisuuksia, mutta jos kirkon tilaisuuden sisältö sotii rauhanyhdistyksen arvomaailmaa vastaan, vuokrasopimusta ei synny. (Lahtinen 2018.)

Menneinä vuosina vanhoillislestadiolaisista on puhuttu valtakunnan mediassa melko paljonkin ja usein hyvinkin negatiiviseen sävyyn esimerkiksi ehkäisykieltoon tai lasten hyväksikäyttöihin liittyen. Helsingin yhdistyksessä tämä esilläolo on vaikuttanut niin, että avoimuutta on lisätty entisestään, Oulussa ei Jouni Lahtisen mielestä millään tavalla. Tampereella puolestaan toimikunnan kokouksissa, yhdistyksen toimintaa suunniteltaessa ja yhteisissä yhdistyksen järjestämissä keskustelutilaisuuksissa on keskusteltu median kohtaamisesta. Aiheesta on myös järjestetty jonkin verran koulutusta.

Oulussa, rauhanyhdistyksistä suurimmassa ja keskusyhdistystä sijainnillisesti lähimpänä olevassa, ei mediassa esillä olleita asioita ollut mietitty viestinnällisestä näkökulmasta oikeastaan ollenkaan. Lahtinen palasi haastattelun aikana useampaankin kertaan rauhanyhdistyksen perustehtävään ja perusteli sillä sitä, etteivät kirjoittelut ole heilauttaneet heidän yhdistyksensä perusviestintää suuntaan tai toiseen.

5.7 Suurten muutosten vuosikymmen

Viestinnän murros on luonnollisesti tuonut muutoksia myös rauhanyhdistysten tiedotustoimintaan. Salla Vuolteenaho kiteyttää varmasti sen yleisimmän muutoksen: viestintä on nopeampaa ja sähköistä, hänen mielestään myös vähemmän muodollista. Lisäksi viestintä on monikanavaisempaa kuin ennen. Kerran kuukaudessa ilmestyvä tiedotuslehti ei yksin enää riitä, ja siitä, kuten aiemmin tuli esiin, onkin Helsingissä luovuttu kokonaan uusien viestimien vallatessa alaa.

Nopeus tuo myös omat haasteensa. Ihmiset ovat tottuneet nopeaan viestintään, ja sitä myös vaaditaan. Se tarkoittaa Vuolteenahon mukaan viestintätoimikunnalta jatkuvaa saatavilla olemista. Mikko Väyrynen näkee, että Tampereella tiedottamisen määrä on kasvanut ja se on ajantasaisempaa. Tämä vaatii enemmän henkilöresursseja ja myös viestinnän osaamista, samaten ajan hermolla olemista.

Jouni Lahtinen on nähnyt kymmenvuotisen toimikuntapuheenjohtajuutensa aikana oikeastaan tiedottamisen muutosten koko kirjon muoto- ja osin myös sisältömuutoksineen. Alkuvuosina esimerkiksi lehti-ilmoitukset luonnosteltiin käsin lyijykynällä ruutupaperille, joka vietiin sanomalehti Kalevan ilmoitusosastolle. Nykypäivänä ilmoitukset hoidetaan sähköisesti.

Kotisivut ja niiden alustat olivat 2000-luvun ensi vuosikymmenen lopulla suuri kehitystyömaa myös Oulun Rauhaniyhdistyksessä. Samoin tiedotuslehti on kehittynyt noista ajoista valtavasti, Jouni Lahtinen näkee. Aiempina vuosina kokoukset olivat pitkiä, nyt niistä selvittää tunnissa, koska kokoussuunnitteluun ja -kulkuun käytettävät menetelmät ovat kehittyneet. Myös paremmin laadittu jokavuotinen uutisointisuunnitelma keventää kokouksen asialistaa; kokouksissa suunnitelmaa vain hienosäädetään ja ajankohtaistetaan.

Tekniikka on tuonut kaikkeen tekemiseen suuren muutoksen, ja esimerkiksi viimeisten kymmenen vuoden aikana myös nettiradio on aloittanut toimintansa Oulussa. Tällä hetkellä Oulun yhdistyksellä on menossa kotisivujen uudistus, ja myös intranetti on tarkoitus siirtää omasta alustasta SRK:n hallinnoimalle alustalle. Työtä on siis riittänyt ja riittää myös jatkossa. Lahtinen nostaa esille yhden rauhaniyhdistykselle tyypillisen asian: aika lailla kaikki perustyö tehdään vapaaehtoisvoimin, niin myös viestintä. Tämä ihmetystäkin aiheuttava piirre olisikin sitten jo kokonaan toisen ja toisentyypin tutkimuksen aihe.

Tekniikan kehittyminen on jossain määrin tuonut lisätyötä yhdistyksen viestinnässä mukana olleille ja oleville. Vaivannäkö on kuitenkin kannattanut, sillä Salla Vuolteenahon kokemuksen mukaan sähköisten viestimien ansioista yhdistyksen sanoma tavoittaa huomattavasti entistä suuremman yleisön; nettiseuroja kuunnellaan ympäri maailmaa, ja yhdistyksen Facebook-sivuja seurataan eri puolilla Suomea.

Mikko Väyrysellä ja Jouni Lahtisella on hyvin samansuuntaiset näkemykset viestinnän kehittymisen tuomista mahdollisuuksista kuin Vuolteenaholla. Väyrynen korostaa sitä, että tiedottaminen on ajantasaisempaa ja helpommin levitettävissä isommallekin yleisölle. Lahtisen mukaan viestinnän materiaali on parantunut valtavasti. Käytännön viestintätyöhön sähköistyminen on Lahtisen mukaan tuonut kokousten lyhenemisen lisäksi esimerkiksi sen, että viestintään käytettävien kuvien tallentaminen on helpompaa.

5.8 Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty – yhdistysviestinnässäkin

Kuten jo aiemmin (s. 37) mainitsin, rauhanyhdistysten viestintää säätelee yhdistyksen johtosääntö, jonka pohjalta viestintä- ja tiedotustoimikunnat suunnittelevat toimintansa, kuten Jouni Lahtinen valottaa:

Tuo käsikirja on kuin henkilöistä riippumaton perustuslaki, johon viestijät nojaavat. Rauhanyhdistykset kyllä ylipäättäänkin noudattavat hyvää hallintotapaa, joka varmastikin täyttää kaikki yhdistyslainsäädännön toiveet pöytäkirjojen laadinnasta ja tallentamisesta lähtien. (Lahtinen 2018.)

Kaikissa kolmessa yhdistyksessä tehdään vuosittain tai puolivuositain kokonaiskatsaus sekä suunnitelma tulevaan toimintavuoteen tai -kauteen. Ajattelen, että tuo käytäntö osaltaan selkiyttää viestintää, mutta toimii myös samalla itsekriittisenä omavalvontana.

Oululaisilla kokouksia on viidestä kuuteen vuodessa, tamperelaisilla 4–5. Helsinkiläiset selviävät kolmella tai neljällä vuotuisella kokouksella. Tuon pienen erotuksen selittänee se, että Helsingin viestintätoimikunta viestii ahkerasti yhteisen WhatsApp-rinkinsä välityksellä ja tapaa tarvittaessa lyhyesti vaikkapa seurojen jälkeen sopiakseen asioista. Kokouksissa kuitenkin vedetään viestinnän päälinjat ja kalenteroidaan viestinnän kannalta merkittävät asiat. Itsestäni helsinkiläisten tapaa hoitaa viestintä kuulostaa paitsi tehokkaalta ja joustavalta, myös siltä, että se mahdollistaa tarvittaessa nopeankin reagoinnin erilaisiin tapahtumiin. Siitä on etua erityisesti siksi, että he ovat sosiaalisessa mediassa, joka kyllä vaatii ajantasaista ja ajankuvaan sopivaa sisältöä.

Tamperelaiset laativat seuraavan vuoden toimintasuunnitelmansa aina vuoden lopulla. Vuoden kuluessa tiedotustoimikunta seuraa, mitä tapahtumia yhdistys järjestää, ja tiedottaa niistä. Pidemmällä aikajänteellä toimikunta esimerkiksi kehittää ja ottaa käyttöön uusia tiedotuskanavia. WhatsApp-viestirinki lienee yksi näistä pidemmän aikavälin toteutuneista kehittämisistä.

5.9 Onko imagolla ja logolla väliä?

Kun kysyin haastateltaviltani heidän yhdistyksensä imagosta, minulle välittyi vahvana viesti siitä, etteivät kyseiset yhdistykset ole juurikaan miettineet imagoaan tai sitä, millaiseksi he haluaisivat sen luoda. Mikko Väyrysen näkemys on, että Tampereen Rauhanyhdistyksen imago olisi enemmän asiallisen positiivinen kuin negatiivinen. Hänen mielestään imagolla ei ole yhdistykselle

ja sen toiminnalle suurtakaan merkitystä, eikä se vaikuta sen toimintaan lainkaan. Väyrykselle itselleen riittääkin, että yhdistyksen imago on hieman positiivinen; sen enempää sen ei tarvitsekaan olla.

Salla Vuolteenaho kertoo, että Helsingissä ei ole selvitetty sitä, millainen rauhanyhdistyksen imago on.

Ei sitä ole kukaan selvittänyt. Emme ole asiaa pohtineet tällä tasolla, mutta kiitos vinkistä. Otan asian seuraavaan kokoukseen. Henkilökohtaisesti toivoisin sen olevan lämmin ja avoin. Onnistumisen taso [on] nolla, kun sitä ei ole edes luotu. (Vuolteenaho 2018.)

Jouni Lahtisen mukaan Oulussakaan imagoasioita ei ole mietitty.

Yhdistyksen toiminnan päätarkoitus on hyvin selkeä: järjestetään seuroja, ehkä tarjotaan kahvit ja sitten taas järjestetään seuroja. Kaikki yhdistyksen toiminnassa kääntyy lopulta yksilötasolle ja yhteen asiaan: ovatko minun omat syntini anteeksi. Sillä ei loppujen lopuksi ole yhdistyksen imagon kanssa mitään tekemistä. (Lahtinen 2018.)

Kaikilla kolmella yhdistyksellä on oma logonsa. Helsingin Rauhanyhdistyksen logossa paimenpoika kantaa harteillaan lammasta. Tampereen yhdistyksen logo kuvaa vihantaa puuta, jossa on muutama runsas viinirypäleterttu, ja Oulun logossa on neliönmuotoisen reunuksen sisällä isot a- ja o-kirjaimet, joskaan o-kirjain ei ole tavallinen O vaan omega-merkki. Kaikista kolmesta logosta tulee välittömästi mieleen, että ne varmasti pohjautuvat Raamattuun, kuten yhdistysten koko toiminta ja perusajatuskin. Tuo mielikuva osoittautui täysin oikeaksi.

Helsingin yhdistyksen logo kuvaa Hyvää Paimenta, Jeesusta. Yhdistyksen tavoitteena on tuoda viestinnässään esille uskomisen keskeistä sanomaa. Salla Vuolteenaho totesi viestinnän joskus sivuavan myös Hyvän Paimenen kuvausta, mutta viestinnällisesti logolla ei juurikaan ole muuta merkitystä.

Tampereen logo on kuva viinipuusta, joka viittaa Raamatun vertaukseen siitä, kuinka hyvä puu tuottaa hyvää hedelmää. Mikko Väyrysen mielestä logo on yksinkertainen ja selkeä, ja vaikka sen viestinnällinen merkitys ei ole hänen tiedossaan, logo itsessään sisältää kuvaavan sanoman.

Jouni Lahtinen ei osannut avata oman yhdistyksensä logosta muuta kuin että siinä on ”kuva aasta ja oosta”. Hän oletti sen viittaavan Jeesuksen sanoihin: ”Minä olen A ja O, ensimmäinen ja

viimeinen, alku ja loppu” (Raamattu 1992 [Ilm. 22:13], viitattu 10.9.2018). Lahtinen arveli, että logolla on melko konservatiivinen leima, mutta tähdensi, ettei logolla ole hänen mielestään lopulta mitään tekemistä yhdistyksen toiminnan ja sen sisällön kannalta: ”Rauhanyhdistyksen toiminta ja uskonasiat eivät ole logon alla kulkemista.”

Lahtinen vinkkasi kysymään logosta lisätietoja Raija Johnsonilta. Lähes kolme vuosikymmentä Oulun yhdistyksen viestintätoiminnassa mukana ollut Johnson on kulkenut Oulussa seuroissa 55 vuotta, ja logo on ollut suuren osan tuosta ajasta esillä yhdistyksen toimitalolla. Hän vahvisti Lahtisen arvelun logon taustasta oikeaksi:

Se tulee suoraan Raamatusta ja viittaa Jeesuksen sanoihin. Logo sisältää keskeisen sanoman yhdistyksen toiminnan kannalta, ja tuota sanomaa yhdistyksen tulee pitää tilaisuuksissaan esillä. Logo on varmaan yhtä vanha kuin itse yhdistyskin, ja se sopii mielestäni hyvin yhdistyksen toiminta-ajatukseen, samoin kuin esimerkiksi risti ja ankkuri sopivat kirkon viestintään. Oikeasti silti kukaan ei varmaan edes ajattele, että yhdistyksellä on logo. Se ei varmaankaan avaudu nuoremman polven väelle samalla tavoin kuin itseni ikäisille. Logon viestinnällistä merkitystä ei ole varmaan koskaan mietitty, ei ainakaan minun 30-vuotisen toimikunta-aikani aikana. (Johnson 2018.)

6 YHTEENVETO JA KEHITYSEHDOTUKSET

Niin Helsingin, Tampereen kuin Oulunkin rauhanyhdistykset ovat organisoineet tiedotustyönsä osaksi yhdistyksen arkista toimintaa. Viestintään käytetään nykyaikaisia välineitä ja siinä ollaan ajan hermolla. Kuitenkaan kaikkiin muutoksiin ei ole lähdetty mukaan, ja toisaalta eri yhdistykset viestivät hieman eri tavoin. Nämä toimintatavat on keskusteltu johto- ja toimikunnissa selviksi, ja niihin tuntuu olevan selkeät perusteensa.

Jokaisella kolmella tutkimuksessa mukana olleella yhdistyksellä on oma logonsa, jonka taustalla on jokin selkeä raamatullinen viesti, joskin logon merkitys nähdään viestinnällisesti melko pienenä. Imagoa – ihmisten mielikuvaa yhdistyksestä – oikeastaan mikään yhdistys ei juurikaan ole miettinyt. Vaikka Helsingin yhdistyksen viestintäluotsi aikoikin nostaa asian seuraavan kokouksen asialistalle, imagon vähäisen merkityksen ymmärtää, kun miettii asiaa Oulun yhdistyksen tiedotustoimikunnan puheenjohtajan Jouni Lahtisen sanojen pohjalta: ”Rauhanyhdistyksen toiminnassa kaikki lopulta kääntyy yhteen kysymykseen: ovatko minun omat syntini anteeksi?”

Kehitysehdotukseni kuivuivat analyysin aikana melkein kokonaan kokoon. Oikeastaan vain Oulun ja Tampereen yhdistysten kotisivujen ulkoasun toivoisin olevan nykyaikaisemmat ja niiden sisältöjen hieman kattavammat. En esimerkiksi löytänyt sivuilta sellaisia perustietoja kuin yhdistyksen perustamisvuosi tai jäsenmäärä. Toisaalta, kun haastattelujen kautta pääsin sisälle yhdistysten tiedottamistyöhön, voin todeta, että yhdistysten viestinnässäkään pääpaino tuntuu olevan koko toiminnan pääsisällössä ja -tarkoituksessa. Tätä taustaa vasten on helppo ymmärtää, etteivät rauhanyhdistykset lähde suin päin mukaan kaikkeen, mitä nykyaika tuo mukanaan, Yhdistyksissä pohditaan, palvelevatko uudistukset niiden pääsanomaa, ja jos palvelevat, miten.

Imagoon liittyviä vastauksia käsitellessäni ajattelin ensin, että yhdistysten olisi varmasti syytä miettiä imagoaan, kuten Helsingin yhdistyksen viestintätoimikunnan puheenjohtaja aikoikin viedä asiaa toimikuntaan. Loppujen lopuksi olen kuitenkin sitä mieltä, että koska toimintaa pyöritetään vapaaehtoisvoimin, imagoasioihin ei – etenkin, kun kyseessä on hengellinen yhdistys – ole syytä käyttää turhaan liikaa voimavaroja. Kun puhutaan ihmisen syvimmistä arvoista ja henkilökohtaisesta uskosta, imagoasioilla ei ole merkitystä.

LÄHTEET

Bqain, S. 2015. Hyvä, paha median murros. Tiedotusopin pro gradu -tutkielma. Tampereen Yliopisto. Viitattu 10. ja 26.9.2018. <https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/97006/GRADU-1430390233.pdf?sequence=1>.

Harju, A., Koljonen, K. & Heinonen A. 2017. Yhteistä uuteen alkuun: Toimittajien kertomuksia mediatyön murroksesta. Raportti tutkimushankkeesta *Irtisanottujen toimittajien uudet työt*. Tampereen yliopisto. Viitattu 24.8.2018, http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/101499/Yhteista_uuteen_alkuun.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Hatakka, N. 2018. Liittolaisia ja vastuksia: Neljä näkökulmaa populismin ja median suhteeseen. Teoksessa M.K. Niemi & T. Houni (toim.) *Media & populismi – Työkaluja kriittiseen journalismiin*, s. 31–53. Tampere: Vastapaino.

Helsingin Rauhanyhdistys 2018. Viitattu 22.8.2018, <https://www.helsinginrauhanyhdistys.fi/>.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Ikävalko, E. 1996. Vaikuta viestilläsi – Tiedottajana yhdistyksessä. Jyväskylä: Gummerus.

Ilvonen, A. 2007. Miten tiedotan? Yhdistystoimijan tiedottamisopas. Vantaa: Opintotoiminnan Keskusliitto.

Kuvaja, S. 2007. Tiedota tehokkaasti – käytännön neuvoja yhdistystiedottamiseen. Kansalaisyhteiskunta. Viitattu 13.3.2018, https://www.kansalaisyhteiskunta.fi/tietopalvelu/jarjesto-ja_yhdistystoiminta/aiemmat_artikkelit/tiedota_tehokkaasti.

Oulun Rauhanyhdistys 2018. Viitattu 22.8.2018, <http://www.oulunrauhanyhdistys.fi/fi/yhdistys/>.

Raamattu 1992. Viitattu 10.9.2018, <http://raamattu.uskonkirjat.net/servlet/biblesite.Bible>.

Rosengren, P. & Törrönen, A. 2013. Yhdistystoiminnan avaimet. KSL-opintokeskus. Viitattu 13.3.2018, <http://www.ksl.fi/materiaaleja/yhdistystoiminnan-avaimet/10-tiedottaminen/>.

Silvo, I. 2010. Yle ja journalismin odotettu kriisi. Teoksessa A. Leppänen, T.-E. Heino & E. Mäntymäki (toim.) Yleisradio median murroksessa, s. 239–247. Tampere: Vastapaino.

Siukosaari, A. 2002. Yhteisöviestinnän opas. Helsinki: Tietosanoma.

Suomen Rauhanyhdistysten Keskusyhdistys 2018. Rauhanyhdistykset. Viitattu 22.8.2018, <https://srk.fi/fi/srk-ja-ryt/rauhanyhdistykset/>.

Suomisanakirja 2018. Viitattu 26.9.2018, <https://www.suomisanakirja.fi>.

Tampereen Rauhanyhdistys 2018. Viitattu 22.8.2018, <http://tampereenrauhanyhdistys.fi/info/taustatietoa>.

AINEISTOT

Johnson, R. 2018. Oulun Rauhanyhdistyksen tiedotustoimikunnan pitkäaikainen jäsen kevääseen 2018 saakka. Puhelinhaastattelu 5.9.2018. Tekijän hallussa.

Lahtinen, J. 2018. Tiedotustoimikunnan puheenjohtaja, Oulun Rauhanyhdistys ry. Haastattelu 20.8.2018. Tekijän hallussa.

Lumijärvi, J. 2018. Viestintätoimikunnan jäsen, Helsingin Rauhanyhdistys ry. Sähköpostiviesti 24.8.2018. Tekijän hallussa.

Tampereen Rauhanyhdistyksen rivijäsen 2018. Puhelinhaastattelu 24.9.2018. Tekijän hallussa.

Vuolteenaho, S. 2018. Viestintätoimikunnan puheenjohtaja, Helsingin Rauhanyhdistys ry. Sähköpostihaastattelu 4.9.2018. Tekijän hallussa.

Väyrynen, M. 2018. Tiedotustoimikunnan puheenjohtaja, Tampereen Rauhanyhdistys ry. Sähköpostihaastattelu 23.8.2018. Tekijän hallussa.

1. a) Mitä tiedotatte/viestitte? b) Kenelle tiedotatte? c) Miksi tiedotatte?
2. a) Mitä kanavia käytätte viestimisessä? b) Onko työ yksisuuntaista tiedottamista vai kahden- tai useamman suuntaista viestintää? c) Onko joku viestintäkanava merkittävämpi kuin toinen? Jos on, miksi?
3. a) Millä tavalla viestintä ja tiedottaminen on organisoitu yhdistyksessänne? b) Miten ne hoidetaan käytännössä? c) Työnjako?
4. a) Millaisista asioista, tilanteista ja tapahtumista yhdistys on varautunut tiedottamaan? b) Onko tilanteita, joista ei tiedoteta? Jos on, millaisia ne ovat? c) Millä tavalla vanhoillislestadiolaisiin liittyvä uutisointi vaikuttaa ja on vaikuttanut yhdistyksen viestintään?
5. a) Millä tavalla tiedotustoiminta ja viestintä rauhanyhdistyksessä ovat muuttuneet vuosien saatossa? b) Mitä haasteita muutokset ovat tuoneet tiedotustoimintaan? c) Mitä mahdollisuuksia ne ovat tuoneet?
6. a) Millä tavalla tiedottamista suunnitellaan vuositasolla? b) Entä lyhyemmällä ja/tai pidemmällä aikajänteellä?
7. a) Tiedätekö, millainen imago yhdistyksellänne on? b) Millainen merkitys imagolla on yhdistyksellenne ja toiminnallenne? c) Millaisen haluaisitte yhdistyksenne imagon olevan? d) Miten olette onnistuneet imagon luomisessa?
8. a) Mitä yhdistyksenne logo kertoo? b) Millainen merkitys logollanne on viestinnällisesti?

Varsinaisten haastattelukysymysten lisäksi taustoitin sitä, kauanko henkilö on ollut mukana tiedotustoiminnassa, keitä yhdistyksen tiedotustoiminnassa on mukana, onko heillä alan koulutusta sekä sitä, mikä merkitys koulutuksella on tiedotustyössä.