

# Sanomalehdistö ja lehtiä lukeva yleisö Karjalan tasavallassa

Jukka Pietiläinen

Neuvostoliitossa lehdistö oli rakenteeltaan hyvin keskitetty, pyramidimainen. Tärkeimmät lehdet ilmestyivät Moskovassa, ja sanomalehdistön merkitys väheni hallintorakenteen alemmille tasoille tultaessa. Paikalliset lehdet olivat toki suosittuja, mutta kun Moskovassa ilmestyneet 24 valtakunnallista lehteä kattoivat lähes puolet levikistä, paikallisten rooli jäi väistämättä vähäisemmäksi (lehtien levikkiedoista Pietiläinen 2002a, 124–125). Nyky-Venäjällä lehdistö on sen sijaan ensisijaisesti paikallista ja paikallislehdet ovat myös luetuimpia kuten esimerkiksi kaksi Karjalassa tehtyä kyselytutkimusta osoittavat.<sup>1</sup>

Neuvostoliiton hajoamisen jälkeen valtakunnalliset lehdet menettivät entisen erikoisasemansa ja suuren osan levikistään. Sen sijaan alueelliset ja paikalliset lehdet säilyttivät asemansa paremmin. Tosin venäläiset levikkitalastot ovat nykyisin suurelta osin puutteellisia (ks. Pietiläinen 2002b, 213–217). Niiden käyttöä vaikeuttaa vielä se, että sanomalehdeksi (gazeta) lasketaan kaikki lehdet, jotka on painettu sanomalehtipaperille ja joita ei ole nidottu. Niinpä lehdeksi luetaan myös esimerkiksi mainoslehdet, erilaiset yritysten lehdet ja satunnaisesti ilmestyvät pienlehdet. Koska levikkitalastot eivät anna kattavaa kuvaa, lehdistön nykyrakennetta on tarkasteltava paikallisella tasolla.

Samalla kun paikalliset lehdet ovat vahvistuneet valtakunnallisten kustannuksella, viikkolehdet ovat ottaneet valta-aseman päivälehdiltä. Sanomalehdet eivät kuitenkaan ole menettäneet yleisöään, vaikkakin lukeminen on harventunut ja osa väestöstä ei

enää lue lehtiä säännöllisesti (Wyman 1997, 108; Resnjanskaja & Fomitšova 1999, 87–88, White & Oates 2003, 32). Paikallisella tasolla keskenään kilpailevien lehtien määrä on kasvanut huomattavasti 1980-luvun loppuun verrattuna ja monilla Venäjän alueilla vanhat lehdet ovat menettäneet asemansa uusille (Jefremova 1999; Žurnalist i Žurnalistika... 1994; Kiritšek 1998; Lange 1997, 195; Kniivilä 2002; GallupMedia 2002). Esimerkiksi Petroskoissa ilmestyvien, suurelle yleisölle tarkoitettujen venäjänkielisten lehtien määrä kasvoi 1990-luvulla kahdesta kymmeneen, mutta putosi vuoden 2003 alussa kuuheen. Samalla lehtien sisällöt ovat eriytyneet niin, että ne eivät juuri käsittele samoja aiheita ja yhteisten aiheiden käsittely vaihtelee lehtien mukaan (Pietiläinen 2002a, 443–444).

Viime vuosina valtakunnallisten lehtien asema on hieman vahvistunut, erityisesti paikallispainosten myötä: Karjalassakin ilmestyy jo neljän moskovalaisen lehden paikallispainos. Tosin niiden painosmäärät ovat jääneet parhaimmillaan vain noin neljäsosaan suosituimpien paikallislehtien levikistä.

## Sanomalehdet Petroskoissa ja Karjalassa

Perinteisten, jo Neuvostoliiton aikana ilmestyneiden sanomalehtien julkaiseminen on jatkunut, mutta lehdet ovat menettäneet entisen hallitsevan asemansa. *Leninskaja pravdasta Severnyi kurjeriksi* ja sittemmin *Kurjer Kareliiksi* muuttunut päälehti on menettänyt valtaosan entisestä 130 000 kappaleen levikistään. Sen painosmäärä on nykyisin vain 14 000 kappaletta, mutta se on edelleen ainoa viisi kertaa viikossa ilmestyvä sanomalehti. *Kurjer Kareliin* levi-

kistä suurin osa, 65%, menee tilaajille. *Komsomoltsista Molodjožnaja gazetaksi* muuttunut nuorisolehti menetti samoin suuren osan levikistään eikä ole onnistunut löytämään paikkaansa uusissa oloissa. Suomenkielinen *Karjalan Sanomat* (entinen *Neuvosto-Karjala*) leviää nykyisin 1500 kappaleen painoksena. Se on saanut rinnalleen karjalankieliset *Oma muan* ja *Vienan Karjalan*, joiden painosmäärä on alle 1000 kappaletta.

Uusista lehdistä useimmin ilmestyy hallituksen äänenkannattaja *Karelija* — kolmesti viikossa vuoden 2001 alusta, kuten se oli ilmestynyt myös vuosina 1995–1996. *Karelija* ei ole kuitenkaan saavuttanut suurta levikkiä, vaan sen painosmäärä on torstaisin 7 000 ja muulloin 4 000. Noin puolet *Karelijän* painoksesta menee tilaajille. Suosituimpia lehtiä ovat paikalliset viikkolehdet. Epäpoliittinen, ”koko perheen viikkolehti” *TVR-Panorama* ilmestyy yli 60 000 kappaleen painoksena, populaari oppositiolehti *Gubernija* lähes 40 000 kappaleena ja Petroskoin kaupungin perustama *Petrozavodsk* 14 000:n painoksena. Tilausten osuus näiden lehtien levikistä vaihtelee *TVR-Panoraman* 29 prosentista *Petrozavodskin* kolmeen prosenttiin.

Lehtien sisältö ja poliittinen suuntautuminen eroavat toisistaan selvästi. Esimerkiksi vuoden 1998 paikallisvaaleissa enemmistö paikallisista lehdistä kannatti Petroskoin kaupunginjohtajaa Sergei Katanandovia, joka voittikin vaalit (vaalien käsittelystä lehdistössä Pietiläinen 2000), mutta vaalien jälkeen osa lehdistä on kääntynyt Katanandovia vastaan ja oppositiolehdet ovat kertoneet hallituksen kiristäneen otettaan sen vaikutuspiirissä olevista tiedotusvälineistä (Pietiläinen 2002a, 229–239).

Lehtien määrä kääntyi laskuun vuoden 2002 paikallisvaalien jälkeen sillä monet lehdet oli perustettu vaalikampanjaa silmälläpitäen. Toista päivälehteä, *Gubernijaa* julkaisevan yhtiön perustama *Reportjor* ilmestyi vuosina 1999–2000, mutta se ei menestynyt kilpailussa *Severnyi kurjerin* kanssa ja sai vain 2000 kappaleen levikin. Sen sijaan paikallisvaalit 2002 merkitsivät selvempää käännettä lehtimarkkinoilla. Heti vaalien jälkeen Petroskoin vaaleissa hävinneen kaupunginjohtajan julkaisema *Gorod* lakkautettiin. Värikkäät, pääasiassa pikku-uutisia julkaisevat *Sto-*

*litsa* ja *Vesti Karelii* perustettiin 2001 ja lakkautettiin syksyllä 2002. *Stolitsa* tuki Katanandovia vastustavaa Vasili Popovia, ja *Vesti Karelii* oli perustettu sen vallanpitäjiä kannattavaksi vastikkeeksi. Samoin länsimaista laatulehteä eniten muistuttava *Nabljudatel* lakkautettiin syksyllä 2002, pääasiassa julkaisijan taloudellisten vaikeuksien vuoksi (Karamzina 2002). *Stolitsa* ja *Vesti Karelii* kävivät vaalien jälkeen tarpeettomiksi. *Stolitsan* toimittajat siirtyivät pääasiassa *Gubernijaan*, *Vesti Kareliin* sekä *Kurjer Kareliin* ja *Nabljudatelin* toimittajat *Moskovski komsomoltsin* paikallistoimitukseen (Karamzina 2002, Gubernija 8.1.2003).

Poliittisista lehdistä jäljelle on jäänyt kommunistien uusi *Leninskaja pravda*, joka perustettiin 1993 ja joka on sinnitellyt parin tuhannen kappaleen levikillä. Kansallismielinen, poliittisiin skandaaleihin erikoistunut *Nabat Severo-Zapada* on ilmestynyt epä säännöllisesti, yleensä vaalien alla, ja sen viimeinen ilmestymiskausi ajoittui vuosiin 1999–2000.

Valtakunnalliset lehdet ovat tulleet Karjalan lehtimarkkinoille omilla paikallispainoksillaan vuodesta 2000 alkaen. Ensimmäisenä paikallispainoksen perusti *Komsomolskaja pravda* maaliskuussa 2000. Lehden viikonvaihdenumeroa painetaan Karjalassa 17 000 kappaleena ja muina päivinä painos on noin 7 000. Vuonna 2002 paikallisen painoksen perustivat sekä *Žizn* että *Moskovski komsomolts*, joiden painokset ovat 10 000 kappaletta. Näiden lisäksi *Argumenty i fakty* -lehdellä on huomattava määrä lukijoita Karjalassa.

Valtakunnallisetkaan lehdet eivät ole pysyneet paikallisen poliittisen valtaistelun ulkopuolella, vaan esimerkiksi *Komsomolskaja pravdan* paikallispainoksen päätoimittaja erottiin, kun lehti oli julkaissut Katanandovia arvostelevan jutun. Samoin *Moskovski komsomoltsin* paikallispainos tukee Petroskoin nykyistä kaupunginjohtajaa Viktor Masljakovia, mistä osoituksena on esimerkiksi se, että kaupungin omistamat yhtiöt mainostavat näyttävästi lehden paikallisilla sivuilla.

Kontupohjassa ilmestyy kaksi paikallista sanomalehteä, joista *Avangard* on paikallisen paperikombinaatin julkaisema. *Novaja Kondopogaa* julkaisee Kontupohjan kaupunki. *Avangardin* painos on 6 900



Kuva: Sami Parkkinen

ja *Novaja Kondopogan* 5 000 kappaletta. Präässä ilmestyy piirilehti *Naša Žizn* 2 500 kappaleena. Karjalan piireissä on tavallisesti vain yksi piirilehti eivätkä uudet kilpailijat ole yleensä kyenneet horjuttamaan perinteisen lehden asemaa.

## Muutoksia sanomalehtien yleisössä

Suuri osa Petroskoin, Kontupohjan ja Prääsan asukkaista lukee sanomalehtiä säännöllisesti, ja tapa seurata useita lehtiä on säilynyt. Helmikuussa 2002 lähes 70% seurasi vähintään yhtä sanomalehteä säännöllisesti ja neljännes epäsäännöllisesti. Vain kuusi prosenttia ei lukenut sanomalehtiä. Televisio oli kuitenkin tärkein tiedotusväline, jota 96% väestöstä seurasi vähintään silloin tällöin (yli 80% päivittäin). Sen sijaan radion kuuntelu oli vähäisempää, sillä joka kuudes (17%) ei kuunnellut radiota lainkaan ja vain 70% kuunteli sitä päivittäin.

Sanomalehtien leviäminen on muuttunut Venäjällä hyvin suuresti Neuvostoliiton aikaan verrattuna. Ennen suurin osa väestöstä tilasi sanomalehdet kotiin, mutta vuonna 2002 enää 18% tilasi lehtiä. Valtaosa lehtien lukijoista osti lehdet kioskista (83%), kolmannes (31%) luki lehtiä tuttavien luona ja nel-

jännes (25%) työpaikalla. Vain 12% luki lehtiä telineistä (venäjäksi stenda), joihin uusin numero on kiinnitetty. Työpaikalla lehtiä lukevat ovat yleensä korkeasti koulutettuja, he työskentelevät hallinnossa tai palvelusektorilla ja ovat usein johtavassa asemassa. Työpaikoilla luetaan useampia lehtiä ja myös valtakunnallisia lehtiä.

Petroskoissa suosituimmat lehdet ovat *Gubernija* ja *Petrozavodsk*, joita kumpaakin luki yli 60% yleisöstä molemmissa kyselyissä. Kolmantena tuli *TVR-Panorama*, jota luki reilu puolet vastaajista (57%), ja neljäntenä uusi lehti *Stolitsa* (56%). Perinteinen päivälehti *Kurjer Karelii* oli viidentenä, ja sitä luki vajaa puolet vastaajista (44%). Suosituinta valtakunnallista lehteä, *Argumenty i faktya*, luki vuonna 2002 enää reilu kolmannes (36%), kun vuonna 2000 sitä oli lukenut yli puolet (58%) vastaajista. Näyttääkin siltä, että *Argumenty i fakty* on menettänyt yleisöään viime vuosina. Lehdet tuntuvat myös saavan yleisöä nopeasti perustamisensa jälkeen, sillä *Gubernija* nousi suosituimmaksi lehdeksi kahden vuoden kuluessa ja vuonna 2000 perustettua *Stolitsaa* luki enemmistö vastaajista helmikuussa 2002. *Stolitsan* suosio perustui kuitenkin ilmeisesti osaksi ilmaisjakeluun, sillä sen levikki putosi toukokuun

2002 vaalien jälkeen 10 000:een, eikä GallupMedia (2002) saanut sen keskimääräiseksi lukijamääräksi kesällä 2002 kuin viisi prosenttia petroskoilaisista.

Hallituksen äänenkannattajaa *Kareljiaa* ja riippumatonta *Nabljudatelia* seurasivat pääasiassa ne, jotka olivat kiinnostuneet lehdistöstä yleensä ja lukivat muutenkin monia lehtiä. Tähän ryhmään kuuluvat olivat useimmiten korkeasti koulutettuja ja johtavassa asemassa. *Kareljiaa* lukivat erityisesti valtion ja paikallishallinnon työntekijät ja *Nabljudatelia* opetusalan työntekijät.

Toiseksi suosituin valtakunnallinen lehti, *Komsomolskaja pravda*, aloitti paikallispainoksen julkaisemisen Karjalassa huhtikuussa 2000 ja kykeni sen avulla lisäämään suosiotaan. Helmikuussa 2000 sitä luki vain 25% petroskoilaisista, mutta helmikuussa 2002 lukijamäärä oli noussut 40 prosenttiin. Muut valtakunnalliset lehdet olivat vähemmän suosittuja, ja niiden lukeminen oli yleensä satunnaista.

Paikallisia poliittisia sanomalehtiä, kommunistista *Leninskaja pravdaa* ja kansallismielistä *Nabat Severo-Zapadaa*, luki helmikuussa 2000 vain vajaat 10% vastaajista. Näiden lehtien lukijat olivat keskimääräistä vanhempia ja korkeammin koulutettuja. Pieniin sanomalehtiin kuuluvat myös kansallisten vähemmistöjen lehdet *Karjalan Sanomat* ja *Oma maa*, joita luki noin yksi prosentti vastanneista (10% kansallisuudeltaan karjalaisista) (vuoden 2000 tutkimus).

Näitä lehtiä ei otettu mukaan vuoden 2002 tutkimukseen.

Kun vastaajilta kysyttiin, minkä lehden he valitsisivat (annetusta luettelosta), jos voisivat valita vain yhden, suosituimpia paikallisia lehtiä olivat vuonna 2000 *Gubernija* ja *Petrozavodsk* ja vuonna 2002 *Gubernija* ja *TVR-Panorama*. Kun mukana vertailussa olivat vuonna 2002 myös laajalevikkisimmät valtakunnalliset lehdet, jommankumman niistä valitsi ensisijaiseksi lehdekseen lähes neljännes vastaajista.

Kontupohjassa noin 80% väestöstä lukee molempia paikallisia lehtiä ja 10% vielä jompaa kumpaa niistä. Vain 11% ei lukenut paikallisia lehtiä, ja heistä useimmat eivät lukeneet myöskään muita sanomalehtiä. Petroskoissa ilmestyvien Karjalan lehtien ja valtakunnallisten lehtien lukeminen ei ole kovin suosittua Kontupohjassa. Alle puolet väestöstä (44%) lukee Karjalan sanomalehtiä säännöllisesti, ja 20% ei lukenut Karjalan lehtiä lainkaan. Suosituimmat Karjalan lehdet olivat *TVR-Panorama* (48% lukee säännöllisesti tai epäsäännöllisesti), *Gubernija* (46%) ja *Kurjer Karelii* (37%). Suosituinta valtakunnallista lehteä, *Argumenty i faktya*, luki 43% ja *Komsomolskaja pravdaa* 35%. Jommankumman paikallisista lehdistä valitsi ensisijaiseksi lehdekseen 35% vastaajista, kun Petroskoin lehdet saivat yhteensä vain 22% kannatuksen.

Taulukko 1. Tärkeimpien sanomalehtien lukeminen ja suosio Petroskoissa vuosina 2000 ja 2002

Lehti	perust. (lopet.) vuosi	painosmäärä helmikuu 2002	säännöl./ epäsäänn. lukeminen 2000, %	säännöl./ epäsäänn. lukeminen 2002, %	ensisijainen valinta 1996 (Karjalan lehdet) %	ensisijainen valinta 2000 (Karjalan lehdet) %	ensisijainen valinta 2002, %
Gubernija	1996	35 000	36 34	23 46	—	27,0	11,3
Petrozavodsk	1990	12 000	31 46	20 43	22,7	21,3	8,5
TVR-Panorama	1990	57 000	25 32	19 38	7,9	10,8	12,5
Severnyi Kurjer	1918	14 000	13 31	10 33	34,5	14,0	4,2
Argumenty i fakty	1967	...	12 46	7 29	—	—	13,3
Nabljudatel	1996-2002	10 000	6 25	7 29	—	3,6	3,0
Kareljia	1992	4 - 7 000	7 18	5 28	1,5	1,6	1,6
Reportor	1999-2000	—	6 24	—	—	0,6	—
Molodjoznaja gazeta	1920	10 000	2 12	3 16	8,0	1,6	1,6
Komsomolskaja pravda	1920	10 000	5 20	12 27	—	—	9,5
Stolitsa	2001-2002	25 - 30 000	—	14 42	—	—	8,5
Vesti Karelii	2001	13 000	—	10 25	—	—	2,0
ei mitään näistä					25,4	19,5	24,0

Vuoden 1996 suosiolukemat perustuvat *Severnyi Kurjerissa* 24.5.1996 julkaistuihin tuloksiin.

Prääsässä Petroskoin lehtiä luettiin Kontupohjaa enemmän (63% luki niitä säännöllisesti ja 26% epäsäännöllisesti). Paikallista lehteä *Naša Žizniä* luki säännöllisesti 67% ja epäsäännöllisesti 22% vastaajista. Petroskoin lehdistä suosituimmat olivat *TVR-Panorama* (40% säännöllisesti, 30% epäsäännöllisesti) ja *Gubernija* (23% / 40%). Muista lehdistä ainoastaan *Kurjer Kareliita* luki yli puolet vastaajista. Prääsässä lehtien tilaaminen on säilynyt kaupunkija paremmin: 30% hankki lehtiä tilaamalla. Tämän vahvistavat myös postin lehtitilausluvut: Prääsässä tuhatta asukasta kohti tilattiin 166 sanoma- tai aikakauslehteä kun Petroskoin keskustassa vastaava luku oli 56.

Prääsässä myös valtakunnallisten lehtien suosio oli korkeampi kuin Petroskoissa ja Kontupohjassa. *Argumenty i faktya* luki 46% ja *Komsomolskaja pravdaa* 28%. Ne jotka eivät lukeneet paikallista *Naša Žizniä* eivät yleensä lukeneet muitakaan lehtiä. Tähän ryhmään kuului pääasiassa vanhuksia. Suuresta yleisömäärästä huolimatta *Naša Žizn* on vain harvoille ensisijainen valinta, mitä ilmeisemmin pienen sivumäärän ja pääasiassa paikallisen sisällön vuoksi. Vain joka kuudes prääsäläinen valitsee paikallisleh-

den ensisijaiseksi lehdekseen ja Petroskoin lehdet, kärjessä *TVR-Panorama*, saivat yhteensä 48% suosi-

## Lehtien valintaan vaikuttavat tekijät

Ikä, koulutus, yhteiskuntaluokka ja osaksi myös sukupuoli olivat tärkeimmät lehtien valintaan vaikuttavat tekijät. Lähes kaikkien lehtien lukeminen lisääntyi iän myötä, mutta uusien lehtien lukeminen alkoi laskea iän myötä nopeammin kuin perinteisten lehtien (Taulukko 2). Vähiten lehtiä lukivat yli 66-vuotiaat naiset. Päälehdistä vanhin lukijakunta oli *Kurjer Kareliilla* (keski-ikä 44 vuotta) ja nuorin *Gubernijalla* (40 vuotta). Kaikista lehdistä nuorimmat lukijat olivat luonnollisesti *Molodjoznaja gazeta* (37 vuotta). Sukupuolella oli yleensä vain vähän vaikutusta lehtien lukemiseen. Naiset lukivat *TVR-Panoramaa* miehiä useammin kaikissa ikäryhmissä kaikkein vanhinta lukuun ottamatta, mutta myös yli 66-vuotiaiden naisten ryhmässä *TVR-Panorama* oli eniten luettu lehti. Sen sijaan *Kurjer Kareliita* miehet lukivat hieman naisia useammin.

Yhteiskuntaluokalla oli varsin huomattava vaiku-

Taulukko 2. Iän ja sukupuolen vaikutus sanomalehtien lukemiseen (vuoden 2002 tutkimus). Ikäryhmään kuuluvien määrä suluissa.

Lehti	miehet						naiset					
	18-25 (84)	26-35 (100)	36-45 (92)	46-55 (68)	56-65 (57)	66- (29)	18-25 (94)	26-35 (108)	36-45 (111)	46-55 (114)	56-65 (80)	66- (57)
Gubernija	52	62	71	54	53	45	59	62	69	68	55	40
Petrozavodsk	37	43	41	44	42	41	47	41	49	48	41	32
TVR-Panorama	39	51	58	50	53	59	53	62	63	65	63	44
Kurjer Karelii	32	44	47	50	60	48	30	36	51	48	48	25
Stolitsa	39	45	42	35	33	31	45	40	49	44	33	21
Nabljudatel	21	27	26	25	28	35	21	29	32	37	29	19
Karelija	21	26	30	29	28	35	20	34	32	35	36	23
Vesti Karelii	27	19	28	27	25	31	21	28	27	33	23	21
Molodez. gazeta	19	21	22	10	12	3	31	29	25	20	11	9
Argumenty i fakty	36	49	44	31	32	14	38	52	45	51	29	19
Komsomolsk. pravda	26	43	35	27	33	17	42	46	42	49	26	12
ei lue mitään näistä lehdistä	12	11	7	12	9	13	4	8	10	4	10	33
lehti	miehet						naiset					
Avangard	18-25	26-35	36-45	46-55	56-65	66-	18-25	26-35	36-45	46-55	56-65	66-
(vain Kontupohja)	61	74	85	73	75	70	72	76	80	94	89	40
Novaja Kondopoga	71	79	94	81	88	80	86	91	97	91	85	53
(vain Kontupohja)	71	79	94	81	88	80	86	91	97	91	85	53
Naša Žizn	89	82	86	100	80	80	93	91	95	100	86	75
(vain Prääsä)	89	82	86	100	80	80	93	91	95	100	86	75

tus joidenkin lehtien lukemiseen. Lähes kaikkien lehtien lukeminen kasvoi yhteiskunnallisen aseman kohotessa, eikä Karjalassa ole lehtiä, jotka olisivat suuntautuneet ensisijaisesti työläisille. Sitä vastoin työläiset lukevat huomattavasti harvemmin joitakin sanomalehtiä. Näihin kuuluvat erityisesti *Karelija*, *Nabljudatel* ja *Vesti Karelii*, mutta myös *Stolitsa* ja *Kurjer Karelii*, joita johtajat lukevat 2-2,5 kertaa ammattitaidottomia työläisiä useammin. Sen sijaan Kontupohjan ja Prääsän paikallislehtien lukeminen ei juuri vaihdellut yhteiskuntaluokan perusteella. Työttömät lukivat lehtiä kaikkia muita ryhmiä harvemmin. Opiskelijoiden ja eläkeläisten lehtiavalintojen taustalla taas oli ikä enemmän kuin sosiaalinen asema.

Myös koulutuksella oli luokka-aseman kaltainen vaikutus lehtien lukemiseen. Kaikkia lehtiä luettiin useammin korkeammin koulutettujen keskuudessa, kun joitakin lehtiä (*TVR-Panorama*, Kontupohjan ja Prääsän paikallislehdet) luettiin yleisesti myös vähemmän koulutettujen keskuudessa. Koulutus vaikutti selvimmin *Nabljudatelin* lukemiseen: vähiten koulutettujen keskuudessa sitä luki vain alle 10% vastaajista, kun korkeimmin koulutetuista sen yleisönä oli yli 40% vastaajista. Myös tuloilla oli samanlainen, mutta vähäisempi vaikutus kuin koulutuksella: suurituloisimmat lukivat kaikkia lehtiä pienituloisempia useammin. Vertailu vuosien 2000 ja

2002 tutkimusten välillä antaa aihetta olettaa, että iän ja sukupuolen vaikutus lehtien lukemisessa havaittuihin eroihin on vähentymässä, kun taas koulutuksen ja luokka-aseman vaikutus on kasvamassa.

Lehtien päällekkäisen lukemisen tarkastelu kertoo, että vähemmän luettujen lehtien lukeminen on keskittynyt suhteellisen pieneen yleisön osaan, joka seuraa monia sanomalehtiä. Tähän ryhmään kuuluvat selvimmin *Kurjer Karelii*, *Nabljudatel* ja *Karelija*.

Faktorianalyysin perusteella lukijoiden valinnat jakavat lehdet pääasiassa kahteen selvästi erottuvaan ryhmään. Toisaalla ovat eliittilehdet (pienen yleisön lehdet) ja toisaalla populaarilehdet (suuren yleisön lehdet). Ensimmäinen näistä faktoreista selitti 28% vaihtelusta vuonna 2000 ja 31% vuonna 2002 ja toinen 14% vuonna 2000 ja 12% vuonna 2002 (vain Petroskoissa). Faktorit korreloivat vahvasti keskenään, ja lehdet voidaan sijoittaa ylhäältä vasemmalta alhaalle oikealle kulkevalle janalle, jossa lehdet sijoittuvat populaareimmasta eliittisimpään (kuviokuva 1). Tämä rakenne on säilynyt hyvin samankaltaisena sekä vuonna 2000 että vuonna 2002. Mikäli analyysiin otetaan mukaan myös poliittiset ja kansallisten vähemmistöjen lehdet, nämä kumpikin ryhmä muodostavat oman faktorinsa.

Lehtirakenteen kehittymisen kannalta mielenkiintoista on se, että lakkautetut lehdet ovat sijainneet

Taulukko 3. Eri lehtien lukijat yhteiskuntaluokan ja sosiaaliryhmän perusteella. Yhteiskuntaluokat perustuvat Erik Olin Wrightin kriteereihin. Joitakin pieniä ryhmiä (yksityisyrittäjät, äitiyslomalla olevat) ei ole otettu mukaan taulukkoon.

	Johtajat (67)	Työnjohto, ym. (104)	ammattitait. työntekijät (230)	ammattitaid. työntekijät (174)	eläkel. (223)	tyött. (51)	opisk. (74)
Gubernija	81	80	67	57	47	39	51
Petrozavodsk	64	53	48	40	35	18	44
TVR-Panorama	72	64	60	62	51	33	42
Kurjer Karelii	64	57	53	32	40	28	31
Stolitsa	58	55	43	31	27	31	45
Nabljudatel	42	42	37	17	24	14	14
Karelija	43	43	36	21	27	10	18
Vesti Karelii	34	41	28	16	22	18	24
Argumenty i fakty	58	61	53	34	20	14	35
Komsomolskaja pravda	45	55	50	34	20	14	24
Avangard (vain Kontup.)	84	85	84	77	75	48	61
Novaja Kondopoga (vain K.)	100	88	93	91	75	70	78
Naša Zizn (vain Prääsä)	92	100	91	96	95	64	86

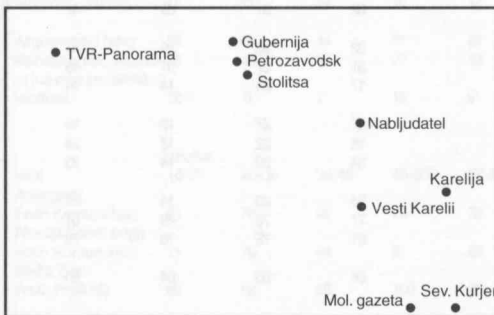
kuvion keskellä, eli ne eivät ole olleet vahvasti populaarilehtiä eivätkä myöskään eliittilehtiä. Samoin vuoden 2000 tutkimuksessa *Reportjor*, joka sittemmin lakkautettiin, sijoittui kuvion keskelle.

## Poliittiset valinnat ja lehdistö

Myös poliittisilla valinnoilla on yhteys lehtivalintaan. Zjuganovin tukijat lukivat vuonna 2000 *Leninskaja pravdaa* huomattavasti useammin kuin muiden ehdokkaiden tukijat. Zjuganovin kannattajat lukivat myös *Severnyi Kurjeria* hieman useammin kuin muut, mutta se selittyy ensisijaisesti iän perusteella: sekä Zjuganovin tukijat että *Severnyi Kurjerin* lukijat olivat keskimääräistä vanhempia. Javlinskin tukijat lukivat *Severnyi Kurjeria* ja *Karelijaa* harvemmin ja valitsivat useammin *Nabljudatel*in, *Gubernijan* ja *Reportjorin*. Koska Putin oli ylivoimaisen suosittu ehdokas, merkitsi se, että muiden ehdokkaiden kannattaminen oli tietoisempi valinta ja liittyi vaihtoeh-toisen tiedon hankkimiseen: Javlinskin kannattajat etsivät vaihtoehtoisia näkemyksiä *Nabljudatelista* ja *Reportjorista*, kun taas Zjuganovin kannattajat saivat niitä *Leninskaja pravdasta*.

Vuoden 2002 tutkimus tehtiin ennen paikallisvaaleja, mutta kyselyn mukaan lähes puolet vastaajista oli epävarmoja siitä, ketä he tukisivat Karjalan johtajaksi, ja 60% ehdokkaansa valinneista kannatti Sergei Katanandovia. Sanomalehtien lukemisella ei kuitenkaan ollut yhtä selvää yhteyttä ehdokasvalintaan kuin presidentinvaaleissa 2000. Esimerkiksi *Gubernijaa* luettiin vain hieman useammin (68% - 62%) muita ehdokkaita kuin Katanandovia tukevien keskuudessa.

Kuvio 1. Rotatoidut faktoripisteet kahden faktorin mukaan (varimax-rotatiio).



Tiedotusvälineiden, erityisesti television, voimakas vaikutus on havaittu myös valtakunnallisella tasolla. Esimerkiksi vuoden 2000 presidentinvaaleissa vastenmielisyys NTV:tä kohtaan oli voimakkain Putinin kannatukseen vaikuttanut tekijä (esimerkiksi koulutusta, tuloja, ikää tai asuinpaikkaa voimakkaampi) (White & Oates 2003, 35-36).

## Tiedotusvälineiden käyttö ja niitä koskevat asenteet

Sanomalehtien aihealueista yleisöä kiinnostivat eniten television ohjelmatiedot, kaupungin uutiset, valtakunnalliset ja Karjalan poliittiset uutiset (ainoastaan 12-24% ei seurannut näitä aiheita käsitteleviä uutisia). Noin suuri enemmistö vastaajista (76-80%) seurasi myös rikosuutisia ja uutisia paikallispolitiikasta. Muut aiheet eivät olleet yhtä suosittuja: 42% ei seurannut talousuutisia, 35% ei seurannut ulkomaiden poliittisia uutisia, 57% ei ollut kiinnostunut urheilusta, 49% ei lukenut yleisönosastokirjoituksia ja 39% ei seurannut mainoksia. (Vuoden 2000 tutkimus)

Erot eri väestöryhmien välillä olivat suhteellisen pieniä. Esimerkiksi talousuutiset kiinnostivat enemmän korkeasti koulutettuja, johtavassa asemassa olevia ja erityisesti suurituloisia. Rikosuutiset ja skandaalit kiinnostivat vanhuksia sekä kulttuuri- ja koulutusalan työntekijöitä muita vähemmän. Työläiset seurasivat urheilu-uutisia muita useammin. Faktori-analyysin perusteella eri aiheiden kiinnostunut jakautui kolmeen ryhmään, joista selvin oli yhteiskunnallinen kiinnostus (politiikka, talous). Toisella tilalla oli kiinnostus viihdeaineistoon, mainoksiin, urheiluun ja rikosuutisiin ja kolmantena kiinnostus erilaisiin arkielämän neuvoihin ja lukijakirjeisiin (vuoden 2000 tutkimus). Kiinnostus eri aiheisiin oli osaksi samantyyppistä kuin suomalaisissa tutkimuksissa on havaittu (Pietilä 1974, 43).

Neuvostoliiton aikaan verrattuna suuri muutos on tapahtunut ulkomaan uutisten suosiossa. Ulkomaan uutiset olivat suosituin aihe Neuvostoliitossa (Mickiewicz 1981), mutta vuonna 2000 niitä seurasi säännöllisesti vain 30% vastaajista ja yli kolmannes ei ollut kiinnostunut niistä lainkaan. Kaikkein mata-

linta kiinnostus ulkomaanuutisiin oli nuorten ja palvelualojen työntekijöiden keskuudessa. Vähentyneen kiinnostuksen taustalla voi olla se, että ulkomaanuutisten määrä on vähentynyt sanomalehdissä selvästi ja monissa lehdissä ulkomaanuutiset käsittelevät lähinnä viihdettä.

Tiedonlähteitä koskevan kysymyksen perusteella televisio on ylivoimaisesti tärkein tiedonlähde, erityisesti kysymyksissä jotka liittyvät Kaukasuksen tilanteeseen (ensisijainen tiedonlähde 85% väestöstä) ja valtakunnalliseen politiikkaan. Toiseksi tärkein tiedonlähde olivat sanomalehdet, erityisesti silloin kun kyse oli paikallisesta politiikasta ja taloudesta. Eri tiedotusvälineiden erot pysyivät samanlaisina molemmissa tutkimuksissa.

Vuoden 2000 tutkimuksen mukaan ainoastaan neljä prosenttia vastaajista luotti tiedotusvälineisiin täydellisesti, 50% luotti osittain ja 18% ei luottanut ollenkaan. Neljäsnes (23%) vastaajista valitsi vaihtoehdon ”vertailen tietoja eri lähteistä”. Vuoden 2002 tutkimuksessa selvitettiin luottamusta myös muihin instituutioihin ja luottamusta Karjalan ja Venäjän tiedotusvälineisiin kysyttiin erikseen. Karjalan tiedotusvälineisiin luotettiin hieman enemmän kuin Venäjän tiedotusvälineisiin. Viisiportaisella asteikolla 23% luotti osittain tai kokonaan Venäjän tiedotusvälineisiin ja 30% luotti Karjalan tiedotusvälineisiin. Noin puolet sekä luotti että ei luottanut molempiin ja kolmannes (33%) ei luottanut Venäjän ja viidennes (22%) ei luottanut Karjalan tiedotusvälineisiin. Tiedotusvälineisiin luotettiin vähemmän kuin Venäjän presidenttiin, hallitukseen, Karjalan johtoon, kirkkoon,

kansalaisjärjestöihin ja armeijaan, mutta enemmän kuin oikeuslaitokseen, Venäjän parlamenttiin, miliisin, yrittäjiin ja pankkeihin. Tiedotusvälineisiin luotivat eniten vähän koulutetut, vanhukset ja pienituloiset. Epäluottamus oli suurinta työttömien, hallinnon työntekijöiden ja suurituloisten keskuudessa sekä niiden keskuudessa, jotka pitivät omaa taloudellista tilannettaan katastrofaalisena. Samankaltainen epäluottamuksen keskittyminen sekä sosiaalisen asteikon ala- että yläpäähän havaittiin myös Neuvostoliiton aikaisissa tutkimuksissa (ks. Mickiewicz 1981, 134-135). Valtakunnallisella tasolla luottamuksesta on saatu korkeampiakin lukuja, esimerkiksi White ja Oates (2003, 33) havaitsivat, että vuonna 2001 tiedotusvälineisiin luotettiin enemmän kuin mihinkään muuhun instituutioon. Eniten luotettiin valtion televisioon ja vähiten yksityisiin televisionkanaviin.

Vuonna 2000 reilu kolmannes vastaajista (36%) piti tiedotusvälineiden yhteiskunnallista roolia pääasiassa kielteisenä, kun taas 26% piti niiden roolia enemmän myönteisenä kuin kielteisenä ja 24% selvästi positiivisena. Vuonna 2002 niiden määrä, jotka pitivät tiedotusvälineiden roolia kielteisenä, oli pudonnut neljännekseen (26%), kun taas myönteisten arvioiden määrä oli hieman kasvanut. Tiedotusvälineiden roolia pitivät myönteisempänä ne, jotka luottivat tiedotusvälineisiin, ja kielteisimmän arviot tulivat niiltä, jotka eivät luottaneet tiedotusvälineisiin lainkaan. Myös tiedotusvälineiden kulutuksella oli merkitystä: mitä useampaan välinettä vastaajat seurasivat, sitä myönteisempi heidän arvionsa oli.

Taulukko 4. Eräiden lehtien lukijat eri presidenttiehdokkaiden tukijoiden joukossa (vuoden 2000 tutkimus)

Lehti	Putin (N =197)	Javlinski (58)	Zjuganov (48)	Muu ehdokas (38)	Kaikkia vastaan, ei aio äänestää (164)
Gubernija	68	78	63	71	74
Petrozavodsk	69	78	71	60	75
TVR-Panorama	55	62	67	45	59
Severnyi Kurjer	45	36	52	47	46
Karelija	21	26	35	29	25
Nabljudatel	26	48	31	18	36
Reportjor	28	41	29	26	27
Leninskaja pravda	5	3	42	13	7
Nabat Severo-Zapada	18	12	25	26	16



Itse asiassa kausaalisuhde voi toimia niin, että kielteinen suhtautuminen tiedotusvälineisiin vähentää halua seurata niitä.

Molemmat tutkimukset vahvistivat sen, että huomattava osa Karjalan asukkaista kannattaa tiedotusvälineiden valvontaa. Toisaalta varsinaisen sensuurin kannatus ei ole kovin suurta: vain joka kuudes tai viides (17% vuonna 2000, 19% vuonna 2002) kannattaa sensuuria, mutta huomattava osa väestöstä (43% vuonna 2000, 37% vuonna 2002) kannattaa yhteiskunnallista valvontaa esimerkiksi julkisen sanan neuvostojen muodossa. Joka neljäs (25%) oli sitä mieltä, ettei valvontaa tarvita lainkaan. Sensuuria kannattivat eniten yli 50-vuotiaat ja pienituloiset. Sensuuria vastustivat erityisesti nuoret, korkeasti koulutetut ja suurituloiset. Ajatusta yhteiskunnallisesta valvonnasta kannatettiin lähes yhtä paljon kaikissa väestöryhmissä. Petroskoissa sekä sensuurilla että täydellisellä vapaudella oli enemmän kannatusta, kun taas Kontupohjassa ja Präässä yhteiskunnallisen valvonnan kannatus oli suurempaa.

## Yhteenveto

Venäläiset sanomalehdet ovat säilyttäneet yleisönsä Neuvostoliiton hajoamisen jälkeen ja yleisön menetetty luottamus tiedotusvälineisiin on palaamassa. Toisaalta tiedotusvälineiden valvontaa kannattavien joukko on melkoinen eikä osoita pienenemisen merkkejä, vaikkakin varsinainen sensuuri yleensä torjutaan.

Tärkein muutos Neuvostoliiton aikaan verrattuna on se, että sanomalehtien lukeminen on muuttunut valtakunnallisten ja paikallisten lehtien lukemisesta pääsääntöisesti yksinomaan paikallisten lehtien lukemiseksi. Samalla sanomalehtien ilmestymiskerrat ovat vähentyneet merkittävästi, ja suosituimpia ovat nykyisin kerran viikossa ilmestyvät lehdet. Lehtien välinen kilpailu on ilmeisen voimakasta, mistä yhtenä osoituksena on lehtien ostaminen pääasiassa irtonumeroina. Televisiosta on tullut tärkein tiedonlähde ja valtakunnallisen yhtenäisyyden ylläpitäjä, vaikkakin sanomalehdet ovat säilyttäneet merkityksensä paikallisella tasolla. Yleisön kiinnostus on siir-

tynyt ulkomaan uutisista paikallisiin ja oman maan politiikkaan. Myös epäpoliittisen aineiston suosio on merkittävä kuten populaarien, epäpoliittisten sanomalehtien lisääntyvä suosio osoittaa.

Sanomalehtien välillä on syntymässä uudentyyppinen yleisön jakautuminen. Koulutuksen ja yhteiskunnallisen aseman merkitys on lisääntymässä, samalla kun iän merkitys vähenee. Venäläinen yleisö on suhteellisen aktiivista, ja se valitsee sellaisia tiedotusvälineitä, joista se pitää, ja se kykenee valikoimaan eri lehtien välillä. Osa yleisöstä on kiinnostunut pääasiassa paikallisista asioista ja valitsee populaareja sanomalehtiä, kun taas toinen osa yleisöstä seuraa sekä populaareja että eliittilehtiä. Tähän saakka uudet lehdet ovat saaneet nopeasti yleisöä, mutta samalla poliittinen rahoitus ja ilmaisjakelu saattavat heikentää lehdistön asemaa ja markkinoita kokonaisuudessaan.

Venäläinen lehdistömalli ei muistuta esimerkiksi brittiläistä, jossa eri lehtien yleisöt poikkeavat merkittävästi toisistaan ja jossa sekä populaarilehdillä että laatulehdillä on selvästi oma yleisönsä (Sparks 1987; 1995; Chalaby 1998). Itse asiassa nykyinen venäläinen lehdistömalli on lähempänä pohjoismaista tai suomalaista, jossa monien lehtien yleisöt eivät poikkea kovin paljon toisistaan, mutta jossa on eliittille ja erikoistuneelle yleisölle suuntautuneita lehtiä. Tässä mallissa on toki huomattavia eroja pohjoismaiseen verrattuna: Venäjällä sanomalehtien määrä on suurempi ja suosituimmat lehdet ovat suuntautuneet skandaaleihin ja viihteeseen. Venäjällä näitä lehtiä lukevat kaikki ilman mitään luokka-asemaan, ikään tai koulutukseen liittyviä eroja.

Nyky-Venäjällä lehdistömarkkinat ovat eriytyneet selvästi paikkakuntien mukaan. Vaikka joillakin valtakunnallisilla lehdillä on suhteellisen suuri yleisö ympäri maata, ne eivät kykene ylittämään paikallisten lehtien suosiota juuri missään. Mitä pienemmästä paikkakunnasta on kyse, sitä selvemmin paikkakunnan omat lehdet ovat suosittuja. Suuremmista kaupungeista kuten Petroskoista vastaava paikallislehti puuttuu — lähinnä lehtien välisen kilpailun ja lehtien suuren määrän vuoksi.

## Viitteet

1 Ensimmäinen kyselytutkimus kerättiin helmikuussa 2000 Petroskoissa ja toinen tammi-helmikuussa 2002 Petroskoissa, Kontupohjassa ja Präässä. Otokset koottiin ryväsotantana, joka vakioitiin ikäryhmän ja sukupuolen mukaan. Ensimmäisessä kyselyssä (otos 508) keskityt-

tiin ainoastaan tiedotusvälineisiin, mutta toisessa (otos 1004) mukana oli myös yhteiskuntarakenteeseen, työoloihin, kulutukseen ja etnisiin suhteisiin liittyviä kysymyksiä. Kysely toteutettiin osana Kaarle Nordenstrengin ja Harri Melinin johtamia Suomen Akatemian rahoittamia tutkimusprojekteja.

## Lähteet

Chalaby, Jean K. (1998), *The Invention of Journalism*. Houndmills: Macmillan.

GallupMedia (2002), *Objemy auditorii izdaniï po rezul'tatam projekta "NRS-Goroda-2002/2"* (mai-oktjabr 2002) <http://www.gallupmedia.ru/6160.htm>

Jefremova, Svetlana Sergejevna (1999), *Noveišaja istorija regionalnoi pressy tšernozemja (1985-1998 gg.)*. Avtoreferat dissertatsii. Voronež: Voronežskii gosudarstvennyi universitet.

Karamzina, Antonina (2002), *Gazetnyi rynek Karelii*. – *Politica.karelia.ru* 1.12.2002. <http://politica.karelia.ru/society/22.shtml>

Kirišek, P. I. (1998), *Sotsiologija publitsistiki*. Saransk: Izdatelstvo Mordovskogo Universiteta.

Kniivilä, Kalle (2002), *Den ryska journalistikens heroiska tid är förbi*. — *Ny Tid* 8.1.2002.

Lange, Yasha (1997), *Media in the CIS: A Study of the Political, Legislative and Socio-economic Framework*. Düsseldorf: The European Institute for the Media.

Mickiewicz, Ellen (1981), *Media and the Russian Public*. New York: Praeger.

Pietilä, Veikko (1974), *Gratifications and Content Choices in Mass Media Use*. Tampere: University of Tampere. Research Institute. Research Reports 22.

Pietiläinen, Jukka (2002a), *The Regional Newspaper in Post-Soviet Russia: Society, Press and Journalism in the Republic of Karelia 1985-2001*. Tampere University Press. <http://acta.uta.fi/pdf/951-44-5463-4.pdf>

Pietiläinen, Jukka (2002b), *Statistical Analysis of the Russian Newspapers*. — Nordenstreng, Kaarle, Vartanova, Elena & Zassoursky, Yassen (toim.) *Russian Media Challenge (second printing)*. Helsinki: Aleksanteri Institute. *Kiimora Publications B 20*, 206-217.

Resnjanskaja, L. L. & Fomitševa, I. D. (1999), *Gazeta dlja vseï Rossii*. Moskva: MGU. Fakultet Žurnalistiki.

Sparks, Colin (1987), *The Readership of the British Quality Press*. — *Media, Culture and Society* 9:4, 427-455.

Sparks, Colin (1995), *Concentration and Market Entry in the UK National Daily Press*. — *European Journal of Communication* 10:2, 179-206.

White, Stephen & Oates, Sarah (2003): *Politics and the Media in Postcommunist Russia*. *Politics* 23:1, 31-37.

Wyman, Matthew (1997), *Public Opinion in Postcommunist Russia*. Houndmills & London: Macmillan.

*Žurnalist i žurnalistika rossijskoi provintsii* (1994). Moskva: Fond zaščity glasnosti.