



UNIVERSITY OF TAMPERE

This document has been downloaded from
Tampub – The Institutional Repository of University of Tampere

Publisher's version

Authors: Kangaspunta Seppo, Aro Jari, Saastamoinen Mikko
Name of article: Epilogi: Yhteisyyden jatkumo
Name of work: Yksilöllinen yhteisöllisyys : avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen
Editors of work: Kangaspunta Seppo
Year of publication: 2011
ISBN: 978-951-44-8343-1
Publisher: Tampere University Press
Pages: 245-266
Discipline: Social sciences / Media and communications
Language: fi
School/Other Unit: School of Communication, Media and Theatre

All material supplied via TamPub is protected by copyright and other intellectual property rights, and duplication or sale of all part of any of the repository collections is not permitted, except that material may be duplicated by you for your research use or educational purposes in electronic or print form. You must obtain permission for any other use. Electronic or print copies may not be offered, whether for sale or otherwise to anyone who is not an authorized user.

Epilogi: Yhteisyyden jatkumo

Yhteisyyden jatkumo

Yhteisöä, yhteisöllisyyttä ja niiden lähikäsitteitä on määritelty tutkimuksessa mitä erilaisin tavoin aina sen mukaan, millaisia puolia näissä ilmiöissä kulloinkin on haluttu tuoda esille. Moninaisuudesta seuraa, että usein on vaikeaa tietää ilman tarkempaa selvittelyä, mitä näillä käsitteillä ja sanoilla kulloinkin tarkoitetaan. Kattavan yhteisökäsitteen muodostaminen on todennäköisesti tuhoon tuomittu hanke, mutta siitä huolimatta tarvitaan jokin yleinen näkökulma, josta tätä moninaisuutta ja sen painopisteitä voitaisiin kuvaila. Ehdotuksemme on, että tällainen näkökulma on ”yhteisyys”.

Yhteisökäsitteiden monitahoisuus on seurausta ainakin kahdesta sosiaalisen elämän kehityspiirteestä. Yhtäältä ihmisten elämäntavat ovat moderneissa yhteiskunnissa alati enemmän yksilöllistyneet. Toisaalta ihmisten välinen sosiaalinen kanssakäynti ja yhteistoiminta ovat mediateknologian kehityksen myötä saaneet jatkumokseen ja rinnalleen mediaympäristöstä yhä uusia ja uudentyyppisiä muotoja. Uudenlaista sosiaalista yhteisyyttä voisikin nimittää paradoksaalisesti *yksilölliseksi yhteisöllisyydeksi*.

Miten yhteisöllisyyttä voisi jäsentää?

Yhteisöä on haluttu määritellä kattavuudeltaan eriasteisesti, joskus laajemmin ja joskus kapeammin. Määrittely on myös kiinnitetty yhteiskunnallisen elämän erilaisiin puoliin. Niinpä yhteisöjä koskevassa tutkimuksessa on keskitytty ainakin yhteisöllisyyden yhteiskunnallisiin perusteisiin, sosiaalisen organisoitumisen muotoihin, sosiaalisen suhteen muotoihin, identifioitumisen ja ryhmään kuulumisen prosesseihin, sosiaalisen siteen muotoihin ja sosiaalisen toiminnan orientaation muotoihin.

Lehtonen (1990) kuvasi yhteisön käsitteen alan vaihtelevan ihmiskunnasta ruokakuntaan ja näiden muodosteiden vuorovaikutusmuotojen välittömistä fyysisistä suhteista jonkin aatteen yhdistämään kuvitteelliseen tai todelliseen ihmisjoukkoon. Yhteisöllisyyden perustana voivat olla esimerkiksi taloudelliset, poliittiset tai alueelliset seikat. Lisäksi yhteisöllisyys voi perustua sukulaisuuteen, intresseihin, uskomuksiin, yhteisiin toimiin, vuorovaikutukseen, seurusteluun, harrastuksiin, maailmankatsomuksiin, mieltymyksiin tai vaikka tunteisiin. Yhteisöjä voidaan luokitella myös niiden tavoitteiden, kuten hoitoyhteisöt, ja vuorovaikutuksen luonteen, kuten aatteelliset yhteisöt, mukaan. (Lehtonen 1990, 15.)

Etzioni (2000) määrittelee yhteisön kahden elementin yhdistelmäksi. Yhteisö on ensinnäkin yksilöistä koostuva ryhmän muodostama affektiivisten suhteiden verkosto ja toiseksi sitoutumista jaettuihin arvoihin, normeihin, merkityksiin ja historiaan eli tiettyyn kulttuuriin. (Mäkinen 2009, 77)

Yhteisöä on kuvattu myös vastakkainasettelun eli sisä- ja ulkoryhmien, meidän ja muiden kautta. Ulkoryhmä on kuvitteellinen vastavoima, jonka sisäryhmä tarvitsee identiteetilleen ja eheydelleen. Olennaista yhteisöllisyydessä on yhteenkuuluvuuden tunne, luottamus ja sitoutuminen. (Bauman 1997; Mäkinen 2009)

Yleisimmillään yhteisön käsite viittaa ihmisten väliseen vuorovaikutuksen tapaan, yhteyteen, ihmisten väliseen suhteeseen tai siihen mikä on pienryhmille yhteistä. Sama pätee metodologisessa tutkimuk-

nessä käytettyyn yhteisökäsitteeseen, jossa kyky kommunikaatioon, kieli ja yhteiset merkitykset asettavat yhteisön rajat. Vastaavasti yhteisön yleisnimike saa eri aloilla täsmentäviä merkityksiä. Esimerkiksi julkisoikeudellisia yhteisöjä (korporaatioita) ovat muiden muassa valtio, kunta, kirkko, seurakunta ja uskonnolliset yhdyskunnat. Yksityisoikeudellisia yhteisöjä ovat puolestaan yhtiöt, osakeyhtiöt, osuuskunnat ja yhdistykset. (Lehtonen 1990, 15–16.)

Yhteisön käsitteelle annetaan usein kaksi määritelmää. Ensinnäkin sopimussuhteet, jolla tarkoitetaan oikeushenkilöiden yhteenliittymää, jolla on päämäärä. Kyse on tällöin julkisyhteisöstä kuten valtio, kunnat, puolue, kirkko, yritykset ja yhdistykset. Toiseksi ihmisten välisten suhteiden kokonaisuus eli sosiaalinen järjestelmä (Haarala ym. 1997; Mäkinen 2009, 76).

Määrittelyissä viitataan usein Hilleryn tutkimukseen, jossa hän vuonna 1955 keräsi silloisesta sosiologisesta kirjallisuudesta yhteensä 94 erilaista määritelmää käsitteelle yhteisö ja totesi, että liki ainoa yhdistävä tekijä niille oli viittaus ihmisiin. 69 määritelmässä esiintyi viittaus kolmeen elementtiin: maantieteelliseen alueeseen, ihmisiä yhdistäviin suhteisiin ja ihmisten väliseen jatkuvaan vuorovaikutukseen. (Esim. Saastamoinen 2003, 166–167; Lehtonen 1990, 16.)

Yksi vakiintunut käsitys onkin se, että yhteisöjä tutkiessaan tutkija tarkastelee johonkin tiettyyn maantieteelliseen paikkaan tai virtuaaliseen tilaan identifioituvia ihmisiä, jolloin huomio kiinnittyy näiden ihmisten vuorovaikutuksen tapoihin, laatuun ja perustaan, esimerkiksi arvoihin ja normeihin. Määrittelyissä korostuu yhteisöjen symbolinen luonne, joka synnyttää johonkin kuulumisen tunteen. Kuuluminen johonkin ilmenee samankaltaisuuden tunteena, joka poikkeaa muista vastaavista. Tämä aikaansaa toisten rajaamisen yhteisön ulkopuolelle. (Mäkinen 2009; Saastamoinen 2003, 166–167.)

Jari Aro pohtii artikkelissaan sosiaalista sidettä ja tekee vastakohtaisuuksien avulla jäsenyyksen sosiaalisten siteiden muotojen ulottuvuuksista. Sosiaalinen suhde voi rakentua sentimentin varaan tai suhde voi rakentua intressien ohjaamien sopimusten varaan; yksilö voi olla jäsenenä yhdessä kokonaisvaltaisessa yhteisössä tai hän voi olla

jäsenenä monessa sosiaalisessa maailmassa tai post-traditionaalisessa yhteisössä; sosiaalinen suhde voi muodostua välittömänä intersubjektii-visena vuorovaikutuksena tai välittyneesti julkisuuden tai teknologian kautta; sosiaalinen suhde voi olla paikkaan sitoutunut tai se voi olla ei-paikallinen verkosto.

Sosiaalisten suhteiden malli

Fisken (1993) näkemyksen mukaan yhteisöllisyys on yksi – mutta ei suinkaan ainoa – tapa orientoitua sosiaaliseen maailmaan ja sen suhteisiin. Hän on esittänyt, että yhteisöllisen jakamisen (community sharing) lisäksi perustavanlaatuisia sosiaalisten suhteiden malleja ovat auktoriteetin mukainen järjestys (authority ranking), tasavertaisuus (equality matching) sekä markkinasuhteet (market pricing). Nämä neljä muodostavat perustavanlaatuiset sosiaalisten suhteiden mallit, joiden avulla sosiaaliset toimijat suunnittelevat, ennakoivat, arvioivat ja koordinoivat omaa ja muiden toimintaa. Niitä käyttämällä suostutellaan, kritisoidaan ja sanktioidaan vuorovaikutuskumppaneita sekä neuvotellaan sosiaalisista suhteista.

Yhteisöllinen jakaminen tarkoittaa sosiaalisia suhteita, joihin osallistutaan ilman välitöntä omanvoitonpyyntiä siten, että kukin antaa haluamansa panoksen yhteiseen pyrintöön. Auktoriteetin mukainen järjestys tarkoittaa suhteita, joissa orientaation keskeisenä kohteena on sosiaalinen valta ja sen mukainen oikeuksien, velvollisuuksien ja palkintojen jakaminen. Tasavertaisuudella tarkoitetaan suhteita, joissa toimijat tavoittelevat vastavuoroisesti tasa-arvoisuutta. Markkinasuhteet taas ovat sellainen sosiaalisten suhteiden organisoimisen periaate, jossa tavalla tai toisella hinnoitellaan osapuolien osallistumisen astetta ja heille lankeavia palkintoja ja velvollisuuksia.

Fisken malli on hyödyllinen ainakin siinä suhteessa, että se auttaa jäsentämään joitain yhteisöä koskevan keskustelun jännitteitä. Yhteisöä

ja yhteisöllisyyttä on nimittäin joskus pyritty määrittelemään ja kuvaamaan idealisoiden korostamalla siihen kuuluvaa pyyteettömyyttä ja eräänlaista kommunistista eetosta: jokainen osallistuu omien kykyjensä mukaisella tavalla. Tällaista yhteisöllisyyskäsitystä on kritisoitu siitä, ettei siinä oteta huomioon sosiaalisiin suhteisiin kuuluvaa vallankäytön aspektia ja sitä, että ihmiset pyrkivät ajamaan itsekkäästi omia etujaan. Usein yhteisöllisyyteen ja yhteisötoimintaan kytketään myös käsitys tasavertaisuudesta ja demokratian tavoittelusta. Myös tätä näkemystä voidaan kritisoida samalla tavalla yhteisöllisyyden idealisoimisesta, ja kriitikot mielellään tuovat esille, että myös yhteisöllisissä suhteissa esiintyy monenlaista autoritaarisuutta ja vallankäyttöä. Vastaavasti auktoriteetisuhteita ja yksityisten intressien ohjaamaa toimintaa korostavia näkemyksiä voidaan kritisoida niihin sisäänrakennetusta kyynisestä oletuksesta ihmisen sosiaalisen toiminnan perusluonteesta. Fisksen mallia voi siis käyttää eräänlaisena muistilistana, jonka avulla voi tarkistaa, kuinka laajasta ja kattavasta yhteisöikäsitteestä kulloinkin on kysymys.

Fisksen erottelemat orientaation mallit voidaan ajatella ideaalittyypeiksi, jotka vain harvoin ovat löydettävissä sosiaalisesta todellisuudesta puhtaissa muodoissaan. Todennäköistä on, että ne esiintyvät yleensä jollain tavoin toisiinsa sekoittuneina tyyppeinä. Ideaalittyyppien avulla voidaan arvioida sitä, missä määrin jotkin sosiaaliset suhteet muistuttavat vaikkapa yhteisöllistä jakamista tai markkinaorientaatiota. Tällöin olisi kuitenkin virheellistä väittää, ettei jokin yhteisötoiminnan muoto oikeasti ole yhteisöllistä, jos se ei täyttäisi puhtaasti yhteisöllisen jakamisen tunnuspiirteitä.

Sosiaalisen maailman perustyyppien raja-arvona on vastavuoroinen orientaatio sosiaaliseen suhteeseen. Ihmiset eivät tietenkään aina ja kaikessa toiminnassaan orientoidu sosiaaliseen maailmaan, eikä heidän välillään tarvitse ole minkäänlaista vuorovaikutusta, vaikka he toimisivatkin rinnakkain ja lähellä toisiaan, vaikkapa samassa huoneessa. Jotta ihmisten välillä olisi ylisummaan jotain sosiaalisiksi suhteiksi nimitettävää, täytyy heidän jollain tavalla orientoitua toisiinsa ja samalla he tulevat tunnustaneeksi toisensa vuorovaikutuskumppaneiksi.

Vastavuoroinen tunnustaminen on välttämätön ehto kaikenlaiselle yhteisöelämälle: voidakseen asettua vuorovaikutukseen, yhteistoimintaan tai vaihtosuhteisiin, on suhteen osapuolien hyväksyttävä toisensa ja kunnoitettavat toisiaan sellaisina henkilöinä tai ryhminä, joiden kanssa voidaan olla rauhanomaisella tavalla tekemisissä. Tämä rajaisi sosiaalisten suhteiden piiristä pois joukon sosiaalisia muodostumia, joita voitaisiin ehkä parhaiten nimittää sosiaalisiksi yleisöiksi, vaikka niitä onkin tarkasteltu myös yhteisöjen erikoistapauksina (esimerkiksi kvasi-interaktio, kuvitteellinen yhteisö, medioituneet suhteet).

Mediamailman ja yhteisyyden muutokset

Lehtonen (1990) määritteli sosiologian klassikoita tulkiten ideaalin yhteisön mallin, jossa järjestäytymisen ehdot ovat selkeät: yhteisössä toimiminen tulee olla vapaaehtoista, tavoitteiden tulee olla jäsenten hyväksymiä, toiminnan on oltava demokraattista ja tasa-arvoista ja päätösvalta edellyttää suurta autonomiaa, toimintatilaa ja -vapautta. Tällaisella yhteisöideaalilla Lehtonen tarkoitti *toiminnallista* yhteisöä.

Yhteisöksi voidaan Leena Kurjen (2000) mielestä nimittää vain sellaista sosiaalisen suhteen muotoa, jonka välityksellä sosiaalinen toiminta on yhteisten intressien ja arvojen ohjaamaa. Yhteisöllinen suhde on sellainen rakenteellinen suhteen muoto, jonka tunnusmerkkejä ovat dialogi, solidaarisuus, avoimuus, uudistuminen ja samalla integraatio ja pysyvyys. (Kurki 2000, 130.)

Edellisissä näkemyksissä on kyse sosiaalisen kansalaistoiminnan yhteisöistä. Kulutuskulttuurin myötä alettiin puhua kulutusyhteisöistä ja osittuneista yhteisöistä ja – *kuvitteellisista* yhteisöistä.

”Kuvitteellisten yhteisöjen muodostus keskittyy harrastusten, kulttuuristen makujen ja vapaa-ajan – siis kulutuksen – ympärille. Nämä elä-

mäntapavalintojen tai tyylien yhdistämät yhteisöt voivat epäsuorasti vaikuttaa poliittisestikin, mikäli niiden edustama elämäkatsomus leviää laajemmin yhteiskunnassa. Kuitenkin ne valtaosin ovat vain ryhmän sisäistä kulttuurista identiteettiä palvelevia, ja yhteiskunnallisessa mielessä heikkoja yhteisöjä.” (Uusitalo 2002, 212.)

Kulutusyhteiskunta kehkeytyi useissa maissa, kuten Suomessa, yhtä jalkaa erityisesti television kanssa. Kulutustutkijoiden mukaan joukkomedian rooli jälkimodernissa verkostoyhteiskunnassa alkoi korostua monella tavalla. Ihmisten ryhmittymisen, samastumisen, omien näkökantojen esittäminen ja vuoropuhelu tapahtuivat nyt paljolti median välityksellä. Usein sitoutuminen ja yhteenkuuluvuuden tunne muodostuivat kulttuurisina identiteetteinä tai osakulttuureihin samastumisena pelkästään virtuaalisesti, kuvitteellisella tasolla. Yhä harvemmin yhteisöjen muodostus toteutui muodollisten jäsenyyksien ja vaikuttamisen kautta järjestöissä kuten aiemmin modernissa yhteiskunnassa. (Uusitalo 2002, 212.)

Myös perinteiset, jäsenyyksiin perustuvat järjestöt ja yhteisöt ovat yhä enemmän riippuvaisia mediasta ja mediajulkisuudesta ja käyttävät sitä tuodakseen esille yhteisiä kantojaan ja kiinnittääkseen jäsenensä paremmin itseensä, joko perusteluillaan tai tunnetason sitein, ja löytääkseen myös uusia kannattajia, kuten Uusitalo (2002, 212.) toteaa. Samaa todistaa konkreettisesti Pauliina Lehtonen tämän kirjan artikkelissaan.

Kulutuskulttuuri synnytti jälkimodernin, ja 1990-luvulla ryhdyttiin puhumaan uusyhteisöllisyydestä, joka realisoitui fani-, peli-, kuluttaja- ja brändiheimoina. 2000-luvun mediateknologia edisti suuntaa, jota Minna Autio arvioi artikkelissaan eräänlaiseksi yksilöllisen kuluttajasubjektin vastavoimaksi. Näennäisestä valinnanvapaudesta ja yksilökeskeisyydestä huolimatta kulutus on kollektiivista ja sitä ohjailevat sosiaaliset normit, muodit ja tyylit. Perinteinen media tuottaa sekä kansalaisuutta että kuluttajuutta, sekä yksilöllisyyttä että yhteisyyttä.

Median yhteisyys joukkoviestintänä syntyy ennen muuta siitä, että se rakentaa yleisöjä. Se kokoaa erilaisia kohderyhmiä, joista muo-

dostuu sille jonkin verran toiminnallisia, symbolisia ja ennen muuta kuvitteellisia yhteisöjä. Kuvitteellisia ja kuviteltuja siinä mielessä, että kohdeyleisö on ”yhteisö” vain medialle ja mainostajalle. Keskenään tällä yleisöllä ei välttämättä ole minkäänlaista vuorovaikutusta. Esimerkiksi Pietilän ja Sondermanin (1994) mukaan sanomalehti synnyttää suuren interaktion potentiaalin, kohtaamisten mahdollisuuden. Lehti luo yhteisten asioiden julkisuutta, keskustelua, yhteisiä puheenaiheita. Kohtaamispotentiaalia synnyttävät myös mainokset. Media on tässä tapauksessa kuvitteellista yhteisyyttä ja yhteisyysverkko, jonka välityksellä vaihdetaan mielipiteitä ja tavaroita. Median yhteisyys on välittynyt. Ihmiset saattavat olla keskenään vuorovaikutuksessa, mutta median välityksellä. Joukkotiedotusväline viestii yhdeltä monelle, ja yksisuuntaisesti. Lisäksi median joukkoviestintänä tuottama yhteisyys on usein ulkoa tuotettua kuvitteellista yhteisyyttä. Yhteisömediassa ja organisaatioviestinnässä yhteisyys syntyy siitä, että yleisö muuttuu osallistujaksi ja toimijaksi.

Myös median joukkoviestintänä tuottama julkisuus muodostaa yhteisen tilan, foorumin, keskustelun, ajattelun ja kokemuksen. Mediajulkisuus muodostaa eräällä tavalla sillan fyysisen maailman ja virtuaalisen maailman välille. Internet on puolestaan avannut aivan uudenlaisen keskustelun, kommentoinnin ja vuorovaikutuksen maailman verrattuna perinteisiin joukkoviestimiin. Elina Nopparin ja Niina Uusitalon kirjan artikkeli tuo esille uudenlaisen nuorten verkkoyhteisöllisyyden ja esimerkiksi blogikulttuurin. 1990-luvulla internetin luomaa uutta julkista ja yhteistä tilaa kutsuttiin virtuaaliseksi, 2000-luvulla yksinkertaiseksi verkoksi. Internetin mahdollistama uusi yhteisyys on muuttunut yhä toiminnallisemmaksi.

Virtuaali- ja verkkoyhteisöjen muodostumisellakin on kriteerinsä. Ne ovat jatkuvan vuorovaikutuksen ja kanssakäymisen sosiaalinen verkosto, jossa aktiivisuus määrittää jäsenyyttä, kuten Kari Hintikka artikkelissaan kuvaa. Perinteisempiin yhteisöihin verrattuna nämä eivät ole samalla tavalla pysyviä. Lyhytkestoisuuden toisena puolena on vapaaehtoisuus; verkkoyhteisöön voi tulla ja siitä voi poistua ilman sanktioita.

Sosiaalinen media, avointen lähdekoodien ja pelien rakentaminen ja monet muut uudet muodot ovat tuoneet tiiviyttä internetin verkko-yhteisyyteen. Vierailijoista on tullut osallistujia, käyttäjistä tekijöitä, kuluttajista tuottajia. Tosin kävijöiden, osallistujien ja toimijoiden kirjo on edelleen suuri. 2000-luvun jälkipuoliskon uudempien tutkimusten mukaan ihmisten osallistumismotiiveja verkkoyhteisöissä ovat ennen muuta itsensä ilmaiseminen ja toteuttaminen. Eräänlainen motiivien luettelo: oppiminen, yhteydenpito, samankaltaisuus, liiketoiminta, luovuus ja odotukset (Deragon 2007; Matikainen 2008)

Sosiaalisen median palveluita tai osallistumista ei voida yksioikaisesti pitää yhteisöllisinä. Osallistuminen voi olla motiiveiltaan hyvin yksilöllistä, yksilölähtöistä sosiaalisuutta. Se viittaa individualistiseen yhteiskuntamuotoon ja kulttuuriin, jossa toiminta perustuu virallisiin sääntöihin, kilpailuun ja tehokkuuteen. Näin ollen ihmiset toimivat enemmänkin joukkona ja massana – siis yleisinä – kuin yhteisinä. (Matikainen 2008)

Yksilöllistyminen, identiteetti ja sosiaaliset suhteet

Kuten on tullut todetuksi, muodostavat yksilöllistyminen ja yhteisöllisyys eri muodoissaan eräänlaisen kaksoissidoksen ajassamme. Pohdinnat yksilöstä ja yksilön määrittelyistä erilaisissa sosiaalisissa yhteyksissä, toisin sanoen identiteetin käsitteellistäminen, ovat monella tapaa aikaamme määrittelevä ilmiö. Määrittelemme itsemme sen kautta, mihin yhteisöihin kuulomme ja miten olemme osallisia erilaisiin suhteisiin näissä yhteisöissä.

Esimoderneissa yhteiskunnissa ihmisen identiteettiä määritteli sijoittuminen paikallisten sukuyhteisön jäseneksi. Yhteiskuntien modernisaatio muunsi identiteetin määrittelyn keskeiseksi alueiksi sijoittumisen sukupuolijärjestelmään, yhteiskuntaluokkaan ja etniseen ryhmään. Kaupungistumisen ja teollistumisen myötä identiteetin ja yhteisön välisiä suhteita tarkasteltiin yhä enemmän näistä sosio-ekonomisista

määreistä käsin, jolloin moderni yhteiskunta heikensi perinteistä paik-
kaidonnaista yhteisöllisyyttä. 1900- luvun jälkipuolelle saavuttaessa
kuluttamisen ja joukkotiedotusvälineiden merkityksen kasvun nähtiin
vastaavasti synnyttävän massayhteiskunnan, joka hämärsi omistussuh-
teisiin ja työnjakoon perustuvaa luokkaidentiteettiä. Uusmarxilaisen
näkemyksen mukaan keskiluokkaistuvalla työväestölle mahdollisuus
kuluttaa samassa tahdissa tai kilpaillen naapurin kanssa, synnytti vää-
rän tietoisuuden, joka sai unohtamaan luokkataustan. (Joseph 2002,
xviii-xxvi; Kellner 2000, 261; Saastamoinen 2003, 170.)

Näiden modernien identiteettimäärittelyjen rinnalle ovat yhä
enemmän tulleet valintoihin perustuvat, elämäntapaan ja -tyyliin
liittyvät identiteettimäärittelyt. Massakulttuuri on kuluttamiseen pe-
rustuvassa elämäntavassa pirstoutunut ja heterogenisoitunut. Massoille
ei myydäkään massatuotteita, vaan lupausta ainutkertaisuudesta ja
erilaisuudesta, jonka voi saavuttaa kuluttamalla jotakin räätälöityä ja
jotakin ihmisen ainutkertaisuutta ilmaisevaa tuotetta tai elämystä. Tä-
mä lupaus ja sen tavoittelu synnyttää uudenlaista yhteenkuuluvuuden
tunnetta samoin kokevien ihmisten kanssa. Vastaavasti kuluttamisen
logiikka pirstoo sosiaalisuutta yhä pienempiin kulutusyhteisöihin. Uu-
dessa yhteisötarkastelussa onkin kysymys yhteisöllisten identiteettien
ekspressiivisestä ja performatiivisesta luonteesta. Ihmiset ilmaisevat
arvojaan samastumalla erilaisiin kuluttamisen elämäntapayhteisöihin
tai vastarintana kuluttamiselle, elämällä erilaista, vaihtoehtoiseksi
määriteltyä, elämää. Usein perinteiset joko-tai -identiteetit korvataan
yhä useammin erilaisilla sekä-että -identiteeteillä. (Vandenberghen 2008,
891–892; Saastamoinen 2003, 170–171.)

Yksilöllistyminen (*individualization*) merkitsee yhteiskunnallisena
tilana ilmiötä, jossa yksilön identiteetti ei enää määrity mutkattomasti
erilaisten sosiaalisten merkitsijöiden, kuten työpaikan, asuinpaikan,
sukupuolen tai luokkataustan kautta. Monet näistä sosiaalisen alueen
merkitsijöistä ovat monimuotoistuneet, muuttuneet monimerkityk-
sellisiksi tai kadonneet. Harry Blatterer (2010) tulkitsee ilmiötä muu-
toksena yksityisyyden (*privacy*) käsitteellistämässä. Yksityisyys, eli
mahdollisuus hallita ja suojata omaan itseensä liittyvää informaatiota

on ollut keskeinen arvo moderneissa yhteiskunnissa. Nyt kuitenkin todistamme ilmiötä, jossa etenkin erilaiset verkkoyhteisöt, kuten *Facebook* ja *Myspace*, toimivat yhä useammalle foorumina, jossa yksityisyydestä pyritään luopumaan vapaaehtoisesti. Monet kertovat reaaliaikaisesti tuntemuksistaan ja tekemisistään, usein valokuvien ja videopätkien kera. Blattererin hypoteesin mukaan, tämä yksityisyyden riisuminen erilaisissa yhteisöllisyyden kontesteissa, liittyy siihen, että omaa identiteettiä on rakennettava näkyvyyden (*visibility*) kautta, koska perinteiset yhteiskunnalliset viitteet eivät kykene enää kertomaan keitä me olemme. Yksityisyyden ja näkyvyyden jännite on eräänlainen vaihtosuhte. Ihmisten on luovuttava jossakin määrin yksityisyydestään, jotta he pääsisivät mukaan virtuaalisiin verkostoihin ja yhteisöihin. Tämä verkostososiaalisuus on taas välttämätöntä, jotta ihmisille muodostuisi sosiaalisia suhteita. Sosiaaliset suhteet taas itsessään tuottavat tyydytystä mahdollistamalla kommunikaation muiden ihmisten kanssa. Ne voivat myös palvella välineellisiä päämääriä, esim. näkyvyys voi edistää ammatillista menestymistä. Blatterer (2010, 82–84) näkee kuinka yksityisyyttä ei koeta enää vaalittavana arvona siinä määrin kuin ennen. Yksityisyydestä on muodostunut pikemminkin monikerroksinen käsite, jolla käydään kauppaa ja jonka avulla ihmisiä luokitellaan esimerkiksi verkkoyhteisöissä intiimeihin ystäviin, joille paljastetaan enemmän ja etäisempiin ihmisiin, joille kaikkea ei näytetä. Yksityisyydestä on tullut enemmän sosiaalinen väline, joka edellyttää toimijuutta.

Kuulumisesta verkostomaisiin suhteisiin

Kuten olemme edellä kuvanneet, on modernisaatiokehitys ongelmallistanut ja monimuotoistanut sosiaalista aluetta, yhteiskuntaa ja kulttuuria. Yksilö ja hänen identiteettinsä eli se kuinka yksilö määrittelee itsensä ja kuinka muut määrittelevät hänen sosiaalisesti, muodostuvat ongelmaksi, kun niitä ei voida entiseen tapaan määritellä paikasta ja

rakenteista käsin, ainakaan yhtä helposti kuin ennen. Identiteetin voi nähdä kollektiivisena minuutena, yhteisyytenä, joka ilmenee yksilöissä ja jonka johonkin kuuluminen pitkälti synnyttää. Olennaista on se, että identiteetit eivät ainoastaan kehity, vaan ne kehitetään. Tämä pätee yhtä hyvin niin etnisiin, uskonnollisiin, luokka- ja kansallisiin identiteetteihin kuin kulttuurisiin tai sosiaalisiin identiteetteihinkin. Yhteisöllisyyden etsintä, yhteiset arvot ja tarkka rajanveto sen suhteen, kuka kuuluu joukkoon ja kuka ei. Identiteettiin kuuluu aina kaksi ominaisuutta: yhteisyys ja eronteko. (Ks. esim. Kivikuru 2000, 11–14; 1998, 321–325.)

Kuuluminen on perinteisesti ollut niin identiteetin rakentumisen kuin yhteisyydenkin kriteeri. Ihmiset haluavat ja kuuluvat erilaisiin ryhmiin, yhteisliittymiin ja yhteisöihin. Kuuluminen voi vapaaehtoisenaakin olla normatiivista, sosiaalisen viitekehyksen säätelemää. Kuulua voidaan myös kiinnostuksen vuoksi, ilman sen kummempia sitoumuksia tai osallistumista. Jäsenyys saattaa olla myös hyvin merkittävää kuulumista ihmisen identifioituessa ryhmään. Kuulumiseen liittyy myös yhteenkuuluvuuden tunne, jota korostetaan usein yhteisyyttä määritettäessä

Yksilöllistyminen merkitsee tilannetta, jossa tämä kuuluminen johonkin ei ole enää itsestäänselvyys, vaan oma identiteetti on tehtävä kommunikaatiolla, kuluttamisella ja elämänkulun valintoina. Identiteetillä ei kuitenkaan ole merkitystä, jos se ei tapahdu suhteessa muihin ihmisiin, suhteessa siihen mitä nimitämme yhteisyydeksi. Identiteettityön muutosta voi kuvata muutoksena jonnekin kuulumisen problematiikasta muutokseen suhteiden synnyttämisen ja ylläpitämisen problematiikaksi.

Identiteettityön muuntumista jatkuvaksi prosessiksi on pyritty kuvaamaan muun muassa pohdinnoilla postmodernista tai jälkimodernista minuudesta. Jälkimoderni minuus tai subjekti liittyy samaistumisprosessin vaikeutumiseen. Ihmisellä ei ole enää vain yhtä viiteryhmää, yhteisöä, kulttuuria tai paikkaa, johon tuntee kuulumuutta ja jonka avulla rakentaa jatkuva, yhtenäinen identiteetti. Ihminen on ärsykkeiden ja vaikutusten ristipaineessa, jonka tuloksena ihmisellä ei

ole kiinteää, olemuksellista tai pysyvää identiteettiä, vaan pirstoutunut. Se koostuu monista identiteeteistä, jotka saattavat olla ristiriidassa keskenään. Se määrittyy historiallisesti ottaen eri identiteettejä eri aikoina, eivätkä ne ryhmitä eheän minän ympärille, minkä vuoksi samaistumisemme kohteet vaihtelevat nopeasti muuntuviissa toiminnan konteksteissa. (Hall 1999, 21–23.)

Postmodernin identiteettikäsitteilyä voi nähdä varsin pessimistisenä tulkintana ihmisestä. Ihmisen minuus ja identiteetti ovat jotakin pirstoutuvaa ja tyystin katoavaa, siten merkityksettömäksi muuttuvaa. Myönteisempää tulkintaa median, teknologisoitumisen ja sosiaalisen alueen muutoksista identiteetille on piirtänyt Kenneth J. Gergen (esim. 2009). Hänen mukaansa modernin ajan erilliseen yhteisyyteen perustuva minäkäsitys ei ole enää kovinkaan toimiva. Tarkastelun painopistettä tulisi Gergenin mukaan siirtää erillisestä yksilöstä kohti suhteita, relaatioita, joista minuus ja identiteetti syntyvät ja jatkuvasti uudelleen määrittyvät. Minuutemme ja identiteettimme on suhteiden ja kommunikaation tulos. ”Minää” ei määritellä itse, vaan se määrittyy joksikin tietystä suhteesta. ”Minä” ei synnytä suhdetta vaan suhde synnyttää ”minän”. Näin selittyy osaltaan myös 2000-luvulla rajusti laajentunut verkkomaailma ja sosiaalinen media ja se miksi ihmiset sankoin joukoin hakeutuvat näiden teknologioiden pariin. (Gergen 2009; ks. myös Saastamoinen 2003, 175–176.)

Identiteetin ja yhteisyyden suhteita pohdittaessa onkin syytä huomioida, nähdäänkö esimerkiksi kulttuurin medioituminen ja teknologisoituminen kulttuuripessimistisesti ilmiönä, joka muuntaa minuuden ja yhteisyyden merkityksettömäksi. Vai olisiko pyrittävä rakentamaan uutta käsitteistöä, joilla nivoa yksilöiden identiteettiyö ja yhteisyyden muodot uudella tavalla toisiinsa. Zizi Papacharissi (2010, 316–317) puhuu käsitteestä verkottunut minä (*networked self*), jolla hän viittaa media- ja teknologialukutaitoiseen ihmisideaaliin, joka kykenee luomaan ja ylläpitämään sosiaalisuutta verkon avulla, samalla osaten tulkita sosiaalisuuden erilaisia motiiveja ja intensiteettejä.

Yhteisyyden monimuotoinen ja rinnakkainen jatkumo

Lehtonen (1990) jakoi yhteisyyden kahteen kehitysprosessiin. Yhteisyys vuorovaikutuksessa kehittyvänä ilmiönä, jolloin jäsenten ryhmäidentiteetti muotoutuu konkreettisen toiminnan seurauksena ja tuloksena voi olla toiminnallinen yhteisö. Ja toiseksi yhteisyys yhteenkuuluvuuden tunteena, joka voidaan ymmärtää ryhmäidentiteettiä vahvistavana tietoisuusmuotona ja jonka tuloksena kehitty symbolista yhteisöllisyyttä. Modernin maailman vuorovaikutusjärjestelmät ovat Lehtosen mukaan ensisijaisesti sopimuksellisia, jolloin niitä ei pitäisi Lehtosen mukaan nimittää toiminnallisiksi yhteisöiksi. ”Yhteisöt toiminnallisina järjestelminä korvautuvat modernissa maailmassa symbolisen yhteisöllisyyden konstruktiolla.” (Lehtonen 1990, 23–33, 218). Tätä jakoa voidaan laajentaa seuraavasti: kuvitteellinen yhteisö (yhteisyys), symbolinen yhteisö (yhteisöllisyys) ja toiminnallinen yhteisö (yhteisö). (Kangaspunta 2006).

Yhteisyys on nykymaailmassa jatkumo, joka vaihtelee tiiviys- ja voimakkuusasteiltaan. 2000-luvulla yhä monimuotoistunut internetin virtuaalinen maailma sosiaalisine medioineen osoittaa, että yhteisyyttä on syytä tarkastella jatkumona. Ihmiset toimivat yhä enemmän median ja verkkojen välityksellä ja yhteisyys saa yhä yksilöllisempiä piirteitä. Karkeasti voitaisiin puhua paradoksaalisesti yksilöllisestä yhteisöllisyydestä. Ja kriittisesti sosiaalisuudesta, verkoista ja verkostoista. Näkökulmaa vahvistaa Mikko Saastamoisen artikkeli, jossa pohditaan yksilöllistymistä ajan ilmiönä. Huomioitava on lisäksi se, että erilaiset yhteisyyden muodostelmat, verkot ja verkostot, toimivat yhtä aikaa ns. fyysisessä maailmassa ja verkon virtuaalimaailmassa.

Laajan yhteisyyden jatkumon määrittäjiä ja kriteereitä ovat – edellä esitetyn ja kirjan muiden artikkelien perusteella – muiden muassa toiminta ja vuorovaikutus, niiden intensiteetti ja osallistumisaktiivisuus, sosiaalinen side, yhteenkuuluvuuden tunne, valinta, identiteetti ja jäsenten väliset suhteet. Määreenä voi pitää myös jakoa primaareihin ja sekundaarisiin yhteisöihin, tällöin isona jakajana toimii sosiaalinen side. Lisäksi on huomioitava Ja-

ri Aron artikkelissaan esiin tuoman sosiaalisen maailman teorian huomio: yksilö voi eriasteisesti olla sitoutunut useaan yhteisöön. Yhteisyyden jatkumon voi jakaa seuraaviin ulottuvuuksiin:

Yhdistävyys ja samankaltaisuus (esiaste)

1. Kuvitteellinen yhteisyys
2. Yhteisyys- tai sosiaaliverkko
3. Maantieteellinen yhteisö tai verkko
4. Intressiyhteisö tai -verkosto
5. Primaari yhteisö tai verkosto
6. Virtuaaliverkosto
7. Toiminnallinen yhteisö tai verkosto

Yhdistävyys ja samankaltaisuus ovat yhteisyyssynnön oraita, yhteisyyden muodostumisen potentiaali ja esiaste. Askel kohti jonkin asteista yhteisyyssuotoa edellyttää yhteenkuuluvuuden tunteen tai yhteisen tietoisuuden kokemista. Samassa elintarvikekaupassa käyvät tai samoja nettisivustoja käyttävät ovat näiden paikkojen asiakkaita, jolloin heillä on jotain yhteistä, mutta he eivät ole keskenään vuorovaikutuksessa. Liikeryityksen näkökulmasta he ovat kuitenkin asiakasyhteisö.

1. *Kuvitteellinen yhteisyys* tarkoittaa kuviteltua ja kuvitteellista yhteisyyttä, jossa ihmiset eivät ole vuorovaikutuksessa keskenään. Tätä löysintä yhteisyyssuotoa ei ehkä tulisi lainkaan kutsua yhteisöksi. Benedict Andersonin (2007) imaginaarisen käsitteeseen pohjaava ja laajasti käytetty kuvitteellisen yhteisöllisyyden käsite nojaa yhteisyyden tunteeseen, joka ei toteudu interpersoonallisena vuorovaikutuksena, joka taas kuuluu olennaisesti yhteisön määrittelyyn. Jari Aron artikkeli valaisee miten Anderson nimittää julkisuuden kautta organisoituvia suhteita imaginaarisiksi yhteisöiksi, koska ne rakentuvat yhteenkuuluvuuden sentimentin varaan.

Typillisimmillään kuvitteellisessa yhteisyydessä on kyse median yleisöstä ja kohderyhmästä. Tällöin kuvitellaan esimerkiksi television kokoavan samanaikaisesti joukon ihmisiä ruudun ääreen, Linnan

juhlien tai tosi-tv-spektaakkeliin ääreen¹. Erityisesti kaupallinen media pyrkii kohdentamaan ohjelmiansa ympärillä olevan mainonnan tarkoin kohderyhmille, puhumatta niche-kanavista, jotka rakennetaan tietyille kohderyhmille. Nämä kohderyhmät ovat kuvitteellisia – ja niiden ulkopuolelta määriteltyjä – ryhmiä. Niihin kuuluvat ihmiset eivät koe minkäänlaista yhteenkuuluvuuden tunnetta kanavan yleisönä.

Aivan samaan tapaan paikkakunta, maakunta tai kansakunta ovat kuvitteellisia, ja sosiaalisina organisaatioina konstruktioita. Valtio on tyypillisesti kuvitteellinen yhteisö, koska kyseessä on paremminkin mielikuva yhteisyydestä kuin reaalin vuorovaikutus. Valtiota kansanhenkeä tai kansallisuuden tunnetta toteuttavana kuvitteellisena yhteisyytenä pidetään ensimmäisenä esimerkkinä tavasta, jolla yhteisön käsite muuttuu modernissa maailmassa merkitykseltään toiminnallisesta ja statuksellisesta yhteisöllisyydestä imaginaariseksi yhteisyydeksi. (Anderson 2007)

Kuvitteellisen yhteisyyden voi havaita mitä erilaisimmissa yhteyksissä, varsinkin verkko- ja mediamaailmassa. Ihmiset eivät ole keskenään varsinaisesti vuorovaikutuksessa, mutta saattavat kokea yhteenkuuluvuutta, ainakin välillisesti. Tyypillisesti myös median sisällöt synnyttävät yhteisiä puheenaiheita, ja osittain niiden seuraamiseen liittyy sosiaalinen normin aspekti, haluttiin sitä tai ei. Heikkilän, Ahvan, Siljamäen ja Valtosen artikkelissa tuodaan esille median käytön sosiaalinen aspekti.

Johonkin yhteisyysmuotoon kuuluminen sisältyy usein jonkin asteinen yhteenkuuluvuuden tunteen. Kuuluminen on väljää yhteisyyttä. Esimerkiksi verkossa on valtava määrä keskustelupalstoja, joilla ihmiset reagoivat, ottavat kantaa ja osallistuvat vailla sen kummempaa yhteenkuuluvuutta.

2. *Yhteisyys- tai sosiaaliverkko* voi pitää astetta tiiviimpänä yhteisyyden muotona, jossa ihmiset tuntevat yhteenkuuluvuutta, ovat tietoisia kuulumisestaan johonkin ryhmittymään, kommunikoivat ja ovat vuorovaikutuksessa keskenään. Tätä muotoa sävyttää usein tunteeseen

1. ”Se yhdistää kansakuntaa”, sanoi Yleisradion väistyvä toimitusjohtaja Mikael Jungner suurten urheilutapahtumien esittämisestä julkisen palvelun televisiokanavilla. (Lappalainen 2010, Helsingin Sanomat 22.4.)

perustuva symbolinen yhteisöllisyys ja identiteettimotivaatio. Wellman puhuu Jari Aron artikkelissa verkostoituneesta individualismista. Tällaisia yhteisöjä ovat esimerkiksi useat kuluttaja-, elämäntapa-, harrastus-, peli- ja faniyhteisöt, jollaisista erityisesti Minna Autio artikkelissaan kertoo. Hän kutsuu muotoa kevyt- ja uusyhteisöllisyydeksi sekä heimoistumiseksi. Hänen näkemyksensä mukaan yhteisöllisyys on informaatioteknologian myötä vahvistunut, ja vastaavasti individualismi rapautunut. Jälkmodernin yhteisöllisyys lähtee ryhmään kuulumisesta luokan sijaan. Tyypillisiä kuluttajayhteisöjä voisivat olla elämäntapaan liittyvät verkostot. Media- ja teknologiavälitteisyys sekä kuluttaja- ja brändiheimot lukeutuvat myös tälle yhteisyyden tasolle.

Verkon vuorovaikutuksellista yhteisöllisyyttä, verkkoyhteisöjä, voi kuvata Mikko Saastamoisen termein verkostososiaalisuudeksi, joka voi olla virtuaalinen ympäristö, jossa samanmieliset kanssakäyvät. Saastamoinen ehdottaa Witteliä lainaten verkoston käsitettä jäykän yhteisö -käsitteen sijalle. Esimerkiksi peliyhteisöt voisivat olla tällaisia, tosin pelien kehittelijöille niistä voi kehkeytyä myös toiminnallisia verkkoyhteisöjä.

Yhtä kaikki, tällä tasolla ihmisiä yhdistää ainakin interpersonaalinen vuorovaikutus ja yhteenkuuluvuuden tunne. Yhteenkuuluvuus voi liittyä myös yhteisiin intresseihin, tietoihin ja taitoihin, yhteisesti jaettuun tai koettuun historiaan. Osallistujat kommunikoiivat ja ovat vuorovaikutuksessa keskenään, mutta eivät välttämättä kohtaa fyysisesti. Tällaisia yhteisöjä ovat esimerkiksi varsinaiset virtuaaliset, verkko-, kuluttaja- ja asiakas- sekä faniyhteisöt. Useat tähän osastoon luettavat yhteisöt ovat mediavälitteisiä. Paikallinen tai intressiin pohjaava yhteisömedia yltää tälle asteelle. Heikkilän, Ahvan, Siljamäen ja Valtosen artikkeli tuo esille sosiaaliset verkot tulkintayhteisöinä. Nopparin ja Uusitalon artikkeli kuvaa nuorten verkkoyhteisyyden eri muotoja, jotka voi sijoittaa tässä luokittelussa useisiin kohtiin.

3. Maantieteellinen yhteisö tai verkosto tarkoittaa eräänlaisia perusyhteisöjä tai -verkostoja, mutta niissä sosiaalinen side ja vuorovaikutus saattaa jäädä vähäiseksi. Maantieteellinen sosiaalinen tila on yhteisyyden potentiaali, mahdollisuus kohtaamiseen, kommunikointiin ja

kanssakäymiseen, vuorovaikutukseen ja yhteistyöhön. Ellei potentiaali toteudu, jää paikallinen yhteisyys vain hajanaiseksi ja jopa kuvitteelliseksi yhteisyydeksi. Interaktion ja toiminnan intensiivistyessä nämä yhteisöt voisi sijoittaa toimintayhteisöiksi.

Alueelliset ja esimerkiksi kaupunginosayhteisöt saattavat luoda symbolista yhteisyyttä kielen ja murteen sekä erilaisten toimintatapojen ja symbolisten rituaalien muodossa, ja identifioitumalla esimerkiksi asuinalueeseen, kuten Pauliina Lehtosen artikkelissaan kuvaa. Hänen tapaustutkimuksessaan yhteisöstä rakennettiin tietoisesti kompetenssi, julkinen toimija, vaikuttamaan pyrkivässä kansalaistoiminnassa. Tässä näkyy miten eri yhteisyyden muodot risteytyvät, sillä Annikinkadun yhteisöstä kehittyi myös intressiyhteisö. Kaupunginosat voivat tiivistyä aktiivisesti aluetta kehittäviksi eräänlaisiksi kyläyhteisöiksi, joissa toimitaan yhdessä yhteisten päämäärien eteen.

4. *Intressiyhteisö* tai *-verkosto* kuten puolueen ja uskonnon yhteisö, erilaiset elämäntapaan liittyvät harrastusryhmät ja asioiden edistämiseksi perustetut kehityshankkeet ovat kansalaisyhteiskunnan perustaa. Näitä yhteisöllisyyden muotoja voidaan nimittää myös vakaumuksen yhteisöiksi (Brint 2001). Varsinkin asioiden edistämisen yhteisöt toimivat yhtä lailla fyysisessä ja virtuaalisessa maailmassa. Yhteenkuuluvuus kytkeytyy tällöin yhteisesti jaettuun ja koettuun historiaan. Maarit Mäkisen artikkeli innovaatioyhteisöistä kuvaa uudenlaisia verkon avulla kehiteltäviä hankkeita, jotka voisi luokitella myös virtuaalisiksi tai verkon toimintayhteisöiksi. Tosin Mäkisen innovaatioyhteisö voidaan sijoittaa myös virtuaaliverkoston osastolle. Intressiyhteisöt pidetään tässä omanaan, koska niiden interaktion asteet ovat liukuvia.

5. *Primaari yhteisö* tai *verkosto*, kuten perhe, suku, ystävyys- ja vapaa-ajan sosiaaliset ryhmät sekä jossain määrin työyhteisö. Näissä yhteisöissä sosiaalinen side on voimakas, ja suhde on henkilökohtainen. Silti ideaalissa yhteisössä jäsenillä on mahdollisuus valita kuulumisensa yhteisöön, mutta perhettä ja sukua ei voi valita. Myös työyhteisö tulee työpaikan mukana tavallaan kaupanpäällisenä. Primaarit yhteisöt eivät ole välttämättä tasa-arvoisia, koska esimerkiksi perhe ja työyhteisö ovat hierarkkisia. Tämän määrään toisena puolena ovat sekundaariyhteisöt,

jotka sijoittuvat elämän niin sanottuihin kolmansiin paikkoihin, kuten vapaa-aikaan ja harrastuksiin. Useat virtuaaliset verkot ovat sekundaarisia. Sekundaarisuhteet ovat muodostuneet intressiyhteisöjen tai verkostojen tapaan jonkin tehtävän suorittamista varten, henkilöillä on rooli ja suhteita luonnehtii lyhyt kesto. Jari Aro korostaa artikkelissaan, että primaari- ja sekundaariryhmien ero tarkoittaa pitkälti samaa kuin sosiologien klassikoiden yhteisöllisten ja yhteiskunnallisten sosiaalisten suhteiden ero. Lisäksi hän tuo esille tertiaariset suhteet, jotka ovat sekundaarien tapaisia, mutta tapahtuvat organisaatioiden, markkinoiden ja median välittämällä.

6. *Virtuaaliverkosto* toimii internetin verkkomaailmassa. Kyseessä on virtuaalinen toimintayhteisö tai -verkosto kuten sosiaalinen media², jossa käyttäjät ryhtyvät tekijöiksi. ”Toimintaa voikin pitää ensimmäisenä nykymuotoisten verkostojen keskeisenä erona verkkoyhteisöihin. Kyse ei ole kuitenkaan siitä, että ihmiset olisivat halunneet alkaa tehdä asioita internetissä viime vuosina. Vasta 2000-luvun internet ja sosiaalinen media on tarjonnut riittävän helppokäyttöiset, nopeat, tehokkaat ja edulliset työvälineet laajamittaiseen kollektiiviseen toimintaan,” kirjoittaa Kari Hintikka tässä kirjassa. Hänen mukaansa 1990-luvulla internet oli verkko ja 2000-luvulla se kehittyi syemmäksi sosiaalisesti toimintaympäristöksi – verkostoksi. Hänen mukaansa sosiaalisen median verkosto on ”yksilöiden yksi- ja kaksisuuntaisten yhteyksien muodostama kokonaisuus, joka rakentuu uniikisti jokaiselle osallistujalleen internetissä. Samalla se on myös jäsentensä keskinäisistä aliverkostoista syntyvä sosiaalinen ja toiminnallinen yhteenliittymä.”

Myös Hintikka käyttäisi virtuaalisen maailman yhteydessä yhteisön ja myös verkon sijasta verkostoa, jota hän avaa artikkelissaan käsitteellä laajasti. Sen keskeisiä yhteistyön muotoja ovat vuorovaikutus ja toiminta jonkin yhteisen asian parissa tai hyväksi. Ryhmäläiset identifioituvat yhteisöönsä tai verkostoonsa. Erona fyysisen maailman yhteisöön, virtuaaliverkosto perustuu enemmän yksilöiden kanssakäymiseen, jonka keston ja sitovuuden he voivat valita. Tosin jälkimodernin ajan

2. Kielitoimiston mukaan yhteisöllinen media olisi käsitteellä sosiaalista mediaa tarkempi.

yhteisöt pohjautuvat ylipäätään yksilöllisyyteen. Aktiivinen toiminta verkkoympäristössä johtaa myös kasvokkaiseen yhteistyöhön.

7. *Toiminnallinen yhteisö* tai *verkosto* on yhteisö käsitteen perusmerkityksessä ja yhteisön ideaali perusmuoto, jota on luonnehdittu toiminnalliseksi vuorovaikutusjärjestelmäksi. Tämä ideaaliyhteisö on toiminut eräänlaisena peiliyhteisönä, jota vasten yhteisöllisyyttä on aikojen saatossa tulkittu. Näiden ns. fyysisen reaali maailman yhteisöjen yhteisöllisyyden asteet vaihtelevat. Tällaisia yhteisöjä voivat olla maantieteelliset yhteisöt, kuten asukas- ja kyläyhteisöt, ideologiset intressiyhteisöt kuten puolueorganisaatiot, harrastuksiin liittyvät yhteisöt kuten urheilujärjestöt ja harrastuspiirit. Typistetyssä jaottelussa maantieteelliset ja intressiyhteisöt voisi liittää toimintayhteisöihin edellyttäen, että ne sillä asteella toimisivat. Olennaista on toiminta jonkin yhteisen päämäärän hyväksi ja kasvokkainen interaktio. Selvää on myös se, että toimintayhteisöt ja verkostot toimivat usein sekä fyysisessä että verkkomaailmassa.

Yhteisyys on abstraktio, joka hahmottelee yhteisöllisyyttä useiden ulottuvuuksien kautta. Tässä artikkelissa – ja koko kirjassa – on pyritty hahmottelemaan kriteereitä, joiden pohjalta meidän aikamme yhteisyyden muotoja voitaisiin määritellä. Modernissa yhteiskunnassa yhteisöt ovat usein vapaaehtoiseen jäsenyyteen perustuvia, avoimia ja yksilöiden erilaisuuteen väljästi suhtautuvia. Myöhäismodernin yhteiskunnan erityisesti mediavälitteisissä yhteisöllisissä muodostelmissa nämä ominaisuudet korostuvat entisestään. Yhteisöistä on tullut avoimen yksilöllisiä, ja niiden kirjo on väljentynyt entisestään, eikä niitä useinkaan voi kutsua sanan perinteisessä merkityksessä yhteisöiksi tai yhteisöllisiksi vaan pikemminkin sosiaalisiksi verkoiksi ja muodostelmiksi.

Lähteet

- Anderson, Benedict (2007): Kuvitellut yhteisöt. Nationalismin alkuperän ja leviämisen tarkastelua. Alkuteos *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. (1983, 1991) Suomentanut Joel Kuortti. Vastapaino. Tampere.
- Bauman, Zygmunt (1997): *Postmodernin lumo*. Vastapaino. Tampere.
- Blatterer, Harry (2010): Social Networking, Privacy, and the Pursuit of Visibility. Teoksessa Blatterer, Harry & Johnson, Pauline & Markus, Maria R. (eds.): *Modern Privacy. Shifting boundaries, new forms*. Palgrave. Houndmills, 73–87.
- Brint, Steven (2001): *Gemeinschaft Revisited: A Critique and Reconstruction of the Community Concept*. Article in *Sociological Theory*, Vol. 19, No. 1, pp. 1–23. American Sociological Association, Wiley-Blackwell. Stable URL: <http://aaa.jstor.org/stable/223289>.
- Deragon, Jay (2007): *The Motivation Factors*. <http://www.socialmediatoday.com/SMC/17260>. (22.10.2009)
- Etzioni, Amitai (2000): *Creating good communities and good societies*. Julkaisussa *Contemporary Sociology* 29 (1), 188–195.
- Fiske, Alan Page (1993): *Structures of Social Life. The Four Elementary Forms of Human Relations*. The Free Press, New York
- Gergen, Kenneth J. (2009): *Relational being: Beyond self and community*. Oxford University Press. Oxford.
- Hall, Stuart (1999): *Identiteetti*. Vastapaino. Tampere.
- Haarala, Risto & Lehtinen Marja & Eronen Riitta & Grönros Eija–Riitta & Haapanen Minna & Nikunen Erja & Nissinen Irma & Rahikainen Tarmo (Toim.): *CD-Perussanakirja. Kotimaisten kielten tutkimuskeskus*. Oy Edita Ab. Helsinki.
- Joseph, Miranda (2002): *Against the Romance of Community*. University of Minnesota Press. London.
- Kangaspunta, Seppo (2006): *Yhteisöllinen digi-tv. Digitaalisen television uusi yhteisöllisyys, yhteisöllisyyden tuotteistaminen ja yhteisötelevision vaihtoehto*. Väitöskirja. Tampere University Press, Media Studies.
- Kellner, Douglas (1998): *Mediakulttuuri*. Vastapaino. Tampere.
- Kivikuru, Ullamaija (2000): *Kanssalaisten yhteisyys ja ”he”*. Teoksessa Tapper Helena (toim.) (2000): *Me median maisemissa. Reflektioita identiteettiin ja mediaan*. Palmenia, Helsingin yliopisto, 11–50.
- Kurki, Leena (2000): *Sosiokulttuurinen innostaminen. Muutoksen pedagogiikka*. Vastapaino. Tampere.
- Lehtonen, Heikki (1990): *Yhteisö*. Vastapaino. Tampere.
- Matikainen, Janne (2008): *Sosiaalinen media – millaista sosiaalisuutta? Tiedotustutkimus* 31(4): 24–42.

- Mäkinen, Maarit (2009): Digitaalinen voimistaminen paikallisten yhteisöjen kehittämisessä. Väitöskirja. Tiedotusopin laitos. Tampere University Press, Media Studies.
- Papacharissi, Zizi (2010): Conclusion: A Networked Self. Teoksessa Papacharissi, Zizi (ed.): A Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social Network Sites. Routledge. London.
- Pietilä, Kauko ja Sonderman Klaus (1994): Sanomalehden yhteiskunta. Vastapaino. Tampere.
- Saastamoinen, Mikko (2003): Elämäntapayhteisöt ja yhteisöllistämisen teknologiat – identiteetti, ekspressiivisyys ja hallinnointi. Teoksessa Pekka Kuusela & Mikko Saastamoinen (toim.): Ruumis, minä ja yhteisö – sosiaalisen konstruktionismin näkökulma. Kuopion yliopisto, yhteiskuntatieteet, selvityksiä E 21.
- Vandenberghe, Frederick (2008): Deleuzian capitalism. *Philosophy & Social Criticism*. Vol 34, no 8, 877–903. Sage. London.
- Uusitalo, Liisa (2002): Kuluttajasta merkitysten tuottajaksi – verkkoyhteisöllisyyttä hakemassa. Teoksessa Uusitalo Liisa (toim.): Kuluttaja virtuaalimarkkinoilla. Edita. Helsinki.

Kirjoittajat

Ahva, Laura, YTT, tutkija, Journalismin tutkimusyksikkö, Tampereen yliopisto.

Aro, Jari, YTT, tutkija, Sosiaalitutkimuksen laitos, Tampereen yliopisto

Autio, Minna, MMT, dosentti, Helsingin yliopisto, taloustieteen laitos, kuluttajaekonomia

Heikkilä, Heikki, YTT, erikoistutkija Journalismin tutkimusyksikkö, Tampereen yliopisto.

Hintikka, Kari A., tutkija, jatko-opiskelija, Sosiologian yksikkö, Jyväskylän yliopisto

Kangaspunta, Seppo, YTT, tutkija, journalistiikan lehtori, Tiedotusopin laitos/Journalismin tutkimusyksikkö, Tampereen yliopisto

Lehtonen, Pauliina, tutkija, Journalismin tutkimusyksikkö, Tampereen yliopisto

Mäkinen, Maarit, YTT, tutkija, Journalismin tutkimusyksikkö, Tampereen yliopisto

Noppiari, Elina, tutkija, Journalismin tutkimusyksikkö, Tampereen yliopisto

Saastamoinen, Mikko, YTL, ma. yliassistentti, sosiaalipsykologia, Sosiaalipolitiikan ja sosiaalipsykologian laitos, Kuopion yliopisto

Siljamäki, Jaana, FM, tutkija, Viestintätieteiden laitos/Journalistiikka, Jyväskylän yliopisto

Uusitalo, Niina, tutkija, Journalismin tutkimusyksikkö, Tampereen yliopisto

Valtonen, Sanna, VTL, tutkija, Sosiaalitieteiden laitos, Viestinnän oppiaine, Helsingin yliopisto