



Satunnaisesta projektista arjen aktiiviseksi tavoitteeksi – Kuinka Kaleva voisi lisätä naisten osuutta journalistisissa sisällöissään

Satu Niskanen

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Medianomi YAMK

Uudistuva journalismi

Master-opinnäytetyö

2025

Tiivistelmä

Tekijä(t) Satu Niskanen
Tutkinto Medianomi (YAMK)
Raportin/Opinnäytetyön nimi Satunnaisesta projektista arjen aktiiviseksi tavoitteeksi – Kuinka Kaleva voisi lisätä naisten osuutta journalistisissa sisällöissään
Sivu- ja liitesivumäärä 64 + 8
<p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena on kehittää journalistista työprosessia, jotta Kaleva pääsisi lähemmäs tavoitettaan lisätä naisten osuutta journalistisissa sisällöissään. Erityisesti tarkoituksena on kehittää konkreettiset toimintaohjeet tavoitteeseen pääsemiseksi.</p> <p>Kehittämistyöni teoreettinen viitekehys on feministinen mediatutkimus, ja lähestymistapa on toimintatutkimus. Pääasialliset aineistonkeruumenetelmät ovat haastattelu ja ideointityöpaja. Analysoin aineistoa aineistolähtöisen sisällönanalyysin keinoin.</p> <p>Tutkimustulosteni perusteella usea seikka haittaa tällä hetkellä tavoitteen toteutumista eli naisten osuuden kasvattamista Kalevan sisällöissä. Tarkkaa naisten osuutta ei tiedetä, koska sen seurantaan ei ole käytössä työkalua. Toimituksen käytännön työssä tavoite ei juuri näy, eikä siitä keskustella säännöllisesti esihenkilöiden ja alaisten välillä. Tavoite tasa-arvon lisäämisestä sisällöissä on jäänyt ylätasolle, pitkän tähtäimen passiiviseksi tavoitteeksi.</p> <p>Naisten aliedustus journalistisissa sisällöissä on laaja ja sitkeä ongelma, joka kaikkien tulisi tiedostaa, jotta tavoitteeseen olisi mahdollista päästä. Taustalla vaikuttavat yhteiskunnan epätasa-arvoiset rakenteet. Tiedostamista voisi edistää tasa-arvoon liittyvillä koulutuksilla.</p> <p>Tulosten perusteella Kalevassa tulisi panostaa selkeään tavoiteasetteluun ja tavoitteen säännölliseen seurantaan. Tätä varten käyttöön tulisi ottaa tekoälyyn perustuva mittari. Naisten osuuden ja yleisemmin moniäänisyyden pohtiminen tulisi saada osaksi juttuprosesseja. Kirjoittavat toimittajat ovat avainasemassa siinä, ketkä pääsevät ääneen sisällöissä. Siksi haastateltavan valintaan tulisi kiinnittää huomiota ja hakea aktiivisesti uusia asiantuntijoita tietolähteiksi.</p> <p>Hiljaisen tiedon jakamista kollegoille tulisi edesauttaa, jotta toimitukseen kertynyt tieto saataisiin kaikkien käyttöön.</p>
Asiasanat Journalismi, sukupuoli, tasa-arvo, moniäänisyys, data-analytiikka

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Lähtökohta ja teoreettinen viitekehys.....	3
2.1	Kaleva kohdeorganisaationa	3
2.2	Päätoimittajan taustahaastattelu.....	4
2.3	Teoreettinen viitekehys	6
2.3.1	Feministinen mediatutkimus viitekehysenä.....	7
2.3.2	Keskeiset käsitteet.....	9
2.3.3	Yhteiskunnalliset taustakäsitteet	17
3	Tutkimus- ja kehittämismenetelmät	21
3.1	Lähestymistapana toimintatutkimus.....	21
3.2	Toimintatutkimuksen eteneminen ja menetelmät.....	23
3.3	Lähestymistavan valinta	25
3.4	Aineiston hankintamenetelmät	26
3.4.1	Haastattelu.....	26
3.4.2	Ideointityöpaja.....	28
3.4.3	Muut menetelmät: laskenta ja havainnointi.....	29
3.5	Analyysimenetelmänä aineistolähtöinen sisällönanalyysi	31
4	Tulokset.....	34
4.1	Haastattelujen tulokset	34
4.2	Työpajan tulokset	40
4.3	Työpajan tulosten esittely toimitukselle.....	47
4.4	Kehityspäällikön haastattelu	49
5	Johtopäätökset.....	54
5.1	Suosituksien tulosten perusteella	55
5.2	Käytännön toimintaohjeet	57
6	Pohdinta	59
	Lähteet.....	62
	Liitteet	65
	Liite 1. Haastattelurunko.....	65
	Liite 2. Työpajan tulosten esittely.....	66

1 Johdanto

Opinnäytetyöni tavoitteena on pyrkiä muuttamaan työtapoja ja erityisesti kehittää toimintaohjeet, joiden avulla Kalevan toimitus voi lisätä naisten osuutta journalistisissa sisällöissään.

Olin ensimmäistä kertaa Kalevassa töissä kirjoittavana toimittajana kesällä 2012. Vaihtelevan mitaisten työpätkien jälkeen pääsin opettelemaan taittamista Kalevassa. Viime vuodet olenkin työskennellyt enimmäkseen journalistitaittajana Kalevan toimituksessa printtilehden taittoryhmässä. Työssäni olen jo pitkään kiinnittänyt huomiota siihen, miten naiset ovat aliedustettuja etenkin uutispuolen sisällöissä.

Kun päivällä suunniteltu lehti alkaa taiton iltavuorossa valmistua, sen sisällöstä voi usein helposti havaita, että sukupuolten välinen tasa-arvo ei toteudu. Havaintojeni mukaan Kalevan uutissivuilla miehet pääsevät usein enemmän ääneen kuin naiset. Vaikuttaa siltä, että uutisjuttuihin haastatellaan useammin miehiä, ja he myös esiintyvät uutissivuilla kuvissa enemmän kuin naiset. Vasta urheilusivujen jälkeen lehden ihmiset ja kulttuuri -osiossa naiset pääsevät yleensä enemmän ääneen ja esille. On toki hivenen erikoista kiinnittää huomiota printtilehteen aikana, jolloin kaikki mediasisällöt pyritään suunnittelemaan ja tekemään verkkoon, niin sanotusti digi edellä. Printtilehti on kuitenkin edelleen olemassa oleva Kalevan tuote, ja pääsääntöisesti samat sisällöt käytetään sekä verkossa että printissä jollakin aikavälillä. Koska printtilehti on staattinen kokonaisuus, sitä on helpompaa tarkastella kuin Kalevan verkkosivua, jota periaatteessa voidaan päivittää jatkuvasti.

Kaleva on muutama vuosi sitten ottanut tavoitteekseen naisten osuuden lisäämisen journalistisissa sisällöissään. Tavoitteen lanseerasi silloinen vastaava päätoimittaja Sanna Keskinen, joka oli Kalevan historian ensimmäinen naispuolinen päätoimittaja. Keskisen mukaan sukupuolten tasa-arvon toteutumista Kalevan sisällöissä seurattiin tuolloin yhdellä talon ulkopuolisella analytiikkamittarilla sekä vielä keskeneräisellä moniäänisyysmittarilla. Kuitenkin vielä ollaan kaukana siitä, että naisten osuus Kalevan sisällöissä olisi 50 prosenttia. Tämän vuoksi on perusteltua kysyä, onko käytännön toimitustyössä täysin sisäistetty se tavoite, että naisia tulisi saada haastateltaviksi enemmän, ja onko tavoitteesta viestitty tarpeeksi selkeästi kaikille.

Opinnäytetyöni tarkoituksena on siis lisätä moniäänisyyttä ja tasa-arvoa mediassa. Tavoitteena on kehittää käytännön prosessia Kalevan toimituksessa ja siten pyrkiä luomaan uutta työkuultuuria.

Tuloksista hyötyy ennen kaikkea Kaleva, jos sen työprosessia saadaan muutettua niin, että tasa-arvo toteutuu paremmin juttujen sisällöissä. Parhaassa tapauksessa tuloksia voisivat hyödyntää muutkin toimitukset, lehtitalot ja koko media-ala. Työni vastaa osaltaan ajankohtaiseen sukupuolten välisen tasa-arvon kehitystarpeeseen mediassa ja koko yhteiskunnassa.

Tutkimuskysymykset, joihin haen vastauksia opinnäytetyössäni, ovat seuraavat:

K1 Millainen on tällä hetkellä se prosessi, jonka avulla Kalevan toimittajat valitsevat asiantuntija-haastateltavat juttuihinsa?

K2 Miten kyseistä prosessia voisi kehittää, eli miten käytännön toimitustyössä voidaan lisätä naisten osuutta Kalevan journalistisissa sisällöissä?

K3 Miten data-analytiikkaa ja tekoälyä voitaisiin hyödyntää naisten osuuden lisäämisessä ja kehityksen seuraamisessa?

Opinnäytetyössäni käytän lähestymistapana toimintatutkimusta. Tutkimusaineistoa hankin pääasiassa haastattelujen ja ideointityöpajan keinoin. Tutkimukseni on pääasiassa laadullista, mutta yhdessä työni osiossa käytän myös määrällistä menetelmää.

Opinnäytetyöni rakentuu seuraavasti: Luvussa 2 esitellään teoriatausta ja keskeiset käsitteet. Luvussa 3 kuvataan tutkimus- ja kehittämismenetelmät sekä aineiston hankintamenetelmät. Luku 4 esittelee tutkimustulokset. Luku 5 koostuu tulosten pohjalta tehdyistä johtopäätöksistä. Luku 6 sisältää pohdintaa siitä, miten kehittämistyöni onnistui ja mitä olisi voinut tehdä toisin.

2 Lähtökohta ja teoreettinen viitekehys

Tässä luvussa esittelen kehittämistehtäväni lähtökohdat, työni teoreettisen viitekehysten, keskeiset journalismiin ja feministiseen mediatutkimukseen liittyvät käsitteet sekä joitakin yhteiskunnallisia taustakäsitteitä, jotka kytkeytyvät journalismiin. Lisäksi avaen tausta-aineistoksi tehtyä haastattelua, joka perustelee kehittämistyöni lähtökohtaa.

2.1 Kaleva kohdeorganisaationa

Kaleva on 125-vuotias maakuntalehti, joka on 2000-luvun aikana laajentunut digitaaliseksi mediaksi. Nykyinen Kaleva Media on yhtiö, joka pitää sisällään paitsi Kalevan, myös useita muita lehtiä ja erilaisia toimintoja markkinoinnista painoon ja jakeluun. Vuonna 2024 Kaleva Mediaan kuului 13 mediabrändiä. Yhtiön liikevaihto vuonna 2023 oli 59,6 miljoonaa euroa ja liiketulos 1,5 miljoonaa euroa. Kaleva Median kokonaistavoittavuus vuonna 2024 oli 548 200, ja yhteislevikki oli 91 045. Vuonna 2023 yhtiössä oli henkilökuntaa 482. (Arokylä 2024, 7.) Kaleva Media on tällä hetkellä vahvasti Pohjois-Suomeen keskittynyt yhtiö, ja sen mediabrändit tavoittavat 81 prosenttia Oulun ja Lapin markkina-alueiden kuluttajista (Arokylä 2024, 21). Kaleva Mediaan kuuluu tällä hetkellä kaksi maakuntalehteä, Kaleva ja Lapin Kansa. Lisäksi yhtiöllä on neljä kaupunkilehteä ja kuusi paikallislehteä (Arokylä 2024, 28).

Digitalisaatio on muuttanut media-alaa suuresti 2000-luvun aikana. Perinteisen median haasteet koskevat myös Kalevaa, sillä ilmoitusmyynnistä saatavat tulot ovat pienentyneet ja paperilehtien levikki laskenut samaan aikaan kun digitilaajien määrä on kehittynyt hitaasti. Tietotekninen kehitys on kuitenkin mahdollistanut sen, että verkkolehden lukijoista kerätään dataa, jota hyödynnetään sisällöntuotannossa. Aikaisemmin mitattiin vain juttujen saamien klikkausten määrää, mutta nykyään mittaustavat ovat monipuolisempia. Kaleva Median käytössä on esimerkiksi jutun arvo -mittari, joka yhdistää neljä keskeistä muuttujaa: jutusta kertyneet tilaukset, kuinka kauan juttua on luettu, paljonko se on kerännyt klikkauksia ja miten hyvin se tavoittaa tärkeäksi asetetun 30–45-vuotiaiden kohderyhmän. Kyseinen mittari ohjaa toimituksen tekemistä, ja mittarin antamia tietoja seurataan säännöllisesti toimituksen palaverissa. (Arokylä 2024, 15)

Sisältöjen painopiste on nykyään paikallisuudessa, ja osin sen vuoksi Kaleva Media lopetti yhteistyön Lännen Median kanssa vuoden 2024 alusta. Ei-paikallista sisältöä ostetaan nykyään STT:ltä. (Arokylä 2024, 46–48.) Paino- ja jakelukustannusten nousun vuoksi printtilehtien jakelua on karistettu. Tällä hetkellä Kaleva ilmestyy painettuna lehtenä kuutena päivänä viikossa ja Lapin Kansa kolmena päivänä viikossa. (Arokylä 2024, 116.)

Kalevan toimituksen organisaatio on aivan viime vuosina kokenut useita muutoksia: ensin on järjestäytytty tiimeihin, sitten vastikään soluihin. Tällä hetkellä Kalevan toimituksessa työskentelee noin 60 henkilöä. Vastaava päätoimittaja on nykyään Antti Kokkonen, joka aloitti tehtävässä syyskuussa 2023.

Kalevan toimitus osallistui moniäänisyysmittarin kehittämisprojektiin keväällä 2022. Kyseessä oli Tampereen yliopiston tutkimusprojekti, joka puolestaan oli osa Matleena Ylikosken väitöstutkimusta. Ylikosken mukaan Kaleva oli mukana hankkeessa yhdessä STT:n kanssa. Käytännössä yhteistyö tarkoitti, että Kaleva luovutti digitaalisen juttuarkistonsa moniäänisyysmittarin aineistoksi. Tällä tavalla moniäänisyysmittari-työkalua kehitettiin edelleen. Lisäksi Kalevan toimittajia osallistui moniäänisyystyöpajoihin, joissa testattiin mittaria ja pohdittiin laajemmin journalismin moniäänisyyttä. Sukupuolten tasa-arvo oli tutkimuksessa vain yhtenä näkökulmana. Tutkimushanke päättyi vuoden 2022 lopulla, mutta mittarin kehittämistä jatkettiin Ylen kanssa. Kalevan osuus hankkeessa oli kesti noin vuoden. (Ylikoski 23.8.2023.) Ylikosken väitöstutkimusta ei ole vielä julkaistu.

2.2 Päätoimittajan taustahaastattelu

Sanna Keskinen aloitti Kalevan päätoimittajana toukokuussa 2020. Pian aloitettuaan hän lanseerasi tavoitteen naisten osuuden kasvattamisesta Kalevan journalistisissa sisällöissä. Kun aloitin tämän opinnäytetyön tekemisen kevättälvella 2023, oli luontevaa valita kehittämistyöni aiheeksi se, miten naisten osuutta voitaisiin lisätä. Kartoittaakseni tutkimukseni lähtötilannetta päätin heti ensimmäiseksi haastatella Keskiä. Halusin selvittää tarkemmin, miksi Kalevassa on asetettu kyseinen tavoite.

Haastattelin Sanna Keskiä Teamsissa 26.4.2023. Kesäkuussa 2023 uutisoitiin, että Keskinen on valittu tamperelaisen Aamulehden päätoimittajaksi. Keskinen muutti Tampereelle ja aloitti siellä päätoimittajana lokakuussa 2023. Keskinen lanseeraama tavoite naisten osuuden lisäämisestä oli kuitenkin Kalevassa yhä voimassa, ainakin periaatteessa, joten jatkoin opinnäytetyöni tekemistä sen pohjalta.

Taustahaastattelun aluksi tiedustelin Keskieltä, milloin ja miksi Kaleva on ottanut tavoitteekseen lisätä naisten osuutta journalistisissa sisällöissä. Keskinen vastasi, että käytännössä siinä vaiheessa kun hän tuli taloon, tosin keskusteluja aiheesta on voitu Kalevassa käydä jo ennen sitä. Keskinen kertoi pitävänsä tavoitetta tärkeänä, ja että muissa pohjoismaisissa lehdissä se on vakiintunut yhdeksi analytiikan mittareista. ”Sitä seurataan koko ajan ja koko toimituksen voimin”, hän

lisäsi. Keskinen mukaan naisten osuuden mittaaminen on pohjoismaisissa verrokkilehdissä isossa roolissa, ja taustalla siinä eivät ole pelkästään tasa-arvomotiivit, vaan myös taloudellisen voiton tavoittelu.

”Esimerkiksi Tanskassa sanoivat suoraan, että ne lehdet, joissa sukupuolten tasa-arvo toteutuu sisällöissä parhaiten, tekevät parhainta taloudellista tulosta.”

Kalevassakin tavoitteen tarkoituksena on siis houkuttaa lisää lukijoita. Taustahaastattelussa en kysynyt tarkentavaa kysymystä, mikä oli tämä tanskalainen lehtikonserni. Pyysin Keskiseltä tarkennusta vasta huomattavasti myöhemmin sähköpostitse. Keskinen vastasi, että hän muistelee kyseessä olleen Politiken ja tanskalaisen uutismedian havainto (Keskinen 15.5.2025).

Taustahaastattelussa tiedustelin Keskiseltä, millä tavalla naisten osuutta Kalevassa tuolloin seurattiin. Hän vastasi: ”Tällä hetkellä se ei ole meillä niissä sisäisen analytiikan raporteissa, jotka tulevat toimitukselle näkyviin, mutta itse seuraan sitä Prognosis-sivustolta”. Keskinen mukaan Prognosis näytti tuolloin päivittäin tiedot naisten osuudesta noin kymmenestä suomalaisesta mediasta, joiden joukossa oli maakuntalehtiä ja Helsingin Sanomat sekä Yle. Kysyin Keskiseltä myös moniäänisyysmittarista, jonka kehittämiseen Kaleva osallistui. Keskinen kertoi tutkimusprojektin päättyneen ja että kyseisen mittarin jatkokehittämiseen osallistui sillä hetkellä Yle.

Moniäänisyysmittarista puhuttaessa Keskinen totesi, että nimensä mukaisesti mittaria pyrittiin kehittämään moniäänisyyden näkökulmasta. Sukupuolten välinen ero on kuitenkin huomattavasti helpompaa mitata kuin esimerkiksi ikä, etninen tausta tai seksuaalinen suuntautuminen, sillä tekoäly voidaan kouluttaa tunnistamaan miesten ja naisten nimet. Tämä oli siis perusteluna myös Kalevan tavoitteelle lisätä nimenomaan naisten osuutta sisällöissä.

Haastattelussa Keskinen kertoi seuraavansa Prognosis-sivustoa pitääkseen itsensä kartalla suuresta linjasta eli naisten osuuden kehityskulusta Kalevassa. Hän sanoi, ettei katso sivustoa päivittäin. Hän kertoi havainneensa, että Prognosisin tietojen mukaan naisten osuus Kalevan sisällöissä on yleensä 30–35 prosenttia. Keskinen lisäsi, että ”Jos katsoo muita maakuntalehtiä ja Hesaria, niin ihan samoissa lukemissa hekin liikkuvat”. Tämä siitä huolimatta, että Helsingin Sanomat oli aiemmin näyttävästi lanseerannut tavoitteen nostaa naisten osuutta sisällöissään.

Tiedustelin Keskiseltä, onko Kalevassa naisten osuus noussut sinä aikana, kun hän on seurannut tilannetta Prognosis-sivustolta. Hän totesi, että se on ”vähän parantunut” ja arveli, että koska Helsingin Sanomatiikkaan ei ole saanut merkittävästi nostettua naisten osuutta, tilanne kertoo enemmän yhteiskunnan rakenteista kuin vain journalismin rakenteista.

Kysyin myös, onko Kalevalla tavoitteena saada naisten osuus 50 prosenttiin vai riittäisikö esimerkiksi 40 prosenttia. Keskinen mukaan selkeää prosenttinäkymää ei ole asetettu, vaan tavoitteena on vain osuuden kasvattaminen.

”Tässä vaiheessa ollaan tyytyväisiä, jos saadaan paranemista tapahtumaan. Ei ole asetettu mitään (tavoitetta) että pitää olla puolet ja puolet.”

Haastattelussa Keskinen myöntää, että Kalevassa naisten osuuden seurannan tuloksista kerrotaan toimituksen työntekijöille vain satunnaisesti, esimerkiksi toisinaan aamupalautteessa. Keskinen totesi pitävänsä tärkeämpänä sitä, että aiheesta käydään yhdessä keskustelua ja pohditaan, mitä asialle voitaisiin tehdä. Tällä tavalla tavoitteesta oli tarkoitus tulla hiljalleen osa toimituksen arkea. Keskinen mukaan toimituksen johto on perustellut tavoitetta toimitukselle tuomalla esiin, että kyseessä ei ole vain tasa-arvo, vaan myös talous, eli naisten osuuden lisääminen parantaisi oman lehden toimintaedellytyksiä. Keskinen myöntää, että ehkä tavoitetta ei ole perusteltu työntekijöille riittävästi, koska mitään suuria harppauksia ei ole tapahtunut.

Haastattelussa keskustelimme myös suomalaisen työelämän sukupuolittuneesta jakautumisesta ja siitä, vaikuttaako kenties toimittajan oma sukupuoli siihen, kuka valikoituu haastateltavaksi. Keskinen totesi ettei usko, että toimituksessa olisi stereotyyppisiä käsityksiä siitä, kuka voi olla uskottava asiantuntija. Hänen mukaansa yhteiskunnan rakenteet heijastuvat journalismiin siinä, että esimerkiksi hoitoalalta on helpompi löytää haastateltavaksi nainen kuin vaikkapa liikenteeseen liittyviltä aloilta.

Tiedustelin Keskiseltä, mitä muutoksia toimitustyön arjessa tulisi tehdä, jotta naisten osuutta saataisiin lisättyä. Hänen mukaansa on tärkeää muistaa tavallisen ihmisen näkökulma asioihin. Tätä kautta saataisiin esille eri väestöryhmien kirjo eli lisättäisiin moniäänisyyttä. Hän viittasi journalismin tehtävään kuvata ympäröivää todellisuutta sellaisena kuin se on. Jos jotkin isot väestöryhmät jäävät ilman ääntä, silloin media ei hoida tehtävänsä kunnolla. Toisaalta hän totesi, että käytännön toimitustyössä arjen realiteetit voivat vaikuttaa niin, että jutun lopputulos voi olla eri kuin mitä lähdettiin hakemaan, koska esimerkiksi sattuma vaikuttaa siihen, miten haastateltavia saa kiinni. Keskinen korosti lopuksi, että kysymys ei ole vain miehistä ja naisista vaan laajemmin moniäänisyydestä ja siitä, että journalismin tekemisessä otettaisiin aktiivisesti huomioon eri väestöryhmät.

2.3 Teoreettinen viitekehys

Kehittämistyössäni on otettava huomioon, että journalismi on kiinni ajassa ja heijastelee ympäröivää yhteiskuntaa. Tavoitteesta huolimatta aivan kaikkiin juttuaiheisiin ei liene mahdollista hakea

naisia haastateltaviksi. Työssäni on käytännön kehittämisen lisäksi osaltaan pohdittava myös sitä, kuinka suuri itseisarvo haastateltavana sukupuolella voi olla esimerkiksi journalismin tehtäviin, journalistisiin uutiskriteereihin tai toimittajan vapauteen nähden. Lisäksi on tulisi pystyä ottamaan huomioon, että sukupuoli on todellisuudessa monimuotoinen käsite ja että tavoitteena on laajemmin lisätä median moniäänisyyttä.

2.3.1 Feministinen mediatutkimus viitekehyksenä

Opinnäytetyöni teoreettisen viitekehyksen käsitteisiin lukeutuvat esimerkiksi sukupuoli ja sen representaatiot sekä median ylläpitämät stereotyyppit. Täten feministinen mediatutkimus toimii viitekehyksenä. Anna Mäkelän, Liina Puustisen ja Iiris Ruohon mukaan feministinen mediatutkimus on keskittynyt sukupuolen representaatioiden analyysiin ja naisille suunnattuihin medioihin. He luonnehtivat, että feministinen mediatutkimus pohtii, kuinka maailma sukupuolittuu niin median tuotannossa, esityksissä kuin vastaanotossakin. (Mäkelä, Puustinen & Ruoho 2006, 7–8.)

Pyrkimystä naisen osuuden lisäämiseen mediasisällöissä voidaan perustella yhtäältä ns. moraalisen tehtävänä ja toisaalta taloudellisenä panostuksena. Iiris Ruoho ja Sinikka Torkkola toteavat, naiset ovat merkittävä yleisö ja heidän miellyttämisenä on yksi keino pärjätä mediakilpailussa. Mikäli naisia saadaan lisää sisältöihin niin sanottujen kovien uutisten perinteisellä ydinalueella – kuten taloudessa ja politiikassa – se myös täydentää nykyistä uutisjournalismia. (Ruoho & Torkkola 2010, 198.)

Ruohon ja Torkkolan mukaan journalismin ideaalit siitä, mitkä ovat hyviä ja tärkeitä juttuaiheita, näkökulmia tai käsittelytapoja muuttuvat hitaammin kuin ympäröivä maailma. He korostavat, että journalismi on yhä sukupuolittunut sosiaalinen alue, jossa tärkeiksi mielletyt asiat – kuten talous ja politiikka – nähdään miesten alueena ja vähemmän tärkeiksi mielletyt tunne- ja ihmissuhdeasiat naisten alueena. Heidän mukaansa journalismin arvot ja ihanteet kyllä sisältävät ajatuksen sukupuolineutraaliudesta, mutta käytännössä tämä neutraalius yltyä vain miespuolisiin toimittajiin. Naispuoliset toimittajat on pitkään nähty ennen kaikkea Naistoimittajina. (Ruoho & Torkkola 2010, 11.)

Mäkelä, Puustinen ja Ruoho huomauttavat, että media ei heijasta sosiaalista todellisuutta, vaan esittää ja rakentaa käsitystä todellisuudesta omilla ehdoillaan. Siten media myös vaikuttaa todellisuuteen. Heidän mukaansa sukupuoli rakentuu historiallisesti ja kulttuurisesti, ja sitä rakennetaan erilaisilla yhteiskunnallisilla käytänteillä. Media onkin keskeinen kulttuurin alue, jolla rakennetaan käsitystä sukupuolesta. (Mäkelä ym. 2006, 7–8.)

Osassa tutkimuksista on havaittu, että tekijöiden eli toimittajien sukupuoli ei suoraan korreloi sisällön kanssa. Naispuoliset toimittajat eivät välttämättä tee miehiä tasa-arvoisempaa journalismia, ellei mediatuotannon konventioita samalla muuteta. (Mäkelä ym. 2006, 26.) Periaatteessa tämä voisi siis tarkoittaa, että journalismi itsessään ei ole sukupuolineutraalia, vaan siinä on sukupuolitavia käytäntöjä – kuten Ruoho ja Torkkola (2010, 110) ovatkin todenneet. Heidän mukaansa journalismi sukupuolittavana käytäntönä nivoutuu yhteen journalismin yhteiskunnallisen paikan ja institutionaalisen tehtävän kanssa. Neutraaliltakin vaikuttava raportointi voi pitää sisällään valintoja, kuten mukaan ottamisia ja pois jättämisiä. Ruohon ja Torkkolan mukaan journalismin sukupuolijärjestys rakentuu toiminnan ja journalismin roolin itseymmärryksen vuorovaikutuksessa. (Ruoho & Torkkola 2010, 110– 11.)

Aina on syytä muistaa ympäröivän yhteiskunnan epätasa-arvoisuus, joka osaltaan vaikuttaa journalismin sisältöihin. Toisaalta on myös tutkimustuloksia, joiden mukaan toimittajan sukupuoli vaikuttaa naisten osuuteen journalistisissa sisällöissä. Global Media Monitoring Project -hankkeen loppuraportissa vuodelta 2020 todetaan, että naistoimittajien tekemissä uutisjutuissa naisten osuus on 31 prosenttia ja miestoimittajien tekemissä 24 prosenttia. GMMP:n havaintojen mukaan miehet valitsevat naisia haastateltavakseen 5–7 prosenttiyksikköä vähemmän kuin naiset. (GMMP 2020.)

Myös määrällistä tasa-arvotutkimusta tarkastellut Minna Aslama toteaa, että tekijän sukupuoli ei korreloi sisällön kanssa suoraviivaisesti. Esimerkiksi uutistoimittajien sukupuoli ei näyttäisi vaikuttavan millään tavalla haastateltavien sukupuoleen. Toisaalta tutkimuksissa on havaintoja siitä, että naistoimittajat tekevät miestoimittajia enemmän juttuja niin sanotuista pehmeistä uutisaiheista. (Aslama 2006, 55.)

Aiemmissä tutkimuksissa määrällinen sisällönerittely on nostanut esiin journalismin vanhanaikaisen ihmiskuvan sekä ”kovien ja pehmeiden” aiheiden hierarkiat, jotka ovat sukupuolittuneita. On siis todettu, että määrä ei merkitse laatua: naiset kelpaavat ”keventämään” vakavaa journalismia, mutta representaatiot eivät ole tasa-arvioistuneet. (Aslama 2006, 53.)

Kovien ja pehmeiden aiheiden ohella journalismissa esiintyy jako julkiseen ja yksityiseen. Tälle löytyy selitys historiasta. Ruoho muistuttaa, että aikoinaan porvarillisessa yhteiskunnassa vain miespuoliset kansalaiset ovat voineet olleet julkisuuden toimijoita. Siten naisten elämänalueeksi ja myös luontevaksi kiinnostuksen kohteeksi on mielletty yksityinen, eli esimerkiksi koti ja perhe. (Ruoho 2006, 172–173.) Tämäkin eriarvoisuus on heijastunut journalismiin ja kaikenlaiseen keskusteluun pitkään. Vielä nykyäänkin naisten esittämät puheenvuorot usein sivuutetaan ja heitä ei kuunnella (Ruoho 2006, 177). Koska ”naisten aiheita” pidetään yksityisen piiriin kuuluvina, ne voidaan nähdä vähempiarvoisina journalismin kannalta. Ruohon (2006, 172) mukaan journalismin ihanteena ovat julkiset asiat. Naisten onkin ollut hankalampi päästä uutisten kovaan ytimeen eli

poliittisesti ja taloudellisesti tärkeisiin keskustelunaiheisiin tasavertaisina miesten kanssa (Halonen, 2006, 203).

2.3.2 Keskeiset käsitteet

Tässä alaluvussa esitellään opinnäytetyöni keskeiset käsitteet. Osa käsitteistä liittyy journalismiin, osa puolestaan moniäänisyyteen, tasa-arvoon ja feministiseen mediatutkimukseen. Journalismiin liittyvät käsitteet esitellään ensin.

Journalismi ja journalisti. Journalismia voidaan määritellä monella tavalla. Heikki Kuutti määrittelee journalismin toimittajien tekemän työn kautta ajankohtaisen ja faktapohjaisen, pääosin yhteiskunnallista ainesta sisältävien joukkoviestintäsanomien tuottamiseksi. Kuutin mukaan journalismi on usein elimellinen osa median toimintaa. Journalismia voidaan määritellä myös sen tehtävien kautta. Kuutin mukaan tehtävät ovat pitkälti samat kuin joukkoviestinnällä, eli totuudenmukaisen tiedon välitys, yhteiskunnan kriittinen tarkkailu ja vallankäytön valvonta sekä sananvapauden ja julkisen keskustelun edistäminen. Kuutti tiivistää, että journalismi voidaan nähdä yhteiskunnan ja maailman tapahtumien tarkastelijana, kuvaajana ja selittäjänä tekstin, kuvan sekä äänen avulla. (Kuutti 2006, 73.)

Risto Kuneliuksen mukaan hyvällä journalismilla on neljänlaisia tehtäviä: tiedonvälitys, tarinoiden kertominen, julkisen keskustelun ylläpitäminen ja kansalaisten julkisen toiminnan resurssina oleminen. Nykyaikana Kuneliuksen määrittelemät tehtävät tuntuvat osin vanhentuneilta esimerkiksi sosiaalisen median vuoksi. Kunelius kuitenkin määrittelee muitakin tehtäviä, jotka ovat ajankohtaisia edelleen, kuten viihdyttäminen, stereotyyppien rakentaminen ja taloudellisen voiton tavoittelu. (Kunelius 2000, 5.)

Maarit Jaakkolan mukaan journalismi on yhteiskunnallista tiedonvälitystä. Journalismi on hänen mukaansa joukkoviestinnän muoto, joka eroaa muista joukkoviestinnän muodoista, koska se on ajankohtaista, faktoihin perustuvaa ja toimitettua. Jaakkolan mukaan journalismin faktapohjaisuus edellyttää, että tosiasiat erotetaan mielipiteistä. Samalla Jaakkola kuitenkin myöntää, ettei erottelu ole aina yksinkertaista, vaan journalistit tekevät valintoja. Jaakkolan mukaan yleisöltä vaaditaankin ymmärrystä journalismin pyrkimyksistä sekä tuotanto- ja esitystavoista. (Jaakkola 2013, 13–16.)

Journalismia määritellään usein sen tehtävien kautta. Maarit Jaakkolan mukaan journalismilla on viisi tehtävää: 1) Tiedonvälitys. Journalismin perustehtävä on tarjota luotettavaa tietoa

ajankohtaisista asioista. 2) Tulkitseminen. Journalismi tulkitsee maailmaa ja tiedon vaikutuksia ihmisten elämään. 3) Palveleminen. Journalismi palvelee yleisöjään tulemalla lähelle ihmisten arkea ja tarjoamalla mielekästä tietoa. 4) Viihdyttäminen. Journalismi välittää tunteita, ja sen äärellä voi viihtyä ja kehittyä. 5) Aktivoiminen. Journalismi pyrkii olemaan vuorovaikutuksessa ja aktivoimaan ihmisiä julkiseen keskusteluun. (Jaakkola 2013, 17–18.)

Jaakkolan määrittelemät tehtävät ovat siis osin hyvin erilaisia kuin Kuutin ja Kuneliuksen. Kaikki kyllä korostavat yhteiskunnallisuutta ja tiedon välittämistä, mutta Kuutin määritelmässä korostuvat etäinen kriittinen tarkastelu, kun taas Jaakkolan mukaan journalismin tehtävänä on tulla lähelle yleisöä, palvella ja aktivoida ihmisiä.

Jaakkola määrittelee journalismia myös sen journalistien arvojärjestelmän kautta. Hänen mukaansa nämä arvot ovat: 1) Ajantasaisuus. Journalismi pyrkii olemaan ajan hermolla. 2) Todenmukaisuus. Journalismi välittää tarkistettua tietoa. 3) Puolueettomuus. Journalismi pyrkii neutraaliuuteen ja tasapuolisuuteen. 4) Itsenäisyys. Toimittajien ammattikunnalla on eettiset säännöt eli Journalistin ohjeet. 5) Edustavuus. Journalismissa on huomioitava koko yhteiskunta. 6) Vastuullisuus. Journalistit ovat vastuussa yleisölleen, jonka luottamus on toiminnan perusta. Näistä arvoista viides eli edustavuus on erityisen mielenkiintoinen opinnäytetyöni kannalta, sillä Jaakkolan mukaan erilaisten väestöryhmien huomioiminen edellyttää journalismilta monimuotoisuutta. (Jaakkola 2013, 18–19.)

Mark Deuzen mukaan journalistien itseymmärrys ammattikuvastaan on laajentunut käsittämään muutakin kuin sen, että journalisti ”kertoo ihmisille mitä heidän tarvitsee tietää” (Deuze 2005, 442). Deuzen mukaan aiemmin journalismia määriteltiin ammatilliseksi ideologiaksi, eräänlaiseksi tekijöiden kesken jaetuksi ymmärrykseksi siitä, mitä on hyvä journalismi ja mikä on sen paikka yhteiskunnassa. Journalistit saattoivat ajatella, että heitä yhdistävät arvot loivat työlle uskottavuutta. Arvoja ovat esimerkiksi yleisön palveleminen, objektiivisuus, autonomia ja eettisyys. Deuze toteaa, että nämä arvot voivat liittyä myös muihin ammattiryhmiin ja olla epäjohdonmukaisia. (Deuze 2005, 444–447.) Deuzen mielestä esimerkiksi autonomia ideologisena arvona toimii käytännössä muutosten vastustamisen keinona. Journalismiin liitettyä ajankohtaisuutta, nopeutta ja kiirettä Deuze pitää paitsi arvona, myös ongelmallisena työn sivuvaikutuksena. (Deuze 2005, 449.) Deuze peräänkuuluttaa journalismia, joka olisi responsiivista, interaktiivista ja inklusiivista. Läpinäkyvyys lisäisi kaikille mahdollisuuksia tarkkailla, kritisoida ja osallistua journalistisiin prosesseihin. Deuzen mukaan journalismin ja journalistin määritelmä pitäisi täten uudistaa, jotta voitaisiin ymmärtää mitä journalismi on yhä monimutkaisemmassa nyky-yhteiskunnassa (Deuze 2005, 455.)

Journalistinen sisältö. Tässä opinnäytetyössä journalistisella sisällöllä tarkoitetaan journalistien tuottamaa ja median julkaisemaa sisältöä, joka on toteutettu journalistisin perustein. Tämä erotuksena muusta joukkoviestinnästä ja erityisesti kaupallisesta sisällöstä, kuten markkinoinnista ja niin sanotusta natiivimainonnasta eli ilmoituksista, jotka ulkoasultaan muistuttavat journalistista sisältöä. Ei-journalistinen sisältö tarkoittaa esimerkiksi markkinointiaineistoja, viihdeaineistoa ja sellaista tiedotusaineistoa, jonka luotettavuutta ei ole varmistettu (Jaakkola 2013, 16).

Uutinen. Kuutti (2006, 242–243) määrittelee uutisen journalistiseksi genreksi. Juttutyypille olennaista on uuden, yllättävän ja merkittävän tiedon kertominen äskettäin tapahtuneesta ja yleisesti kiinnostavasta asiasta. Uutisia voidaan jaotella eri tavoin muun muassa ennako-, tausta- ja tapahtumauutisiin riippuen niiden sisällöstä ja aikaperspektiivistä. Kuutti huomauttaa, että sähköisissä medioissa pyritään reaaliaikaiseen uutisvälitykseen, joka saattaa heikentää uutisjournalismille tärkeää luotettavuutta ja todenmukaisuutta.

Myös Jaakkola määrittelee uutisen ajankohtaisuuden kautta: uusi ja yllättävä tieto äskettäin tapahtuneesta tai yleisesti merkittävästä asiasta. Jaakkolan mukaan uutinen on journalismin perusjuttutyypin ja journalistin keskeisin ajattelun väline. (Jaakkola 2013, 179.) Hän huomauttaa, että uutisen välittämä tieto tulee olla tarkistettu journalistisin menetelmin. Kiintoisa on Jaakkolan näkemys siitä, että kokenut toimittaja tunnistaa uutisen ei-tietoisesti eräänlaisen työyhteisöstä opitun hiljaisen tiedon avulla. Yleensä uutisellisuuden määrittelyssä käytetään uutiskriteerejä, joita Jaakkolakin listaa useita. Niitä ovat muun muassa maantieteellinen läheisyys eli paikallisuus, kulttuurinen merkittävyys, tapahtuman toistuvuus ja henkilöitävyys sekä epätavallisuus ja toisaalta aiempien käsitysten vahvistaminen. Jaakkola lisää, että toimitustyön reunaehdot toimivat eräänlaisina ylimääräisinä uutiskriteereinä. Näitä reunaehtoja ovat muun muassa mediakilpailu, median konsepti ja kohdeyleisö, mediayhtiön taloudellinen tilanne eli resurssit sekä toimittajan omat kiinnostuksen kohteet. Hiljaisena uutispäivänä uutiskynnys voi olla toimituksissa matalalla. (Jaakkola 2013, 180–182.)

Jaakkola huomauttaa, että millään tapahtumalla ei ole absoluuttista uutisarvoa, vaan merkittävyys määräytyy yleisön puhuttelun kautta. Siksi journalistin on hyvä pitää mielessä, että uutisen tulee palvella lukijan tiedontarpeita ja kiinnostuksen kohteita. Jaakkolan mukaan aiheen onnistunut journalistinen käsittely edellyttää rajaamista, kohdentamista ja lähteiden relevanssia. Journalistin tulee siis löytää haastateltavikseen aiheen kannalta relevantit ihmiset. (Jaakkola 2013, 183–184.)

Toisinaan puhutaan kovista ja pehmeistä uutisista. Tällä tarkoitetaan uutisten erottelua yhteiskunnallisen merkityksen ja tärkeyden perusteella. Kuutin mukaan kovat uutiset painottavat tiedon yllätyksellisyyttä ja merkittävyyttä ja käsittelevät esimerkiksi taloutta tai politiikkaa. Pehmeät uutiset

painottavat asioiden mielenkiintoisuutta human interest -tasolla ja käsittelevät esimerkiksi julkisuuden henkilöiden elämää tai ”muita kevyitä aiheita”. (Kuutti 2006, 101.)

Jaakkola toteaa, että jako koviin ja pehmeisiin uutisiin on osoitus lajityypin taipuvuudesta eri aiheisiin. Jaakkolan mukaan kovat uutiset ovat sellaisia, jotka ”jokaisen kansalaisen on syytä tietää”. Hän listaa esimerkkeinä kansainväliset ja sisäpoliittiset tapahtumat, valtionhallinnon tapahtumat, työmarkkinakonflikti ja sopimukset sekä sosiaaliset ja ympäristökysymykset. Voidaan toki kyseenalaistaa, kuinka moni kansalainen on nykyisin perillä esimerkiksi kaikista valtionhallinnon tapahtumista ja työmarkkinasopimuksista. Jaakkolan mukaan pehmeät uutiset ovat vähemmän ajankohtaisia, ja ne sisältävät inhimillisiä ulottuvuuksia, kuten tunteellisia ärsykejä ja kuriositeetteja. Kiinnostava on Jaakkolan toteamus, että pehmeitä uutisia julkaistaan usein silloin, kun kovilta uutisilta *jää tilaa* – paperilehden sivuilla siis. (Jaakkola 2013, 183.)

liris Ruoho ja Sinikka Torkkola (2010, 111) muistuttavat, että pehmeitä uutisia pidetään naisten alueena ja kovia uutisia miesten. Heidän mukaansa pehmeät uutiset liittyvät tunteisiin ja intiimiin, kun taas kovilla uutisilla tarkoitetaan faktoja, rakenteita ja valtaa. Heidän tosin käyttävät termejä Miestapainen ja Naistapainen korostaakseen, että kyse ei niinkään ole biologisesta sukupuolesta vaan yhteiskunnallisista ja kulttuurisista käytännöistä, puhetavoista ja toimintamalleista. (Ruoho & Torkkola 2010, 196.)

Koska kovat uutiset mielletään miehiseksi ja pehmeät uutiset naisille sopiviksi, ei ole mikään ihme, että paperilehteä lukiessa voi huomata naisten olevan uutissivuilla vähemmistössä. Heistä kertovia pehmeitä uutisia julkaistaan, jos kovilta uutisilta sattuu jäämään tilaa.

Journalistinen työprosessi. Tällä tarkoitetaan toimituksessa tehtävän käytännön työn eri vaiheita kuvattuna prosessimaisesti. Kuutin (2006, 78–79) mukaan työprosessiin kuuluvat aiheen valinta, tiedonhankinta, tiedon jäsentäminen, jutun kirjoittaminen ja kriittinen tarkastelu ennen jutun julkaisua. Kuutti huomauttaa, että käytännössä journalistinen työprosessi ei useinkaan etene suoraviivaisesti, vaan sen eri vaiheet vuorottelevat.

Jaakkolan mukaan journalistinen työprosessi alkaa ideoinnista ja suunnittelusta. Läheskään kaikki juttuideat eivät päädy toteutukseen eivätkä julkaistuksi jutuiksi. Yleensä toimittajan täytyy ensin vakuuttaa esihenkilönsä idean kiinnostavuudesta. Jaakkola kuvaa journalistista työprosessia kuusi-vaiheiseksi. Vaiheet ovat 1) Ideointi ja suunnittelu. Tässä vaiheessa rajataan aihe ja valitaan näkökulma. 2) Tiedonhankinta. Valitaan lähteet ja tarvittaessa muokataan juttuaihetta uuden tiedon perusteella. 3) Koonti. Tässä vaiheessa päätetään, mistä osista juttu koostuu. 4) Arviointi ja muokaus. Pohditaan riittävätkö ainekset ja ovatko ratkaisut perusteltuja. 5) Julkaisu. Päätetään milloin

ja missä kanavissa juttu julkaistaan. 6) Palaute. Pohditaan mikä jutussa oli onnistunutta ja mitä voisi jatkossa tehdä paremmin. (Jaakkola 2013, 60–61.)

Jaakkola siis tunnistaa yhden työprosessin vaiheen enemmän kuin Kuutti, eli jutusta saatavan palautteen. Toimitustyön kiireisessä arjessa juttuprosessin arviointi jälkikäteen jää usein hyvin vähäiseksi. Jaakkola (2013, 63) korostaa, että palautevaihe on keskeinen oppimisen paikka, ja että palautetta tulisi aktiivisesti pyytää sekä esihenkilöiltä että kollegoilta.

Journalistin vapaus. Kuutti määrittelee journalistisen vapauden eräänlaisena sananvapauden ilmentymänä ja journalistin henkilökohtaisena vapautena toteuttaa työssään journalistisia perusteita huolimatta painostuksesta. Painostus voi olla yllyttävää tai kieltävää, ja se voi tulla toimituksen ulkopuolelta tai sisältä. Myös itsesensuuri voi rajoittaa journalistista vapautta. (Kuutti 2006, 79.)

Heikki Luostarisen ja Pentti Raittilan toimittamassa Journalistin vapaus -teoksessa käsitellään aihetta eri näkökulmista. Esipuheessa Luostarinen ja Raittila toteavat, että journalistien vapaus liittyy sananvapauteen, eikä Suomessa ole sen suhteen ongelmaa kansainvälisesti vertailtuna. Heidän mukaansa journalistin vapaudessa on myös kyse mahdollisuuksista kerätä ja välittää merkityksellistä tietoa. Tähän vaikuttavat paitsi viranomaiset, myös esimerkiksi käytössä oleva tekniikka. He lisäävät, että journalistin vapaus riippuu myös journalistista itsestään: mitä hän uskaltaa ja pystyy kertomaan. (Luostarinen & Raittila 2014, 7–8.)

Luostarinen tiivistää, että journalistien vapaus on yhteiskunnan vapautta. Se heijastaa osaltaan yhteiskunnan läpinäkyvyyttä. (Luostarinen 2014, 17.) Journalistit voidaankin nähdä eräänlaisina sananvapauden välineinä, ja sananvapauden uhkat kohdistuvat usein heihin ensimmäisinä (Luostarinen 2014, 19). Luostarinen peilaa artikkelissaan tilannetta professori Pertti Hemánuksen aikaan ja tämän vuonna 1983 julkaisemaan Journalistinen vapaus -teokseen. Luostarisen (2014, 22) mukaan Hemánuksen käsitys journalistin vapaudesta tarkoitti ennen muuta vapautta ilmaista omaa poliittista ideologiaansa oman organisaationsa sisällä – sen ajan yhteiskunnallisessa kamppailussa. Luostarinen (2014, 41) itse päätyy luonnehtimaan nykyajan journalistin vapautta eräänlaiseksi vapaudeksi ”pomojen kyttäyksestä” eli mahdollisuutena yksilölliseen päätösvaltaan päälliköväetoisessa toimituksessa. Journalistin vapauteen vaikuttavat kuitenkin useat tekijät, kuten esimerkiksi yksilön kyvyt ja itsesensuuri, toimitusyhteisöjen rajat ja mahdollisuudet sekä taloudellinen toimintaympäristö (Luostarinen 2014, 44).

Oman tutkimukseni kannalta hyvin kiinnostava on tämä Luostarisen (2014, 31) toteamus:

”Journalisti osoittaa usein vapautensa rajat valitessaan käyttämänsä tietolähteet, eli sen, kenen sanaa arvostetaan tai ainakin kuunnellaan.”

Opinnäytetyössäni sivutaan käsitystä journalistin vapaudesta suhteessa haastateltavien valintaan tekemissäni tutkimushaastatteluisissa sekä kirjoittavien toimittajien työpajassa.

Moniäänisyys. Tässä opinnäytetyössä median moniäänisyydellä tarkoitetaan ensisijaisesti haastateltavien moninaisuutta, eli erilaisten ihmisten huomioimista, mutta myös näkökulmien moninaisuutta ja erilaisten yleisöjen puhuttelemista (Ylikoski & Ahva 2024, 114). Käsitteenä moniäänisyys ei vielä ole yksiselitteinen suomalaisessa tutkimuksessa, kuten Matleena Ylikoski ja Laura Ahva (2024, 105) toteavat. Esimerkiksi näkökulmiltaan moniäänistä journalismi on silloin, kun elämäntapojen ja ajatusten ideologinen ja poliittinen kirjo näkyvät tasapuolisesti (Ylikoski & Ahva 2024, 116). Ylikoski ja Ahva kuvailevat, että moniäänisyys on perinteisesti käsitetty journalismin demokratiatehtävään liittyväksi hyveeksi. Heidän mukaansa moniäänisyys on osa median monimuotoisuuden ilmiötä, jonka sisällä neuvotellaan journalismin tehtävästä, roolista yhteiskunnassa ja myös vallasta. He huomauttavat, että toteutuessaan hyvin moniäänisyys auttaa journalismia luomaan totuudenmukaisen kuvan monimuotoisesta maailmasta. (Ylikoski & Ahva 2024, 105). He myös muistuttavat, että moniäänisyyskäsite sisältää useita määritelmiä, eikä sitä voi pelkistää vain kysymykseksi siitä, ketkä journalismissa pääsevät ääneen (Ylikoski & Ahva 2024, 122).

Moniäänisyyteen ja monimuotoisuuteen liittyy läheisesti inklusiivisuus. Työterveyslaitoksen mukaan inklusiivisuudella tarkoitetaan yhdenvertaista, syrjimätöntä ja kaikkia osallistavaa toimintatapaa. (Työterveyslaitos s.a.)

Journalismin kannalta journalistin vapauden ja moniäänisyyden välillä voidaan nähdä jännitettä – riippuen toki siitä, miten vapaus ja moniäänisyys määritellään. Jos journalistin vapautta ajatellaan toimittajan vapautena valita esimerkiksi näkökulma ja haastateltava täysin itsenäisesti, tällöin vaatimus moniäänisestä journalismista ikään kuin velvoittaa toimittajaa pohtimaan myös muita näkökulmia ja etsimään myös muita haastateltavia. Toisaalta tavoitetta moniäänisyydestä on vaikea nähdä sellaisena ”painostuksena”, joka esimerkiksi aidosti uhkasi sananvapautta tai journalistin mahdollisuuksia välittää merkityksellistä tietoa.

Naisten aliedustus mediassa. Naisten vähäinen osuus eli aliedustus mediasisällöissä on laaja ja sitkeä ongelma. Tutkimuksissa se on todettu jo 1970- ja 1980-luvuilla. Naisten aliedustus mediasisällöissä on myös globaali ilmiö. (Mäkelä ym. 2006, 52.) Tällä hetkellä GMMP-tutkimuksen

tuorein arvio on, että koko maailmassa naisten osuuden keskiarvo mediasisällöissä on noin 25 prosenttia. GMMP:n raportti julkaistaan viiden vuoden välein, mutta tämän vuoden raporttia ei ole vielä julkaistu. Globaali vakio oli pitkään, että toimittajista noin 40 prosenttia on naisia, mutta uutisten toimijoista naisia on vajaa 20 prosenttia. GMMP 2020:n raportin mukaan tällä vauhdilla kestää vielä 67 vuotta, ennen kuin naisten ja miesten välinen tasa-arvo mediasisällöissä on saavutettu. (GMMP 2020.)

Aslama (2006, 59) muistuttaa, että YK:n laatima Pekingin julistuksen toimintaohjelma velvoittaa ohjelman ratifioineita maita seuraamaan mediasisältöjä ja muuttamaan mediaa, koska media vaikuttaa asenteisiin ja sitä kautta naisten asemaan yhteiskunnassa. (Aslama 2006, 59) Pekingin julistuksen toimintaohjelmassa todetaan muun muassa, että median tulee korostaa tietoisuutta tiedotusvälineiden vastuusta ”ei-kaavamaisten nais- ja mieskuvien välittäjänä”. Lisäksi todetaan, että median on löydettävä uusia keinoja sukupuolten välisen epäsuhtaisuuden poistamiseksi. (Ulkoministeriö s.a.)

Representaatio. Representaatiolla tarkoitetaan esittämistä ja merkitysten tuottamista. Kuutin määritelmän (2006, 186) mukaan kyse ei ole todellisuuden suorasta esittämisestä, vaan kohteeseen liittyvien merkitysten synnyttämisestä jonkin välineen avulla. Kuutti lisää, että media ei pelkästään heijasta tai esitä eli presentoi todellisuutta, vaan median kertomukset myös osaltaan luovat todellisuutta. Mediaesitykset ikään kuin muotoilevat todellisuutta uudelleen.

Stereotypia. Kuutti (2006, 209) määrittelee stereotypian kärjistäväksi yleistyksiksi tai yksinkertaistukseksi. Stereotypiat luokittelevat esimerkiksi ihmisryhmiä ottamatta huomioon kontekstia ja yksilöiden välisiä eroja. Tässä opinnäytetyössä stereotypialla tarkoitetaan ensisijaisesti sukupuolirooleihin vanhastaan liittyneitä käsityksiä ja uskomuksia.

Pekingin julistuksen toimintaohjelmassa (Ulkoministeriö s.a.) todetaan yksiselitteisesti näin: ”hallitusten ... on edistettävä käsitystä, että seksististen stereotyyppien esittäminen mediassa on sukupuolista syrjintää, joka alentaa ja loukkaa naisia.”

Media voi osaltaan pitää yllä stereotypioita, joko tarkoituksella tai tahtomattaan. Etenkin ei-journalistiset, populaarikulttuuriin liittyvät mediasisällöt, kuten elokuvat ja tv-sarjat, ovat saaneet tästä aika ajoin kritiikkiä. Esimerkiksi 1990-luvun lopulla *Who speaks* -tutkimuksessa ilmeni, että tutkituissa tv-ohjelmissa aihealueet noudattelivat stereotypioita: naisten aiheita olivat muun muassa terveys ja ihmissuhteet, kun miesten aiheita olivat tiede, teknologia ja urheilu. (Aslama 2006, 51.)

Sukupuoliin liittyvät stereotypiat ovat vaikuttaneet ja vaikuttavat yhä esimerkiksi siihen, ketkä pääsevät valtaan politiikassa. Koska suurin osa poliittisista johtajista on ollut miehiä, ovat miehiseksi mielletyt ominaisuudet muodostaneet normin, joihin naisia verrataan. Naisiin ja miehiin liitetyt stereotypiat näkyvät johtavalinnoista käytävissä yhteiskunnallisissa keskusteluissa. Tyypillisesti naisiin liitettyjä stereotypioita ovat esimerkiksi välittäminen, empaattisuus ja pyyteettömyys, mikä voi vaikuttaa siihen, että naisia pidetään liian heikkoina johtajiksi. Toisaalta johtajaksi hakeutuneita naisia voidaan pitää liian kylminä ja kovina sukupuolensa edustajiksi. (Niemi 2017, 226.)

Journalistinen media raportoi säännöllisesti politiikasta ja vallanpitäjistä. Se on myös ollut ylläpitämässä sukupuoliin liittyviä stereotypioita. Esimerkiksi 1990-luvulla suomalaisessa lehdistössä pohdittiin vakavissaan, olisiko naisesta suuren puolueen johtajaksi ja presidentiksi (Niemi 2017, 235). Mediassa poliittiseen valtaan pyrkiviä naisia on vähätelty, mutta myös pidetty merkinä uudistumisesta ja edistyksellisyydestä. Vaikka media on arvioinut naisia yhteistyökykyisiksi ja vetovoimaisiksi, heidän kykyään johtaa on kuitenkin kyseenalaistettu vetoamalla ”pehmeuteen” ja mahdolliseen arvaamattomuuteen. (Niemi 2017, 239.)

Sukupuoli. Nykyään ajatellaan, että sukupuolia voi olla enemmän kuin kaksi ja että sukupuoli ei ole binäärinen, mustavalkoinen joko–tai-jako vaan enemmänkin liukuma. Sukupuoli on paitsi juridinen määre, myös yksi ihmisten luokittelun kategoria. Se on jatkumo, joka koostuu muun muassa geneettisistä, hormonaalisista, fysiologisista, sosiaalisista ja kulttuurisista ominaisuuksista. Monelle sukupuoli on myös tärkeä identiteetti. Sukupuolen ilmaisulla tarkoitetaan erilaisia ilmaisun tapoja, jotka ovat kulttuurissamme sukupuolittuneita. Ilmaisun tapoja voivat olla esimerkiksi vaatetus, puhetyyli ja eleet. Sukupuolen ilmaisu ei aina varmuudella kerro sukupuoli-identiteetistä. (Seta ry s.a.)

Kun tässä opinnäytetyössäni pyrin kehittämään juuri naisten osuutta Kalevan journalistisissa sisälöissä, se johtuu ennen kaikkea siitä, että Kalevan julkilausuttuna tavoitteena on nimenomaan naisten osuuden lisääminen. Työtä on rajattava eri tavoin, ja yksinkertaisuuden vuoksi joudun tekemään rajauksen naisiin ja miehiin. Laajempaan tavoitteena on kuitenkin lisätä moniäänisyyttä.

Mäkelä, Puustinen ja Ruoho toteavat, että sukupuoli rakentuu historiallisesti ja kulttuurisesti, ja sitä rakennetaan erilaisilla yhteiskunnallisilla käytänteillä. Media onkin keskeinen kulttuurin alue, jolla rakennetaan käsitystä sukupuolesta. (Mäkelä ym. 2006, 7–8.) Ruoho ja Torkkola puolestaan toteavat, että journalismi tuottaa sukupuolen sosiaalisia esityksiä, joiden varassa tai joita kiistäen sekä miehet että naiset identifioituvat toimijoiksi (Ruoho & Torkkola 2010, 197).

Tasa-arvo. Tässä opinnäytetyössä tasa-arvolla tarkoitetaan ensisijaisesti sukupuolten välistä tasa-arvoa. Lainsäädännössä tasa-arvo määritellään ikään kuin negaation kautta. Laki naisten ja miesten välisestä tasa-arvosta alkaa sanoilla: ”Tämän lain tarkoituksena on estää sukupuoleen perustuva syrjintä ja edistää naisten ja miesten välistä tasa-arvoa”. Tasa-arvolaisissa todetaan muun muassa, että viranomaisten tulee kaikessa toiminnassaan edistää naisten ja miesten välistä tasa-arvoa. Viranomaisten ja koulutuksen järjestäjien onkin huolehdittava, että tytöillä ja pojilla on samat mahdollisuudet koulutukseen. Työnantajien tulee edistää sukupuolten tasa-arvoa suunnitelmallisesti. Lisäksi muun muassa valtion komiteoissa, neuvottelukunnissa ja muissa vastaavissa toimielimissä tulee olla sekä naisia että miehiä kumpiakin vähintään 40 prosenttia. (laki naisten ja miesten välisestä tasa-arvosta 30.12.2014/1329.)

Tasa-arvon yhteydessä mainitaan usein kiintiöt. Feminismin ja tasa-arvotutkimuksen piirissä on aiemmin puhuttu paljon 40–60-sukupuolijakaumasta. Se tarkoittaa, että koska sukupuolten välistä absoluuttista tasa-arvoa pidetään käytännössä lähes mahdottomana saavuttaa, on todettu monissa yhteyksissä jo 40 prosentin olevan riittävä edustus. Eli jos sekä miehiä että naisia on mukana vähintään 40 prosenttia, kumpikaan sukupuoli ei olisi vähemmistössä. (Aslama 2006, 49–50.)

Mari K. Niemen mukaan Suomen hallituksissa on vuodesta 1991 lähtien ollut määritelmällisesti *sukupuolten tasapaino*, koska naisia ja miehiä ei kumpiakaan ole ollut alle 40 tai yli 60 prosenttia (Niemi 2017, 232).

Kansainvälisesti vertailtuna Suomi on menestynyt tasa-arvovertailuissa. Mari K. Niemi toteaa, että menestystä vertailussa selittävät useat seikat: suomalaiset naiset ovat kansainvälisesti vertailtuna korkeasti koulutettuja ja he osallistuvat työelämään lähes yhtä aktiivisesti kuin miehet, minkä osaltaan mahdollistaa päivähoitojärjestelmä. Niemi kuitenkin muistuttaa, että tasa-arvovertailuissa menestyminen ei tarkoita sitä, että tasa-arvo olisi jo saavutettu. Tutkimusten mukaan naiset tekevät yhä miehiä enemmän palkatonta työtä, naisten tulotaso jää alhaisemmaksi kuin miesten ja naisia on miehiä harvemmin johtavissa asemissa politiikassa ja yrityselämässä. (Niemi 2017, 222.)

2.3.3 Yhteiskunnalliset taustakäsitteet

Tässä alaluvussa esitellään muutama yhteiskuntaan liittyvä käsite, jotka auttavat ymmärtämään muuttuvaa toimintaympäristöä sekä ympäröivän maailman vaikutusta mediaan ja journalistisiin sisältöihin. Nämä käsitteet liittyvät journalismiin epäsuorasti. Esimerkiksi poliittinen ja taloudellinen valta jakautuvat yhteiskunnassa epätasa-arvoisesti, mikä osaltaan heijastuu helposti journalistisiin sisältöihin siten, että naiset ovat niissä aliedustettuina.

Data-analytiikka. Useissa mediataloissa on jo jonkin aikaa hyödynnetty data-analytiikkaa, niin myös Kalevassa. Data-analytiikassa on kyse siitä, että kerätään tietoa ilmiöstä, esimerkiksi asiakkaista tai henkilöstön tyytyväisyydestä. Tietoa analysoidaan ja sen perusteella saadaan tietoa, jonka avulla voidaan oppia, miten tietyt toimenpiteet vaikuttavat analyysin kohteena olevaan asiaan. Kun kerättyä tietoa käsitellään algoritmeilla, voidaan suuristakin tietomäärästä havaita esimerkiksi sellaisia keskinäisiä riippuvuuksia, joita ihminen ei huomaa. Analytiikka siis tiivistää isoista määristä dataa johtopäätöksiä. Ne voivat auttaa oppimaan ja tukevat ennakoivaa päättelyä. (Ojala 2018, 195–196.)

Poliittinen valta. Kun puhutaan tasa-arvosta, sivutaan usein myös vallan käsitettä. Poliittisella valalla voidaan tarkoittaa esimerkiksi puolueiden puheenjohtajia, kansanedustajia, ministereitä ja Suomessa korkeinta vallankäyttäjää eli pääministeriä. Poliittista valtaa käytetään myös kunta- ja hyvinvointialueetasolla. Suomessa poliittinen valta on ollut pitkälti miehillä, vaikka Suomessa naiset ovatkin saaneet äänioikeuden yhtä aikaa miesten kanssa. Kehitystä vallan tasa-arvoisempaan ja kautumiseen on toki tapahtunut. Mari K. Niemen mukaan kolmessa vuosikymmenessä naisten osuus suomalaisen yhteiskunnan merkittävimmistä vallankäyttäjistä on yli kaksinkertaistunut. (Niemi 2017, 223.)

Niemi muistuttaa, että politiikassa miehiä ja naisia arvioidaan yhä keskenään erilaisin kriteerein. Samaa tapahtuu Niemen mukaan myös mediassa sekä yleisön keskuudessa. Niemi toteaa, että politiikassa valta-asemia ei jaeta siten, että kokeneimmat tai korkeimmin koulutetut tulisivat automaattisesti valituiksi. Esimerkiksi puolueen puheenjohtajan valintaan vaikuttavat myös puolueen omat perinteet, sisäiset valtasuhteet ja olosuhteisiin kytkeytyvät odotukset. (Niemi 2017, 221.)

Niemi muistuttaa myös, että tasa-arvo ei liity pelkästään sukupuoleen, ja että yksilön mahdollisuuksiin edetä poliittisella uralla vaikuttavat useat muutkin seikat, kuten ikä, koulutustaso, varallisuus, uskonto, etninen tausta ja seksuaalinen suuntautuminen. Vaikka lain edessä kansalaisilla on tasa-arvoiset mahdollisuudet osallistua, Suomessa esimerkiksi vammaiset ja maahanmuuttajat ovat yhä aliedustettuja yhteiskunnallisessa päätöksenteossa. Tämän vuoksi keskittyminen miehiin ja naisiin voi tuntua vanhanaikaiselta näkökulmalta, Niemi myöntää. Hänen mukaansa tutkimustulokset osoittavat, että Suomessakin sukupuoli määrittää yhä sitä, kuinka todennäköisesti henkilö pääsee valta-asemaan. (Niemi 2017, 223.)

Kansainvälisesti tarkasteltuna naisia on ollut ja on yhä miehiä vähemmän poliittisina johtajina. Niemen mukaan useiden politiikkaa ja liike-elämää tarkastelleiden tutkimusten perusteella voidaan

todeta, että johtavaan asemaan pääsevät naiset kohtaavat usein enemmän haasteita kuin miehet. Tämä johtuu siitä, että naiset päätyvät miehiä todennäköisemmin johtamaan sellaisia puolueita tai yrityksiä, jotka ovat jo valmiiksi menettäneet kannatustaan, mainettaan tai markkinaosuuttaan. Naisia on siis valittu johtoon silloin, kun on toivottu muutosta hankalaan tilanteeseen, jopa kriisiin. (Niemi 2017, 225.)

Taloudellinen valta. Taloudellinen valta jakautuu yhä epätasaisesti suomalaisessa yhteiskunnassa. Keskuskauppakamari julkisti 30.12.2024 tiedon, jonka mukaan Suomessa oli vuonna 2024 ennätysmäärä naisia pörssiyhtiöiden johtoryhmissä (Keskuskauppakamari 2024). Tämä useissa medioissa huomioitu ”ennätys” piti sisällään varsin alhaiset luvut: Suurissa pörssiyhtiöissä naisia on johtoryhmissä 32 prosenttia. Keskisuurten pörssiyhtiöiden johtoryhmissä naisia on 30 prosenttia ja pienissä pörssiyhtiöissä 28 prosenttia. Erityisesti merkillepantavaa on, että naisia on pörssiyhtiöiden toimitusjohtajina vain kymmenen prosenttia. Tiedot perustuvat Keskuskauppakamarin vuosittain tekemään naisjohtajakatsaukseen. Keskuskauppakamarin mukaan naisten osuus pörssiyhtiöiden johdossa kasvaa yhä hitaasti. EU-tasolla naisten osuutta pörssiyhtiöiden hallituksissa pyritään nostamaan kiintiödirektiivillä, joka tulee voimaan vuonna 2026. Toisaalta Keskuskauppakamarin kansainvälisen vertailun katsauksessa (Kajala 2024, 22) huomautetaan, että naisten suuri osuus pörssiyhtiön hallituksessa ei välttämättä johda naisten suureen osuuteen yhtiön johtoryhmässä. Kuitenkin pidemmällä aikavälillä hallitukseen liittyvä kiintiö voi tasapainottaa myös johtoryhmien sukupuolijakaumaa.

Yhteiskunnallinen vaikuttaminen. Suomessa journalismin ja toimittajien ammattikunnan syntyvaiheet ovat kytköksissä kansallisen kulttuurin ja kansalaisyhteiskunnan luomiseen 1800-luvulla. Luostarisen (2014, 27) mukaan maamme poliittinen toiminta kasvoi lehdistön ympärille 1900-luvun alussa. Voisi siis ajatella, että journalismiin on alusta asti liittynyt yhteiskunnallisen osallistumisen ja vaikuttamisen näkökulma. Luostarinen toteaa, että Hemánuksen silmin journalistin vapaus merkitsi myös mahdollisuutta (kapitalistisen) yhteiskunnan muuttamiseen kohti eettisempää ja kehittyneempää mallia – joka tuon ajan hengen mukaisesti oli sosialistinen (Luostarinen 2014, 25–26). Omassa tutkimuksessani onkin syytä pohtia hieman myös sitä, missä määrin journalistit ovat kiinnostuneita yhteiskunnallisesta vaikuttamisesta.

Esa Reunanen huomauttaa, että journalisti voi osallistua yhteiskunnalliseen vaikuttamiseen vain rajallisesti. Hän mainitsee, että enemmistö nuorista journalisteista suhtautuu varovasti oman poliittisen mielipiteensä kertomiseen. (Reunanen 2014, 46–47.) Koska objektiivisuus ja puolueettomuus

ovat journalismin keskeisiä ydinarvoja, herää kysymys, mitä tarkoitetaan toimittajan vapaudella osallistua yhteiskunnallisesti. Reunasen (2014, 48) mukaan ulkoisten rajoitusten ohella on huomioitava myös, mihin toimittajat työssään pyrkivät. Hän on tutkinut sitä, millainen sija yhteiskunnallisella vaikuttamisella on journalistien ammatillisessa ajattelussa.

Reunanen (2014, 52) havaitsi, että journalistit mieltävät tehtäväkseen totuuden selvittämisen ja kokonaiskuvan luomisen erilaisista puoli- ja osatotuuksista. Tämä pyrkimys varmistettuun totuuteen voi toisinaan johtaa siihen, että tärkeisiin aiheisiin ei tartuta, koska ne edellyttävät niin paljon työtä ja perehtymistä (Reunanen 2014, 55).

Lisäksi Reunanen havaitsi, että moni journalisti haluaa jutuillaan herättää keskustelua epäkohdista, väärinkäytöksistä ja ongelmista. Hän päätyykin tulkintaan, että journalisti ei ole pelkkä ulkopuolinen kirjuri vaan politiikan ja demokratian aktiivinen osapuoli – siis yhteiskunnallinen toimija. (Reunanen 2014, 58–59, 65.) Huomionarvoinen on myös tämä Reunasen (2014, 50) toteamus:

”Toimittaja ei siis ole vain passiivinen tietojen välittäjä vaan aktiivinen toimija, joka uutisvalinnoillaan vaikuttaa julkisuuden agendaan.”

3 Tutkimus- ja kehittämismenetelmät

Tässä luvussa esittelen opinnäytetyössäni käyttämät tutkimus- ja kehittämismenetelmät. Lisäksi tässä luvussa kerron, millä tavalla analysoin aineistoani. Tässä luvussa myös kertaan keskeiset tutkimuskysymykseni.

3.1 Lähestymistapana toimintatutkimus

Kehittämistyöni tavoitteena on kehittää journalistista työprosessia ja pyrkiä muuttamaan työtapoja, jotta Kaleva pääsisi lähemmäs tavoitettaan lisätä naisten osuutta journalistisissa sisällöissään. Eri-tyisesti tavoitteena on kehittää konkreettiset toimintaohjeet, joiden avulla Kalevan toimitus voi lisätä naisten osuutta journalistisissa sisällöissään.

Tutkimuskysymykset, joihin haen vastauksia opinnäytetyössäni, ovat seuraavat:

K1 Millainen on tällä hetkellä se prosessi, jonka avulla Kalevan toimittajat valitsevat asiantuntija-haastateltavat juttuihinsa?

K2 Miten kyseistä prosessia voisi kehittää, eli miten käytännön toimitustyössä voidaan lisätä naisten osuutta Kalevan journalistisissa sisällöissä?

K3 Miten data-analytiikkaa ja tekoälyä voitaisiin hyödyntää naisten osuuden lisäämisessä ja kehityksen seuraamisessa?

Toimintatutkimus on osallistava lähestymistapa. Ojasalon ja kumppanien määritelmän mukaan toimintatutkimuksella pyritään yhdessä ratkaisemaan käytännön ongelmia ja saamaan aikaan muutosta. Käytännön ongelmat voivat olla esimerkiksi teknisiä, sosiaalisia tai ammatillisia. Tavoitteena on ratkaista organisaatiossa ilmenevä ongelma ja samalla luoda uutta tietoa ja ymmärrystä. (Ojasalo ym. 2018, 58).

Toimintatutkimuksessa kohteena on siis tyypillisesti ihmisten tai organisaation toiminnan muuttaminen. Tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita siitä, miten asioiden pitäisi olla, eikä vain siitä, miten ne ovat. Kehittämisen kohteina ovat yhteisön toimintatavat ja itse toimintatilanne. (Ojasalo ym. 2018, 58.)

Hannu L. T. Heikkisen määritelmän mukaan toimintatutkimuksessa yhdistetään käytännön kehittämistyö ja tutkimus. Toimintatutkimusta ohjaa käytännön intressi, koska siinä halutaan tietää, miten asiat voisi tehdä paremmin. (Heikkinen 2018, 215.)

Tyypillisiä piirteitä toimintatutkimukselle ovat ongelmakeskeisyys, tutkijan ja tutkittavien aktiivinen rooli muutoksessa sekä heidän välisensä yhteistyö. Toimintatutkimus mahdollistaa, tai suorastaan edellyttää työyhteisön aktiivista osallistumista kehittämistyöhön. (Ojasalo ym. 2018, 58.)

Toimintatutkimuksessa merkille pantavaa on, että tutkija ei ole ulkopuolinen, vaan hän osallistuu aktiivisesti tekemällä interventioita eli väliintuloja, jotka tähtäävät muutokseen. Heikkisen mukaan toimintatutkimus on luonteeltaan sosiaalinen prosessi, jonka yhtenä tarkoituksena on nostaa hiljainen tieto esiin ja keskustelun kohteeksi. (Heikkinen 2018, 216.)

Toimintatutkimuksella on monia tutkimussuuntauksia. Perusideana eri suuntauksilla on, että teoria ja käytäntö halutaan tiiviiseen vuorovaikutukseen keskenään. (Heikkinen 2018, 219.) Tutkimuksessa tavoitellaan tietoa, jonka avulla voidaan parantaa käytänteitä. Heikkinen toteaa, että koska toimintatutkimuksen intressi on selvittää, miten asioiden tulisi olla, siitä seuraa jatkokysymys: miten toivottu asiantila saadaan aikaan ja millaista tietoa kehittämisen tueksi tarvitaan? (Heikkinen 2018, 220.)

Pauli Juuti ja Anu Puusa toteavat, että toimintatutkimuksessa on keskeisenä elementtinä oppiminen. Heidän mukaansa organisaation tavoitteena on useimmiten lisätä itseymmärrystä sekä kehittää konkreettisia muutostoimia ja viedä niitä käytäntöön (Juuti & Puusa 2020, 257).

Juuti ja Puusa lisäävät, että toimintatutkimuksen keskeisin tavoite on luoda tilanteita, jotka ovat otollisia toimijoiden itsereflektiolle. Heidän mukaansa toimijat voivat järjestäytyä kriittiseksi yhteisöksi, jossa pyritään ymmärtämään omaa toimintaa, tunnistamaan parannuskohteita ja etsimään niihin ratkaisuja. Tutkimuksen kohdetta ei siis pidetä passiivisena vaan aktiivisena toimijana, jolla on kyky kerätä tietoa toiminnastaan ja tehdä parantavia kokeiluja. (Juuti & Puusa 2020, 264.)

Tiivistetysti toimintatutkimukselle tyypillisiä piirteitä ovat, että käytännön toimijat refleктоivat yhdessä työtään, kehittelevät vaihtoehtoja ongelmien ratkomiseksi ja tuottavat toiminnasta teorioita, joiden pätevyyttä arvioidaan kokeilemalla sekä lopuksi julkistavat kokemuksiaan (Heikkinen 2018, 228).

3.2 Toimintatutkimuksen eteneminen ja menetelmät

Toimintatutkimuksen etenemistä kuvataan yleensä suunnittelun, toiminnan, havainnoinnin ja arvioinnin kehänä. Prosessi on syklinen, eli siinä toistuvat eri vaiheet. (Ojasalo ym. 2018, 60–61.) Tutkimusta voidaan kuvata myös ylöspäin suuntautuvan suppilon tai spiraalin avulla (Heikkinen 2018, 223).

Ojasalon ja kumppanien mukaan ensin valitaan kehittämisiongelma ja asetetaan tavoitteet. Seuraavaksi tutkitaan lähteitä, tutustutaan aineistoon ja täsmennetään kehittämistehtävää. Varsinainen työ aloitetaan kokeilemalla, mitä käytännön mahdollisuuksia päämäärän saavuttamiseksi on. Seuraavaksi analysoidaan saatu aineisto, arvioidaan toimia ja tarkennetaan päämääriä ja tehdään jälleen käytännön kokeiluja. (Ojasalo ym. 2018, 61.)

Toimintatutkimus eroaa perinteisestä tutkimuksesta siinä, että tutkija ei pyri tarkastelemaan kohdettaan välimatkan päästä. Toimintatutkimuksessa tutkija tekee aloitteita vaikuttaakseen kohdeyhteisöön. Tällaista muutokseen tähtäävää väliintuloa tutkimuksessa kutsutaan interventiksi. (Heikkinen 2018, 225.)

Heikkisen mukaan eräs toimintatutkimuksen lähtökohta on reflektiivinen ajattelu. Siinä ihminen tarkastelee toimintaansa ja ajatteluaan uudesta näkökulmasta ja pyrkii ymmärtämään niitä. Reflektion avulla pyritään kehittämään toimintaa. Reflektion keskeisyys ilmenee juuri siinä, että toimintatutkimusta kuvataan spiraalina, jossa suunnitelma, toiminta, havainnointi ja reflektointi seuraavat toisiaan. (Heikkinen 2018, 222–223.)

Heikkinen huomauttaa, että spiraalimallia on kritisoitu, koska suunnittelun, toiminnan ja arvioinnin vaiheita ei todellisuudessa voi tarkkaan erottaa toisistaan. Lisäksi malli antaa toiminnasta progressiivisen, eteenpäin menevän kuvan, mutta todellisuudessa työyhteisön toiminnassa tapahtuu monia prosesseja, joita ei voi tiivistää vain yhteen spiraaliin. (Heikkinen 2018, 224.)

Toimintatutkimusta lähestymistapana on myös kritisoitu. Heikkinen huomauttaa, että toimintatutkimuksessa tutkija ei ole puolueeton tarkastelija vaan toimiva subjekti, joka tulkitsee tilannetta omasta näkökulmastaan. Siten tutkijan saavuttama tieto ei voi olla täysin objektiivista. (Heikkinen 2018, 225.) Ojasalo ja kumppanit toteavat, että toimintatutkimuksen tavoitteet ja menetelmät määritellään usein epäselvästi, osallistujien välillä voi olla ristiriitoja ja käytännön ja teorian yhdistäminen voi olla hankalaa (Ojasalo ym. 2018, 59).

Yleensä toimintatutkimus katsotaan laadulliseksi lähestymistavaksi, mutta Ojasalo ja kumppanit toteavat, että myös määrällisiä menetelmiä voidaan hyödyntää. Koska kyse on osallistavasta tutkimuksesta ja kehittämisestä, myös menetelmien on oltava osallistavia. (Ojasalo ym. 2018, 61.)

Toimintatutkimuksessa aineistoa voi kerätä esimerkiksi kyselyn, ryhmäkeskustelun, aivoriihen ja haastattelun avulla. Ojasalo ja kumppanit huomauttavat, että toimintatutkimuksessa havainnointia pidetään kenties yhtenä tehokkaimmista aineistonkeruutavoista. Myös erilaisia kirjallisia aineistoja voi käyttää. Aineiston hankinnassa menetelmien valintaan vaikuttavat aina esimerkiksi kohdeorganisaation koko ja kehittämiskohteen laajuus. (Ojasalo ym. 2018, 61–62.)

Konstruktiiivinen tutkimus olisi periaatteessa myös mahdollinen lähestymistapa kehittämistyölle. Ojasalo ja kumppanit määrittelevät konstruktiiivisen tutkimuksen siten, että aito käytännön ongelma pyritään ratkaisemaan luomalla konkreettinen tuotos, kuten malli tai suunnitelma. Ratkaisun on perustuttava teoreettiseen tietämykseen. (Ojasalo ym. 2018, 65.)

Kari Lukan määritelmän mukaan kaikki ihmisen luomat artefaktit, kuten mallit, suunnitelmat ja organisaatorakenteet, ovat konstruktioita. Niille tunnusomaista on, että ne on keksitty ja kehitetty. Lukan mukaan konstruktiiivisen tutkimuksen ydinpiirteisiin kuuluu keskittyminen tosielämän ongelmien ratkaisuun. Konstruktiiivinen tutkimusote tuottaa innovatiivisen konstruktion, joka on tarkoitettu ratkaisemaan tosielämän ongelma. (Lukka 2001.)

Konstruktiiivisessä tutkimuksessa uuden rakenteen luomiseksi tarvitaan sekä teoreettista tietoa että uutta, käytännöstä kerättävää tietoa. Ojasalon ja kumppaneiden mukaan konstruktiiivinen tutkimus muistuttaa innovaatioiden tuottamista ja palvelumuotoilua. Kehittämistyön tuloksena syntyvää uutta rakennetta arvioidaan sen käytännön hyödyn perusteella. Tavoitteena on saada ongelmaan uudenlainen ratkaisu, joka parhaimmillaan toimii myös muualla kuin kohdeorganisaatiossa. (Ojasalo ym. 2018, 65.)

Konstruktiiivinen tutkimus on suunnittelua, mallien toteutusta ja testaamista. Käytännön toimijat, esimerkiksi organisaation johto, ovat aktiivisesti mukana ratkaisun luomisessa. Lähestymistapa korostaa tutkimuksen hyödyntäjien ja toteuttajien välistä vuorovaikutusta. Ojasalo ja kumppanit huomauttavat, että toimeksiantajan on myös sitouduttava kehittämiseen. (Ojasalo ym. 2015, 65–66.)

Konstruktiiivinen tutkimus on lähestymistapana haasteellinen. Lukan mukaan tutkimuksessa käytännön soveltuvuutta tulisi testata konstruktion toteuttamisyrityksellä (Lukka 2001). Ojasalo ja kumppanit toteavat, että kehitetyn ratkaisun toimivuutta voidaan testata kolmen eritasoisen markkinatestin avulla. Ojasalo ja kumppanit lisäävätkin, että konstruktiiivisen tutkimuksen raporteista voi puuttua ratkaisun testaus etenkin silloin, kun kyse on opinnäytetyöstä tai vastaavasta, joka on sidottu muun kuin kohdeorganisaation aikatauluihin. (Ojasalo ym. 2018, 68.)

3.3 Lähestymistavan valinta

Sekä toimintatutkimus että konstruktiiivinen tutkimus sopisivat periaatteessa kehittämistyöhöni, sillä kummassakin pyritään löytämään ratkaisu käytännön ongelmaan. Sekä konstruktiiivinen tutkimus että toimintatutkimus pyrkivät muuttamaan organisaation toimintaa ja käytänteitä. Lähestymistavoille yhteistä on myös menetelmien moninaisuus.

Molemmissa lähestymistavoissa tutkija toimii osana sitä yhteisöä, jota hän pyrkii kehittämään, eli tutkija ei ole ulkopuolinen. Täysin ulkopuolisena on vaikeampi kehittää mitään, ja yhdessä kehitetty ratkaisu voi olla työyhteisölle helpommin omaksuttavissa.

Toimintatutkimuksen etuna kehittämistyön kannalta pidän sen käytännönläheisyyttä ja yhteisöllisyyttä. Toimintatutkimuksessahan tavoitellaan tietoa, jonka avulla voidaan parantaa käytänteitä.

Lisäksi toimintatutkimuksen etuna pidän sitä, että sen osallistavat menetelmät mahdollistavat pääsyn organisaation työntekijöiden kokemukseen ja hiljaiseen tietoon, kuten Ojasalo ja kumppanit huomauttavat (Ojasalo ym. 2018, 61).

Toisaalta toimintatutkimus edellyttää yhteisön vahvaa osallistamista ja yhteisön jäsenten aktiivista reflektointia koko prosessin ajan, sekä mahdollisesti useita interventioita. Näiden asioiden järjestäminen voi olla liian haastavaa, kun ottaa huomioon oman työtilanteeni ja tilanteen Kalevan toimituksessa.

Konstruktiiivisen tutkimuksen etuina kehittämistyöni kannalta voisi pitää lähestymistavan kokeellisuutta, kohteen ja tutkijan vuorovaikutusta sekä teorian ja käytännön yhdistämistä. Parhaassa tapauksessa kehitettyä konstruktiota voidaan hyödyntää myös muualla kuin kohdeorganisaatiossa.

Konstruktiiivisessä tutkimuksessa käytännön toimijat, kuten organisaation johto, ovat aktiivisesti mukana ratkaisun laatimisessa. Konstruktiiivisen tutkimuksen haasteena on kuitenkin erityisesti se, että konstruktiota tulisi pystyä testaamaan. Tämä voisi olla hankala toteuttaa Kalevassa opiskeluaikatauluni puitteissa.

Päädyn valitsemaan toimintatutkimuksen, koska se käytännönläheisempi ja osallistavampi lähestymistapa. Toimintatutkimuksella pyritään ymmärrykseen ja toimintatapojen muutokseen. Uskon että tästä olisi hyötyä kohdeorganisaatiolle eli Kalevalle.

3.4 Aineiston hankintamenetelmät

Kehittämistyössäni käytän useita erilaisia aineistonkeruun ja hankinnan menetelmiä. Valitut menetelmät ovat kaikki tyypillisiä toimintatutkimukselle. Tässä luvussa esittelen aineistonkeruun menetelmiä ja niiden määritelmiä sekä pyrin perustelemaan, miksi käytän niitä.

3.4.1 Haastattelu

Anu Puusa määrittelee haastattelun keskusteluksi, jolla on etukäteen asetettu tavoite. Keskustelu tapahtuu tutkijan aloitteesta ja on hänen johdattelemansa. Haastattelu on vuorovaikutteista, sillä osapuolet vaikuttavat toisiinsa. Parhaimmillaan haastattelu auttaa tutkijaa pääsemään kiinni tutkitavien ajatuksiin, odotuksiin ja kokemuksiin. Haastatteluaineisto on kuitenkin tilannesidonnaista, ja tutkijan tehtävän on tulkita toisten tekemiä tulkintoja. (Puusa 2020, 99.)

Puusan mukaan menetelmän etuna on, että haastattelu on ”harkinnanvarainen näyte”. Siihen voidaan valita henkilöitä, joilla tiedetään olevan kokemusta tutkittavasta aiheesta. (Puusa 2020, 101.) Menetelmän rajoitteista hän toteaa, että käsitysten, arvojen ja uskomusten tutkiminen on haastavaa ja vaatii tutkijalta sekä taitoa että kokemusta (Puusa 2020, 102).

Matti Hyvärisen mukaan haastatteluja voidaan luokitella esimerkiksi strukturoituihin, puolistrukturoituihin ja strukturoimattomiin. Useimmat laadullisen tutkimuksen haastattelut ovat Hyvärisen mukaan puolistrukturoituja. (Hyvärinen 2017, 21.)

Strukturointiaste tarkoittaa ohjailevuutta eli sitä, kuinka vapaamuotoisesti haastattelu etenee. Puusan mukaan strukturoidussa haastattelussa kysymysten muoto ja järjestys on etukäteen vakioitu. Kysymykset esitetään kaikille haastateltaville samalla tavoin, ja myös vastausvaihtoehdot ovat jo valmiina. Puolistrukturoidussa haastattelussa valmiita vastausvaihtoehtoja ei anneta. (Puusa 2020, 106.)

Haastattelun lajeja on useita, kuten esimerkiksi teemahaastattelu, syvähaastattelu ja ryhmähaastattelu (Puusa 2020, 107–110). Jari Eskola, Johanna Lätti ja Jaana Vastamäki toteavat teemahaastattelun olevan suosittu menetelmä laadullisen aineiston keruussa. He määrittelevät teemahaastattelun siten, että haastattelun aihepiirit eli tema-alueet on ennalta määritelty. Teemahaastattelussa kysymyksiä ei ole tarkkaan muotoiltu tai järjestetty, joten se on vapaampi kuin strukturoitu haastattelu. (Eskola, Lätti & Vastamäki, 2018, 29–30). Puusa lisää, että teemahaastattelu on joustava menetelmä, jossa tutkittavaa kannustetaan puhumaan aihepiiristä varsin vapaasti (Puusa 2020, 107).

Hyvärinen huomauttaa, että haastattelua hyödyntävässä tutkimuksessa tarvitaan kolmenlaisia kysymyksiä, joita ei pidä sekoittaa keskenään: tutkimuskysymykset, haastattelukysymykset ja aineistolle tehtävät kysymykset. Haastateltavalta kysytään siis vain haastattelukysymyksiä, ja saadun aineiston analyysin avulla pyritään vastaamaan alkuperäisiin tutkimuskysymyksiin. (Hyvärinen 2017, 24.)

Työssäni pyrin haastatteluilla selventämään käsitystäni Kalevan toimituksen nykyisistä työtavoista ja syventämään ymmärrystä siitä, miksi naisten osuutta journalistisissa sisällöissä on ollut vaikeaa kasvattaa. Haastattelu sopii menetelmänä asioiden selventämiseen ja syventämiseen (Ojasalo ym. 2015, 106).

Jouni Tuomi ja Anneli Sarajärvi jakavat haastattelut lomake- teema- ja syvähaastatteluihin. Näistä strukturoiduin on lomakehaastattelu ja syvähaastattelu on täysin strukturoimaton. Tuomen ja Sarajärven mukaan syvähaastattelusta voidaan käyttää myös nimitystä avoin haastattelu. Siinä kysymykset ovat avoimia, ja vain ilmiö, josta keskustellaan, on määritelty. Haastattelijan tehtävän on syventää saatuja vastauksia, ja toisinaan samaa henkilöä voidaan haastatella useammin kuin kerran. Teemahaastattelussa kysymykset ovat puoliavoimia, ja taustalla on oletus, että haastateltava ymmärtää teemat samalla tavalla kuin tutkija. Tuomi ja Sarajärvi korostavat, että valinta teema- haastattelun ja avoimen haastattelun välillä on tehtävä huolellisesti. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 87–90.) Näitä määritelmiä käyttäen omat haastatteluni ovat lähinnä avoimia haastatteluja, koska kysymykset olivat suureksi osaksi avoimia, ja haastateltavani ovat saaneet kertoa ilmiöön liittyvistä teemoista oman ymmärryksensä mukaisesti.

Käytännössä toteutin tutkimukseeni liittyvät haastattelut Teamsissa syksyllä 2023. Haastattelin Kalevan toimituksesta yhteensä viittä kirjoittavaa toimittajaa ja kolmea tuottajaa. Yhteensä tutkimushaastatteluja on siis kahdeksan. Pyrin valitsemaan haastatteluun sellaisia kirjoittavia toimittajia, joiden tiesin olevan sopivan analyttisiä pohtimaan aihetta, ja jotka ovat olleet Kalevassa töissä jo useamman vuoden, mutta jotka eivät vielä ole ikänsä puolesta työuransa lopulla. Tutkimukseni kannalta tärkeintä oli kuitenkin se, että he kaikki tulivat sillä hetkellä eri tiimeistä. Haastatteluun valitut toimittajat edustivat viittä eri tiimiä: verkkodeski, urheilu, kunta ja kaupunki, ihmiset ja kulttuuri sekä talous, tiede ja luonto. Tuottajien osalta en valikoinut, vaan haastattelin silloisen tiimiorganisaation tuottajia. Heistä jokaisella oli useampi kuin yksi tiimi johdettavanaan.

Jokaiselle haastattelulle oli varattu aikaa noin puoli tuntia. Tallensin Teams-haastattelut, ja ennen haastattelua jokainen osallistuja sai kaksi eri lomaketta: tietosuojalomake ja suostumus haastateltavaksi -lomake, joka tuli allekirjoittaa ja palauttaa minulle. Kerroin haastateltaville, että aineistoa ei

käytetä mihinkään muuhun tarkoitukseen ja että säilytän tallenteita tietokoneellani vain niin kauan kuin se on tarpeen opinnäytetyöni kannalta, minkä jälkeen tuhoan tallenteet.

3.4.2 Ideointityöpaja

Kehittämistyössäni tarkoituksena on tuottaa tutkimusaineistoa myös kirjoittaville toimittajille suunnatun aivoriihen eli ideointityöpajan (englanniksi brainstorming) avulla. Tässä on tavoitteena osallistaa ja löytää yhdessä konkreettisesti uusia ideoita ja keinoja siihen, miten juttuprosessissa otetaan paremmin naiset huomioon ja miten naisten valitsemisesta haastateltaviksi tulisi osa arkirutiinia. Työpaja on suunnattu viidelle Kalevan toimituksen kirjoittavalle tiimille, mutta vain osa tiimiläisistä on mahdollista ottaa mukaan, koska osallistujien määrä tulee pitää kohtuullisena.

Ojasalo ja kumppanit kiteyttävät aivoriihen eli ideointityöpajan näin: Kokouksessa yleensä 6–12 hengen ryhmä pyrkii vetäjän johdolla ideoimaan uusia lähestymistapoja tai ratkaisua johonkin ongelmaan. (Ojasalo ym. 2018, 160.)

Ojasalon ja kumppanien mukaan työpaja kuuluu yhteisöllisiin ideointimenetelmiin. Niissä luovuus on uuden kehittämisen keskipisteessä, ja avoin sekä positiivinen ilmapiiri ovat tärkeitä (Ojasalo ym. 2018, 158). Aivoriihessä eli työpajassa tuotetaan ideoita ryhmässä. Kokous sisältää yleensä lämmittely-, ideointi- ja valintavaiheet. Lämmittelyssä pyritään vapautumaan turhista ennakkoluuloista, ideointivaiheessa pyritään aluksi vapaaseen ideointiin ilman perusteluja ja valintavaiheessa syntyneitä ideoita tarkastellaan kriittisesti. (Ojasalo ym. 2018, 160–161.)

Ojasalo ja kumppanit huomauttavat, että uusia ideoita tuottaessa on tärkeää pitää ideointi ja arviointi erillään. Arviointi nimittäin tyrehtyttää ideoinnin, ja liian aikaisin aloitettu arviointi heikentää osallistujien halua tuottaa uusia näkökulmia. (Ojasalo ym. 2018, 158.)

Työpajan toteutus tapahtui Kalevan toimituksessa 22.1.2025. Ajankohta valikoitui tammikuun loppuun, koska tiedossa oli, että helmikuun 2025 alkupuolella Kalevan toimituksen olisi tarkoitus siirtyä tiimiorganisaatiosta soluorganisaatioon. Uuden organisaation alkuvaiheeseen liittyy aina tietynlaista epävarmuutta ja sekavuutta, joten en halunnut järjestää työpajaani tuon vaiheen aikana. Opinnäytetyöhöni liittyvät tutkimushaastattelut tein tiimiorganisaation aikana, joten oli yksinkertaisempaa puhua työpajassa tiimeistä kuin tulevista soluista, joista kenelläkään ei vielä tuossa vaiheessa ollut kunnolla tietoa. Ongelma eli naisten vähäinen osuus journalistissa sisällöissä ei katoa,

vaikka tiimit muuttuvat soluiksi, joten sinänsä ei ole merkitystä, käytetäänkö organisaation sisäistä ryhmistä nimeä tiimi vai solu.

Ideointityöpajaan kutsuin yhteensä kahdeksan kirjoittavaa toimittajaa viidestä eri tiimistä. Tiimit olivat: verkkodeski, ihmiset ja kulttuuri -tiimi, kunta ja talous -tiimi, pohjoiset sisällöt -tiimi sekä urheilu. Kutsuminen toteutettiin tiimien tuottajien kautta, koska en halunnut sanella sitä, ketkä työpajaani tulisivat. Tuottajat tiedustelivat tiimeistään halukkaita osallistujia ja ilmoittivat heidän nimensä minulle, jonka jälkeen lähetin osallistujille kutsut Teamsissa. Työpajaan oli varattu Kalevan toimituksessa sijaitseva neuvotteluhuone aamupäivän ajaksi.

Työpajaan tuli lopulta paikalle seitsemän kirjoittavaa toimittajaa (neljä miestä ja kolme naista). Yhden ilmoittamatta pois jääneen henkilön tilalle ei ehditty etsiä toista osallistujaa.

Työpajani ensisijaisena tavoitteena oli ideoida yhdessä käytännön keinoja siihen, miten naisten osuutta Kalevan journalistisissa sisällöissä saadaan lisättyä. Tällä siis pyrin löytämään vastauksia tutkimuskysymykseen K2. Lisäksi työpajan tavoitteena oli kartoittaa nykytilannetta sen osalta, miten Kalevan toimittajat valitsevat asiantuntijahaastateltavat juttuihinsa. Tällä pyrin löytämään vastauksia tutkimuskysymykseen K1.

3.4.3 Muut menetelmät: laskenta ja havainnointi

Opinnäytetyötäni varten toteutin pienimuotoisen, esimerkinomaisen laskennan naisten määrästä kolmessa peräkkäisessä Kalevan printtilehdessä. Lehdet ovat ajalta 8.–10. tammikuuta 2025. Laskenta tuli ajankohtaiseksi, kun suunnittelin tammikuun lopulle sovittua ideointityöpajaa ja sen alustusta. Vaikka kyseessä on laadullinen tutkimus, tässä kohtaa oli tarpeen osoittaa määrällisesti työpajaan osallistuville, mikä on nykyisin naisten osuus Kalevan sisällöissä, koska siihen ei tällä hetkellä ole olemassa työkalua eikä luotettavaa seurantaa.

Laskennassa otin huomioon kaikki yksipalstaista suuremmat jutut, joihin oli haastateltu vähintään yhtä henkilöä. Rajasin pois kaikki mielipideaineistot, kuten kolumnit ja yleisönosastokirjoitukset. Lisäksi jätin huomiotta sellaiset jutut, joissa jokin organisaatio esiintyi kasvottomana, tyyliin ”Metsähallitus tiedottaa”. Otin laskentaan mukaan paitsi Kalevan toimittajien tekemät jutut, myös talon ulkopuolelta tulevat jutut, eli käytännössä STT:n tuottaman materiaalin. Olisin toki voinut jättää STT:n jutut laskennan ulkopuolelle, mutta päätin pitää ne mukana, koska etenkin sivumäärältään pienemmissä printtilehdissä ne muodostavat melko merkittävän osan juttutarjonnan kokonaisuudesta.

Kolmesta lehdestä tehty laskenta ei tietenkään ole kattava otanta, eikä siitä voi vetää merkittäviä johtopäätöksiä. Tämä suppea laskenta toimii vain esimerkkinä mutta osoittaa, että näinkin pienellä otannalla naisten aliedustusta sisällöissä voi olla havaittavissa. Laskennasta laatimani Taulukko 1 löytyy luvusta 4 sivulta 42. Lisäksi Liitteessä 2 on nähtävillä pelkistetty versio laskennan tuottamista tärkeimmistä tiedoista.

Määrällisen eli kvantitatiivisen analyysin käyttö ei ole vierasta feministisessä mediatutkimuksessa. Minna Aslaman (2006, 47) mukaan esimerkiksi mediamonitorointihankkeet ja tietyn epäkohdan – kuten sukupuolten tai etnisen epätasa-arvon – tarkastelut hyödyntävät usein määrällisen analyysin keinoja. Aslaman mukaan tasa-arvotutkimuksessa on usein analysoitu kvantitatiivisesti nimenomaan julkiseksi, poliittiseksi ja yhteiskunnalliseksi miellettyä, ja tavoitteena on ollut tilastollisesti todentaa naisten ja miesten epätasa-arvo (Aslama 2006, 49).

Määrällinen sisällönerittely onkin aiemmin paljastanut merkittäviä sukupuolivoumua mediasisällöissä. Esimerkiksi 1990-luvun lopulla usean maan yleisradioiden yhteistyönä toteutetussa *Who speaks* -tutkimuksessa kävi ilmi, että tutkituissa tv-ohjelmissa vain kolmannes aineiston toimijoista oli naisia. Lisäksi aihealueet noudattelivat stereotyyppioita, sillä naisten aiheita olivat esimerkiksi terveys ja ihmissuhteet, kun taas miesten aiheita olivat tiede, teknologia ja urheilu. (Aslama 2006, 50–51.)

Toisaalta Aslama (2006, 47) myös kritisoi kvantitatiivista analyysia, koska siinä sukupuoli ymmärretään biologisiin faktoihin perustuvaksi, eli siinä sukupuoli ei lähtökohtaisesti ole sosiaalinen ja diskursiivinen kategoria. Lisäksi Mäkelä ja kumppanit (2006, 9) huomauttavat, yksinkertainen naisten ja miesten laskeminen ei kerro siitä, millaisina naiset esitetään. Pelkällä mekaanisella laskemisella on siis kiistatta heikkoutensa, eikä se kerro koko totuutta.

Havainnointia käytän menetelmänä opinnäytetyössäni sovelletusti lähinnä esitellessäni Kalevan toimitukselle pitämäni työpajan tuloksia. Ojasalo ja kumppanit toteavat, että havainnoinnilla on mahdollista saada tietoa esimerkiksi ihmisten käyttäytymisestä luonnollisessa toimintaympäristössä. Tutkimuksellinen havainnointi on systemaattista tarkkailua, jota yleensä käytetään muiden menetelmien, kuten haastattelun lisänä ja tukena. Ojasalo ja kumppanit muistuttavat, että havainnointi vaatii huolellista valmistelua, havainnoijan roolia ei pidä piilotella ja että havainnoinnin tulisi olla mahdollisimman järjestelmällistä. (Ojasalo ym. 2018, 114–115.)

Tuomi ja Sarajärvi toteavat, että havainnoinnin yhdistäminen muihin aineistonkeruumenetelmiin on usein hedelmällistä. Heidän mukaansa havainnointia kannattaa käyttää esimerkiksi silloin, jos tutkittavasta ilmiöstä on hyvin vähän tietoa, tai siitä on vaikea saada tietoa muilla tavoin. Havainnoin

avulla asiat on helpompi nähdä oikeissa yhteyksissään, ja havainnoimalla voidaan monipuolistaa ilmiöstä haluttua tietoa. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 93–94.)

Havainnointi voidaan jakaa neljään alalajiin: piilohavainnointi, havainnointi ilman osallistumista, osallistuva havainnointi ja osallistava havainnointi. Kaksi viimeksi mainittua sisältävät molemmat tutkijan osallistumisen, mikä sopii hyvin toimintatutkimukseen. Osallistava havainnointi painottaa enemmän vuorovaikutusta, asioiden hoitamista ryhmässä ja jokaisen näkökulman kunnioittamista. Tuomen ja Sarajärven mukaan osallistavassa havainnoinnissa tutkija on lähinnä katalysaattori, eikä hän ole tullut opettamaan tai kehittämään, vain mahdollistamaan oppimisen. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 93–94.)

Tämän määritelmän pohjalta oma havainnointini on jossain osallistuvan ja osallistavan välimaastossa, mutta kuitenkin lähempänä osallistuvaa, koska tavoitteena on kehittää. Vastuu kehityksen toteutumisesta jää toki lopulta organisaatiolle.

Käytännössä toteutin havainnointia yksinkertaisesti kuuntelemalla kommentteja ja kirjaamalla asioita itselleni ylös siinä vaiheessa, kun toimituksen kuukausikokouksessa keskusteltiin PowerPoint-esityksestä, jonka olin pitänyt. Olin siis esitellyt järjestämäni ideointityöpajan tuloksia toimitukselle, ja kyseisessä keskustelussa arvioitiin työpajan tuloksia yhdessä.

3.5 Analyysimenetelmänä aineistolähtöinen sisällönanalyysi

Tutkimushaastatteluista kertynyttä aineistoa aion opinnäytetyössäni analysoida dokumenttianalyysin keinoin. Ojasalo ja kumppanit toteavat, että dokumenttianalyysi on menetelmä, jossa päätelmiä tehdään kirjalliseen muotoon saatetusta aineistosta. Tarkastelun kohteena voi olla esimerkiksi litte-roitu haastattelu, lehtiartikkeli, vuosikertomus tai raportti. (Ojasalo ym. 2018, 136.)

Dokumenttianalyysissa on kaksi keskeistä analyysitapaa: **sisällön analyysi** ja **sisällön erittely**. Sisällön analyysillä tarkoitetaan pyrkimystä kuvata dokumenttien sisältöä sanallisesti. Tavoitteena on etsiä ja tunnistaa tekstistä merkityksiä. Sisällön erittely puolestaan tarkoittaa sellaista dokumenttien analyysiä, jossa kuvataan määrällisesti tekstin sisältöä. (Ojasalo ym. 2018, 137.)

Dokumenttianalyysissä aineiston käsittely perustuu loogiseen päättelyyn ja tulkintaan. Aluksi aineisto hajotetaan osiin, jotka käsitteellistetään ja kootaan uudestaan loogiseksi kokonaisuudeksi. Ojasalo ja kumppanit huomauttavat, että ennen analyysiä on päätettävä, analysoidaanko aineistosta ilmisisältö vai myös piilossa olevat viestit. (Ojasalo ym. 2018, 137.)

Jouni Tuomi ja Anneli Sarajärvi luonnehtivat sisällönanalyysiä perusmenetelmäksi, jota voidaan käyttää kaikissa laadullisissa tutkimuksissa. Heidän mukaansa sisällönanalyysiä voidaan käyttää paitsi metodina, myös väljänä teoreettisena kehyksenä. (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 103.)

Yleisellä tasolla laadullisen tutkimuksen analyysin toteutusperiaatteita voi kuvata näin: 1) Päätä, mikä aineistossa kiinnostaa. 2) Käy läpi aineisto ja erottele asiat, jotka sisältyvät kiinnostukseesi. Merkitse ne ja kerää erilleen. 3) Luokittele, teemoittele tai tyypittele aineisto. 4) Kirjoita yhteenveto. Tuomen ja Sarajärven mukaan ongelmaksi muodostuu usein se, että aineistosta nousee esiin uusia kiinnostavia asioita, jotka tulisi osata rajata tutkimuksen ulkopuolelle. (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 104.)

Laadullisen analyysin yhteydessä voidaan puhua myös induktiivisesta ja deduktiivisesta analyysistä. Induktiivisessä päättelyn logiikka etenee yksittäisestä yleiseen, kun taas deduktiivisessä edetään yleisestä yksittäiseen. Toisaalta voidaan puhua aineistolähtöisestä ja teorialähtöisestä analyysistä. Aineistolähtöisessä analyysiyksiköt valitaan aineistosta, ne eivät siis ole etukäteen sovittuja. Teorialähtöisessä analyysiä ohjaa aikaisemman tiedon perusteella luotu teoria tai malli. (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 107–110.)

Tuomen ja Sarajärven mukaan sisällönanalyysin avulla voidaan analysoida dokumentteja systemaattisesti ja objektiivisesti. Menetelmällä etsitään tekstin merkityksiä ja pyritään saamaan tutkittavasta ilmiöstä selkeä, tiivistetty kuvaus. Tuomi ja Sarajärvi korostavat kuitenkin, että sisällönanalyysillä saadaan kerätty aineisto järjestettyä johtopäätösten tekoa varten – järjestettyä aineistoa ei tule esitellä tuloksina ilman siitä tehtyjä johtopäätöksiä. (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 117.)

Kuten Ojasalo ja kumppanit, myös Tuomi ja Sarajärvi tarkoittavat sisällönanalyysillä dokumenttien sisällön kuvaamista *sanallisesti*. Sisällön erittelyllä hekin tarkoittavat sisällön kuvaamista kvantitatiivisesti eli *määrällisesti*. Tuomen ja Sarajärven mukaan kvantifiointia voidaan kyllä käyttää apuna sisällönanalyysissä. Kvantifiointi tarkoittaa, että aineistosta lasketaan esimerkiksi se, kuinka monta kertaa sama asia esiintyy haastateltujen ilmauksissa. (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 119, 135.)

Aineistolähtöinen sisällönanalyysi on induktiivista aineiston analysointia. Se voidaan kuvata karkeasti kolmevaiheiseksi: 1) Aineiston pelkistäminen. 2) Aineiston ryhmittely. 3) Teoreettisten käsitteiden luominen. Tuomen ja Sarajärven mukaan ennen analyysin aloittamista määritetään analyysiyksikkö, joka voi olla yksittäinen sana, lause tai ajatuskokonaisuus. Yksikön määrittämistä ohjaavat aineiston laatu ja tutkimustehtävä. (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 122.)

Tuomen ja Sarajärven mukaan aineistolähtöinen sisällönanalyysi voi lähteä liikkeelle esimerkiksi haastattelujen kuuntelemisesta ja aukikirjoittamisesta, minkä jälkeen saadusta tekstistä etsitään vaikkapa alleviivaamalla tutkimustehtävää kuvaavia ilmaisuja. Pelkistetyt ilmaukset listataan, niistä etsitään samankaltaisuuksia ja niitä aletaan ryhmitellä alaluokiksi. Saadut alaluokat nimetään niiden sisältöjä kuvaavilla käsitteillä, minkä jälkeen niistä muodostetaan yhdistelemällä yläluokkia ja lopulta pääluokkia. Pääluokat nimetään aineistosta nousevan ilmiötä kuvaavan aiheen mukaan. Ryhmittelyn lopputuloksena saadaan yhdistävä luokka, joka on yhteydessä tutkimustehtävään. Tämän jälkeen voidaan abstrahoida tutkimuksen kannalta oleellinen tieto ja muodostaa teoreettisia käsitteitä sekä johtopäätöksiä. (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 122–125.)

Teorialähtöinen sisällönanalyysi tarkoittaa deduktiivista aineiston analysointia. Siinä aineiston luokittelu perustuu aikaisempaan käsitejärjestelmään, kuten teoriaan tai malliin. Analyysin aluksi muodostetaan runko, jonka sisälle muodostetaan aineistosta erilaisia kategorioita. Kategoriat määritellään aikaisemman tiedon perusteella. Aineistosta riippuen voidaan aluksi poimia joko ylä- tai alaluokkaa kuvaavia ilmiöitä analyysirunkoon. Menetelmä soveltuu esimerkiksi olemassa olevan teorian testaamiseen. (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 127–131.)

Opinnäytetyössäni käytän aineistolähtöistä sisällönanalyysia soveltuvin osin, koska ei ole olemassa valmista teoriaa siitä, kuinka mediassa voitaisiin lisätä naisten osuutta journalistissa sisälöissä. Koen, että on parempi antaa aineistolle mahdollisuus nostaa asioita esiin, eli induktiivinen tapa soveltuu paremmin tähän tutkimukseen ja tämän aineistoni käsittelyyn. En siis käytä teorialähtöistä sisällönanalyysia.

4 Tulokset

Tässä luvussa esittelen keräämäni aineiston tuloksia. Aluksi käydään läpi tutkimushaastattelujen tulokset, sen jälkeen ideointityöpajasta kertyneet tulokset ja niiden esittely Kalevan toimitukselle. Luvun lopussa on avattu Kalevan kehityspäällikön haastattelua, josta pyrin löytämään vastauksia tutkimuskysymykseen K3.

4.1 Haastattelujen tulokset

Tutkimustani varten haastattelin viittä Kalevan kirjoittavaa toimittajaa ja kolmea tuottajaa. Haastattelurunko on nähtävissä Liitteessä 1. Haastatteluilla pyrin kartoittamaan tilannetta ja löytämään vastauksia kaikkiin kolmeen tutkimuskysymykseeni.

Toimittajille ja tuottajille tekemieni tutkimushaastattelujeni sisältöä pyrin seulomaan sisällönanalyysin keinoin, mutta hieman soveltaen. On hyvä muistaa, että Tuomen ja Sarajärven (2018, 127) mukaan aineistolähtöisessä sisällönanalyysissä ei voi etukäteen määrittää, montako ja minkä tasoisia luokkia aineistosta voidaan muodostaa.

Aluksi litteroin kaikki tekemäni tutkimushaastattelut käyttäen apuna Wordin saneluohjelmaa. Kun kuuntelin haastatteluja, havaitsin tiettyjä kysymyksiä ja teemoja, jotka toistuivat kaikissa haastatteluissa. Osa on hyvin lähellä tutkimuskysymyksiäni, osa taas on pienempiä aiheita niiden ympärillä. Listasin nämä aineistossa esiintyvät teemat eräänlaisiksi esialaluokiksi ja nimesin ne aakkosten kirjaimin. Teemoja on 12, eli A–L. Seuraavaksi poimin värikoodeja hyödyntäen erilliseen tiedostoon litteraateista kaikki ne haastateltavien lausumat, jotka liittyvät näihin 12 teemaan. Sitten keräsin jokaisen teemaan A liittyvän lausuman otsikon A alle ja samalla tiivistin lausumaa, eli pyrin muodostamaan pelkistettyjä ilmauksia. Tein saman muille teemoille. Näin olen saanut ryhmiteltyä ja tiivistettyä haastatteluista nousseita teemoja.

Anonymiteetin takaamiseksi viittaan seuraavassa kirjoitaviin toimittajiin lyhenteillä KT1–KT5 ja tuottajiin lyhenteillä T1–T3.

A Millä perusteella asiantuntijahaastateltava tällä hetkellä valitaan:

Tutkimusaineistoni perusteella ensisijainen kriteeri haastateltavan valintaan on henkilön asiantuntijuus. Haastateltavaksi pyritään löytämään sellainen henkilö, joka tuntee aiheen parhaiten, osaa kertoa siitä ja olisi mieluusti paikallinen. Sukupuoli on vain vähäinen kriteeri haastateltavien

valinnassa, tosin pieni osa pyrkii valitsemaan naispuolisen asiantuntijan silloin, kun on mahdollista valita usean pätevän henkilön välillä. Yleensä toimittajilla on kuitenkin kiire saada juttu valmiiksi ja julkaistuksi, joten aikapaineen vuoksi ei ole aikaa etsiä useita päteviä asiantuntijoita. Tällöin sattuma vaikuttaa siihen, miten haastateltavat valikoituvat: usein jutussa ääneen pääsee se henkilö, jonka toimittaja ensimmäisenä sattuu tavoittamaan. Gallup-tyyppisissä jutuissa on helpompi toteuttaa sukupuolten tasa-arvoa.

”Työssäni eniten vaikuttaa henkilön tavoitettavuus. Tärkeintä on, että ihmisen tavoittaa, oli hän mies tai nainen.” (KT1)

”Ei kiinnosta onko mies vai nainen, vaan keneltä saa todennäköisesti hedelmällisimpiä kommentteja.” (KT2)

”Kuka on parhaiten asian päällä, onko paikallinen, milloin viimeksi tehnyt tutkimusta.” (KT5)

”Kukaan ei halua olla kiintiönainen tai kiintiömies.” (T2)

B Kuinka usein keskustelee tavoitteesta esihenkilönsä kanssa:

Kalevalla on tavoite naisten osuuden lisäämisestä. Tutkimusaineistoni perusteella tavoitteesta keskustellaan hyvin harvoin tai vain satunnaisesti palaverieissa. Vain yhdessä tiimissä keskustelua aiheesta käydään säännöllisesti. Toimittajista suurin osa ei ole keskustellut kyseisestä tavoitteesta esihenkilönsä kanssa kahden kesken. Tuottajista osa sanoo keskustelevänsä aiheesta alaistensa kanssa hyvin harvoin, eikä keskustelua tavoitteesta ole myöskään toimituksen johdon kanssa. Tuottajien mukaan naisten osuus on kuitenkin esillä käytännön tasolla juttujen suunnittelussa.

”En koskaan” (KT1)

”Jatkuvaa kommentointia systeemin sisällä”. (KT4)

”Kaikilla tasoilla puuttuu strateginen keskustelu tästä aiheesta.” (T1)

”Enemmänkin pitkän linjan tavoite kuin aktiivinen vuotuinen tavoite.” (T2)

C Mitä pitäisi tehdä toisin, jotta naisten osuutta saataisiin lisättyä:

Kaikkien toimituksessa olisi tärkeää tiedostaa, että naiset ovat aliedustettuina sisällöissä. Tiedostaminen lähtee jokaisesta itsestään, mutta esihenkilöt voisivat auttaa muistuttamalla tavoitteesta

lisätä naisten osuutta. Juttua suunniteltaessa ja näkökulmia mietittäessä tulisi kyseenalaistaa omia valintoja ja ajatusmalleja sekä pohtia, soveltaisiko nainen parhaiten haastateltavaksi. Tulisi hakea aktiivisesti uusia asiantuntijoita haastateltaviksi eikä kääntyä vanhojen tuttujen puoleen. Jos tarjolla on kaksi tasavahvaa vaihtoehtoa, voidaan tietoisesti valita nainen. Selkeä tavoiteasettelu ja tavoitteen toteutumisen systemaattinen seuranta auttaisivat tilanteen hahmottamisessa. Palaverissa tulisi säännöllisesti tarkastella naisten osuutta sekä tiimeissä että koko toimituksen kanssa. Tähän tarvittaisiin työkaluksi mittari. Huomiota tulisi kiinnittää myös siihen, millaisissa rooleissa naiset ovat esillä. Tavoitteen tärkeys olisi hyvä perustella toimittajille ja siten motivoida heitä.

”Tiedostaminen on tärkeää, sillä jos moniäänisyyttä ei haeta, se jää helposti toteutumatta.”
(KT1)

”Juttua tehdessä tulisi käsitellä aihetta mahdollisimman monipuolisesti ja hakea useampi haastateltava, jotta myös naiset tulisivat edustetuiksi.” (KT2)

”Tavoitteen tärkeyttä voisi perustella toimittajille esimerkiksi taloudellisella näkökulmalla ja mediakasvatuksella.” (KT3)

”Tulisi välttää vanhanaikaisten stereotyyppien toistamista siinä, missä rooleissa ja millaisissa yhteyksissä naiset ovat esillä.” (KT5)

”Täytyy suunnitella kokonaisuudet niin, että on molempia sukupuolia, ja ne täytyy myös käytännössä toteuttaa.” (T1)

”Jos olisi kirjattu suunnitelmiin, tulisi paremmin otettua huomioon.” (T3)

D Toimittajan oman sukupuolen vaikutus haastateltavan valintaan:

Suurin osa tutkimukseeni haastatelluista tiedostaa, että toimittajan sukupuoli voi vaikuttaa siihen, valikoituuko haastateltavaksi mies vai nainen. Toisinaan toimittajalle voi olla helpompaa lähestyä oman sukupuolen edustajaa. Tähän liittyvät mahdolliset piilevät asenteet. Naisia saatetaan esimerkiksi pitää verbaalisesti parempina. Toisaalta myös nainen voi syrjiä naista. Toimittajan sukupuoli voi vaikuttaa myös verkostojen kautta, sillä usein esimerkiksi harrastuksiin liittyvät verkostot painottuvat omaan sukupuoleen.

”Ei pitäisi vaikuttaa, mutta olisi hullua väittää, ettei yhtään vaikuttaisi.” (KT2)

”Joidenkin aiheiden kohdalla voi olla naiselle helpompaa haastatella naista.” (KT5)

”Mielestäni tasa-arvoinen tekeminen ja käsittely ei ole toimittajan sukupuolesta kiinni.” (T2)

E Juttuaiheen vaikutus haastateltavan valintaan:

Jutun aihe vaikuttaa suuresti siihen, valikoituuko haastateltavaksi mies vai nainen. Taustalla vaikuttaa työelämän sukupuolittunut jakautuminen, jonka vuoksi tietyiltä aloilta on vaikea löytää naista haastateltavaksi. Poliittinen ja taloudellinen valta on perinteisesti ollut miehillä, ja se näkyy yhä yhteiskunnassa. Myös tietyt harrastukset ovat eriytyneet sukupuolen mukaan: kulttuurin saralla on paljon naisia, mutta urheilu on hyvin miesvaltaista.

”Urheilu on kaikista näkökulmista katsottuna hyvin miehin linnake.” (KT4)

”Esimerkiksi koulutus on ala, jolta naisia löytyy varsin helposti.” (KT5)

”Yhä monet talousasiantuntijat, yritysjohtajat ja suurituloiset ovat miehiä. Yhteiskunnassa on rakenteita, jotka helposti ohjaavat meitä haastattelemaan miehiä.” (T1)

F Millä tavalla data-analytiikka & tekoäly voisivat auttaa:

Nykyaikaiseen tekoälyyn perustuva data-analytiikka voisi tarjota työkalun naisten osuuden seuramiseen. Se auttaisi ongelman tiedostamisessa tekemällä naisten aliedustuksen näkyväksi. Lisäksi tavoitteen seuranta olisi mahdollista toimituksessa. Osa tutkimukseeni haastatelluista toivoo päivittäistä dataa naisten osuudesta samaan tapaan kuin seurataan ikäkohderyhmätavoitteen toteutumista. Osalle haastatelluista riittäisi katsaus naisten osuudesta viikoittain tai kuukausikokouksessa. Dataa voidaan hyödyntää päätöksenteossa, mutta sitä ei ole pakko noudattaa.

”Nykyinen analytiikkatyökalu ei taivu tähän. Aiemmat tasa-arvomittarit eivät olleet tarpeeksi luotettavia.” (T1)

”Aina kun tekee nähtäväksi, on helpompaa tiedostaa.” (T3)

G Kollegojen välinen tuki ja tavoitteesta keskustelu:

Tutkimusaineistoni perusteella suurin osa toimittajista keskustelee naisten osuuteen liittyvästä tavoitteesta toistensa kanssa melko harvoin. He kannattavat ajatusta siitä, että kollegoilta voisi

saada tukea ja kysyä vinkkejä haastateltavan etsintään. Tuottajat keskustelevat toistensa kanssa tavoitteen toteuttamisesta käytännössä.

”Tietoa kertyy toimitukseen, joten olisi hyvä kysyä kollegoilta, tuleeko heille mieleen sopivaa haastateltavaa.” (KT2)

”Kannustan kysymään kollegoilta vinkkejä, se avartaa aina.” (KT3)

”Tiimi työskentelee tiiviisti yhdessä ja keskustelee aiheesta lähes jatkuvasti.” (KT4)

H Omien asenteiden vaikutus haastateltavan valintaan:

Suuri osa tutkimukseen haastatelluista toimittajista tiedostaa, että omat asenteet voivat vaikuttaa haastateltavan valintaan ainakin alitajuisesti. Osa tuottajista sanoo uskovansa, että asenteet eivät vaikuta silloin, kun kyseessä on ammattitaitoinen journalisti.

”Ei voi kiistää – eikä myöntää – tapahtuuko aivoissa joku prosessi, joka ohjaa esimerkiksi valitsemaan miespuolisia perinteisesti miehisiksi katsotuissa aiheissa.” (KT2)

”Voi saada itsensäkin kiinni luutuneista ajattelutavoista.” (KT5)

”En usko, että yhdelläkään meidän toimittajalla on sellaista asennetta, että haluaa sukupuolensa vuoksi haastatella juuri jompaakumpaa.” (T1)

I Tavoitteen näkyminen omassa työssä:

Osa toimittajista sanoo, että tavoite näkyy heidän työssään vain satunnaisesti, tai se ei näy juuri lainkaan. Heidän mukaansa tavoitetta ei ole korostettu eikä ohjeistettu toimimaan sen mukaan. Tavoite oli aiemmin esillä enemmän, mutta nyt se on unohdettu ja muut tavoitteet ovat vieneet huomion. Siksi naisiin liittyvää tavoitetta ei ajatella juttuprosessien aikana. Pienempi osa toimittajista sanoo toteuttavansa tavoitetta työssään, koska se on ollut heillä tapana jo pitkään. Urheilutiimissä on tietoisena toimintamallina pyrkiä antamaan naisille laajaa näkyvyyttä, koska urheilu on miespainotteista. Tuottajien työssä tavoite näkyy vaihtelevasti: osan mukaan se vaikuttaa jopa yksittäisten juttujen suunnittelussa, osan mukaan ennemminkin kokonaisuuksissa ja satunnaisesti.

”Se ei näy missään. Jos tällainen tavoite on, siitä kyllä puhutaan tosi vähän.” (KT1)

”On tärkeämpää antaa naisille laajaa näkyvyyttä kuin lisätä naisten nimiä keinotekoisesti ripotteleamalla pieniin juttuihin.” (KT4)

”Lasken satunnaisen säännöllisesti Kalevan etusivulta, montako naisen kuvaa ja montako miehen kuvaa siellä on. Verkon kuvavalinnat ovat tärkeitä, koska osa lukijoista selaa vain etusivua.” (T1)

”Aikaisemmin kokonaiskuva oli paremmin hallussa. Nykyään tavoitteen toteutumista on vaikeampi hahmottaa.” (T2)

J Mitä ongelmia tavoite voisi aiheuttaa:

Tiukka kiintiöajattelu voisi tuottaa ongelmia, koska toisinaan toimittajien on ylipäättään vaikea löytää haastateltavaa. Paras asiantuntija ei välttämättä tulisi valituksi haastatteluun, jos sukupuoli olisi tärkein kriteeri. Kiire tuo lisää haastetta: jos on jo miespuolinen asiantuntija tiedossa, ei välttämättä ehdi etsiä naispuolista tilalle tai rinnalle. Osa kokee naiseen liittyvän tavoitteen olevan ristiriidassa muiden, nykyisestä data-analytiikasta seurattavien tavoitteiden kesken. Osa kokee myös ristiriitaa moraalisten arvojen ja työn arkitodellisuuden välillä: Vaikka haluttaisiin pyrkiä tekemään moniäänistä journalismia, käytännössä seurataan esimerkiksi sitä, montako tilausta juttu toi.

”Tavoitteena tulisi olla laajemmin moniäänisyys.” (KT1)

”Monesti haastateltavaa on tavoiteltava viestinnän kautta, jolloin ei välttämättä saa sitä, jota toivoo.” (KT2)

”Nopeissa uutistilanteissa voi olla hankalaa, jos täytyy yrittää löytää juuri nainen.” (KT3)

”Meiltä vaaditaan juttuja, joilla olisi mahdollisimman paljon lukijoita, ja toisaalta vaaditaan, että naisten urheilua pitää olla enemmän. Ne eivät aina kohtaa.” (KT4)

”Sellaista ei ole, että palautekanavalla arvioitaisiin, miten onnistuttiin moraalisesti tai tasa-arvon kannalta.” (KT5)

K Kaipaisiko dataa tai mittaria naisten osuudesta:

Tutkimukseen haastatelluista kaikki paitsi yksi kaipaavat selkeästi työkaluksi mittaria, josta naisten osuutta voisi seurata. Osa haluaisi seurata naisten osuutta päivittäin, osalle riittäisi katsaus

tilanteeseen viikoittain tai harvemmin. Moniäänisyystyöpajaan osallistuneet pitivät tuolloin seurannassa olleesta mittarista.

”En kaipaa päivittäiseen analytiikkatyökaluun lisää seurattavaa, koska siinä on jo niin paljon kaikkea.” (KT1)

”Jos olisi se data aina näkyvillä, alkaisiko se ohjata meitä väärällä tavalla?” (KT4)

”Semmoinen olisi hyvä työväline.” (T1)

”Tuottajaurani aikana ei ole ollut jatkuvaa seurantaa.” (T3)

L Kaipaisiko esihenkilön tukea tai ohjausta:

Toimittajat toivovat esihenkilöiltä tukea ja tavoitteen esillä pitämistä. He eivät kuitenkaan toivo, että esihenkilö osallistuisi nykyistä enemmän haastateltavan valintaan päivittäisessä työssä. Esihenkilöjen toivotaan lähinnä muistuttavan tavoitteesta juttuprojektien aikana, esimerkiksi näkökulmittamisvaiheessa. Toimituksen johdolta toivotaan strategista keskustelua ja tavoitteen esillä pitämistä.

”Jos tuottajat ottaisivat tämän sydämen asiaksi, se tulisi siinä vaiheessa, kun mietitään juttuja ja etsitään haastateltavia.” (KT2)

”Kun esihenkilö muistuttaa, jossain vaiheessa alainen alkaa automaattisesti itse toteuttaa, ideaalimaailmassa.” (KT4)

4.2 Työpajan tulokset

Kirjoittaville toimittajille suunnattuun ideointityöpajaan osallistui seitsemän henkilöä viidestä eri tiimistä. Työpaja koostui alustuksesta ja kolmesta eri tehtävästä. Ensimmäisen tehtävän tarkoitus oli kartoittaa nykytilannetta työprosessin osalta ja antaa vastauksia tutkimuskysymykseen K1. Toinen ja kolmas tehtävä työpajassa liittyivät naisten osuuden lisäämiseen ja tutkimuskysymykseen K2.

Keräsin työpajassa syntyneet ideat osin Microsoftin yhteiskäyttöalusta Whiteboardiin ja osin paperille. Tämä siksi, että halusin pitää työpajaan osallistumiskynnyksen matalana. Kynä ja paperi ovat toki vanhanaikaisia, mutta myös edelleen toimivia ja helposti käytettäviä välineitä. Osa työpajalaisista halusi tutustua ehdottamani Whiteboardin käyttöön, ja he oppivatkin sen nopeasti.

Työpajan alustuksessa kerroin osallistujille, että työpaja liittyy opinnäytetyöhöni. Olin tehnyt PowerPoint-esityksen selventääkseni työpajan tavoitetta sekä puheena olevan ongelman laajuutta ja taustoja. Liitteessä numero 2 on nähtävissä alustus, jonka näytin sekä työpajassa että myöhemmin kokouksessa, jossa esittelin työpajan tuloksia koko toimitukselle. Työpajan alustuksessa kerroin, että naisten aliedustus mediassa on sitkeä ja globaali ongelma. Viittasin vuoden 2020 Global Media Monitoring Projectiin, jonka mukaan globaalisti mediasisällöissä noin 25 prosenttia on naisia. Saman tutkimuksen mukaan tällä menolla kestää ainakin 67 vuotta, ennen kuin sukupuolten tasa-arvoero on kurottu umpeen perinteisessä mediassa.

Alustuksessani kerroin myös, että kansainvälisesti naisia on toimittajista noin 40 prosenttia, ja Suomessa enemmistö toimittajista on naisia. Eräiden tutkimustulosten mukaan toimittajien sukupuolella ei juuri ole vaikutusta sisältöön. Toisaalta GMMP 2020 havaitsi, että naistoimittajien tekemissä uutisjutuissa naisten osuus on 31 prosenttia ja miestoimittajien tekemissä uutisjutuissa naisten osuus on 24 prosenttia. GMMP:n mukaan miestoimittajat valitsevat naisia haastateltavakseen 5–7 prosenttiyksikköä vähemmän kuin naistoimittajat.

Alustuksessani viittasin myös laajemmin yhteiskunnan epätasa-arvoisuuteen: taloudellinen valta jakautuu epätasaisesti, ja Suomessa työmarkkinat ovat osin eriytyneet nais- ja miesvaltaisiin aloihin. Kerroin että vaikka Kalevalla on tavoitteena lisätä naisten osuutta journalistisissa sisällöissään, kukaan ei tarkkaan tiedä, mikä naisten osuus sisällöissämme tällä hetkellä on, koska siihen ei ole työkalua. Esittelin työpajaa varten tekemäni esimerkkilaskelman kolmesta lehdestä. Taulukosta 1 voi havaita, että tutkituissa lehdissä naisten osuus haastatelluista oli 35–43 prosenttia. Taulukko on nähtävillä seuraavalla sivulla.

Kuten taulukosta voi todeta, jutut, joissa oli äänessä sekä miehiä että naisia, olivat harvassa. Jutuissa mainituista nimistä miesten nimiä oli 65–75 prosenttia. Premillä tarkoitetaan tässä yhteydessä sitä printtilehden sivua, jossa on vinkit sisäsivuilla oleviin juttuihin. Kuten taulukosta voi havaita, keskiviikkona 8.1. premin pääkuvassa oli nainen. Perjantaina 10.1. pääkuvassa oli koiria, ei ihmisiä. Torstaina 9.1. pääkuvassa oli taiwanilainen pariskunta, joiden sukupuolesta ei ole varmuutta. Nimistä sitä ei voi päätellä. Kyseessä lienevät todennäköisesti nainen ja mies, mutta koska Taiwan sallii samaa sukupuolta olevien avioliitot, myös muut vaihtoehdot ovat tässä mahdollisia.

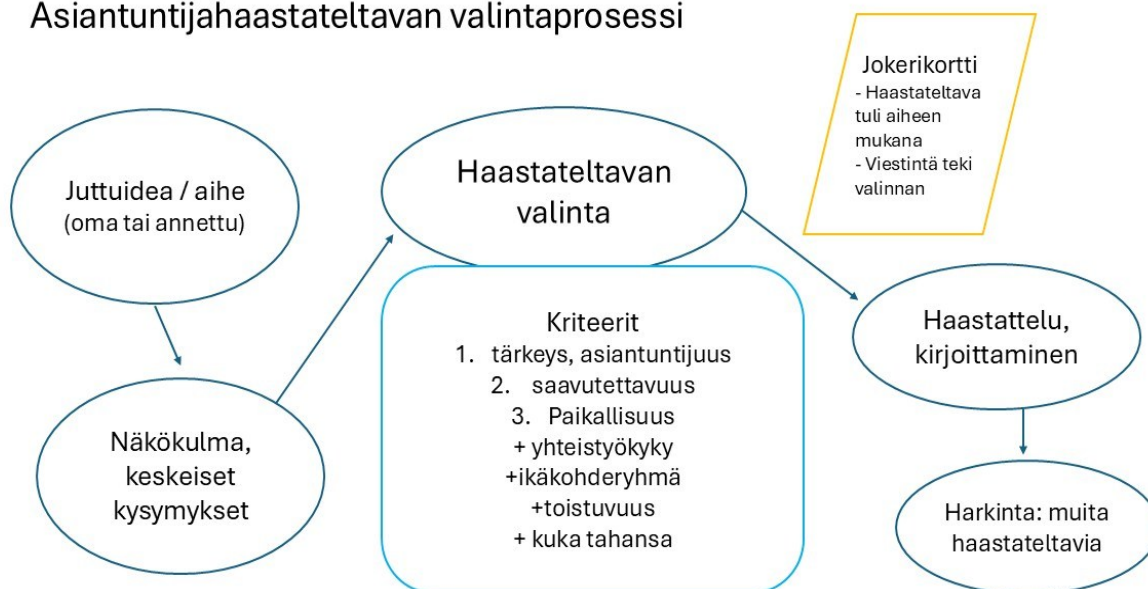
	Kaleva ke 8.1.25	Kaleva to 9.1.25	Kaleva pe 10.1.25
naisten osuus haastatelluista	35 %	43 %	38 %
laskettuja juttuja	17 kpl	17 kpl	20 kpl
jutut joissa äänessä molempia sukupuolia	4 kpl	7 kpl	3 kpl
jutuissa mainituista nimistä miehiä	65 %	75 %	67 %
premin pääkuvassa mies/nainen/muuta	nainen	nainen ja mies (?) (taiwanilainen pari)	muuta (koiria)

Taulukko 1. Esimerkkilaskenta kolmesta printtilehdestä

Alustuksessani totesin myös, että Kalevan kirjoittavat toimittajat ovat avainasemassa naisten osuuden lisäämisessä, koska yleensä juuri he valitsevat haastateltavat juttuihinsa. Toimittajien valinnoilla on väliä, koska media paitsi heijastaa todellisuutta, myös tuottaa sitä. Media saattaa myös ylläpitää stereotyyppioita. Sivusin lyhyesti myös journalistin vapautta.

Työpajan ensimmäisessä tehtävässä kartoitettiin nykytilannetta sen osalta, millä tavoin Kalevan kirjoittavat toimittajat valitsevat juttuihinsa asiantuntijoita haastateltaviksi. Tehtävänannossa kehoitin kuvailemaan nykyistä prosessia, siihen vaikuttavia tekijöitä ja piirtämään paperille yksinkertaisen kaavion. Pyysin osallistujia työskentelemään pareittain siten, että samasta tiimistä tulevat muodostavat parin. Tuloksena syntyi neljä erilaista kuvausta haastateltavan valintaprosessista. Näiden perusteella olen koostanut Kaavion 1. Kaavio löytyy seuraavalta sivulta.

Asiantuntijahaastateltavan valintaprosessi



Kaavio 1. Asiantuntijahaastateltavan valintaprosessi

Prosessi alkaa jutun ideasta tai aiheesta, joka voi olla oma tai annettu. Prosessi etenee näkökulmittamisen ja keskeisten kysymysten kautta haastateltavan etsintä- ja valintavaiheeseen. Työpajalaiset nimesivät useita eri kriteerejä, jotka vaikuttavat haastateltavan valintaan. Tärkeimmät kriteerit ovat asiantuntijuus, saavutettavuus ja paikallisuus. Muita kriteerejä ovat esimerkiksi yhteistyökyky median kanssa ja toistuvuus eli se, että yritetään välttää samojen henkilöiden haastattelemista toistuvasti. Kenelläkään ei tässä kohtaa ole kriteerinä sukupuoli. ”Kuka tahansa” viittaa siihen, että aikataulusyistä valitaan kuka tahansa, joka saadaan tavoitettua ja suostumaan. Prosessi etenee haastattelun kautta jutun kirjoittamiseen, minkä jälkeen voidaan vielä harkita, tarvitaanko muita haastateltavia. Tässä kohtaa yksi pari mainitsi, että olisi hyvä etsiä eri näkemyksiä ja eri sukupuolta oleva haastateltava.

Prosessiin sisältyy myös ”jokerikortti” eli mahdollisuus siitä, että haastateltavaa ei voi itse valita, koska tämä sisältyy jo tehtävänantoon tai koska organisaation viestintä tekee valinnan toimittajan puolesta. Tämä herätti työpajan osallistujissa keskustelua. Moni koki, että organisaatioiden viestintäosasto on usein tulppana tai portinvartijana, kun toimittaja etsii asiantuntijaa haastatteluun.

Median käyttämistä asiantuntijoista on olemassa erilaisia tutkimuksia. Tiina Sotkasiira, Lotta Haikola ja Olga Davydova-Minguet ovat asettaneet tavoitteeksi, että mediassa esiintyvät sellaiset tutkijat, jotka tuntevat käsiteltävä aiheen parhaiten. Heidän mukaansa haastateltavaa etsivän toimittajan kannattaa ottaa yhteyttä yliopistojen viestintään, koska siellä tiedetään, ketkä ovat perehtyneitä

toimittajan aiheeseen. (Sotkasiira ym. 2018, 179.) Kuten työpajassa todettiin, että tämän tyyppiin asetelmaan voi liittyä myös ongelmia. Organisaatioiden viestintä ohjaa toisinaan liikaa haastateltavien valintaa, eikä toimittaja välttämättä pääse itse lainkaan vaikuttamaan siihen.

Ensimmäisestä tehtävästä keskusteltaessa osa työpajalaisista kertoi havainneensa, että asiantuntijatehtävissä työskentelevät naiset olisivat nykyään varovaisempia antamaan haastatteluja, koska he pelkäävät maalittamista esimerkiksi sosiaalisessa mediassa.

Sotkasiira ja kumppanit ovat todenneet, että haastatteluun suostuneille tulisi rakentaa turvallinen mediatala. He muistuttavat, että toimittajien tavoin myös esimerkiksi tutkijat saavat vihapostia työnsä vuoksi, joten median ei tulisi kärjistää tutkijoiden lausuntoja. (Sotkasiira ym. 2018, 178.) Käytännössä toimittajien on hyvin vaikea suojella haastattelun antaneita asiantuntijoita maalittamiselta tai muulta häirinnältä. Mediassa esillä olevat naiset saattavat joutua maalitetuiksi, vaikka heidän lausuntonsa olisivat hyvin maltillisia. Tähän liittyen on myös hyvä muistaa, että Mari K. Niemen (2017, 221) mukaan mediassa miehiä ja naisia arvioidaan yhä erilaisin kriteerein.

Niemi huomauttaa, että Suomessa mielipide- ja asiantuntijavalta on sukupuolittunutta. Tätä kuvailee se, että suomalaisessa uutismediassa haastatelluista asiantuntijoista naisia on alle 30 prosenttia. (Niemi 2017, 234). Poliitikasta välittyvä kuva on miehinen, koska miehet ovat naisia useammin politiikassa johtavissa asemassa, ja miehet myös esittävät julkisuudessa naisia useammin arvioita politiikasta. Sama tilanne pätee talouteen ja elinkeinoelämään.

Medialla on siis suuri rooli siinä, kenelle asiantuntijoille annetaan ääni yhteiskunnan eri osa-alueita kommentoidessa ja tulkitessa. Suomessa medialla on taipumusta kääntyä tuttujen, jo julkisuudessa koeteltujen ja miespuolisten asiantuntijoiden puoleen (Niemi & Perälä 2018, 149).

Lisäksi Mari K. Niemi ja Annu Perälä muistuttavat, että journalismi ja yhteiskunta ovat tiiviissä vuorovaikutuksessa ja vaikuttavat toisiinsa. Media tuottaa tulkintoja maailmasta ja voi joko vahvistaa tai horjuttaa käsityksiämme. Journalismin mahdollisuus vaikuttaa yhteiskuntaan tunnistetaan melko hyvin, mutta harvemmin puhutaan siitä, että toimittajien valinnat heijastavat yhteiskunnan vallitsevia arvoja ja alan käytänteitä. (Niemi & Perälä 2018, 149.)

Työpajassa ensimmäinen tehtävä herätti myös keskustelua siitä, että uutistyöhön liittyvä paine saada juttu nopeasti valmiiksi ja julkaistua vaikuttaa haastateltavan valintaan etenkin verkkokeskustelussa. Lisäksi esitettiin toive **hiljaisen tiedon** jakamisesta kollegojen kesken. Haastateltavaa etsivät nuoremmat toimittajat hyötyisivät kokeneempien toimittajien vinkeistä ja voisivat siten löytää haastatteluun muita kuin kaikkein ilmeisimpiä asiantuntijoita.

Hiljaisella tiedolla tarkoitetaan kokemukseen perustuvaa ”viisautta”, joka on yksilöllistä eli subjektiivista. Hiljainen tieto on usein kontekstiin sidottua. Hiljaista tietoa on vaikea käsitteellistää ja dokumentoida, joten sitä on vaikea siirtää. Vastakohtana on eksplisiittinen tieto, jolla tarkoitetaan helposti siirrettävää tietoa. Se on objektiivista, rationaalista ja usein teknistä. Eksplisiittinen tieto on helposti dokumentoitavaa ja myös helposti opetettavaa. (Maaniemi s.a.)

Työpajan toinen tehtävä liittyi tutkimuskysymykseen K2. Tehtävänannossa kehotin pareja miettimään, miten tiimitasolla voitaisiin lisätä naisten osuutta journalistisissa sisällöissä. Kehotin pohtimaan, millaisia ajattelu- ja työtavan muutoksia se vaatisi ja mistä voisi saada tukea. Tulokset kirjattiin Whiteboard-yhteiskäyttöalustalle. Yksi pari kirjasi edelleen paperille.

Tuloksista käy ilmi, että tavoitteen tiedostaminen ja omista ennakkoluuloista irti pääseminen unohdetaan helposti arjessa. Vaatii toistoja ja rutiinia, ennen kuin tavoite sisäistetään osaksi juttuprosessia. Toimittajat toivovat enemmän aikaa juttuaiheen monipuoliseen käsittelyyn. Tällöin olisi mahdollista lisätä lähteiden kirjoja ja siten naisten osuutta.

Lisäksi useissa tiimeissä vaadittiin toimituksen johtoa pitämään tavoitetta esillä ja mahdollistamaan naisten osuuden seuranta. Myös esihenkilöiltä toivottiin tiedostamista ja käytännön ylläpitämistä.

Naisten osuuden lisäämistä aihevalintojen kautta pidettiin ongelmallisena, koska ei haluta alkaa ajatella ”naisten aiheita” ja ”miesten aiheita”. Tärkeänä pidettiin sitä, millaisissa rooleissa sukupuolet esitetään: ovatko naiset aina hoivaavia äitejä ja miehet tekeviä päättäjiä? Halutaan siis välttää se vaara, että syvennettäisiin stereotyyppistä ajattelua.

Ihmiset ja kulttuuri -tiimin osalta todettiin, että sukupuolijakauma tulisi tiedostaa, mutta käytännössä paikalliset piirit ovat niin pienet, että useinkaan valinnanvaraa ei ole. Ratkaisuksi tarjottiin verkostojen ahkerampaa hyödyntämistä. Tiimissä myös pohdittiin, että omista aiemmista haastateltavavainnoista voisi olla paremmin kartalla.

Urheilutiimin osalta todettiin, keinoja naisten osuuden lisäämisen on pohdittu siellä jo vuosikausia. Urheilu on hyvin miesvaltaista, mutta tietyt lajit – kuten hiihto, pesäpallo ja yleisurheilu – ovat tasa-arvoisempia. Niissä naisnäkökulmaa ei tarvitse erikseen perustella. Niin sanotut blankot aiheet pyritään tekemään naisten kautta. Keskustelussa sivuttiin myös sitä, että pelkästään miehistä koostuvaan tiimiin olisi hyvä saada mukaan nainen.

Työpajan kolmas tehtävä keskittyi laajentamaan naisten osuuden lisäämistä tiimitasolta koko toimituksen tasolle. Tämä tehtävä oli leikkimielinen kilpailu, jossa osallistujat jaettiin kahteen joukkueeseen. Pyysin joukkueita ideoimaan ja kirjaamaan ylös mahdollisimman monta koko toimitusta koskevaa keinoa naisten osuuden lisäämisestä. Aikaa annoin viisi minuuttia, ja voittajajoukkueelle oli luvassa pieni palkinto. Tehtävän tarkoituksena oli tuottaa ideoita ilman kriittistä arviointia, jonka aika tulisi myöhemmin.

Ojasalon ja kumppanien mukaan ideointityöpajan perussääntöihin kuuluu, että ideoiden määrä on tärkeämpää kuin laatu, eikä syntyneitä ideoita tuomita, vaan muiden ideoita pyritään kehittämään (Ojasalo ym. 2014, 163).

Tehtävän tuloksena oli yhteensä 22 eritasoista ideaa. Osa niistä oli molemmilla joukkueilla samoja. Osa syntyneistä ideoista liittyi yksilöön, osa tiimeihin ja osa koko organisaatioon. Yksilötasolla ehdotettiin muun muassa oman asenteen koulumista ja tietoisuuden lisäämistä. Tiimitasoon liittyen toivottiin muun muassa systemaattista tuottamista ja näkökulmittamista sekä asian pitämistä esillä viikkopalavereissa. Koko organisaation tasolla ehdotettiin kaikille koulutusta tasa-arvosta ja moniäänisyydestä, toimituksen sisäisestä tasa-arvosta ja sukupuolijakaumasta huolehtimista sekä data-analytiikan muuttamista sellaiseksi, että naisten osuutta voitaisiin mitata ja seurata.

Keskustelua syntyi sen verran, että työpajalle varatun aikataulun puitteissa ei ehditty arvioida kriittisesti kolmannessa tehtävässä syntyneitä ideoita. Viimeinen mutta tärkeä vaihe jäi siis puuttumaan. Tämän vuoksi koostin ja kirjasin jälkepäin kolmannessa tehtävässä syntyneet ideat Teams-keskusteluun, ja pyysin työpajassa olleita äänestämään ”peukuttamalla” niitä ideoita, joita he pitävät parhaina jatkokehittelyä varten.

Tässä Teams-äänestyksessä eniten kannatusta saivat hiljaisen tiedon jakaminen ja kaikille suunnattu tasa-arvokoulutus. Toiseksi eniten ääniä saivat ideat ”lisätään tietoisuutta ja pidetään asiaa esillä palavereissa sekä juttuprosessin aikana” ja ”kiinnitetään huomiota varianssiin toimituksen sisällä: ei pelkästään yhdestä sukupuolesta koostuvia tiimejä”. Kolmanneksi eniten kannatettiin sitä, että kiinnitetään huomiota omaan asenteeseen ja pyritään välttämään stereotypioita.

Liitteessä 2 nämä eniten kannatetut ideat on merkitty numeroin 1–5 kohdassa Työpajan tulokset: Koko toimitusta koskevat keinot. Näiden lisäksi liitteessä 2 on listattu allekkain plus-merkillä muut koko toimitusta koskevat ideat, jotka syntyivät kolmannessa tehtävässä.

Työpajan lopussa ehdittiin keskustella kolmannesta tehtävästä vain hyvin lyhyesti. Totesin yllättyneeni, että kukaan ei ehdottanut moniäänisyyteen liittyvän kanavan perustamista Teamsiin. Tähän vastattiin, että jokin yhteinen foorumi asialle olisi kyllä tarpeen. Toisaalta kommentoitiin, että Teamsissa kanavia on jo paljon, eikä niissä yleensä synny keskustelua.

4.3 Työpajan tulosten esittely toimitukselle

Esittelin tammikuisen, kirjoittaville toimittajille suunnatun ideointityöpajani tuloksia Kalevan toimituksen kuukausikokouksessa 3.4.2025. Paikalla kokouksessa oli noin 30 toimituksen työntekijää, ja lisäksi etänä kokoukseen osallistui kymmenkunta työntekijää. Kokoukseen osallistuivat esimerkiksi päätoimittaja Antti Kokkonen, toimituspäällikkö Katja Kärki, kehityspäällikkö Ville-Petteri Määttä, molemmat uutispäälliköt ja verkon julkaisuvastaava sekä printin tuottaja. Osan ajasta paikalla olivat myös Kaleva Median operatiivinen johtaja Niiles Nousuniemi ja digitoimintojen kehityspäällikkö Juha Portaankorva.

Esittelin työpajan tarkoituksen ja siellä syntyneet ideat PowerPoint-muodossa. Liitteessä 2 on nähtävissä esitykseni sisältö. Kerroin siis, että työpaja liittyi opinnäytetyöhöni, jonka tavoitteena on kehittää keinoja naisten osuuden lisäämiseen Kalevan sisällöissä. Kerroin kokouksessa tiivistetysti saman alustuksen kuin itse työpajassa: Naisten aliedustus mediasisällöissä on laaja ja sitkeä ongelma. Kalevalla on tavoite kasvattaa naisten osuutta, mutta tavoitteen seurantaan ei tällä hetkellä ole käytössä työkalua. Esittelin työpajaa varten tekemäni laskennan kolmesta lehdestä, joissa naisten osuus oli 35–43 prosenttia.

Lisäksi kerroin, montako toimittajaa työpajaan osallistui ja millaisia tehtäviä työpajassa tehtiin. Esittelin tehtävien tulokset ja niistä käytyä keskustelua kootusti. Kerroin, että tulosten perusteella toimittajat eivät pidä sukupuolta kriteerinä haastateltavaa valitessaan, ja että työpajassa toivottiin keinoja jakaa hiljaista tietoa kollegoille, jotta haastateltavien etsintä helpottuisi.

Esittelyssäni kerroin myös, että työpajalaiset korostivat ongelman tiedostamisen tarvetta, jotta omia toimintatapoja saataisiin muutettua. He toivoivat esihenkilöiltä tukea juttuprosessin aikana, ja että tavoitetta naisten osuuden lisäämisestä pidettäisiin toimituksessa enemmän esillä.

Lisäksi kerroin, että työpajan viimeisessä tehtävässä ideoitiin useita erilaisia keinoja, jotka koskevat koko toimitusta. Jatkokehittelyn kannalta työpajalaisilta eniten tukea sai viisi ideaa: hiljaisen tiedon jakaminen; kaikille suunnattu tasa-arvokoulutus; tietoisuuden lisääminen ja asian esillä pitäminen palavereissa; toimituksen sisäisen varianssin huomioiminen ja omaan asenteeseen huomion kiinnittäminen.

Esitykseni jälkeen toimituspäällikkö Katja Kärki avasi keskustelun aiheesta. Esille nousi Kalevan ikäkohderyhmätavoite, jonka toivottiin osaltaan auttavan myös naisten osuuden lisäämisessä. Kehityspäällikkö Ville-Petteri Määttä totesi, että Prognosis-sivuston botti ei pääse Kalevan

maksumuurin läpi, joten sen kerää tietoja vain Kalevan juttujen otsikoista ja alariveistä. Sen vuoksi Prognosis ei anna täysin luotettavaa kuvaa naisten osuudesta.

Päätoimittaja Antti Kokkonen totesi, että Sanna Keskinen lanseeraama tavoite naisten osuuden lisäämisestä on yhä voimassa, vaikka sitä ei ehkä olekaan pidetty yhtä selkeästi esillä. Kokkonen mukaan Kalevassa pitäisi pystyä itse mittaamaan naisten osuutta sisällöissä, ja tavoitteeseen tulisi kiinnittää enemmän huomiota päivittäisessä kommunikoinnissa toimituksen sisällä. Kokkonen totesi myös, että Kalevassa jatketaan moniarvoisen median kehittämistä huolimatta ”Donald Trumpin sodasta wokea vastaan” ja muusta kehityksestä maailmalla.

Toimituspäällikkö Katja Kärki totesi, että ongelma eli naisten aliedustus on tiedostettu, ja siihen on pyritty viime aikoina puuttumaan osaltaan myös järjestämällä keskusteluseria, joka on suunnattu erityisesti naisille. Kun kommentoitsa todettiin, että tuottajat kyllä keskustelevat tavoitteesta keskenään, toimittajien puolelta todettiin, että ”viisaus ei vain ole valunut meille asti”.

Keskustelussa pohdittiin, muuttuisiko naisten osuus paremmaksi, jos mukaan ei laskettaisi urheilun juttuja ja usein politiikkaan painottuvia STT:n juttuja. Printin tuottaja Vesa Kärki totesi, että jos urheilua ei laskettaisi, lehteen ei jäisi jäljelle juuri lainkaan ihmisiä. Tällä hän viittasi siihen, että tietynlaisissa uutisjutuissa käytetään usein kuvituksena muita kuin ihmisiä, kuten esimerkiksi rakennuksia tai maisemakuvia. Eli vaikka uutisjutuissa olisikin haastateltu asiantuntijoita, heitä ei useinkaan käydä kuvaamassa juttua varten.

Kommentoitsa todettiin myös, että haastateltavan sukupuolen lisäksi tulisi kiinnittää huomiota asia-yhteyteen ja rooliin, jossa henkilö esitetään. Muutoin käy helposti niin, että hoiva-alan asioita kommentoi aina nainen ja infra-asioita mies.

Katja Kärki mainitsi, että ainakin aiemmin Ylen toimituksessa on ollut tapana seurata naisten osuutta kirjaamalla Excel-taulukkoon päivittäin naiset ja miehet sisällöissä. Kun keskusteluun nousi ajatus pyytää Oulun kaupungilta, yliopistolta ja muilta yhteistyöorganisaatioilta listaa asiantuntijainaisista, Katja Kärki lupasi viestiä Kalevan tavoitteesta kyseisille yhteistyötahoille. Varsinaiset listat todettiin kuitenkin ongelmallisiksi, koska ihmiset saattavat vaihtaa työpaikkaa ja työtehtäviä. Myöhemmin todettiin myös, että internetistä aiemmin saatavissa olleet listat naispuolisista asiantuntijoista ovat hävinneet, ilmeisesti GDPR:n eli EU:n tietosuojasetuksen takia.

Keskustelun lopulla digitoimintojen kehityspäällikkö Juha Portaankorvalta kysyttiin, tulisiko Kalevan olla kiinnostunut lukijoidensa sukupuolesta samaan tapaan kuin Sanoma Media on. Portaankorva vastasi, että kirjautuneiden käyttäjien identiteetinhallinta uudistuu, ja se perustuu nimen tulkintaan, mutta systeemissä on yhä rajoitteita. Eli jatkossakin on esimerkiksi mahdollista, että joku lukee Kalevan sisältöjä toisen perheenjäsenen tunnuksilla kirjautuneena ollessaan. Moniäänisyysmittaria

sivuttiin keskustelussa ja todettiin, että nykyisen tekoälyn avulla olisi helpompi kehittää Kalevalle sopiva mittari naisten osuuden seuraamiseen.

Tilaisuuden päätteeksi totesin, että nähdäkseni helpoin keino työpajassa toivotun hiljaisen tiedon jakamisen toteuttamiseen olisi perustaa oma Teams-kanava tasa-arvoon ja moniäänisyyteen liittyville asioille. Antti Kokkonen antoi luvan perustaa kanavan.

Edellä kuvattu arviointitilaisuus eli työpajan tulosten esittely vaikutti kehittämistyöni lopputulokseen ainakin siltä osin, että en tule esittämään yhtenä konkreettisenä keinona naispuolisista asiantuntijoista koostuvan listan koostamista ja jakamista toimituksen sisällä. Tämä siitä huolimatta, että ilmeisesti GDPR sallii poikkeuksen journalisteille.

Pidän edellä kuvattua tilaisuutta tärkeänä paitsi palautteen antamisen ja saamisen näkökulmasta, myös siltä osin, että toimintatutkimuksessa olisi tärkeää osallistaa koko organisaation jäseniä reflektomaan omaa toimintaansa. Suurin osa toimituksen väestä ei päässyt mukaan haastatteluihin eikä työpajaan, joten tämä kokous oli tilaisuuteni kertoa heillekin kehittämistyöstäni ja antaa heille tilaisuus esittää mielipiteitään asiasta.

4.4 Kehityspäällikön haastattelu

Kalevan kehityspäällikkö Ville-Petterin Määtän taustahaastattelun käsittelen poikkeuksellisesti tässä tulosluvussa, vaikka se ei olekaan tutkimusaineistoa. Tämä haastattelun tarkoituksena on auttaa hahmottamaan sitä, miten jatkossa tulisi toimia mittarin kehittämisen suhteen. Tällä on siis tarkoitus löytää vastauksia erityisesti tutkimuskysymykseen K3.

Haastattelin kehityspäällikkö Ville-Petteri Määttä perjantaina 11.4.2025. Haastattelu tehtiin etänä Teamsin kautta. Opinnäytetyöni kannalta Määttä on asiantuntija, joka edustaa kohdeorganisaatiota eli Kalevaa. Tämän vuoksi häntä ei ole haastateltu nimettömänä. Haastattelun tarkoituksena oli ennen kaikkea saada vastauksia siihen, miten analytiikka ja tekoäly voisivat auttaa naisten määrän lisäämisessä Kalevan journalistisiin sisältöihin.

Ville-Petteri Määttä on työskennellyt Kalevassa kehityspäällikkönä kevästä 2022 asti. Viime aikoina hän on muun muassa perehtynyt tekoälyn mahdollisuuksiin tiivistelmien ja radiosähkeiden tuottamisessa, ja tuonut näitä työkaluja osaksi kirjoittavien toimittajien arkea.

Haastattelussa Määttä totesi, että Kalevan tavoite naisten osuuden lisäämisestä journalistisissa sisällöissä on ”hyvä”. Hän lisäsi, että moniäänisyyteen tulisi kiinnittää enemmän huomiota myös päivittäisellä tasolla ja suunnittelussa, ja että moniäänisyys ei koske pelkästään naisten osuutta.

Määttä kertoi haastattelussa, että hän ei ole ”hetkeen” keskustellut kyseisestä tavoitteesta esihenkilönsä kanssa. Hänen mukaansa asiasta keskusteltiin enemmän Sanna Keskinen kanssa kuin nykyisen päätoimittajan eli Antti Kokkosen kanssa. Määttä lisäsi, että taustalla voi olla toimituksessa vastikään tapahtunut organisaatiomuutos, joten naisten osuus ”ei ehkä ole ollut niin pinnalla” keskusteluissa.

”Valitettavasti se (naisten osuuden lisääminen) on ollut vähän projektiluontoista, ja se pitäisi vakioida toimintatavaksi.”

Määttä kuitenkin uskoi, että moniäänisyyttä pohditaan toimituksessa päivittäin, etenkin kun mietitään, ketä valitaan haastateltaviksi. Moniäänisyys ei silti nouse toimituksen arjen keskusteluissa esille, koska siitä ei ole mittaustuloksia. Määttän mukaan moniäänisyydestä keskustellaan säännöllisesti tuottajien kokouksessa etenkin silloin, kun pohditaan aiheita, joissa naiset eivät tyypillisesti ole esillä. Määttä arvioi, että moniäänisyydestä keskustellaan nykyään enemmän kuin muutama vuosi sitten.

Haastattelussa Määttä vahvisti, että Kalevan nykyinen analytiikka ei mittaa naisten osuutta sisällöissä – eikä se pystyisi sitä tekemäänkään, koska Kalevassa ei ole käytössä järjestelmää, joka tunnistaisi jutuista nimien perusteella, onko kyseessä mies vai nainen. Hän lisäsi, että tämän kaltaiseen järjestelmään voisi liittyä heikkouksia, kuten se, että osa nimistä voi olla sekä miehellä että naisella, eikä ulkomaalaisia nimiä välttämättä voitaisi määritellä oikein.

Määttän mukaan medioiden analytiikka on yleisesti ottaen mitannut kävijöiden eli yleisön käyttäytymistä, ja niin myös Kalevan analytiikka tekee. Se mittaa, mitä juttuja Kalevan palveluissa klikataan, mistä tulee tilauksia, kuinka kauan ja kuinka pitkälle juttuja luetaan ja mikä ikäryhmä niitä lukee.

”Emme mittaa niinkään sitä, mitä itse teemme työssämme. Se ei ole ollut relevantti asia tähän mennessä. Mutta sitä kohti varmasti mennään, että halutaan mitata myös sitä, mitä me itse teemme.”

Määttä totesi, että jatkossa tarve mitata yleisön käyttäytymisen lisäksi toimituksen omaa tekemistä kasvaa. Hän kertoi, että Kalevassa ollaan ottamassa käyttöön käyttäjätarveanalyysia (englanniksi *user needs*, kyseessä on alun perin BBC:n kehittämä malli). Siksi jatkossa halutaan mitata, onko juttujen näkökulmittaminen toimituksessa onnistunut määriteltujen käyttäjätarpeiden kannalta.

Määtän mukaan käyttäjätarveprojekti otetaan toimituksessa käyttöön kesään mennessä. Määttä tarkensi, että kyseessä on näkökulmitustyökalu, jonka avulla pohditaan, mihin käyttäjän tarpeeseen sisältö vastaa. Kalevassa käyttöön otetaan kuusi eri käyttäjän tarvetta: 1. haluan pysyä ajan tasalla; 2. haluan ymmärtää ja oppia; 3. haluan tauon; 4. haluan liikuttua; 5. haluan arkeeni työkaluja ja 6. haluan olla yhdessä muiden kanssa. Määttä totesi, että jokaiselle käyttäjän tarpeelle tulee kuvaus, ja lisäsi, että ”näihin pitää moniäänisyys rakentaa sisään”. Tiedustelin haastattelussa, mitä hän tarkoittaa moniäänisyyden sisäänrakentamisella, mutta selkeää vastausta asiaan ei tullut. Määttä puhui mallien omaksumisesta ja siitä, että moniäänisyyttä on ajateltava joka vaiheessa. Myöhemmin hän lisäsi, että käyttäjätarvemalli ei ehkä suoranaisesti ota kantaa moniäänisyyteen, mutta se ”pakottaa ajattelemaan asioita myös siltä kantilta, koska siinä oikeasti mietitään yleisön kautta asioita”.

Määttä viittasi lyhyesti kommenttiin, jonka toimituspäällikkö Katja Kärki sanoi kokouksessa, jossa esittelin pitämäni työpajan tuloksia. Kärjen mukaan Ylen toimituksissa on ollut tapana pitää Exceltaulukkoita, joiden avulla on seurattu naisten osuutta sisällöissä. Määttä totesi, että Ylen taulukointi liittyy juuri tähän: moniäänisyyttä on ajateltava prosessin joka vaiheessa, koska muutoin se ”ei muistu mieleen”. Määttä ei osannut sanoa, otetaanko Kalevassakin käyttöön vastaava taulukointi.

Määttä lisäsi, ettei usko Kalevan olevan huonoimmasta päästä moniäänisyydessä. Hänen mukaansa Prognosis-sivuston botti ei pääse Kalevan maksumuurin läpi, joten se ottaa huomioon vain juttujen otsikot ja alarivit. Siten Prognosis ei anna täysin luotettavaa kuvaa naisten osuudesta Kalevan sisällöissä. Keskustelimme myös lyhyesti moniäänisyysmittarista ja sen rajoitteista. Määttä uskoi, että nykyään olisi helppoa rakentaa luotettavampi mittari.

Kun keskustelimme uudestaan analytiikasta ja sen mahdollisuuksista, Määttä totesi, että vaikka Kalevan nykyinen analytiikka ei mittaa naisten osuutta, nykyään ei olisi kovin monimutkaista rakentaa siihen kykenevää analytiikkaa. Hänen mukaansa **laajoihin kielimalleihin pohjautuva generatiivinen tekoäly** tuo siihen huomattavia mahdollisuuksia. (Tällä siis tarkoitetaan tekoälyä, joka on koulutettu laajoilla tekstiaineistoilla, ja siksi se pystyisi tunnistamaan tekstin yksittäisistä sanoista esimerkiksi miesten ja naisten nimet.) Määttä lisäsi, että tekoälyn avulla journalistisista sisällöistä voidaan jatkossa tunnistaa laadukkaammin paitsi ihmisten nimiä, myös esimerkiksi titteleitä, tunnettuja teoksia, yrityksiä ja puolueita, mutta tekoälyn tämän kaltainen käyttö ei ole ollut vielä fokuksessa.

Haastattelussa tiedustelin Määtältä, minkä vuoksi Kalevalla ei vielä ole käytössä tällaista tekoälyä – onko kyse esimerkiksi rahasta vai tekoälyjen kehittymisestä. Hän vastasi, että kyse ei ”varsinaisesti” ole rahasta vaan siitä, että Kalevassa on yhä kehitettävää yleisön mittaamisessa. Kuitenkin

tulevan käyttäjätarveprojektin myötä korostuu tarve saada analytiikan tietoja myös toimituksen omasta työstä.

”Luulen, että se asia (oman työn mittaaminen) ei ole ollut niin pinnalla päivittäisessä tekemisessä, kun pohditaan, että mitä ja miksi pitäisi nyt tehdä.”

Oman työn mittaaminen tai luotettavien mittarien puute ei ole ainut asia, joka hankaloittaa tasa-arvon ja moniäänisyyden toteutumista mediassa. Haastattelussa Määttä luetteli neljä mielestään suurinta ongelmaa:

1. Toimitusten sisäinen diversiteetti on heikkoa, eli toimitukset eivät tarpeeksi heijastele yhteiskunnan rakennetta.
2. Toimitusten tapa löytää (asiantuntija)haastateltavia juttuihinsa perustuu pitkälti siihen, kenelle on totuttu soittamaan.
3. Yhteiskunta on rakentunut siten, että monet alat ovat yhä hyvin miesvaltaisia.
4. Pelkkä miesten ja naisten osuuden mittaaminen ei kerro koko totuutta, vaan mittaamisen tulisi heijastella laajemmin yhteiskuntaa.

Määttä lisäsi, että hänestä naisten osuuden tarkkailu ja mittaaminen on silti yhä perusteltua, koska siihen liittyy yhä puutteita eikä asiaan kiinnitetä tarpeeksi huomiota. Hän otti esimerkiksi hoiva-alan, johon liittyvissä jutuissa on usein haastateltu naisia, kun taas talouteen ja politiikkaan liittyvissä jutuissa on usein haastateltu miehiä.

”Jos sitä alkaa segmentoimaan, siellä on varmasti segmenttejä, joissa (naisten osuus) voisi olla parempi.”

Haastattelun loppupuolella tiedustelin, pystyykö Määttä lupaamaan, että Kalevan toimituksen käyttöön saadaan mittari, jolla naisten osuutta voitaisiin seurata. Hän vastasi: ”Me varmasti lähdetään kehittämään mittaria, jolla laadullisesti tutkitaan sitä, mitä meidän sisällöissämme on. Ihan varmasti sitä tullaan tekemään tulevaisuudessa, mutta aikataulua sille en osaa antaa.”

Määttä lisäsi olevansa siinä käsityksessä, että tutkimusten mukaan moniäänisempi media tavoittaa paremmin uusia tilaajia, joten ”on myös liiketoiminnallisesti kannattavaa kiinnittää näihin asioihin aidosti huomiota”.

”Sitä ei voi liikaa korostaa, että moniääninen media varmasti tavoittaa paremmin yleisöjä. Jos siihen ei kiinnitetä huomiota, niin kyllähän media kuolee. Pitää heijastella yhteiskuntaa.”

Kuten Määtän haastattelusta käy ilmi, Kaleva nykyinen analytiikkatyökalu ei kykene seuraamaan naisten osuutta sisällöissä. Nykyaikaista tekoälyä hyödyntämällä olisi kyllä mahdollista kehittää Kalevalle mittari, joka soveltuisi naisten osuuden seuraamiseen. Määttä toteaa, että tämäntyyppinen työkalu voi olla tulossa jollain aikavälillä. Hänen mukaansa tähän asti on keskitytty mittaamaan sitä, mitä lukijat tekevät Kalevan sivuilla, joten sen vuoksi omaan työhön liittyvä mittaaminen ei vielä ole kehittynyt. Tämä vaikuttaa hieman oudolta sitä taustaa vasten, että Kalevassa tavoite naisten osuuden kasvattamisesta lanseerattiin jo useampi vuosi sitten. Ilmeisesti kyseistä tavoitetta ei ole pidetty niin tärkeänä, että sen seuraamiseen olisi haluttu panostaa. Kyse voi toki olla myös resurssien priorisoinnista.

5 Johtopäätökset

Tässä luvussa esittelen aineiston analyysin pohjalta tekemäni johtopäätökset. Pysin myös vertaamaan tuloksia ja havaintoja työni alkupuolella esiteltyyn teoriataustaan.

Kehittämistyöni tavoitteena oli kehittää journalistista työprosessia ja pyrkiä muuttamaan työtapoja, jotta Kaleva pääsisi lähemmäs tavoitettaan lisätä naisten osuutta journalistisissa sisällöissään. Eri-tyisesti tavoitteena oli kehittää konkreettiset toimintaohjeet, joiden avulla Kalevan toimitus voisi lisätä naisten osuutta journalistisissa sisällöissään.

Tutkimustulosteni perusteella usea seikka haittaa tällä hetkellä tavoitteen toteutumista eli naisten osuuden kasvattamista Kalevassa: Ensinnäkään kukaan ei tällä hetkellä tiedä, paljonko naisten osuus Kalevan journalistissa sisällöissä on, koska osuutta ei seurata säännöllisesti, eikä siihen ole käytössä luotettavaa työkalua. Alun perinkään Kalevassa ei asetettu tarkkaa tavoitetta siitä, kuinka suurta prosenttiosuutta sisällöistä tavoitellaan.

Toisekseen tavoite ei näy käytännön työssä kuin satunnaisesti, eikä siitä keskustella säännöllisesti toimituksen kokouksissa eikä esihenkilöiden ja alaisten välillä. Tavoite on siis jäänyt ylätasolle, jonkinlaiseksi pitkän tähtäimen passiiviseksi tavoitteeksi.

Lisäksi tavoite naisten osuuden kasvattamisesta on osin ristiriidassa toisen, aktiivisessa seurannassa olevan tavoitteen kanssa. Kyseessä on tavoite tehdä sisältöjä, jotka vetävät verkossa mahdollisimman hyvin, eli keräävät lukijoita (erityisesti ikäkohderyhmästä) ja tuovat tilauksia. Näiden tavoitteiden ristiriita konkretisoituu urheilujutuissa. Niistä on tekijöiden mukaan havaittu, että esimerkiksi naisten joukkueurheiluun liittyvät jutut vetävät verkossa huomattavasti enemmän kuin vastaavat miesten joukkueurheiluun liittyvät jutut. Pitäisikö urheilutoimituksessa siis keskittyä tekemään juttuja pelkästään miesten urheilusta?

Naisten aliedustus mediassa on globaali ja pitkään jatkunut ongelma. Jos journalismi mielletään asiana, joka objektiivisesti heijastelee yhteiskuntaa ja todellisuutta, on naisten alhainen osuus mediassa aivan erityinen ongelma, koska se antaa vääristyneen kuvan todellisuudesta – sekä naisten määrästä että heidän toimijuudestaan.

Iiris Ruoho ja Sinikka Torkkola (2010, 75) muistuttavat, että vaikka journalismia ei nähtäisikään ”miesten vallan viimeisenä linnakkeena” journalismi on silti valtarakenne. Tämänkin vuoksi omien valintojen vaikutus tulisi tiedostaa. Kuten Sanna Keskinen taustahaastattelussa viittasi, journalismi ei ole onnistunut tehtävässään, jos isot väestöryhmät jäävät ilman ääntä.

Pitkään jatkunut naisten aliedustus sisällöissä tulisi siis ymmärtää vakavaksi ongelmaksi journalismissa. Yhtä lailla tulisi pystyä kiinnittämään huomiota siihen, että median ei tulisi enää toistaa vanhanaikaisia, stereotyyppisiä rooleja. Kuten Minna Aslama tiivistää:

”Naisten näkymättömyys mediassa tai stereotyyppiset roolit kaikkialla kertovat, että jotain saattaa vuosikymmenestä toiseen olla essentiaalisesti pielessä.”

Maarit Jaakkolan mukaan yksi journalismia ohjaavista arvoista on edustavuus, eli journalismin tulisi olla monimuotoista, ja sen avulla tulisi tuoda eri väestöryhmien äänet kuuluviin (Jaakkola 2013, 17). Tällä hetkellä Kalevassa ja suomalaisessa journalismissa yleisemminkin ollaan vielä kaukana siitä, että koko yhteiskunnan eri väestöryhmät tulisivat huomioituiksi. Jos mediassa on esillä lähinnä (karkeasti yleistettynä) ”keski-ikäni ylittäneitä valkoisia hetero-oletettuja” miehiä, monet muut väestöryhmät jäävät aliedustetuiksi, ja näistä naiset ovat itse asiassa hyvin suuri ryhmä.

On myös tärkeää muistaa, että tasa-arvo on ”liikkuva maali” (Niemi 2017, 243.), eli vaikka menestyisi jollain mittarilla, se ei tarkoita, että tasa-arvo olisi saavutettu ja voitaisiin lakata sitä edistämästä. Tasa-arvon eteen on siis tehtävä jatkuvasti töitä. Tämä pätee sekä yhteiskunnan tasolla että mediassa, jokapäiväisessä työssä toimituksissa. On hyvä muistaa, että Global Media Monitoring Projectin raportin mukaan tällä vauhdilla kestää vielä 67 vuotta, ennen kuin naisten ja miesten välinen tasa-arvo mediasisällöissä on saavutettu.

Tasa-arvon saavutuksissa tapahtuu myös aaltoliikettä, kuten viime aikoina on saatu huomata maailmanpoliittisesta tilanteesta. Mari K. Niemi muistuttaa, että tasa-arvo ei ole suoraviivaisesti ja vääjäämättä etenevä tapahtumakulku (Niemi 2017, 244). Tämän vuoksi myös median tulisi jatkuvasti pysyä valppaana tasa-arvon suhteen.

5.1 Suositukset tulosten perusteella

Tutkimuskysymykseen K1 löysin vastauksia haastattelujen ja työpajan avulla. Tuloksista ilmenee, että vain harva toimittajista pitää tällä hetkellä sukupuolta kriteerinä haastateltavaa valitessaan, vaan valinnassa painottuu esimerkiksi paikallisuus ja yhteistyökyky. Jos Kalevassa todella halutaan pyrkiä tavoitteeseen eli lisätä naisten osuutta, tulisi mieluusti jokaisen juttuprosessin yhteydessä pohtia, voisiko juttuun sopia kokijaksi tai asiantuntijaksi nainen. Tämä ei tarkoita sitä, että sukupuoli nousisi muiden valintakriteerien yläpuolelle. Haastateltavaksi on yhä sallittua valita se, joka tuntee aiheen parhaiten. Oleellista olisi tiedostaa, että yhteiskunnassa on rakenteita, jotka juttuaiheesta riippuen helposti ohjaavat toimittajia haastattelemaan miehiä. Lisäksi tulisi muistaa, että myös omat asenteet voivat tiedostamatta vaikuttaa haastateltavaa valitessa.

Tiedonhankintavaiheessa toimittajien tulisikin pyrkiä laajentamaan tietolähteen etsintää sen sijaan, että tyytyisi usein käytettyihin asiantuntijoihin, jotka ovat perinteisesti olleet miehiä. Kiireen ja sattuman vaikutuksen vuoksi kaikkea ei voi hallita, mutta silloin kun on tilaisuus valita, voisi tietoisesti valita haastatteluun naisen.

Journalistisen työprosessin kannalta tämä tarkoittaa sitä, että naisten osuus tulisi ottaa huomioon jo suunnittelu- ja näkökulmittamisvaiheessa, ja esihenkilön tulisi pystyä tukemaan tätä muistuttamalla tavoitteen tärkeydestä. Kaikkien tulisi tiedostaa, että journalistiseen prosessiin sisältyy aina valintoja, ja toimittajilla on tietynlainen valta-asema päättää, ketkä sisällöissä pääsevät ääneen.

Tutkimuskysymys K2 on kehittämistyöni oleellisin kysymys. Siihenkin löysin vastauksia sekä haastattelujen ja että työpajan avulla. Tuloksissa korostuu se, että tavoite naisten osuuden lisäämisestä on jäänyt etäiseksi useimmille toimittajista, eikä se siksi näy heidän työssään tällä hetkellä. Tavoitetta tulisi selkiyttää, sen tärkeyttä tulisi yhä perustella kaikille ja tavoitteen seuranta tulisi pikaisesti mahdollistaa siihen soveltuvalla työkalulla. Useissa yhteyksissä tuli esille, että naisten osuuteen liittyvästä tavoitteesta ei ole puhuttu palavereissa, minkä vuoksi se on unohtunut ja jäänyt muiden tavoitteiden jalkoihin. Ei siis riitä, että toimituksen johto allekirjoittaa tavoitteen tai että esihenkilöt keskustelevat siitä keskenään. Naisten aliedustus on ongelma, joka tulisi tiedostaa koko toimituksessa. Tavoitteen tärkeyttä voisi perustella paitsi moraaliselta, myös taloudelliselta kannalta. Moniäänisemmän sisällöt tavoittavat potentiaalisesti suuremman yleisön. Perustelut motivoisivat osaltaan toimittajia pyrkimään kohti tavoitetta.

Journalismin kannalta tavoitetta voisi perustella sillä, että journalismia ohjaavista arvoista ainakin edustavuus heikkenee, jos eri väestöryhmien äänet eivät pääse kuuluviin. Jos journalismi nähdään yhteiskunnallisen tiedon välityksenä, tulisi myös pyrkiä huomioimaan koko yhteiskunta. Roolien merkitystä ja stereotyypioiden välttämistä tulisi myös korostaa. Muutoin käy niin, että kovat uutiset eli talous ja politiikka pysyvät jatkossakin miesten alueena ja pehmeät uutiset naisten alueena.

Osassa tuloksia tuli esille, että nykyisen jutun arvo -mittarin tavoitteet koetaan osin ristiriitaisena naisia koskevan tavoitteen kanssa. Näiden tavoitteiden ristiriidasta olisi hyvä keskustella koko toimituksen tasolla.

Tutkimuskysymykseen K3 pyrin löytämään vastauksia haastatteluista ja kehityspäällikön tausta-haastattelusta. Suurin osa haastatteluista ilmaisi kaipaavansa naisten osuuden seurantaan työkalua, eli mittaria, josta tilannetta pystyisi helposti seuraamaan. Osa kaipasi lähes reaaliaikaista

tietoa, osalle riittäisi katsaus esimerkiksi viikoittain. Nykyaikaista tekoälyä hyödyntämällä tällainen mittari olisikin mahdollista kehittää. Toki on muistettava, että esimerkiksi mekaaninen naisten ja miesten nimien laskeminen ei kerro koko totuutta siitä, minkä verran kukakin saa näkyvyyttä ja millaisissa rooleissa sukupuolet esitetään.

Seurantaan käytettävä työkalu eli mittari tulisikin kehittää sellaiseksi, että se tunnistaa paitsi nimet myös sen, minkä kokoluokan jutusta on kyse. On näkyvyyden kannalta eri asia tehdä XL-kokoinen juttu, jossa nainen on päähaastateltavana, kuin tehdä S-kokoinen juttu, jossa mainitaan useita naisten nimiä.

Mittari mahdollistaisi tehokkaan oppimisen, kuten Leenamajja Ojala huomauttaa. Mittaritiedoista jokainen organisaation jäsen voisi nähdä, missä mennään tavoitteen suhteen, eikä esihenkilöä tarvittaisi sitä tietoa kertomaan. Kuitenkin olisi tärkeää yhdessä pohtia syitä hyviin tai huonoihin tuloksiin ja sitä, miten tilannetta voitaisiin parantaa. (Ojala 2018, 278.)

5.2 Käytännön toimintaohjeet

Mikäli Kalevassa oikeasti halutaan lisätä naisten osuutta journalistisissa sisällöissä, tulisi toteuttaa ainakin seuraavat asiat:

Koko toimituksen tasolla tulisi edistää sen tiedostamista, että naiset ovat aliedustettuina sisällöissä. Tiedostamisen jälkeen kaikkien tulisi sitoutua tavoitteeseen eli naisten osuuden lisäämiseen. Tiedostamista voisi edesauttaa koulutuksella.

Kaikkien tulisi myös tiedostaa, että tavoitteen saavuttamiseksi tarvitaan määrätietoista työskentelyä. Tasa-arvon edistäminen ei voi olla vain projektiluontoista toimintaa, johon ryhdytään, jos muistetaan tai ehditään. Naisten osuuden kasvattamisesta täytyy saada osa rutiinia, jokapäiväistä työtä toimituksessa.

Tavoitteesta tulisi keskustella säännöllisesti – mieluiten viikoittain – toimituksen palaverissa, ja myös solujen sisäisissä kokouksissa. Esihenkilöiden tulisi kannustaa alaisiaan tavoitteen toteuttamisessa, jotta ei kävisi niin, että tavoite jää vain ylätasen puheeksi.

Sukupuolten tasa-arvoa journalistissa sisällöissä tulisi edistää kaikissa työprosessin vaiheissa. Jos työprosessia ajatellaan kuusivaiheisena Jaakkolan määritelmän mukaan, aivan erityisesti naisten osuuden lisääminen tulisi huomioida suunnitteluvaiheessa, tiedonhankintavaiheessa, julkaisua edeltävässä arviointi- ja muokausvaiheessa sekä palautevaiheessa.

Tavoitteesta kannattaisi viestiä ulospäin niille organisaatioille, joiden kanssa tehdään usein yhteistyötä. Organisaatioiden viestinnän portinvartijaroolia tulisi myös pyrkiä haastamaan.

Kalevassa tulisi asettaa selkeä numeerinen tavoite, esimerkiksi sellainen, että naisten osuus sisällöistä saataisiin 40 prosenttiin viikkotasolla. Myöhemmin tavoitetta voitaisiin halutessa kirittää nostamalla se 40 prosenttiin päivätasolla.

Toimituksen sisäiseen käyttöön täytyisi pikaisesti kehittää mittari, jolla naisten osuutta sisällöissä voitaisiin seurata. Ennen mittarin saamista ei ole järkeä asettaa tarkkaa tavoitetta prosenttiosuudesta. Mittarin tulisi olla kaikkien jatkuvasti nähtävillä samaan tapaan kuin muutkin analytiikan seuraamat asiat tällä hetkellä.

Lisäksi Kalevassa tulisi perustaa Teamsiin toimituksen käyttöön kanava, jossa voi keskustella tasa-arvon ja moniäänisyyden toteutumisesta sisällöissämme sekä jakaa vinkkejä esimerkiksi mahdollisista haastateltavista. Tämä auttaisi osaltaan pitämään tavoitetta mielessä päivittäin ja toimisi väli-neenä hiljaisen tiedon jakamisessa.

6 Pohdinta

Tässä luvussa pohdin siitä, mitä opin tämän pitkän prosessin aikana ja mitä olisin voinut tehdä toisin. Lisäksi käyn läpi mahdollisia jatkotutkimuskohteita.

Toimintatutkimus lähestymistapana oli mielestäni sikäli onnistunut valinta, että kyseessä on yhteisöllinen ja osallistava menetelmä. Toimintatutkimus eroaa perinteisestä tutkimuksesta siinä, että tutkija ei pyri olemaan ulkopuolinen – täysin objektiivisen ulkopuolisen tutkijan roolia olisi tässä tapauksessa ollut hyvin hankala toteuttaa. Toisaalta toimintatutkimuksen syklisesti etenevää suunnittelun, toiminnan, havainnoin ja arvioinnin jatkumoa on käytännössä hyvin hankala toteuttaa opinäytetyön aikaikkunassa. Lisäksi toimintatutkimus vaatisi koko tutkittavan yhteisön osallistumista reflektointiin, mitä on hankala toteuttaa Kalevan kaltaisessa isossa toimituksessa. Reflektion tarkoitus olisi ymmärtää omaa toimintaa ja sitä kautta pyrkiä kehittämään sitä.

Toimintatutkimus vaatisi onnistuakseen realistisen aikataulun, vastuulliset toimijat organisaatiosta ja sitoutuneen johdon. Ojasalo ja kumppanit toteavatkin, että toimintatutkimuksessa muutos voi tapahtua tai olla tapahtumatta. Tutkimus on joka tapauksessa tuottanut aineiston pohjalta uutta tietoa, mikä on sinänsä lohdullista. (Ojasalo 2018, 59.)

Prosessin alkuvaiheessa perustettiin organisaation ja kehittäjän vuorovaikutusta varten työlleni ohjausryhmä, jossa oli mukana kolme henkilöä Kalevan toimituksen johdosta. Ohjausryhmän tarkoituksena oli arvioida kehittämistyöni lopputulosta. Tämä ohjausryhmä toimi käytännössä vain jonkin aikaa alussa, koska pian sen jälkeen yksi ryhmän jäsenistä jäi eläkkeelle ja yksi vaihtoi työpaikkaa. Uuden ohjausryhmän perustaminen uusilla toimituksen johdon jäsenillä olisi taatusti ollut hyödyllistä, mutta muiden työkiireiden vuoksi tämä jäi tekemättä.

Aineistoa aioin alun perin kerätä myös kyselyn avulla, mutta se jäikin pois, koska päätin keskittyä enemmän haastatteluihin. Kyselyssä olisi pitänyt jo olla pohjatietoa tutkittavasta aiheesta, jotta kysymykset olisi voinut muotoilla ja antaa niille vastausvaihtoehtoja. Sikäli pidän haastatteluja onnistuneena tiedonhankintatapana.

Tein tutkimushaastattelut vuonna 2023, jolloin opinäytetyöni oli vasta alkuvaiheessa. Jälkikäteen arvioituna olisi ollut tutkimuksen kannalta parempi perehtyä ensin syvällisemmin teoriataustaan ja aiheeseen liittyviin käsitteisiin, ennen kuin aloin tehdä haastatteluja. Toisaalta haastattelujen tekeminen alkuvaiheessa oli tarpeen siksi, että ne auttoivat hahmottamaan tilanteen kokonaiskuvaa.

Haastattelutilanteissa olisin varmasti voinut haastattelijana olla johdonmukaisempi ja pyytää täsmällisempiä vastauksia. Toisaalta halusin pitää haastattelut vapaamuotoisina keskusteluina. On vaikea arvioida, oliko tutkimuksen kannalta lopulta hyvä vai huono asia, että haastattelija oli haastateltaville tuttu työkaveri. Ventovieras tutkija olisi luultavasti saanut jäykempiä ja suppeampia, mutta kenties myös pohditumpia vastauksia kuin ne rönsyävät keskustelut, joita itse sain.

Haastattelijana tulisi aina muistaa antaa tilaa haastateltavan pohdinnalle. Keskustelu on kuitenkin sosiaalinen tilanne, jossa pätevät tietyt konventiot. Esimerkiksi pitkiä taukoja eli hiljaisuuksia siedetään keskustelussa huonosti, koska tilanteeseen liittyy tarve vuorovaikutuksen ylläpitämisestä. Niinpä jos haastattelussa syntyi hetki, että haastateltava ei heti ymmärtänyt kysymystä tai ei heti keksinyt siihen vastausta, haastattelijana minulla oli suuri tarve sanoa jotakin kysymystä selventävää, mikä auttaisi vastaamisessa. On vaikea sanoa, kuinka paljon tällaiset ”auttamisen hetket” ohjasivat haastateltujen vastauksia tiettyyn suuntaan. Mielestäni en kuitenkaan varsinaisesti ohjannut ketään.

Haastatteluihin liittyi myös jonkintasoinen sosiaalinen paine olla kohtelias ja pyrkiä samanmielisyyteen eli vastata sen mukaan, mikä on odotuksen mukaista. Jokaisessa tutkimushaastattelussa ensimmäinen kysymykseni oli: ”Kaleva on ottanut tavoitteekseen naisten osuuden lisäämisen journalistisissa sisällöissä. Mitä mieltä olet tästä tavoitteesta?” Kysymys sinänsä on avoin. Jos olisin kysynyt ”onko tämä sinusta hyvä tavoite” oletusarvoinen vastaus olisi selkeästi ”kyllä”. Kuitenkin jokainen haastateltava luultavasti päätteli kontekstista, että tässä tilanteessa oletusarvon mukainen vastaus on ”mielestäni se on hyvä / kannatettava tavoite”. Jos joku haastateltavista ajattelikin, että tavoite on huono tai turha, kukaan ei sanonut sitä suoraan. Sen sijaan osa haastateltavista ilmaisi kiertoteitse, että tavoitteeseen voi liittyä myös käytännön ongelmia. Tällä tavalla he osoittivat, että eivät kannata tavoitetta varauksetta, vaikka se periaatteen tasolla onkin hyvä.

Työpajan pitäminen yhden aamupäivän aikana osoittautui haastavaksi. Aikaa olisi pitänyt varata enemmän, jotta työpajan kaikki vaiheet olisi ehditty kunnolla käydä läpi. Lisäksi on harmi, että työpajaan pääsi osallistumaan vain pieni osa toimituksen henkilökunnasta. Käytännön syistä ei kuitenkaan ollut mahdollista ottaa työpajaan enempää ihmisiä eikä varata sille koko päivää aikaa.

En ollut koskaan aiemmin järjestänyt työpajaa, joten en ollut osannut ajatella, että siitä olisi pitänyt voida antaa palautetta jälkikäteen. Toki palautetta olisi voinut antaa vaikkapa suullisesti tai Teamsin kautta, mutta mahdollisuus antaa palautetta nimettömänä puuttui.

Jäin myös pohtimaan sitä, olisiko työpaja pitänyt tallentaa esimerkiksi videoimalla. Halusin kuitenkin pitää tunnelman mahdollisimman rentona, jotta jokainen saisi puhua vapaasti. Videokamera olisi luultavasti vaikuttanut siten, että osallistujat olisivat alkaneet sensuroida itse itseään.

Alun perin opinnäytetyöni suunnitelmissa oli mukana mahdollinen benchmarkkaus, mutta sitä en kuitenkaan ehtinyt tehdä. Se olisi osaltaan lisännyt tutkimukseni uskottavuutta, jos olisin pystynyt vertailemaan ja ottamaan mallia muista medioista. Toisaalta on ehkä havaittavissa, että ainakaan Suomessa muutkaan mediat eivät vielä ole löytäneet viisastenkiveä, jonka avulla naisten osuus sisällöistä saadaan nousuun.

Lisäksi tutkimukseni olisi saanut huomattavasti lisää painoarvoa, jos siihen sisältyisi jonkun ulkopuolisen asiantuntijan arvio siitä, kuinka tehokkaita esittämäni konkreettiset toimintaohjeet ovat. Tältä osin kehittämistyöni olisi siis voinut onnistua huomattavasti paremmin.

Jatkotutkimuskohteita työni pohjalta löytynee useita. Oma opinnäytetyön aiheensa voisi olla se, miten nykyaikaista tekoälyä hyödyntävä ja naisten osuutta mittaava työkalu kehitetään.

Lisäksi jatkotutkimuskohteena voisi olla jonkinlainen segmentointi, eli voisi tarkastella erikseen sitä, mitkä osastot sisällöissä ovat naisvoittoisia ja mitkä miesvoittoisia. Selvää on, että esimerkiksi tekniikka- ja talousaiheiset uutiset ovat tällä hetkellä hyvin miespainotteisia.

Kuvajournalismin osalta voisi olla kiinnostavaa tutkia, miten kuvavalinnat vaikuttavat lukijan mielikuvaan siitä, onko mediassa esillä naisia vai miehiä.

Lisäksi tulisi tutkia sitä, millaisissa rooleissa eri sukupuolet esitetään. Media on ainakin aiemmin osaltaan ylläpitänyt perinteisiä sukupuolistereotyyppioita. Omassa opinnäytetyössäni ei ollut mahdollista syventyä tarkemmin rooleihin ja stereotyyppioihin, koska silloin työ olisi laajentunut liikaa.

Lähteet

Arokylä, K. 2024. Kun Kalevasta tuli Kaleva Media. Vuosikertomus 2000–2024. Kaleva Media. Oulu.

Aslama, M. 2006. Sukupuoli numeroina. Teoksessa Mäkelä, A., Puustinen, L. & Ruoho, I. (toim.). Sukupuolishow. Johdatus feministiseen mediatutkimukseen, s. 47–61. Gaudeamus. Helsinki.

Deuze, M. 2005. What is Journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6, 4, s. 442–464.

Eskola, J., Lätti, J. & Vastamäki, J. 2018. Teemahaastattelu: lyhyt selviytymisopas. Teoksessa Valli R. (toim.). Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. s. 27–51. PS-kustannus. Jyväskylä.

GMMP. 2020. Who Makes The News? Global Media Monitoring Project 2020. WACC Global. Toronto. Luettavissa: https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/08/GMMP-2020.Highlights_FINAL.pdf. Luettu: 17.5.2025.

Halonen, I. 2006. Sukupuolitettu uutishuone. Teoksessa Mäkelä, A., Puustinen, L. & Ruoho, I. (toim.). Sukupuolishow. Johdatus feministiseen mediatutkimukseen, s. 193–206. Gaudeamus. Helsinki.

Heikkinen, H. L. T. 2018. Toimintatutkimus: Kun käytäntö ja tutkimus kohtaavat. Teoksessa Valli R. (toim.). Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. s. 215–230. PS-kustannus. Jyväskylä.

Hyvärinen, M. 2017. Haastattelun maailma. Teoksessa Hyvärinen, M., Nikander, P. & Ruusuvoori, J. (toim.). Tutkimushaastattelun käsikirja, s. 11–45. Vastapaino. Tampere.

Jaakkola, M. 2013. Hyvä journalismi. Käytännön opas kirjoittajille. Kansanvalistusseura. Helsinki.

Juuti, P. & Puusa, A. 2020. Toimintatutkimus. Sekä toimintaa että tutkimusta. Teoksessa Puusa, A. & Juuti, P. (toim.). Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. s. 256–270. Gaudeamus. E-kirja. Luettu: 12.3.2023

Kajala, V. 2024. Naiset pörssiyritysten johdossa – kansainvälinen vertailu. Naisjohtajakatsaus 1/2024. Keskuskauppakamari. Helsinki. Luettavissa: https://kauppakamari.fi/wp-content/uploads/2024/03/Naisjohtajakatsaus_01-2024.pdf. Luettu: 31.12.2024.

Keskinen, S. 15.5.2025. Päätoimittaja. Aamulehti. Sähköposti.

Keskuskauppakamari 2024. Keskuskauppakamari: Naisten osuus pörssiyhtiöiden johtoryhmien jäsenistä nousi ensimmäisen kerran 30 prosenttiin. Luettavissa: <https://kauppakamari.fi/tiedote/keskuskauppakamari-naisten-osuus-porssiyhtioiden-johtoryhmien-jasenista-nousi-ensimmaisen-keran-30-prosenttiin/>. Luettu: 31.12.2024.

Kunelius, R. 2000. Journalismi nelijalkaisena otuksena – Tutkimuksen näkökulmia, ongelmia ja haasteita. *Media & Viestintä*, 23, 3, s. 4–27.

Kuutti, H. 2006. Uusi mediasanasto. Atena Kustannus Oy. Jyväskylä.

Laki naisten ja miesten välisestä tasa-arvosta 30.12.2014/1329.

Lukka, K. 2001. Konstruktiivinen tutkimusote. Luettavissa: <https://metodix.fi/2014/05/19/lukka-konstruktiivinen-tutkimusote/>. Luettu: 18.5.2025.

Luostarinen, H. 2014. Irti Venäjältä, kapitalismista ja pomoista. Teoksessa Luostarinen, H. & Raittila, P. (toim.). *Journalistin vapaus*, s. 15–45. Osuuskunta Vastapaino. Tampere.

Luostarinen, H. & Raittila, P. 2014. Esipuhe. Teoksessa Luostarinen, H. & Raittila, P. (toim.). *Journalistin vapaus*, s. 7–14. Osuuskunta Vastapaino. Tampere.

Maaniemi, J. s.a. Oppimista tukevat rakenteet ja toimintatavat. Oppimista edistävä organisaatio - opintojakson esitysmateriaali Moodlessa. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Luettu: 24.10.2023.

Mäkelä, A., Puustinen, L. & Ruoho, I. 2006. Esipuhe. Teoksessa Mäkelä, A., Puustinen, L. & Ruoho, I. (toim.). *Sukupuolishow. Johdatus feministiseen mediatutkimukseen*, s. 7–13. Gaudeamus. Helsinki.

Niemi, M. 2017. Vallan ja johtajuuden sukupuoli – onko tasa-arvo saavutettu? Teoksessa Niemi, M., Raunio, T. & Ruostetsaari, I. (toim.). *Poliittinen valta Suomessa*, s. 221–244. Vastapaino. Tampere.

Niemi, M. & Perälä, A. 2018. Keiden ääni kuului, keiden ”kriisistä” puhuttiin? Ylen journalistiset valinnat turvapaikanhakijoita käsittelevissä ohjelmissä. Teoksessa Niemi, M. & Houni, T. (toim.). *Media & Populismi – työkaluja kriittiseen journalismiin*, s. 146–172. Vastapaino. Tampere.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2018. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3.–5. painos. WSOYpro Oy. Helsinki.

Otala, L. 2018. Ketterä oppiminen – Keino menestyä jatkuvassa muutoksessa. Kauppakamari. Helsinki.

Puusa, A. 2020. Haastattelutyypit ja niiden metodiset ominaisuudet. Teoksessa Puusa, A. & Juuti, P. (toim.). Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. s. 99–112. Gaudeamus. E-kirja. Luettu: 12.3.2023

Reunanen, E. 2014. Toimittajan poliittinen identiteetti. Teoksessa Luostarinen, H. & Raittila, P. (toim.). Journalistin vapaus, s. 46–73. Osuuskunta Vastapaino. Tampere.

Ruoho, I. 2006. Julkisuudet, naiset ja journalismi. Teoksessa Mäkelä, A., Puustinen, L. & Ruoho, I. (toim.). Sukupuolishow. Johdatus feministiseen mediatutkimukseen, s. 171–192. Gaudeamus. Helsinki.

Ruoho, I. & Torkkola, S. 2010. Journalismin sukupuoli. Vastapaino. Tampere.

Seta ry. Sukupuolen moninaisuuden sanasto. Luettavissa: <https://sukupuolenosaamiskeskus.fi/sukupuolen-moninaisuus/sukupuolen-moninaisuuden-sanasto/>. Luettu: 18.5.2025.

Sotkasiira, T., Haikkola, L. & Davydova-Minguet, O. 2018. Huoneentaulu 2. Kohti parempaa muutoliikejournalismia. Teoksessa Niemi, K. & Houni, T. (toim.). Media & Populismi – työkaluja kriittiseen journalismiin, s. 177–180. Vastapaino. Tampere.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Uudistettu laitos vuodesta 2002. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Helsinki.

Työterveyslaitos. s.a. Monimuotoisuus ja inklusiivisuus: mitä ja miksi. Luettavissa: <https://www.ttl.fi/oppimateriaalit/monimuotoisuus-ja-inklusiivisuus-asiantuntijaorganisaatiossa/monimuotoisuus-ja-inklusiivisuus-mita-ja-miksi>. Luettu: 17.5.2025

Ulkoministeriö. s.a. Pekingin julistus ja toimintaohjelma. Luettavissa: https://um.fi/julkaisut/-/asset_publisher/TVOLgBmLyZvu/content/pekingin-julistus-ja-toimintaohjelma. Luettu: 17.5.2025.

Ylikoski, M. 23.8.2023. Väitöstutkija. Tampereen yliopisto. Sähköposti.

Ylikoski, M. & Ahva, L. 2024. Journalismin moniäänisyys osana median monimuotoisuuden ilmiötä. Media & viestintä, 47, 4, s. 105–129.

Liitteet

Liite 1. Haastattelurunko

Kaleva on ottanut tavoitteekseen lisätä naisten osuutta journalistisissa sisällöissään. Mitä mieltä olet tästä tavoitteesta?

Miten tavoite naisten osuuden lisäämisestä näkyy omassa työssäsi?

Oletko seurannut naisten osuutta esimerkiksi Prognosis-sivustolta?

Kuinka usein keskustelet tästä tavoitteesta esihenkilösi kanssa?

Kuinka usein keskustelet tästä tavoitteesta kollegojesi kanssa?

Millaisia käytännön haasteita tämä tavoite tuottaa omassa työssäsi?

Mitkä asiat mielestäsi vaikuttavat siihen, valitaanko haastateltavaksi mies vai nainen?

Mitä jokapäiväisessä toimitustyössä voitaisiin tehdä toisin, jotta naisten osuutta saataisiin lisättyä?

Auttaisiko jonkinlainen data-analytiikkaan perustuva seuranta?

Uskotko, että omasta tiimistäsi löytyy motivaatioita toteuttaa tätä tavoitetta?

Liite 2. Työpajan tulosten esittely

TYÖPAJA: Lisää naisia journalistisiin sisältöihin

Satu Niskanen 22.1.2025

Työpaja liittyy opinnäytetyöhöni

Opiskelen työn ohessa Haaga-Heliassa Uudistuvan journalismin koulutusohjelmassa. Opinnäytetyö on puolet tutkinnon (medianomi YAMK) laajuudesta.

Opinnäytetyössäni tutkin, miten Kaleva voisi lisätä naisten osuutta journalistisissa sisällöissään. Teemaa piti esillä päätoimittaja Sanna Keskinen. Valitsin aiheen, koska olen kiinnostunut tasa-arvoasioista.

Aloitin opinnäytetyöni keväällä 2023 haastattelemalla Sanna Keskiä. Sen jälkeen olen kerännyt tutkimusaineistoa haastattelemalla osaa Kalevan toimituksen tuottajista ja kirjoittavista toimittajista. Myös tammikuisen työpajan tulokset ovat tutkimusaineistoa.

Työpajan tavoite

Tavoitteena oli kartoittaa nykytilannetta ja ideoida yhdessä käytännön keinoja siihen, miten naisten osuutta Kalevan journalistisissa sisällöissä saadaan lisättyä.
- Tarkoitus oli muuttaa työtapoja, ei niinkään mieltä yksittäisiä juttuaiheita.

Huom: Vaikka nyt puhutaan naisista ja miehistä, en tarkoita että sukupuoli olisi vain kaksi tai että sukupuoli olisi mustavalkoinen jako. Sukupuoli on moninainen ilmiö, ennemminkin jatkumo kuin binäärinen kahtiajako. Sukupuoli ei ole vain biologinen, vaan myös sosiaalinen ominaisuus. Opinnäytetyö on kuitenkin rajattava jotenkin. Sanna Keskinen perusteli rajausta miehiin ja naisiin sillä, että se on helppo mitata analytiikan / tekoälyn avulla.

- Tavoitteena on lopulta median moniäänisyys (eli huomioon mm. ikä, etninen tausta, sukupuoli-identiteetti yms.)

Naisten aliedustus mediassa globaali ongelma

Naisten aliedustus mediasisällöissä on laaja ja sitkeä ongelma. Global Media Monitoring Project 2020: Globaalisti mediasisällöissä noin **25 %** on naisia. Tällä menolla kestää ainakin 67 vuotta, ennen kuin tasa-arvoero on kurottu umpeen perinteisessä mediassa.

- YK ja EU ovat pyrkineet siihen, että naiset olisivat tasapuolisemmin esillä mediassa, koska media vaikuttaa asenteisiin ja sitä kautta naisten asemaan.

Kansainvälisesti naisia on toimittajista noin 40 %, Suomessa jopa enemmistö (v. 2023). Osa tutkimuksista on todennut, että sillä ei juuri ole vaikutusta sisältöön: "Tutkimus ei ole osoittanut naisten tekevän sen tasa-arvoisempaa journalismia kuin miehet, jolleivät mediatuotannon konventiot samalla muutu." (Liina Puustinen, Iiris Ruoho & Anna Mäkelä teoksessa Sukupuolishow. Johdatus feministiseen mediatutkimukseen)

- Toisaalta GMMP 2020: Naistoimittajien tekemissä uutisjutuissa naisten osuus on 31 %, miestoimittajien uutisjutuissa naisten osuus on 24 %. GMMP:n mukaan miestoimittajat valitsevat naisia haastateltavakseen 5-7 prosenttiyksikköä vähemmän kuin naistoimittajat.

Taustalla yhteiskunnan epätasa-arvoisuus

Media heijastaa osaltaan yhteiskuntaa, joka on epätasa-arvoinen. Esimerkiksi Suomessa opiskelu- ja työmarkkinat ovat yhä eriytyneet nais- ja miesvaltaisiiin aloihin.

Taloudellinen valta jakautuu yhä epätasaisesti. Esimerkiksi Suomessa pörssiyrityöiden toimitusjohtajista vain kymmenen prosenttia on naisia. Keskisuurten pörssiyrityöiden johtoryhmissä naisia on 30 prosenttia. (Keskuskauppakamarin naisjohtajakatsaus)

(Viereinen kuvakaappaus UN Women Suomen Instagram-tililtä.)

unwomensuomi ja 2 muuta

Naiset ja järjestöjen keskusliitto UNIONI WOMEN 1/2

UUTISOTSIKOITA VUODELTA 2025

Google poisti kalenteristaan naistenpäivän, Priden ja paljon muuta Yle 12.2.2025

Huumatun ja raiskatun Gisèle Pelicot'n tytär: Olen varma, että isä raiskasi myös minut HS 11.1.2025

Vammaisilta naisilta vakavia syytöksiä Matkapalvelun kuljettajille - "Saataanko sisälle sänkyyn asti?" HS 11.2.2025

"Meno on ajoittain mennyt ihan älyttömäksi", sanoo rehtori - naisvihamielinen Andrew Tate villitsee poikia yläkouluissa Yle 9.1.2025

CULTURE Glamour 22.1.2025

Misogyny Is 2025's Biggest Trend

Zuckerbergilta erikoinen syytös: Yritykset "kastroivat maskuliinisen energian" Talouselämä 14.1.2025

Metan uudet säännöt: Naisia saa kutsua talusesineiksi tai omaisuudeksi HS 9.1.2025

Miehet kävelevät todella naisia päin - Apulaisprofessori vahvistaa havainnon HS 28.1.2025

Presidentti Trump: Yhdysvalloissa tunnustetaan jatkossa vain kaksi sukupuolta - Näin suuria muutoksia se voi tarkoittaa HS 21.1.2025

"TaSa-ArVo on mEnNyT LiiAn PiTkäLLe!!"

Mikä on tilanne Kalevassa?

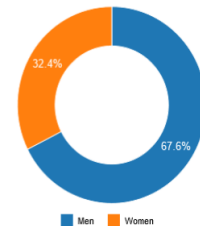
Sanna Keskinen seurasi naisten osuutta prognosis.se-nettisivulta, mutta siellä ei enää näy Kalevan tietoja. (Viereinen kuvakaappaus 1.2.25.) Sannan mukaan naisten osuus oli yleensä 30–35 % eli suunnilleen kolmasosa.

Keväällä 2022 järjestettiin Matleena Ylikosken moniäänisyystyöpaja, eli Kaleva oli hetken aikaa mukana kehittämässä moniäänisyysmittaria. Kuitenkaan kyseinen mittari ei ole käytössä Kalevassa.

Tällä hetkellä naisten osuutta sisällöissä ei ilmeisesti seurata, eikä oma analytiikkamme tietääkseni kerro naisten osuutta.

Gender Equality Tracker

Past 24 hours about 68 % of the names and pronouns in Finnish news media are male. That's 2.1 mentions of males for every female.



Percent women over time

Last week helsinginuutiset.fi had the most equal representation of women with about 45 %. Worst were kaleva.fi with about 21 %. The current week so

Esimerkki: Laskenta kolmesta lehdestä

Kaleva ke 8.1.25

- Naisten osuus haastatelluista 35 %
- Laskettuja juttuja yht. 17 kpl; jutut joissa äänessä molempia sukupuolia: 4 kpl
- Jutuissa mainituista nimistä miehiä 65 %

Kaleva to 9.1.25

- Naisten osuus haastatelluista 43 %
- Laskettuja juttuja yht. 17 kpl; jutut joissa äänessä molempia sukupuolia: 7 kpl
- Jutuissa mainituista nimistä miehiä 75 %

Kaleva pe 10.1.25

- Naisten osuus haastatelluista 38 %
- Laskettuja juttuja yht. 20 kpl; jutut joissa äänessä molempia sukupuolia: 3 kpl
- Jutuissa mainituista nimistä miehiä 67 %

Mitä väliä sillä on, mitä Kalevassa tehdään?

Media paitsi heijastaa todellisuutta, myös tuottaa sitä. Media voi myös ylläpitää stereotypioita. Sanat ovat tekoja.

-> Kirjoittavat toimittajat ovat avainasemassa, koska useimmiten juuri he valitsevat haastateltavat.

+ Taloudellinen peruste. Sanna Keskinen mukaan Tanskassa on havaittu, että sellaiset lehdet, joiden sisällöissä sukupuolten tasa-arvo toteutuu parhaiten myös tekevät parempaa taloudellista tulosta.

”Media ei heijasta sosiaalista todellisuutta, vaan esittää ja rakentaa käsitystä todellisuudesta omilla ehdoillaan. Näin media myös vaikuttaa todellisuuteen.”

”Media on keskeinen kulttuurin alue, jolla rakennetaan käsitystä sukupuolesta.”

Anna Mäkelä, Liina Puustinen & Iiris Ruoho teoksessa Sukupuolishow. Johdatus feministiseen mediatutkimukseen

Entä journalistin vapaus?

Journalistin vapaus on yhä olemassa, vaikka medialla olisikin esim. tietty kohderyhmätavoite. Vertaa Kalevan ikäryhmätavoite, eli 30–45-vuotiaat

”Journalisti osoittaa usein vapautensa rajat valitessaan käyttämänsä tietolähteet, eli sen, kenen sanaa arvostetaan tai ainakin kuunnellaan.” Heikki Luostarinen teoksessa Journalistin vapaus

”Toimittaja ei ole vain passiivinen tietojen välittäjä vaan aktiivinen toimija, joka uutisvalinnoillaan vaikuttaa julkisuuden agendaan.”

Esa Reunanen teoksessa Journalistin vapaus

Työpajan tulokset

Ensimmäisessä tehtävässä pohdimme tiimiorganisaation työskentelyprosessia: millä tavalla ja millaisin kriteerein toimittajat valitsivat (asiantuntija)haastateltavia. Kävi ilmi, että tärkeimmät kriteerit ovat **saavutettavuus, asiantuntijuus, paikallisuus, yhteistyökyky, toistuvuus** (eli vältetään henkilöä, joka on ollut paljon esillä)
- Työpajan perusteella useimmat toimittajat eivät siis juurikaan mieti haastateltavan sukupuolta juttuprosessin tässä vaiheessa.

Deskissä korostuu aikataulun tuoma haaste: kun juttu on saatava nopeasti valmiiksi, ei esim. ehdi tavoitella useita haastateltavia.

Toisinaan haastateltava voi tulla annettuna jo aiheen mukana.

Toisaalta esim. gallupissa pääsee valitsemaan haastateltavat vapaammin.

Keskustelimme myös siitä, että toisinaan haastateltavan valitsee kohdeorganisaation viestintä, jolloin toimittajalla ei välttämättä ole mahdollisuutta vaikuttaa asiaan.

Työpajan tulokset

- Organisaatioiden viestinnän portinvartijaroolia pitäisi siis haastaa ja pyytää haastateltaviksi naisia.
Huom: moni asiantuntijatehtävissä toimiva nainen on nykyään arempi antamaan haastatteluja medialle, koska pelkää maalittamista.
- Lisäksi keskustelussa tuli ilmi, että kollegojen hiljainen tieto tulisi saada paremmin käyttöön, koska esim. nuoremmat toimittajat eivät välttämättä tunne yhtä paljon potentiaalisia / ei niin ilmeisiä haastateltavia kuin kokeneemmat toimittajat.
Tämän voisi ehkä helpoiten toteuttaa perustamalla aiheelle oman Teams-kanavan, mutta Teamsin käyttöä myös kritisoiitiin.

Työpajan tulokset

Toisessa ja kolmannessa tehtävässä pohdimme, miten naisten osuutta sisällöissä voisi lisätä tiimien ja koko toimituksen tasolla.

- Keskustelussa korostui, että ongelma tulisi ensin **tiedostaa**, ja asiaa tulisi pitää esillä, jotta naisten osuuden lisäämisestä tulisi osa juttuprosessia. Tähän toivottiin **tukea esihenkilöiltä**.
- Osa kaipasi lisää tietoa siitä, mitä naiset haluaisivat lukea, koska jutun aihe ja näkökulma vaikuttavat siihen, kuka valikoituu haastateltavaksi. Toisaalta vaarana on, että aletaan ajatella miesten aiheita ja naisten aiheita. Vanhanaikaisia stereotyyppioita ei haluta syventää (tyyliin ”tehdään juttuja kauneudenhoidosta, sehän kiinnostaa naisia”).
- Naisten osuuden ja moniäänisyyden **seuranta vaikeuttaa se, ettei analytiikkaa ole**.
- Osa toivoi myös enemmän aikaa asioihin perehtymiseen ja haastateltavien tavoitteluun. Lisäksi ehdotettiin verkostoitumista piireihin, joista voisi löytää naisia haastateltaviksi.
- Urheilussa omat haasteensa, jotka tiedostettu miehistä koostuvassa tiimissä. Tietyt lajit ovat tasa-arvoisia, niissä naisnäkökulmaa ei tarvitse erikseen perustella.

Työpajan tulokset: Koko toimitusta koskevat keinot

1. Koulutusta tasa-arvosta ja moniäänisyydestä kaikille.
 2. Hiljaisen tiedon jakaminen: hoksautetaan kollegoja hyvistä haastateltavista.
 3. Varianssi toimituksen sisällä: ei pelkästään yhdestä sukupuolesta koostuvia tiimejä.
 4. Lisätään tietoisuutta, pidetään asiaa esillä viikkopalavereissa ja juttuprosessin aikana.
 5. Kiinnitetään huomiota omaan asenteeseen, pyritään välttämään stereotyyppioita.
- + Toimituksen sisäinen analytiikka kuntoon: mittari josta naisten osuutta voi seurata.
 - + Juttujen systemaattinen tuottaminen ja näkökulmittaminen.
 - + Haastateltavien tarkempi valinta, kiinnitetään huomiota moninaisuuteen.
 - + Pyydetään viestintäorganisaatioilta määrätietoisemmin naisia haastateltaviksi.
 - + Jalkaudutaan aktiivisemmin nais(oletettujen) tapahtumiin.
 - + Huomio toimituksen sisäiseen tasa-arvoon, esim. sukupuolijakaumaan ja naisten yhtäläiseen mahdollisuuteen edetä johtotehtäviin.
 - + Luodaan työpaikkakulttuuri, jossa asioista puhuminen on turvallista.

Linkkejä & vinkkejä:

www.prognosis.se/GE/Finland/

www.whomakesthenews.org

Virpi Salmen (@vvviisas) Instagram-stoorit

Marika Lehto Journalistissa: Urheilutoimitukset hukkaavat uutisvoittoja keskittyessään miehiin