

## NAISTEN ASIOITA

Millaiset aiheet valikoituvat Etelä-Suomen Sanomien naistensivuille?

Emmi Tuomisto  
Journalistiikan pro gradu-tutkielma  
Kevät 2014  
Viestintätieteiden laitos  
Jyväskylän yliopisto

## JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| Tiedekunta – Faculty<br>HUMANISTINEN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Laitos – Department<br>Viestintätieteiden |
| Tekijä – Author<br>Emmi Tuomisto                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                           |
| Työn nimi – Title<br>Naisten asioita. Millaiset aiheet valikoituvat Etelä-Suomen Sanomien naistensivuille?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                           |
| Oppiaine – Subject<br>Journalistiikka                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Työn laji – Level<br>Pro gradu -tutkielma |
| Aika – Month and year<br>Toukokuu 2014                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Sivumäärä – Number of pages<br>91         |
| Tiivistelmä – Abstract<br><p>Naistenlehtiä on julkaistu 1700-luvulta asti. Jo varhain tietyt aiheet vakiintuivat erityisiksi naistenaiheiksi, joita julkaistiin naisille suunnatussa aineistossa. Varsinaisten naistenlehtien lisäksi sanomalehdissä oli naisille suunnattuja sivuja, jotka oli selvästi erotettu muusta aineistosta.</p> <p>Naistensivujen asema sanomalehdessä on edelleen kiinnostava kysymys pohdittavaksi. Miksi nainen on vielä 2010-luvullakin se ”toinen”, jolle on rajattava lehdessä oma osastonsa, vaikka samalla tiedämme, että sanomalehden lukijoista jo yli puolet on naisia?</p> <p>Monet naistenlehdet pitävät hyvin pintansa erittäin ankarasti kilpaillulla naistenlehtikentällä, mutta silti termiä ”naistenlehtimäinen” käytetään edelleen halveksien. Naistenlehtiin liitetään kaupallisuus, aivottomuus ja pinnallisuus. Samanlaisia ennako-oletuksia liitetään myös sanomalehden naistensivuihin. Todellisuudessa sanomalehden kaupallisuus näkyi parhaiten siinä, että vain harvoissa tarkastelemissani jutuissa rikottiin sukupuolisopimusta.</p> <p>Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää millaisia aiheita valikoituu sanomalehden naistensivuille, eli mitkä aiheet ovat naisten aiheita. Tutkimuskohteena ovat Etelä-Suomen Sanomien naisille suunnatut Tuokio-sivut. Aineistona on kaksi puolen vuoden jaksoa eri vuosilta.</p> <p>Aineistooni perustuvan analyysin perusteella voi sanoa, että Etelä-Suomen Sanomien Tuokio-sivuilla naisen asema ei ole vain yhteen rooliin rajattu, mutta silti naiselle tarjotaan lähinnä sukupuolisopimusta ylläpitävää positiota. Nainen on äiti ja vaimo, kiinnostunut ulkonäöstään ja tunteistaan, kuluttaja ja ammatissaankin sukupuolensa edustaja. Tämä näkyy siinä, mitkä kategoriat olivat aineistossani suurimpia.</p> |                                           |
| Asiasanat – Keywords<br>Naiset, sukupuoli, media, joukkoviestimet                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                           |
| Säilytyspaikka – Depository<br>Jyväskylän yliopisto                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                           |
| Muita tietoja – Additional information                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                           |

## SISÄLLYS

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| 1. JOHDANTO                                         | 4  |
| 2. TEOREETTINEN TAUSTA                              | 11 |
| 2.1 Sanomalehdet kaupallistuvat ja viihteellistyvät | 11 |
| 2.2 Puheenaiheita ja tunnetta                       | 14 |
| 2.3 Erityissivut ja liitteet yleistyvät             | 17 |
| 3 MEDIAKONSEPTIN KÄSITE                             | 18 |
| 4. NAISSET JA MEDIA                                 | 22 |
| 4.1 Naistenlehdet                                   | 22 |
| 4.2 Naiset mediassa                                 | 25 |
| 4.3 Naiset median käyttäjinä                        | 30 |
| 5. AINEISTO JA ANALYYSI                             | 32 |
| 5.1 Tuokio-sivut                                    | 32 |
| 5.2 Tuokio-sivujen lukijat                          | 34 |
| 5.3 Aineisto                                        | 38 |
| 5.4 Kategoriat                                      | 40 |
| 5.4.1 Luovan työn ammattilaiset                     | 43 |
| 5.4.2 Elämäntapa                                    | 48 |
| 5.4.3 Suhteet                                       | 53 |
| 5.4.4 Tyyli                                         | 67 |
| 5.4.5 Naiset                                        | 68 |
| 5.4.6 Haastattelut                                  | 79 |
| 5.4.7 Miehet                                        | 80 |
| 5.4.8 Tätä päivää                                   | 82 |
| 6. JOHTOPÄÄTÖKSET                                   | 86 |
| LÄHTEET                                             | 91 |

# 1. JOHDANTO

Tässä tutkielmassa selvitän millaiset aiheet ovat aineistoni perusteella naisten aiheita. Samalla pyrin selvittämään, miten tekstit ylläpitävät sukupuolten välistä erottelua ja mikä on naisille suunnatun erikoissivun asema "vakavien sanomalehtien" ja "viihteellisten naistenlehtien" välillä. Lisäksi pohdin edellä mainittujen kysymysten valossa, miksi naiset ylipäänsä tarvitsevat sanomalehdessä omaa sivua.

Vaikka suurin osa sanomalehden lukijoista on naisia (Kansallinen mediatutkimus syksy 2011/kevät 2012) viittaa naistensivu siihen, että mieslukija on edelleen normi, ja naisten asioille tarvitaan oma eroteltu osastonsa.

Monen feministisen tutkijan lähtökohtana on, että nykyinen dualistinen sukupuolijako on keinotekoisesti ja kulttuurisesti tuotettu. Läheskään kaikki yksilöt eivät pysty samaistumaan sen paremmin naisen kuin miehenkään ideaaliin. Tätä jaottelua meille kuitenkin tarjotaan. Tarkastelemalla tarkemmin sitä, millaisia juttuja naistensivuilta löytyy, selviää myös se, millaisia naisten oletetaan olevan ja miten tekstit omalta osaltaan ylläpitävät sukupuolten välistä erottelua.

Itse olen niin Etelä-Suomen Sanomien Tuokio-sivun kuin naistenlehtienkin innokas lukija. Lukijana koen, että naistenlehdet sivuavat hyvinkin laajasti elämän eri osa-alueita, kartoittaen työelämän, kodin, perheen, terveyden, ulkonäön ja yhteiskunnallisten ilmiöiden kysymyksiä. Silti termiä *naistenlehtimäinen* käytetään yleensä halveksien, imelän, hampaattoman ja makeilevan synonyymina. Naistenlehdet nostetaan esimerkiksi kun puhutaan mediakulttuurin kielteisistä kehityspiirteistä: henkilöitymisestä, privatisoitumisesta, viihteellistymisestä ja kaupallistumisesta. ( Ruoho & Saarenmaa 2011, 8.)

Toisaalta sanomalehdillä on Suomessa ollut perinteisesti arvostettu asema. Niihin luotetaan ja niitä pidetään riippumattomina tiedon välittäjinä, siitäkin huolimatta, että etenkin sosiaalisen median yleistyttyä kriittinen asenne valtamediaan näyttää nousseen suosioon.

Onkin kiinnostavaa kartoittaa sitä, millaiseen väliin sanomalehden viihteellinen ja kaupallinen erikoissivu asettuu.

Erikoissivujen ja liitteiden määrä sanomalehdissä on lisääntynyt, joten ainakin lehdissä uskottaneen niiden kiinnostavan sekä lukijoita että tietenkin mainostajia. Silti viihteelliseen aineistoon kohdistuu heti myös enemmän kritiikkiä: Kun esittelin tämän tutkielman aihetta seminaariryhmässä, esiin nostettiin kysymys esimerkiksi siitä, onko Tuokio-sivulla enemmän mainoksia tai jopa piilomainontaa. Todellisuudessa aineistoni Tuokio-sivuilla ei kuitenkaan ollut lainkaan mainospaikkoja, eikä esiteltävien tuotteiden hintoja mainita, kuten vaikkapa naistenlehtien tuote-esittelyissä.

Naistenlehtiin kohdistuva epäily ja kriittisyys tuntuvat siis kohdistuvan myös sanomalehden erikoissivuun.

Naistenlehtikriittisten asenteiden juuret sijaitsevat 1960—1970-lukujen taitteen kulttuurimurroksessa. Vuosisadan alussa Suomessa ilmestyneet harvat lehdet saattoivat nauttia suurta arvostusta. 1960-luvun lopulla tilanne alkoi muuttua. Televisio valtasi alaa, lehtikonseptit moninaistuiivat, lukijamäärät kasvoivat, julkiskulttuuri kehittyi ja yhteiskunnallinen ilmapiiri radikalisoitui. Naistenlehdet saivat osakseen yhä voimakkaampaa kritiikkiä ja niiden lukemista alettiin joissain piireissä pitää osoituksena huonosta mausta. (Ruoho & Saarenmaa 2011, 8.)

Tässä tutkielmassa selvitän, millaisia juttuja Etelä-Suomen Sanomien Tuokio-sivuilla on. Olen valinnut aineistokseni puolen vuoden lehdet kaudelta 2011—2012 ja 2009—2010. Aiempi vuosi valikoitui mukaan, koska sivun konseptia on löylytetty vuoden 2009 jälkeen, jolloin Etelä-Suomen Sanomat luopui omasta sunnuntaisivustaan ja alkoi julkaista Väli-Suomen Median Sunnuntaisuomalaista. Nyt Tuokio-sivuille saattoi laittaa entisiä, kaikille suunnattuja sunnuntaiaiheitakin. Halusin nähdä, onko aihevalinnoissa todella tapahtunut muutosta, sillä pinkki värimaailma ja naiskolumnistit ainakin pysyivät ennallaan, kunnes koko lehden ulkoasu uudistettiin helmikuussa 2010. Vasta sen jälkeen Tuokio-sivujen

tunnusväriksi tuli tumma violetti ja kiehkuratkin katosivat.

Esa Väliverronen (Väliverronen 1999, 17) kirjoittaa, että nykyään esimerkiksi graduaan tekevä opiskelija joutuu itse rakentamaan teoriansa monista aineksista. Itsekin olen yhdistellyt menetelmässäni niin määrällistä kuin laadullista tutkimusta.

Lähestyn tutkimusaineistoa sisällönerittelyn keinoin. Berelsonin (1952, 14 Väliverronen 1999, 15 mukaan) klassisen määritelmän mukaisesti sisällön erittely on sisällön objektiivista, systemaattista ja määrällistä kuvailua varten sopiva tekniikka, jonka avulla voidaan esimerkiksi luokitella ja laskea tekstin sisältämiä asenteita, toimijoita tai, kuten omassa tutkimuksessani, aiheita.

Olen tässä tutkimuksessa jaotellut aineistona olevat lehtijutut itse luomiini kategorioihin. Minulla oli ennakko-oletuksia siitä, minkälaisia juttukategorioita aineistosta voisi syntyä, mutta lopulliset kategoriat nousivat aineistoon perehtymisen seurauksena. Kategorioihin jaottelussa ongelmallisinta oli juttujen teemojen jakautuminen yhtä aikaa useampaan eri kategoriaan. Jouduin tekemään linjanvetoa siitä, mikä oli jutun kaikkein olennaisin aihe tai teema. Tutkija joutuu kuitenkin aina määrittelemään kriteerit, joilla aineistoa tarkastellaan. Jonkinlaista suuntaa tulokset kuitenkin antavat. Tarkastelun kohteeksi olen rajannut pääjutut. Lähikuvassa-sarjan sivun olen rajannut aineiston ulkopuolelle. Vaikka se on osa Tuokio-sivuja, se on erillinen juttukonseptinsa, jonka tarkastelusta saisi erillisen tutkimuksen. Lähikuvassa-sarjassa julkaistut haastatteluissa ei ollut suurimmassa osassa tapauksista minkäänlaista erillistä näkökulmaa. Sisällönerittelyn tuloksena saadaan määrällinen tulos siitä, millaisia juttuja sivuilla oli eniten.

Kategoriat auttavat myös seuraavassa vaiheessa, jossa tarkastellaan, mitä jutuissa sanotaan. Laadullisen tutkimuksen ensimmäinen vaihe on havaintojen pelkistäminen luokittelemalla ne yhteisen nimittäjän tai piirteen perusteella kokonaisuuksiksi. (Alasuutari 2011, 40.) Määrällinen ja laadullinen tutkimus eivät välttämättä ole toistensa vahtakohtia, vaan pikemminkin jatkumoa. (emt.32) Havaintojen pelkistämistä seuraava vaihe on Alasuutarin (2011, 44) sanoin

”arvoituksen ratkaiseminen”, jossa tekstiä tulkitaan sen sisältämien vihjeiden perusteella.

Tutkimuksen toisessa osassa perehdynkin tarkemmin siihen, millaista sisältöä sivuilla oli. Esittelen kategorioille ominaisia piirteitä ja nostan esiin tyypillisiä esimerkkijuttuja, sekä mahdollisia poikkeamia. Esimerkkijuttuihin perehdyn tarkemmin sisältöä analysoimalla.

Aineistolähtöisen teorian, eli grounded theoryn edustajat korostavat, että tutkijan pitää rakentaa analyysinsa mahdollisimman vapaana taustateorioista. Tärkeintä on tehdä tulkinta aineiston pohjalta, eikä teorian tai teoreettisten oletusten pohjalta. (Väliaverronen 1999, 33.) Olen itsekin pyrkinyt lähestymään aineistoani tähän tapaan. Kuitenkin, kuten Väliaverronen (emt. 33) huomauttaa, riskinä on, että tutkija tyytyy pelkästään kuvailemaan aineistoaan.

Taustateorianani olen siis käyttänyt feminististä viestinnätutkimusta, joka tarkastelee miten median representaatiot uudistavat ja ylläpitävät käsitystämme sukupuolten välisistä eroista.

Sivujen yleisemmästä palastelusta ja esimerkkijuttujen syvällisemmästä tutkimisesta toivon muodostuvan kuvan, joka vastaa kysymykseen siitä, mitkä ovat naisten aiheita vuonna 2011. Mihin naistsivua käytetään ja kuka siellä pääsee ääneen? Millaisena lehti näkee naislukijan, ja millaiset aiheet on rajattu miesten alueen ulkopuolelle?

Olen lähestynyt aihettani tarkastelemalla lyhyesti sekä sanomalehtien viihteellistymisen ja erikoissivujen lisääntymisen historiaa, että paneutumalla naistenlehtitutkimukseen hieman tarkemmin. Vaikka aineistonani on sanomalehti, sen naisille suunnatulla erikoissivulla teemat ovat samat kuin missä tahansa naisten yleisaikakauslehdessä.

Tutkimuksen haasteena on ollut graduntekijän tyypillinen kompastuskivi, eli

tutkielman valmistumisen jatkuva viivästyminen. On hupaisa kohtalon oikku, että olen gradun teon aloittamisen jälkeen päätenyt töihin Etelä-Suomen Sanomiin ja lyhytaikaisesti jopa Tuokio-sivujen tekijäksi. Toisaalta olen toimituksessa saanut vapaasti havainnoida kuinka Tuokio-sivuja ideoidaan ja millaista keskustelua niistä mahdollisesti käydään toimituksen sisällä. Toisaalta huomasin analyysia tehdessäni, että tutkijan ei ole aina hyvä olla liian lähellä aihettaan. Tunnistin jutuista tuttujen työkavereiden omia mielipiteitä ja kiinnostuksen kohteita. Oli vaikeaa yrittää perusteella tieteellisin argumentein miksi jokin juttu on tehty, kun samalla tiesin, että se on lehdessä siksi, että juttuvaihdossa ei oltu parempaakaan saatu tai koska haastateltava oli ollut ohjaajana kurssilla, jonka toimittaja oli käynyt vapaa-ajallaan. Edellä mainitut ilmiöt ovat kaikkien toimitusten arkipäivää, mutta koin vaikeana etäännyttää itseni tuosta tiedosta.

### **Sukupuoli, naiseus ja sukupuolisopimus**

Tutkittaessa sitä, millaiset aiheet ovat valikoituneet naisille suunnatuille sivuille, täytyy ensin määritellä, miten ymmärrämme kategorian “naiset”.

Feministisessä tutkimuksessa on 1970-luvulta alkaen ollut tapana jakaa sukupuoli kahteen osaan: biologiseen sukupuoleen *sex* ja sosiaalisesti tuotettuun sukupuoleen *gender*. Biologinen naiseus ei välttämättä merkitse feminiinisyttä, eli naiselliseksi ajateltuja ominaisuuksia, mutta yhteisössä tietynlainen ruumis edellyttää kuitenkin tiettyä käyttäytymistä, pukeutumista, liikkumista ja puhetapaa. Sukupuoleen (*sex*) liitetty kulttuurinen normi (*gender*) rajoittaa ja määrittää yksilön mahdollisuuksia. (esim. Liljeström 1996.)

Essentialistinen näkökulma sukupuoleen lähtee siitä ajatuksesta, että naiset ryhmänsä edustajina nähdään olennaisilta ominaisuuksiltaan samanlaisiksi kuin muut ryhmänsä edustajat. Ryhmän ominaisuudet ovat poikkeavat miesten ryhmään verrattaessa. Naisten väliset sisäiset eroavaisuudet eivät määritä naiseutta, vaan naiseus määrittyy erona toiseen ryhmään, miehiin. Naisten ja



miesten ryhmien sisäiset erot määrittyvät epärelevanteiksi ja jäävät näkymättömiin. Olemuksellista tulkintarepertuaaria käytettäessä tiettyjä piirteitä pidetään ominaisina naisille tai miehille ryhmänä. Ne eivät ole satunnaisia piirteitä juuri tässä naisessa tai miehessä. Naiseus ja mieheys määrittyvät dikotomisiksi toisensa poissulkeviksi ja toisilleen vastakkaisiksi kategorioiksi. Vaikka naisessa olisikin jotain miehille ominaisina pidettyjä piirteitä, esimerkiksi lihaksikkuus tai hallitsevuus, ne ovat naisenkin ominaisuuksina maskuliinisina pidettyjä. (Halonen 1999, 13.)

Naista eli naisen olemusta kuvataan länsimaisissa yhteiskunnissa ja kulttuureissa hyvin moninaisilla, usein ristiriitaisillakin tavoilla, mm. filosofian, uskontojen, biologian, psykologian, feminismin ja pornografian diskursseissa. (emt. 14)

Feministinen kritiikki on osoittanut, että naiset eivät länsimaisen ajattelun perinteessä itse asiassa lainkaan sisälly abstrakteihin “ihmisen” tai “yksilön” malleihin. Länsimaisen ajattelun keskipisteenä on niin sanottu humanistinen käsitys ihmisestä, jolla ei ole ruumista, sukupuolta tai seksuaalisuutta eikä rotua, vaan jonka perusominaisuuksia ovat rationaalisuus ja yksilöllisyys. Feministisen kritiikin mukaan tämä näennäisesti universaali ihmisyyys olettaa kuitenkin viitepisteekseen valkoisen, keskiluokkaisen heteromiehen. Samalla tämä kuva on suhteessa “toiseen” ei-rationaaliseen ja ei-yksilölliseen naiseen, johon kiinnitetään kaikki ihmisyyden ideasta poissuljetut elementit. Ruumiista, sukupuolesta, seksuaalisuudesta ja rodusta tulee eron merkki. Nainen toisena ei voi koskaan täysin täyttää abstraktin yksilöllisyyden normia. (Koivunen & Liljeström 1996, 10–11.)

Feminismin strategiana on ollut purkaa naisen “toiseutta” ja vaatia naisille asemaa subjektina. Toisaalta on kysytty, onko naisten sovittaminen abstraktiin, pohjimmiltaan miehiseksi osoitettuun yksilön malliin mahdollista tai edes mielekästä. Länsimaisen kulttuurin ristiriitainen tapa määritellä naiseus jäsentää myös feminististä keskustelua: Onko kieltäytyttävä olemasta nainen hallitsevan ajattelutavan määrittelemällä tavalla? Vai tuleeko juuri korostaa tuon ajattelutavan

mukaista naiseutta, mikä merkitsee sitä, että on erilainen kuin normi (eli mies), mutta yhtä kaikki ihminen, jolle on taattava samat oikeudet? Tulisiko sisällyttää naiset ihmisyyden normiin, vai korostaa eroa normista ja visioida uusia ihmisyyden, yksilöllisyyden ja subjektiivisuuden muotoja. (emt. 11.)

Aiempi naistenlehtitutkimus on huomannut, että lehdet pyrkivät puhuttelemaan lukijoitaan sekä sukupuolisopimusta vahvistaen, että se sitä rikkoen. (Töyry 2005.) Pyrin myös omassa aineistoanalyysissäni huomiomaan näitä puhuttelun tapoja.

## 2 TEOREETTINEN TAUSTA

### 2.1 Sanomalehdet kaupallistuvat ja viihteellistyvät

Uutista on pidetty sanomalehtien lippulaivana, mutta nykyisin sanomalehdetkään eivät voi luottaa pelkkään uutisvälitykseen lukijoista kilpaillessaan. Kun samoja uutisia tuottavat nopeammin myös sähköiset mediat ja internet, täytyy sanomalehtien keksiä jotain muuta tarjottavaa lukijoita houkutellakseen. Viihteellinen aineisto onkin lisääntynyt sanomalehdissä 1900-luvun lopulta alkaen (Herkman 2009, 39).

Ensimmäistä viihteellistä aineistoa sanomalehdissä edustivat pakinat ja kolumnit, joita 1900-luvun alkukymmeninä oli jo lähes joka lehdessä. Poliitiikkaa ja viihdettä yhdistelevien pakinoiden lisäksi oli erityisiä viikkokatsauksia. (Tommila & Salokangas 1998, 203.)

Median kaupallistuminen on johtanut siihen, että sen sijaan, että lehdet pyrkisivät tarjoamaan uutisia koko kansalle, ne pyrkivät kokoamaan mainostajia miellyttäviä kohdeyleisöjä. Mediaorganisaatioiden on kyettävä kokoamaan sellaisia yleisöjä, joita mainostajat haluavat tavoittaa, ja luomaan sellaisia ympäristöjä, joissa mainokset näyttäytyvät positiivisessa valossa. Myymistä helpottaa, mikäli toisiaan seuraavat tv-ohjelmat houkuttelevat samaa yleisösegmenttiä. (Nieminen & Pantti 2004, 91.)

Saman voisi kuvitella pätevän sanomalehdissäkin. Tietyille kohdeyleisölle, tässä tapauksessa naisille, tehdyt sivut houkuttelevat mainostajia, jotka haluavat houkutella naisia.

Media on tullut riippuvaiseksi kuluttajiensa taustatiedoista. Ei riitä, että sanomalehdellä on levikkiä, vaan sen on voitava eritellä erilaiset lukijaryhmät. Heidän varallisuutensa, kiinnostuksen kohteensa ja lukemistapansa. Etenkin

sanomalehdet ovat olleet vaikeuksissa, koska ne eivät ole pystyneet kertomaan kohderyhmistään kaikkia kaivattuja lukuja, kuten osastojen tai yksittäisten juttujen lukemismääriä. Ilmoittajat haluaisivat nämä tiedot, jotta ne voisivat kohdentaa ilmoituksensa parhaalla mahdollisella tavalla ja välttää vääriä lukijakontakteja. (A.-P. Pietilä 2007, 160–161.)

Mediatilouden lait ovat pakottaneet päätoimittajat myöntymään siihen, että kiinnostava sisältö muodostuu toimitetun ja maksetun sisällön summasta. Kuluttajat haluavat molempia, mutta ei niin, että mainonta olisi ärsyttävää ja tuotemarkkinointi silmiinpistävää. Lehdet ovatkin lisänneet esimerkiksi autoilun, matkailun ja kosmetiikan erikoissivujen määrää 1990-luvulta asti. Testitulosten journalistisella esitystavalla pyritään vakuuttamaan kuluttaja annetun tiedon riippumattomuudesta. (A.-P. Pietilä 2007, 178.)

Markkinoituminen voi vaikuttaa journalistisiin teksteihin siten, että aihevalinnat tehdään niiden myyvyyden tai houkuttelevuuden perusteella. Journalismikriitikot ovat huolissaan tabloidisoitumisesta, jossa syvälliset asiantuntijalausunnot korvautuvat triviaaleilla ja tunteisiin vetoavilla kertomuksilla julkkisten ja tavallisten ihmisten elämästä (Nieminen & Pantti 2004, 24).

Vaikka tabloidisaation käsite on uusi, sen juuret ulottuvat 1800-luvulle, jolloin uutisten kaupallistumisen katsottiin alkaneen Yhdysvalloissa levinneistä “pennilehdistä”. Ensimmäinen tabloidilehti *Daily Mirror* perustettiin Isossa-Britanniassa 1903. (Emt. 94)

Tabloidisoitumista voi tarkastella kolmella tasolla tapahtuvana muutosprosessina. Siinä tietty mediaorganisaatio ensinnäkin siirtyy poisjulkista aluetta koskevasta informaatiosta kohti viihdettä, joka ammentaa yksityisen sfääristä. Toiseksi tabloidisaatio kytkeytyy journalismin sisäisiin siirtymiin poisjulkisesta journalismista kohti viihdyttävää journalismia. Kolmanneksi se näkyy koko mediakulttuurissa lajityyppien hämärtymisinä. Uutispuheesta tulee ihmisläheisempää ja käsitys esimerkiksi siitä, mitä poliitikot voivat kertoa

yksityiselämästään muuttuu. (Nieminen & Pantti 2004, 94–95; Sparks & Tulloch 2000, 10–11.)

Tabloidilehdet on yleensä erotettu niin sanotuista laatulehdistä, joihin varsinaiset sanomalehdet kuuluvat. Tabloidilehtiä ja laatulehtiä voidaan katsoa kahdesta eri näkökulmasta, eriytymisen ja yhtenäistymisen näkökulmista. Ensimmäisen mukaan on tapahtunut ja tapahtumassa selvää eriytymistä laatulehtien ja tabloidien välillä. Jälkimmäisen mukaan päinvastoin tabloidilehdille tyypillinen sensaatiojournalismi on levinnyt myös laatulehtiin. (emt. 96)

Kaupallistumisella on katsottu olevan useita vaikutuksia journalismiin. On oltu huolissaan siitä, että yleisön valistaminen kärsii, kun taustoittavan materiaalin määrä vähenee. Kansalaiset vieraantuvat politiikasta, koska eivät enää ymmärrä vakavaa raportointia. Sisältöjen näkökulmasta huolta aiheuttaa se, että huomiota herättävät aiheet saavat näkyvyyttä monimutkaisten asioiden kustannuksella ja yleisön miellyttämisen tarve ylittää informoimisen halun. Tabloidijournalismi huomioi niin julkisuuden henkilöiden kuin tavallistenkin ihmisten yksityiselämän, mutta laiminlyö poliittiset prosessit, talouden kehityksen ja yhteiskunnalliset muutokset. Inhimillisiin kokemuksiin keskittyvä tunteisiin vetoava journalismi on nähty ongelmalliseksi nimenomaan poliittisen osallistumisen ja julkisen keskustelun kannalta. Tunteisiin vetoavien ja henkilöihin keskittyvien juttujen lisääntyminen ei kuitenkaan ole välttämättä huono asia. Ihmisläheisyys voi olla paitsi myönnitys markkinavoimille, myös mahdollisuus laajentaa kansalaisten demokraattista esillepääsyä. Puolestapuhujat ovat huomauttaneet, että tabloidijournalismi on tuonut esiin aiemmin vaijettuja yksityisen elämän alueita ja sekä antanut äänen aiemmin julkisuudessa kuulumattomille ryhmille, kuten naisille. Vastustajien mielestä tabloidijulkisuus ei edesauta demokraattista osallistumista, koska se puhuttelee yleisöään kuluttajina ja sen ainoana tehtävänä on tuottaa yksityistä nautintoa. (Nieminen & Pantti 2004, 97–98.)

Nieminen ja Pantti tarjoavat ratkaisuksi sitä, että mediaesityksen laatua arvioitaisiin kaupallinen, ei-kaupallinen -jaottelun sijaan sen perusteella, millaisia

identiteettejä ne tarjoavat malleiksi, miten ne edistävät kansalaisten osallistumista demokratiaan, miten syvällisesti ne kommentoivat aikaansa ja ihmisiä koskettavia poliittisia, sosiaalisia ja kulttuurillisia kysymyksiä, miten ne viihdyttävät ja herättävät ajatuksia ja tuottavat uusia näkökulmia. (Nieminen & Pantti 2004, 25.)

Tässä työssä käsiteltävä sanomalehden erikoissivu on hyvä esimerkki sanomalehden viihteellistymisestä. Voisi ajatella, että sen tarkoitus ei ole ottaa osaa poliittiseen keskusteluun eikä peilata yhteiskunnan julkista puolta, vaan päinvastoin nostaa esiin elämän yksityisimpiä puolia. Naisille suunnattu sivu jos jokin sukeltaa yksityisen maailmaan, sillä perinteisen sukupuolisopimuksen mukaan miesten maailmaa on julkinen ja yhteiskunnallinen, ja naisille jää yksityinen, kodin seinien taakse rajautuva alue. Kuten tutkimuksessani myöhemmin osoitan, tämä ennakkokäsitys piti muutamin poikkeuksin paikkaansa. Yritystä yhteiskunnallisen keskustelun suuntaan oli, mutta pääosin noudatettiin sukupuolisopimusta.

## **2.2. Puheenaiheita ja tunnetta**

Päivän puheenaiheiden tarjoaminen on aina ollut median perustehtävä. Päivän puheenaiheeksi voi muodostua erikoinen tapaus, ilmiö tai henkilö, jolla on yhteys nykyhetkeen. Puheenaiheisiin kuuluu yllätyksellisyys, jota saadaan, kun asiaa käsitellään uudesta näkökulmasta. (A.-P. Pietilä 2007, 65.) Puheenaihejuttuja tehtailevat erityisesti iltapäivälehdet, joiden on helppo lisätä draamaa uutisjuttuihinkin. Perinteisen sanomalehden ilmiöjutut sijoitetaan usein B-osaan. Ne eivät ole kovia uutisaiheita, vaan nostavat esiin uusia ilmiöitä ja käsitteitä.

Ellei puheenaihe synnytä voimakkaita tunteita, aihe kuolee nopeasti, eikä siitä keskustella. (emt. 68)

Esimerkkinä tunteita herättävästä ilmiöjutusta voisi olla vaikka Etelä-Suomen Sanomien Tuokio-sivulla 23. tammikuuta 2010 julkaistu juttu polyamoriasta.

Haastattelussa kolmikymppinen nainen kuvailee useita samanaikaisia parisuhteitaan. Jutun perässä on vielä vinkki Ess.fi -sivustolle, jossa voi keskustella jutun herättämistä tunteista. Juttua on siis selvästi lehden toimituksessa ajateltu päivän puheenaiheeksi, koska sille on avattu oma kommentointiketju. Tai mikä ettei 4. helmikuuta 2012 julkaistu juttu “Viestejä kaltereiden takaa”. Jutussa kerrotaan, että suomalaiset ovat maailman 11. innokkaimpia lähettämään kirjeitä USA:n vankiloissa istuville vangeille. Edellisvuonna kirjeitä oli lähetetty Suomesta 11 582 kappaletta, mikä oli kolme kertaa aiempaa enemmän. Numeraaliset faktat ja muutos sopisivat vaikka uutisosastolle, mutta juttu on lehdessä sijoitettu naistensivulle.

Kun uutisiin halutaan yhä enemmän ja enemmän draamaa ja kerronnallisuutta, ja niitä pitää tuottaa yhä nopeammin, on niiden todenmukaisuus joskus vaakalaudalla. Osa kuluttajista ei kuitenkaan edes kiinnosta tiedon laatu, heidän kannaltaan olennaista on vain asian kiinnostavuus. Median sisällöllinen ja määrällinen ylitarjonta on luonut tilanteen, jossa kuluttajien ulottuvilla on kaikki mahdollinen. Tässä ja nyt -kulttuurissa tunteiden osuus näyttää korostuvan. Pelkkä tietoa välittävä sanomalehti ei riitä kuluttajille, vaan siinä pitää olla elämyksellisyyttä. Se on eri asia kuin tiedonvälitys ja tapahtumien kronikointi. Elämyksellisyys on vahvasti sidoksissa viihteellisyyteen, kiinnostavuuteen ja ainutlaatuisiin kokemuksiin. (A.-P. Pietilä 2007, 109—110.)

Iltapäivälehdet, televisio ja naistenlehdet pelaavat tunteilla ja jättävät faktat vähemmälle. Faktaa ja fiktiota pidetään keskenään tasa-arvoisina elementteinä. Iltapäivälehdet ja viihdelehdet ovat korostaneet nautintoja ja lukijan omien kokemusten merkitystä. Aamuisin ilmestyvät sanomalehdet ovat olleet niiden vastapuolena. (A.-P. Pietilä 2007, 110—111.)

Suuri yleisö kaipaa yhä enemmän tarinoita. Vastaanottaja vertailee muistelee menneitä ja osallistuu siten tarinan käsittelyyn henkilökohtaisella panoksellaan. Median luomat tarinat voivat osoittaa, miten asiat ympärillämme ovat, tai miten tulisi toimia. Media voi vaikuttaa jopa niin paljon, että uskomme ennemmin sen

esittämään todellisuuteen kuin omiin havaintoihimme. (A.-P. Pietilä 2007, 142—143.) Tarinat noudattelevat samoja sääntöjä kuin kirjat ja elokuvatkin. Esityksellä on iskevä alku, jonka jälkeen edetään nopeasti kohtaan, jossa juttua ei voi enää jättää kesken. Tarinassa on oltava ratkaiseva käänne ja lukija palkitaan tarjoamalla “sokerit pohjalta” ja vastaamalla syntyneisiin kysymyksiin. Tarinan kertominen poikkeaa tiiviistä, iskevästä uutiskerronnasta, jossa tärkein kerrotaan ensin. (emt. 146—147.)

Tuokio-sivulla 12. syyskuuta 2009 julkaistu “Simpsakka suttura sivelee ja sekstaa” on melkein pakko lukea loppuun.

*“Keskustan tuntumassa sijaitseva hämärä liikehuoneisto täyttyy melko sattumanvaraisen oloisesta kalustekokoelmasta. Ainoastaan jonkinlainen elefanttiteemainen juliste ja vähälukuiset aasialaistyyppiset koristekuviot viittaavat siihen, että kyseessä saattaisi olla thaihierontapaikka.”*

Kirjoittaja jatkaa kuvailemalla ympäristöään ja omia tunnelmiaan.

*“Hieroja ohjaa minut hämyiseen koppiin, joka on rajattu melko kevytrakenteisella seinällä. Lattialla on patja, joka toimii hieronta-alustana.*

*– Ota kaikki vaatteet pois, kuuluu hierojattaren käsky.”*

Vain hyvin harva jättänee lukematta kuinka tarina etenee.

Vähän perinteisempi tarina kertoo naisen kaljuuntumisesta. Juttu julkaistiin 9. tammikuuta 2010 otsikolla “Naisen kruunu”.

*“45-vuotiaan Tarun hiukset alkoivat harventua nelisen vuotta sitten. Aluksi hän ajatteli hiustenlähdön olevan normaalia”, juttu alkaa.*

Sen jälkeen kerrotaan, kuinka Tarun sairaus eteni. Hiukset tippuivat kokonaan, tapahtui käänne parempaan ja toivo heräsi, kunnes uudetkin untuvat tipahtivat pois. Seurasi kriisi.

Tarina päättyy kuitenkin seesteisesti.

*“Nykyisin Taru kertoo jo melkein tottuneensa kaljuunsa. ...*

*– Olen oppinut olemaan kiitollinen siitä, ettei takana ollut sittenkään mitään vakavampaa sairautta.”*

Kahdessa kainalojutussa yksilön tarinaa laajennetaan yleiseen kertomalla yleisimpiä kaljuuntumisen syitä ja kuvailemalla minkälaisia mielikuvia naisten



hiuksiin on liitetty, esimerkiksi että blondit ovat eroottisia.

### **2.3. Erityissivut ja liitteet yleistyvät**

Sanomalehtien ensimmäisinä varsinaisina erityissivuina voidaan pitää urheilusivuja. Urheilu-uutisten määrä sanomalehdissä alkoi kasvaa 1900-luvun alusta, ja 1920-luvulla laajat urheiluosastot vakiintuivat suomalaisiin sanomalehtiin (Tommila & Salokangas 1998, 201).

1920-luvulla sanomalehtiin ilmestyivät myös viikonlopun viihdeliitteet. Suuntaus alkoi suurimmista sanomalehdistä, mutta vuosikymmenen loppupuolella jokaisella itseään kunnioittavalla sanomalehdellä oli oma viihdeliite. Liitteet vaihtelivat muutamista sivuista aina erillisiin aikakauslehtiin asti. (Tommila & Salokangas 1998, 205.)

Varhaiset viikkoliitteet muistuttivat aineistoltaan nykyisiä. Niiden tyypillistä sisältöä olivat matkailu- ja ulkomaanjutut, poliittisten tapahtumien taustat, novellit, pakinat, reportaasit ja historia. Naisille ja lapsille suunnattu aineisto oli lehdessä erotettuna omaksi osakseen. (emt. 206.) Ei siis pelkästään voida ajatella, että viihde ja yksityisestä elämänalueesta ammentava kevyt osasto jo sinänsä kuuluisi naisille, ja kovat uutiset, julkinen, miehille. Myös viihteen piirissä naiset rajattiin omalle sivulleen.

2000-luvulle tultaessa jouduttiin myöntämään, että syy sanomalehtien levikkien laskuun on ollut osittain huonossa asiakassuhteiden hoidossa ja ylläpidossa. Aamulehdet väheksyivät kiinnostavuuden merkitystä ja korostivat toimituksen määrittelemää tärkeyttä. (A.-P. Pietilä 2007, 117.) Sivumäärien lisääntyessä tärkeäksi määriteltiin yhä suurempi määrä asioita ja aamulehdet kehittyivät yleislehdiksi. Vaikka liitteet olivat usein raskaasti tappiollisia, niitä pidettiin välttämättöminä. Liitteiden ja lisälehtien avulla haluttiin laajentaa kosketuspintaa uusiin lukijaryhmiin. (emt. 117.)

### 3 MEDIAKONSEPTIN KÄSITE

Aikakauslehdissä lukijakeskeinen, tietyille kohderyhmille suunnattu sisältö on ollut arkipäivää jo 1800-luvulta asti, mutta digitalisoituminen, kilpailu mediankäyttäjien ajasta ja rahasta on lisännyt yritysten portfolio-ajattelua entisestään. (Helle 2010, 107.)

Konseptin käsitettä mediatutkimuksessa on hyödyntänyt varhaisia naistenlehtiä tutkinut Maija Töyry. Töyry esittää lukijasuhteiden rakentuvan lukijoiden tarpeiden tyydyttämisen varaan ja keskeisenä tuloksena oli, että lukijoiden tarpeet ovat yleensä keskenään ristiriitaisia, esimerkiksi pyrkimys uran rakentamiseen ja äitiydelle omistautumiseen. Lehtikonseptit menestyvät, kun ne eri juttutyypeissä neuvottelevat lukijan kanssa tämän elämän keskeisten ristiriitojen ratkaisuisista, ja myös hyväksyvät niiden ratkaisematta jättämisen. Lehdet neuvottelivat lukijan kanssa sekä sukupuolijärjestelmän vahvistamisesta, että sen purkamisesta lukijakunnan elämäntilanteiden ja kulloisenkin kulttuurisen kontekstin ehdoilla. Yhteiskunnan muuttuessa muuttuivat myös lehtien tarjoamat ratkaisut. (Helle 2010, 109–110, Töyry 2005.)

Lehdet voidaan jaotella yleisesti niiden genren mukaan esimerkiksi naistenlehtiin tai lastenlehtiin, tai järjestölehtiin ja asiakaslehtiin. Kuitenkin kun tutkimuksen kohteena ovat esimerkiksi naistenlehtien keskinäiset erot, tulisi tarkastella nimenomaan niiden yksilöllistä konseptia (Helle 2010, 111; Töyry 2005). Töyryn pohdinnat genrestä ja lajityypistä liittyvät jo 1980-luvulla alkaneeseen keskusteluun genrestä ja diskurssista. Käsitteitä on käytetty vaihtelevilla tavoilla. Esimerkiksi Kunelius (1993, 33) käyttää genrekäsitettä yksittäiseen tekstiin kuvatakseen sitä mekanismia, jolla teksti asettaa itsensä kuuluvaksi tiettyyn tekstilajiin. Kiinnostavaa on miten genre ohjaa tekstien tulkintaa ja ymmärtämistä (Helle 2010, 112).

Töyryn (2005) tutkimus toi mediakonseptin käsitteen kehittelyyn lukijasuhteen tärkeyden ja sen tuottamisen tavat. Lukijoiden puhuttelun tavat voivat vaihdella

saman lehden eri juttutyypeissä. Yksittäisen median konsepti syntyy sitä toteuttavan yhteisön päivittäisessä työssä. Kunkin median talouden perusta (esimerkiksi mainos- tai ilmoitustulot) on keskeinen osa sen mediakonseptin kehitystä. (Helle 2010, 113.)

Mediakonseptin käsite koostuu kolmesta eri tasosta, joiden avulla median sisällön ja tuottamisen sekä kuluttamisen suhdetta on mahdollista analysoida.

Mediakonseptin ensimmäisellä tasolla analysoidaan kustantajan arvoja ja tavoitteita, jotka määrittävät myös journalistisen sisällön perustan. Tavoitteet lehden taloutta ja sisältöä koskien voivat olla keskenään ristiriitaisia.

Ensimmäisellä tasolla analysoidaan myös toimituksen journalistiset arvot, yleisöjen tarpeet ja mielenkiinnon kohteet. Ensimmäisellä tasolla rakennetaan keskusteluyhteyttä julkaisijan tavoitteiden ja journalistisen sisällön välille.

Medioissa pyritään nykyään ennen kaikkea kestävien lukijasuhteiden muodostamiseen. (Helle, 2010, 115.)

Lukijasuhteen synnyttämisessä on kyse median ja lukijan välisestä neuvottelusta. Kyse ei ole vain lukijan identiteetin ja lehden suhteesta, vaan median arvot ohjaavat lukijaa tiettyyn suuntaan, esimerkiksi kuluttajiksi tai aktiivisiksi kansalaisiksi. Lehti neuvottelee omasta identiteetistään ja paikastaan.

Lukijasuhteessa keskeistä on tietää, mikä herättää lukijan kiinnostuksen. Miksi mediaa seurataan jatkuvasti? Lukijasuhde syntyy kun esimerkiksi aikakauslehti ratkaisee jonkin lukijan elämän todellisen ristiriidan, tai edes uskottavasti lupaa ratkaisun olevan mahdollinen. Tällöin lehdestä on iloa ja hyötyä. Lukijan tarpeiden tyydyttämisessä on aina kyse ristiriidan ratkaisusta. Uutinen tyydyttää uutistarpeen, uutistarve syntyy yksilöllisen tiedon puutteen ja tiedon yhteiskunnallisen olemassaolon välisestä ristiriidasta. Muita tarpeita voivat olla vaikka informointi, tulkitseminen, viihdyttäminen, vaikuttaminen tai neuvotuksi tulemisen tarve. (Helle 2010, 115—116.)

Mediakonseptin käsitteen toisella tasolla analysoidaan mediaorganisaation arkkitehtuuria ja organisaatioiden eri tekijöiden suhteita. Miten esimerkiksi

johdon, toimituksen, markkinoinnin ja levikkimyyntin suhteet vaikuttavat sisältöön ja sen tuottamisen tapoihin? Aikakauslehdissä toimitus voi toimia yhteistyössä markkinoinnin ja ilmoitusmyyntin kanssa ja lehteä rakennetaan yhteistyössä kohdeyleisöä ja ilmoittajia kiinnostavaksi. Sanomalehdissä yhteistyö ei ole yhtä tiivistä, mutta usein ilmoitus- ja levikkimyynti keskustelelee toimituksen johdon kanssa. Erityisten teemaliitteiden yleistymisen on tiivistänyt yhteistyötä. Sivukartta on lehden laatimista ohjaava malli, jossa on jo etukäteen päätetty juttujen järjestys, koko ja kuvitus. Mediakonseptin toisella tasolla määritellään, kuinka kestävä lukijasuhde rakennetaan käytännössä ja millaisille lukijoille lehteä tehdään. (emt. 116.)

Mediakonseptin kolmannella tasolla analysoidaan päivittäisten toimitukseen liittyvien työprosessien kulkua. Lisäksi siihen kuuluvat esimerkiksi lukijoiden puhuttelun tyyli tai kuvien valintaperusteet. Miten mallilukijaa rakennetaan tekstin sisään? Kolmannen tason kehittäminen jää usein mediataloissa ja tuotteiden muutoksessa käsittelemättä, koska toimituksissa uskotaan toimittajien pitkän kokemuksen ja osaamisen riittävän muutoksen toteuttamiseen. Arkisen päivittäisen työn taso on kuitenkin mediakonseptin kannalta keskeistä. (Helle 2010, 116–117.)

Etelä-Suomen Sanomissa vaikuttaisi olevan juuri näin. Tuokio-sivujen tuottaja Leila Taunila puhuu nimenomaan siitä, että pitkään talossa olleet toimittajat osaavat myötäsentyisesti näkökulmittaa juttunsa Tuokio-sivuille sopivaksi. (Leila Taunilan haastattelu 10.5.2013.) Taunila kertoo haastattelussa, että tarkoitus on saada sivulle konkreettinen mallilukija myöhemmin.

Tätä kirjoittaessani voin todeta, että mallilukijaprojektin vetäjäksi on sittemmin palkattu juuri Merja Helle.

## **Mallilukija**

Mallilukija on toimituksen kehittämä fiktiivinen hahmo, entinen Pihtiputaan mummo. Toimitus pitää mallilukijan mielessään apuvälineenä rakentaessaan lehden juttuja ja visuaalista tyyliä. Mallilukijan hahmolla on koulutustausta, asuinpaikka, elämäntyyli, ikä, sukupuoli, sosioekonominen asema ja harrastukset. Mallilukijaa määriteltäessä käytetään hyväksi tietoja oletetusta yleisöstä ja mitatusta yleisöstä. Mallilukija auttaa tekstin sisällön rakentamisessa, kun näkökulmia, aiheita ja tekstin yksityiskohtia valitaan. Vasta lehtien tekstejä analysoitaessa voidaan kuitenkin vastata millainen lukija-asema sisäislukijalle on tuotettu, ja vasta vastaanottotapahtumassa lukija päättää millaiseen rooliin hän antaa asemoida itsensä ja onko teksti tarpeeksi kiinnostavaa lukijasuhteen luomiseksi. (Helle 2010, 121.)

Mallilukijan käsite tuo journalistiseen sisällön tuotantoon tietoisia tapoja rakentaa lukijoille erilaisia juttuja, aiheita ja kirjoittamisen keinoja, sillä kirjoittaja tuottaa tekstiä aina jollekin lukijalle, jonka hän on rakentanut joko tietoisesti tai intuitiivisesti. Mallilukija on kohderyhmää täsmällisempi hahmo. Vaikka mallilukija on kuviteltu hahmo, hänelle annetaan nimi ja yhä enemmän elämäntapaan liittyviä määreitä. Mallilukija on toimituksen konkreettisena apuvälineenä, kun juttujen yhteydessä voidaan kysyä kiinnostaisiko se juuri tätä tiettyä "Elinaa." Mitä kapeampia julkaisujen yleisösegmentit ovat, sitä tarkemmin mallilukijaa joudutaan kuvaamaan. (emt. 2010, 124–125.)

## 4 NAISET JA MEDIA

### 4.1. Naistenlehdet

Paneudun tässä lyhyesti myös naistenlehtiin. Vaikka tutkimusaineistonani on sanomalehti, on sen naisille suunnattu sivusto tietyllä tapaa naistenlehti pienoiskoossa.

Naistenlehtien asema Suomessa vaikuttaa olleen vakaa, mistä huolimatta niitä on tutkittu vain vähän. Niin Suomessa kuin kansainvälisestikin tehdyistä tutkimuksista määrällisesti suurin osa keskittyy sukupuolen edustamisen ja esittämisen kysymyksiin, sekä naistenlehtien kulttuuristen identiteettien tarkasteluun. (Ruoho & Saarenmaa 2011, 10.)

Naistenlehtien genre ei ole uusi. Jo 1800-luvulla Britanniassa julkaistiin ainakin kahdeksaa erilaista naisille suunnatun lehden lajityyppiä, joista oli kymmeniä eri variaatioita. Lehtien historia ulottuu vieläkin kauemmas, eikä lajityyppi joidenkin tutkijoiden mukaan ole juurikaan muuttunut 1600-luvulta 2000-luvulle tultaessa. (Töyry 2006, 207–210.)

Suomeen naistenlehtien konsepti tuli tuontitavarana ulkomailta. Maija Töyry (2005, 19) laskee varhaisimmaksi suomalaiseksi naistenlehdeksi 1782 ilmestyneen *Om konsten att rätt behaga*.

Nykyisen naistenlehden peruskonsepti sai alkunsa 1923 *Kotiliesi*-lehden myötä. *Kotiliesi* oli “perheenemäntien ammattilehti” jolla jo vuonna 1925 oli yli 50 000 kappaleen levikki. *Kotiliesi* opasti ja neuvoi ahkeraa ja taloudellista perheenemäntää ja käynnisti naisten uudistuspyrkimyksiä. (Tommila & Salokangas 1998, 227 — 228.)

Naistenlehtien markkinat olivat vetävät. Vuonna 1947 *Kotiliesi* oli Suomen laajalevikkisin aikakauslehti 230 000 kappaleella, ja myös sen kilpailijat

*Hopeapeili* ja *Eeva* ylsivät yli 100 000 kappaleen levikkiin. (emt. 227)

Naistenlehdet eivät ole juurikaan muuttuneet vuosikymmenten ja -satojen aikana. Viktoriaanisen ajan (1837—1901) lehtiä tutkineet Margaret Beetham ja Kay Boardman nimeävät kahdeksan naistenlehtien lajityyppiä: muotilehdet, yläluokan naisten yleislehdet, keskiluokan naisten yleislehdet, uskonnolliset lehdet, naisten uutislehdet, feministiset lehdet, tyttöjen lehdet ja kodinhoidon lehdet. (Töyry 2006 mukaan, 211.)

Useimpiin kategorioihin on helppo nimetä myös nykyään ilmestyviä suomalaisia naistenlehtiä. Varsinaista luokkajakoa ei tietenkään enää ole, mutta esimerkiksi *MeNaisten* konseptiin kuuluu vaatteiden edullisuus. Esimerkiksi *Gloria* -lehden vaatteista taas ei voi sanoa samaa. Ainoana feministisenä naistenlehtenä on sinnitellyt *Tulva*, jonka tulevaisuus sekin on ollut toisinaan vaakalaudalla. Vuonna 2002 perustettu lehti on kuitenkin edelleen olemassa ja ilmestyy tällä hetkellä neljä kertaa vuodessa (@tulva.fi, viitattu 5.4.2014)

Ennen naistenlehtiä 1600- ja 1700-luvuilla ilmestyneet populaarit yleisaikakauslehdet synnyttivät naistenlehtien yleisön. Lehdet alkoivat toteuttaa julkisesti sukupuolten eroa. Naisten parempaa moraalia korostettiin ja naisia ohjattiin hyvään käytökseen. Naiseus sidottiin kotiin ja yksityiseen. Naisten aiheita olivat rakkaus, seksuaalisuus ja avioliitto, naisten koulutus ja käyttäytyminen. Naisille suunnatut aiheet esiteltiin erikseen tulevan numeron mainoksessa. Näin naislukijat eriytettiin miehistä, ja lopulta naisyleisölle alettiin toimittaa omia aikakauslehtiä, naistenlehtiä. Naisten lehdet asettivat naiset miesten maailman ulkopuolelle. (Shevelow 1998 Töyryn 2006, 211—212 mukaan.) Naisyleisön luomisen yhteydessä syntyi myös feministinen diskurssi, niin sanottu naistenlehtidiskurssi. Aluksi miesten rakentama diskurssi oli isällinen, 1700-luvulta äidillinen ja 1900-luvulta sisarellinen (Töyry 2006, 209).

Nykyisten naistenlehtien päätyyppi on naisten kuluttajalehti. Journalistinen ja ilmoituksellinen aineisto nivoutuvat yhteen saumattomasti. Suomessa

kuluttajalehdet yleistyivät varsin myöhään, koska vaurainkin kansanosia oli pitkään omavaraista. Kuluttajalehtien sijaan Suomessa oli laaja kirjo järjestölehtiä. Töyry (2006, 212–213) kirjoittaa, että suomalaisiin naistenlehtiin on jäänyt piirteitä järjestölehdistä.

1960-luvulla Suomessa elettiin poikkeuksellisen nopean talouskasvun aikaa, mikä tarkoitti myös kulutuskulttuurin nousua. Naistenlehtikenttä mullistui. Uudet, moderneille 1960-luvun naisille suunnatut naistenlehtinimikkeet *Anna* ja *Jaana* jättivät levikkimäärissä vanhemmat lehdet varjoonsa. Viikkolehdeksi vuonna 1960 muuttuneen *Me Naiset* -lehden levikki kasvoi 1960-luvulla rajusti. Tärkeä tekijä tässä muutoksessa oli se, että kulutustavaroiden markkinointi löysi nuoret naiset kuluttajakategoriana. (Ruoho & Saarenmaa 2011, 45.) Naistenlehdet toimivat paitsi mainonnan kontekstina myös erilaisten neuvojen, ohjeiden ja pohdintojen välityspaikkana. Erilaisia elämäntapamalleja, arjen järjestelyä ja poliittisia epäkohtia koskevien puheenvuorojen kautta naistenlehtien kirjepalstat toimivat myös julkisen keskustelun paikkoina. (emt. 46.)

Naistenlehdet toimivat suhteessa vallitsevaan sukupuolisopimukseen. Feministiset lehdet pyrkivät kyseenalaistamaan sopimusta, kuluttajalehdet vahvistamaan. Aiheet voivat olla samoja, mutta retoriikaltaan päinvastaisia. Vaikka lukijakunta voi olla osittain samaakin, sopimusta noudattavien lehtien levikki on monikymmenkertainen verrattuna sitä rikkoviin. Naistenlehdet ovat sukupuolijärjestelmän tuotteita ja tuottajia. Niiden on kuitenkin muututtava lukijoidensa mukana säilyttääkseen suosionsa. (Töyry 2006, 214–215.)

Vaikka naistenlehtien juttuaiheet, esimerkiksi kotityöt ja työelämä, ovat pysyneet samoina halki vuosikymmenten, niiden näkökulma on pikkuhiljaa muuttunut. Ei tarvitse kaivaa mökiltä kovinkaan vanhaa naistenlehteä, kun sen maalailema maailmankuva jo naurattaa tai hymähdyttää. Nykyisistä naistenlehdistä ainakin *Annalla* ja *MeNaisilla* onkin tapana säännöllisesti julkaista lyhyitä katkelmia vuosikymmenten takaisista numeroistaan lukijoiden huvitukseksi. Ne ovat modernille naiselle tylyä luettavaa.



Ruotsalaisen Bonnier-kustantamon markkinatutkimukset löysivät naistenlehdille kokonaan uusia kuluttajaryhmiä, kuten “vahvasti aikuiset naiset”, jotka ovat 50–60-vuotiaita ja lisäävät kulutustaan. Tähän ryhmään ovat Suomessa panostaneet esimerkiksi *ET*-lehti ja *Viva*. 1990-luvulla Ruotsissa 25–50-vuotiaille naisille perustetusta *Amalia*-lehdestä tuli muutamassa vuodessa yksi nopeimmin kasvaneista ja parhaiten menestyneistä eurooppalaisista aikakauslehdistä. Sen innovaationa oli asioiden lähestyminen arjen ongelmien ja puheenaiheiden kautta. (A.-P. Pietilä 2007, 230.)

#### **4.2. Naiset mediassa**

Median markkinoituminen on osaltaan nostanut naisia esiin mediassa. Naiset myyvät ja naisille myydään. Kun perinteisen sukupuolisopimuksen mukaan naisten maailma on ollut yksityistä ja miesten julkista, on julkisuus luonnollisesti keskittynyt miesten maailmaan. Naiset eivät enää rajaudu privaattiin, vaan heidän kokemuksensa organisoituvat tuotantojournalismin alueella. Tähän vaikuttavat erilaiset viestinnän muodot: mainokset, muoti, kulutustyyylit jne. (Halonen 2007a, 125.)

Halonen (2007a, 126–127.) pohtii, edustaako esimerkiksi *Helsingin Sanomat* niin sanottua klassista julkisuutta (lehdet, parlamentit, kansliat, klubit, puolueet) vai teollistettua tuotantojulkisuutta. Läpäiseekö yhteiskunnallinen sukupuolijärjestelmä tämän yleisjulkisuuden piirin pitämällä yllä erottelua yksityiseen, naisten sfääriin ja julkiseen, miesten sfääriin, vai onko kyse tuotantojulkisuudesta, jossa keskeisenä ideana on sukupuolispesifi kokemusten organisoituminen julkisuudessa.

Useiden tutkimusten mukaan toimittajilla on varsin selkeä käsitys siitä, mikä on uutinen ja mikä ei. Journalististen käytäntöjen rakenteet ovat pysyneet melko muuttumattomina, ja niistä on tullut tietyllä tapaa itsestäänselvyksiä.

Journalismin säännöt esittävät ideaalityypin, normaalijournalismin. Uutisen itsestään selviä kriteereitä ovat mm. totuudellisuus, objektiivisuus, ajankohtaisuus, kiinnostavuus ja tapahtuman poikkeuksellisuus.

Naistutkimuksen kannalta uutiskäsityksissä kiinnostavin kriteeri on kuitenkin jako nk. koviin ja pehmeisiin uutisiin. Tämä jako perustuu käsitykseen, jonka mukaan yhteiskunta voidaan luokitella erilaisiin alueisiin, joita uutisjournalismissa ovat:

1. Intiimin alue (juhlat, häät, hautajaiset, koti, perhe, ruoka jne.)
2. Talouden alue (yritysten toiminta, lakot jne.)
3. Kulttuurin alue (taide, urheilu)
4. Poliitiikan alue

(esim. Halonen 2007a, 127–128; Rentola 1983, 20)

Jakoa voidaan kuvata esimerkiksi niin, että talouden alueen tapahtumasta ei juuri koskaan kirjoiteta pehmeää uutista (sillä pehmeä uutinen ei ole vakava), mutta intiimin alueen tapahtumista niitä voidaan tehdä. Journalistinen kulttuuri, normaalijournalismi ja universaalijulkisuus rakentuvat varsin pitkälle niin kutsutun klassisen julkisuuden julkisuuskäsitykselle: yksityinen ja julkinen on erotettu toisistaan. Tämä antaa aiheen olettaa, että naiset on suljettu siitä pois. (Halonen 2007, 128.)

Halonen (2007a, 129) sanoo, että määrällisten erittelyjen perusteella on selvää, että naiset ovat aliedustettuina uutis- ja ajankohtaisjournalismissa. Tiivistäen voidaan todeta seuraavaa:

- Naiset kuvataan uutisissa yleensä intiimin alueella, näkyy sekä aiheiden, että ympäristöjen valinnassa.
- Uutisten kieli on seksististä, naisia rouvitellaan tai puhutellaan etunimellä.
- Tietyistä naisten kokemuksista vaietaan kokonaan, esimerkiksi raiskauksista ja ahdistelusta.

Naisjournalistien ammattikuvaa on tutkittu melko vähän, mutta ilmeistä on, että sellaisissakin maissa, joissa naisjournalistien määrä on suuri (Suomi) naiset

sijoittuvat hierarkisesti vähemmän arvostettuihin ja palkattuihin asemiin sekä niin kutsuttujen pehmeiden aiheiden toimittajiksi. (emt. 129.) Tämä näkyy edelleen esimerkiksi naispäätoimittajien vähytenä.

Myös Etelä-Suomen Sanomien Tuokio-sivuja tehdään naisvoimin. Toisaalta Etelä-Suomen Sanomat ei käy malliesimerkiksi siitä, kuinka naiset sijoittuvat pehmeiden aiheiden toimittajiksi, sillä toimituspäällikkö ja molemmat uutispäälliköt ovat lehdessä naisia (yhden lähdettyä palkattiin tilalle uusi nainen). Samoin esimerkiksi lehden kahdesta taloustoimittajasta toinen on nainen. Mielestäni ei voida sanoa, että lehdessä naiset on sijoitettu pehmeiden asioiden pariin, mutta ehkä voisi sanoa, että miehet eivät ole sinne sijoittuneet. Omakohtaisten havaintojeni perusteella kesätyöharjoittelussa olleilla opiskelijapojilla on ollut mahdollisuus osallistua myös Teema-toimituksen työhön, mutta harjoittelijoiden itsensä kiinnostus on suuntautunut toisaalle.

Monet naistoimittajat suhtautuvat torjuvasti ajatukseen feminiinisyydestä journalismissa, olettaen sen merkitsevän pitäytymistä yhteiskunnallisesti vähämerkityksellisissä aiheissa ja pyrkivät sinnikkäästi pätemään journalistisen diskurssin arvostetuilla alueilla. Naisjournalistit tyytyvät hyväksymään miesten määrittelemät journalismin säännöt. Erottelu sukupuolten kesken säilyy, samoin erot eri journalismin alueiden arvostuksessa (”miehinen” tai ”naisinen” journalismi). Useiden tutkimusten mukaan naistoimittajien määrällä ei ole sanottavaa vaikutusta sisältöihin. (Halonen 2007a, 130.) Toisaalta Ruotsissa perustettiin erityisiä naistoimituksia jo 1970-luvun lopulla, mm. *Aftonbladet*-lehteen vuonna 1978. Kerran viikossa julkaistiin kolme sivua naisten toimittamaa aineistoa, jonka tarkoitus oli käsitellä naisiin liittyviä asioita, mutta julkaista myös muita artikkeleita. Pian naistoimituksen tuottamat jutut leimattiin kuitenkin ”akkojen puheeksi” riippumatta siitä, mitä aiheita he käsittelivät. (Halonen 2007b, 121–123.)

”Niin kauan kuin miehet eivät kykene näkemään työtämme muuna kuin akkojen puheena, lehden lisänä, on välttämätöntä, että meillä on omat naisten sivut, joilla kirjoitamme mitä haluamme.

Toki on absurdia, että naisilla täytyy olla erikoissivut sellaisen journalismin tekemiseksi, joka kiinnostaa puolta ihmiskunnasta.” Inger Ramqvist (1979, 126, Halonen, 2007b, 123 mukaan.)

Journalismin tutkimus naisnäkökulmasta on asettanut ainakin yhden kysymyksen: kuinka nykyinen (normaali) journalismi voi muuttua naisen vapautumisen voimaksi? Onko mahdollisuutta ryhtyä taisteluun normaalijournalismin edellyttämää julkisuutta vastaan, vai riittääkö normaalijournalismin muotojen kritiikki ja korjaaminen? Onko tavoitteena naisten foorumi, jolla naiset puhuvat itsestään ja toisistaan patriarkaatin ulottumattomissa? Vaihtoehtoiksi jäävät joko olemassa olevan journalismin purkaminen ja uudelleen rakentaminen, tai toimiminen vallitsevan käytännön puitteissa naisten tavoitteiden suuntaisesti. (Halonen 2007b, 117–118.)

Naisnäkökulmasta journalismissa voidaan nähdä enemmän tai vähemmän alistavia toimintatapoja ja genrejä. Naistutkimuksen suosima tutkimustapa on ollut tulkinta- ja kokemusmetodiikka: naiset katsovat, kuuntelevat, lukevat ja tulkitsevat. Miten tämä tuote puhuttelee minua naisena? Miksi nainen on tästä käytännöstä poissa? Eniten on tutkittu helpon empiirisen tutkimuksen tavoitettavissa olevia alistuksen tyyppisiä, esimerkiksi:

- halventava ja alistava journalismi, jossa nainen on miehen määrittelemä objekti, jonka toimintakyky on lamaantunut (ns. pornojournalismi)
- vanhaa roolijakoa uusintava stereotyyppinen ja vihamielinen alistus (esimerkiksi ilkeä anoppi, tyhmä sihteeri)
- Vanhaa roolijakoa uusintava stereotyyppinen alistus, jossa naiset esitetään perinteisissä rooleissaan, ja miehet perinteisessä rooliasetelmissa suhteessa naisiin (perhesarjat, mainokset)

Sen sijaan vaikeammin tavoitettavissa ovat journalismin muodot, jossa

- nainen on kokonaan poissaoleva (perinteiset miesten alueet kuten talous, politiikka ja urheilu)
- naisen elämää pyritään kuvaamaan mahdollisimman todenmukaisesti erilaisten tilastollisten dokumenttien yms. aineiston perusteella. (Halonen 2007b, 119.)

Lehtien irtonumeroita myydään naisten kasvoilla. Naistenlehdet ja etenkin viikonvaihteen iltapäivälehdet valitsevat kanteensa lähes poikkeuksetta naisen. Perinteisesti lehtien haastatteluissa ovat olleet viihdejulkikset, mutta nykyään naistenlehtien vuosittaisista kansihahmoista suurin piirtein puolet on naispoliitikkoja. (A.-P. Pietilä 2007, 105)

Menestyäkseen urallaan poliitikotkin tarvitsevat mediajulkisuutta. Mediajulkisuutta saadakseen myös poliitikot ovat valmiita raottamaan yksityiselämänsä verhoa. Naispoliitikkojen julkisuusbuumi alkoi 1980-luvun alussa. Uutismedia alkoi esitellä nuorten naispoliitikkojen ajatuksia, arvoja ja näkemyksiä kepeästi, ilman syvällistä poliittista analyysiä. Kaunis nuori nainen kiinnostaa yleisöä enemmän kuin keski-ikäinen kalju mies. (A.-P. Pietilä 2007, 106.)

Pietilä (2007, 106) kirjoittaa, että viihdejulkisuus on tässä suhteessa tehnyt merkittävän palveluksen tasa-arvolle ja naisten äänen kuulumiselle. Naispoliitikkojen julkisuudessa yhdistyvät henkilökohtainen ja ammatillinen. Tunnetun kasvon kautta lukijat voivat käsitellä vastaavia inhimillisiä ongelmia tai tilanteita. Etenkin naistenlehtien journalismi sopii poliitikoille, koska se ei tavoittele tiukkaa kriittisyyttä, vaan haastattelut esitetään luottamuksellisina keskusteluina. Iltapäivälehdet ja viihdelehdet ovat armottomampia. (A.-P. Pietilä 2007, 107.) Mielestäni on kyseenalaista, onko naispoliitikkojen viihdejulkisuus todella tehnyt merkittävän parannuksen tasa-arvolle. Voi myös ajatella, että naispoliitikkoihin kohdistuvat kaksinkertaiset paineet, kun heidän pitää edustaa mallikelpoisesti niin työnsä kuin yksityiselämänsäkin puolesta. Kun yksityiselämän oven kerran avaa, vaikka luotettavaksi mielletylle naistenlehdellekin, sitä ovea on enää vaikea sulkea armottomilta viihdelehdiltäkään. Poliitiikan viihteellistyminen on tuonut myös aivan uudenlaiset ulkonäköpaineet naispolitiikoille. Ministerin puheen sanoma voi jäädä täysin hänen punaisten kynsiensä varjoon. Toisaalta liian muumimammamainenkaan ei saa olla.

Halosen (2007b) mukaan suomalaisen uutisdiskurssin nainen merkityksellistyy enimmäkseen seuraavissa yhteyksissä:

1. Nainen valtionpäämiehen tai muuten vaikutusvaltaisen miehen puolisona
2. Nainen koristeena ja statussymbolina
3. Nainen lisäämässä tapahtuman dramatiikkaa (tunteelliset naiset, hysteeriset naiset)
4. Nainen yksityiseen liittyvissä tehtävissä (hoitotyö, vapaaehtoistyö, hoivatyö, asiantuntijana privaattiin liittyvissä kysymyksissä)
5. Vapaa-ajan nainen (julkkiset uutisina)
6. Nainen pikku-uutisissa (raiskaus-, rikos-, ja onnettomuusutiset, epätavalliset naiset)
7. Naisia koskeva asiantuntijatieto (esim. lääketieteen tutkimukset ja keksinnöt) (131—132.)

Vaikka nainen uutisissa toimisi perinteisillä kovilla aloilla, hänet tuodaan esiin nimenomaan naisena, sitten vasta yhteiskunnallisen toiminnan subjektina. (emt. 132)

### **4.3 Naiset median käyttäjinä**

Kansallisen mediatutkimuksen (Syksy 2011/kevät 2012) mukaan naisia on sanomalehden lukijoista jo täpärästi yli puolet, 51 prosenttia. ([http://www.levikintarkastus.fi/mediatutkimus/KMT\\_Lukija\\_S11-K12\\_perustaustat.pdf](http://www.levikintarkastus.fi/mediatutkimus/KMT_Lukija_S11-K12_perustaustat.pdf), viitattu 9.1.2013) Samoin on myös Etelä-Suomen Sanomien kohdalla. Saman tutkimuksen mukaan lehden lukijoista 52 prosenttia on naisia. Yksittäinen suurin lukijaryhmä ovat yli 50-vuotiaat naiset, joita on 32 prosenttia kaikista lukijoista. Vaikka sanomalehtien lukemista on tutkittu Suomessa 1940-luvulta lähtien niin lehtien kuin mainostajienkin toimesta (esim. Kärki 2004, 17—19), naisten sanomalehtien lukemisesta ei ole kovinkaan helppo löytää lähteitä. Lukijatutkimuksissa tutkitaan yleensä sitä, miten lukijat kokonaisuudessaan käyttävät lehteä, milloin sitä luetaan ja kuinka kauan. Eri-

ikäisten lukijoiden lukutottumuksia on eroteltu pikemmin kuin eri sukupuolien. Esimerkiksi Sanomalehtien liitto on teettänyt Taloustutkimuksella valtakunnallisen nuorisotutkimuksen vuosittain vuodesta 1982 alkaen (Kärki 2004, 20).

Naisten kohdalla on tutkittu sitä, miten naiset käyttävät tv- ja radio-ohjelmia. Varhaista naisten mediankäyttöä 40-luvulla tutkinut Heta Herzog tutki sitä, miksi radion päivittäisohjelmia kuunnellaan ja mitä niistä saadaan. 1940-luvun kotirouville radio-ohjelmat olivat sekä tapa purkaa jännitystä ja muita tunnetiloja, sekä löytää ratkaisuja omiin arkipäivän ongelmiin. (Herzog 1995 [1944] 9–10, Vääräniemi 2012, 8 mukaan.) 1970-luvulla brittiläisten naisten tv:n ja radion käyttöä tutkineen Dorothy Hobsonin mukaan radion kuuntelu oli osa kotirouvien arkirutiineita, ja ohjelmat jaksottivat päivän kulkua. Radiojuontaja tarjosi naisille seuraa tai peräti unelmoinnin kohteen. Radiota pidettiin päällä lasten- ja kodinhoidon taustalla. Televisiota puolestaan katsottiin hartaasti pysähtyen. Uutisia naiset eivät katsoneet, vaan valitsivat kevyitä viihdeohjelmia. Naisten ohjelmavalinnat hylkäsivät täydellisesti miesten maailmaan kuuluvat uutiset. Hobsonin tutkimuksen mukaan sukupuoli olikin merkittävä erottava tekijä siinä, minkä tyylistä ohjelmaa televisiosta katseltiin. (Vääräniemi 2012, 10.)

## 5 AINEISTO JA ANALYYSI

### 5.1. Tuokio-sivut

Tuokio-sivut ilmestyvät Etelä-Suomen Sanomissa joka lauantai kolmen sivun laajuusena. Kolmannen sivun pääjuttuna on aina Lähikuvassa-juttusarjan henkilöhaastattelu. Tuokio-sivuja tuottaa teematuottaja Leila Taunila.

Taunila kertoo (haastattelu tehty 10.5.2013 Lahdessa), että Tuokio-sivut on alun perin tarkoitettu yli 30-vuotiaille naisille, mutta parin viime vuoden aikana niiden teemaa on laajennettu ja nyt pyritään siihen, että ne kiinnostaisivat muitakin. Myös miehiä, koska sehän tiedetään, että myös miehet lukevat naistenlehtiä. Siitäkin huolimatta Tuokio-sivut on edelleen tarkoitettu nimenomaan naisille.

Sivujen aiheet voivat Taunilan mukaan olla naisen elämää laidasta laitaan, esim. ihmissuhteet, kauneus, kiinnostavat henkilöt, erilaiset ilmiöt. Äitiys-aihetta vältellään, sillä Tuokio-sivun on tarkoitus olla hengähdystauko myös äitiydestä. Äitiyden haasteet voivat olla aiheena Tuokiossakin, mutta ”kakkavaippajutut” kuuluvat perhesivuille, jotka ilmestyvät lehdessä erikseen. Varsinaisia poissuljettuja aiheita ei muuten Taunilan mielestä ole, sillä hyvällä näkökulmittamisella aihe kuin aihe voi sopia Tuokioon, naiset ovat niin monenlaisia.

Osastolla pitkään olleet toimittajat osaavat Taunilan mukaan myötäsyttyisesti ehdottaa sivuille sopivia juttuja ja kirjoittaa aiheista oikealla näkökulmalla. Uusia toimittajia, esimerkiksi kesätoimittajia, Taunila ohjeistaa pyrkimään oivaltavuuteen, virkistävyyteen ja ajankohtaisuuteen. Ennen kaikkea kirjoittajalta vaaditaan tietynlaista asennetta. Käytännössä Taunilakin myöntää, että sivujen sisältö ei sataprosenttisesti vastaa tavoitetta. Resurssit vähenevät ja esimerkiksi juttuvaihdossa yhteistyölehdiltä saatuja juttuja ei ole alun perin tarkoitettukaan sopimaan juuri Tuokion konseptiin. Omissakin aiheissa ja jutuissa tulee joskus



lipsuntaa ajanpuutteen takia.

Tuokio-sivuista on tetetty lukijatutkimuksia, joista tuoreimmatkin ovat kuitenkin muutaman vuoden takaa. Etelä-Suomen Sanomissa oli keväällä 2014 käynnissä iso segmentointihanke, josta varmasti saadaan Tuokio-sivuille myös konkreettinen mallilukija. Tähän asti mallilukijana on pidetty 30-vuotiasta koulutettua kaupunkilaisnaista, vaikka mallilukijan käsite onkin painunut taka-alalle sen jälkeen, kun omista Sunnuntai-sivuista luovuttiin ja Tuokiota alettiin suunnata laajemmalle lukijakunnalle. Taunila arvelee, että tulevaisuudessa entinen 30-vuotias kaupunkilaisnainen olisi edelleen pätevä mallilukija, mutta sen rinnalle tarvitaan toinen mallilukija, esimerkiksi sinkkumies, joka juttelee työpaikallaan Tuokio-sivuilta lukemistaan aiheista.

Aiemmin miehet on huomioitu Tuokio-sivuilla esimerkiksi Miesten Tuokio -teemanumerolla. Ajatuksena oli leikitellä sillä tiedolla, että miehetkin lukevat Tuokiota. Taunila kertoo, että Miesten Tuokiosta tuli lukijoilta hyvää palautetta, myös naisilta, jotka puolestaan halusivat lukea miesten aiheista.

Aika monet sinänsä naisten elämään kuuluviksi ajatellut aiheet rajautuvat pois Tuokio-sivuilta siksi, että niitä varten on lehdessä erikseen muina päivinä ilmestyvät teemasivut. Esimerkiksi koti ja asuminen, perhe, ruoka ja terveys ovat varmasti ”naisten elämää laidasta laitaan” mutta harvemmin Tuokio-sivuilla esillä. Taunilan mielestä on ilo rajata nämä arkiset aiheet pois Tuokio-sivuilta. Esimerkkinä voisi sanoa, että Tuokio-sivulla voisi olla suositus hyvästä ravintolasta, mutta ei kaalikääryleen reseptiä. Vaikka Tuokiosta haetaan nimenomaan irtiotta arjesta, juttujen ei tarvitse olla erityisesti hyvän mielen juttuja. Vakavammatkin tunteet tarjoavat elämyksiä, ”tunteita laidasta laitaan”.

Kaikista Etelä-Suomen Sanomien teemasivuista Tuokio-sivu on Taunilan mielestä vähiten uutishakuinen. Tavoite ei ole löytää uutisia, vaan se, että Tuokiosta puhuttaisiin, vaikka sitten tuohtuen ja paheksuen. Taunila tosin sanoo, että perhelehdessä on pakko tehdä rajanvetoa paheksunnan herättämisenkin suhteen.

Erityisesti parisuhdeasioita käsiteltäessä tulee usein vastaan se, että lukijat ovat heterogeenista joukkoa, ja se, mikä toisia kiinnostaa, on jo toisille liikaa.

## **5.2. Tuokion lukijat**

Vuoden 2012 KMT:n alueellisen tutkimuksen mukaan Tuokio-sivujen lukijoista 52 prosenttia on naisia ja 48 prosenttia miehiä. Suurin lukijaryhmä (43 prosenttia) ovat 45–64-vuotiaat. Suurin ammattiryhmä ovat eläkeläiset (30 prosenttia lukijoista) seuraavaksi suurimmat johtaja/ylempi toimihenkilö (19 prosenttia) ja alempi toimihenkilö (17 prosenttia) Lukijoista 21 prosenttia lukee Tuokio-sivuja säännöllisesti ja 52 prosenttia silloin tällöin.

Etelä-Suomen Sanomat on teettänyt tutkimuksen Tuokio-sivuista viimeksi vuonna 2009. Huhtikuussa toteutettuun paneelitutkimukseen vastasi 251 lukijapanelistia. Viikottain Tuokio-sivuja ilmoitti lukevansa 35 prosenttia kaikista lukijoista. Miehistä 27 prosenttia oli viikottaisia lukijoita ja naisista 41 prosenttia. 14 prosenttia miehistä ei lue Tuokio-sivuja lainkaan. Naisista sivut ohittaa kahdeksan prosenttia tutkimukseen vastanneista lukijoista. Yli 50-vuotiaista säännöllisesti, eli viikottain tai melkein viikottain, Tuokiota ilmoitti lukevansa 58 prosenttia vastaajista. 30–49-vuotiaista 51 prosenttia lukee Tuokio-sivuja säännöllisesti ja 16–29-vuotiaista 32 prosenttia.

Kaikista tutkimukseen osallistuneista lukijoista 62 prosenttia piti Tuokio-sivuja erittäin tai melko kiinnostavina. Naisvastaajista 70 prosenttia vastasi Tuokio-sivujen olevan erittäin tai melko kiinnostavat, ja miehistä samaa sanoi 54 prosenttia. Yli 50-vuotiaista lukijoista 66 prosenttia piti Tuokio-sivuja erittäin tai melko mielenkiintoisina. Myös nuoremmista (16–30-vuotiaat) lukijoista 55 prosenttia piti Tuokio-sivuja kiinnostavina, vaikka vain alle puolet heistä kertoi olevansa säännöllinen lukija.

Lukijatutkimuksessa kiinnostavaa on se, että naisille suunnattuja sivuja lukee itse

asiassa myös suuri joukko miehiä, joita sivujen sisältö myös kiinnostaa erittäin tai melko paljon.

Tutkimuksen yhteydessä oli mahdollista antaa myös avointa palautetta Tuokio-sivuista. Kolme naisvastaajaa kertoi, ettei hahmota lehteä lukiessaan, mikä aineisto on Tuokio-sivuja, vaan he selaavat koko lehden läpi pysähtyen niihin juttuihin, joiden aiheet kiinnostavat, olivatpa ne millä sivulla tahansa. Yksi miesvastaaja sanoi, että Tuokio-sivuista tulee usein tunne, että ne ovat enemmän naisille suunnatut ja jotenkin naistenlehtimäiset. Ilmeisesti sivujen konsepti ei ollut vastaajalle selvä, mutta viesti oli silti välittynyt.

*”En osaa sanoa, koska en lue lehdistä vain tiettyjä sivuja. En osaa sanoa, miten Tuokio-sivuja voisi kehittää, koska en tiedä, miltä osa-alueilta juttuja voi niillä olla.”*

*”Luen koko lehden, mutta en osaa hahmottaa, mitkä jutut ovat Tuokio-sivujen juttuja.”*

Juttuaiheiksi lukijat toivoivat lisää aivan tavallisten ihmisten mielenkiintoisia tarinoita.

*”Luen mielelläni haastatteluja, joissa tavalliset ihmiset kertovat elämästään. Ei siis välttämättä tarvitse olla mikään julkkis, vaan aivan tavallisten ihmisten mielenkiintoiset tarinat kiinnostavat myös.”*

*”Mielenkiintoisia henkilöhaastatteluja aivan ”tavallisista” ihmisistä. Heidän harrastuksistaan, kokemuksistaan, erikoisuuksistaan tahtoisin lukea mielelläni.”*

Muita ehdotettuja juttuaiheita olivat esimerkiksi ripsipidennykset, vartijan työ, taiteilijoiden henkilökuvat, terveys-aiheet ja jutut niistä ihmisistä, jotka ajavat Petsamon ja Karjalan alueiden palauttamista Suomelle. Muutama vastaaja valitti nykyisten haastateltavien olevien tylsiä sen tarkemmin perustelematta ja useat keskittyivät arvostelemaan tv-sivuja ja entisen Katu-liitteen katoamista.

*”Jotain positiivista kiitos! Lamaa, sotaa, murhia, rikoksia, mielenosoituksia yms. tulee joka tuutista!”*

*”Lisää juttuja naisista....”*

*”Esiin voisi nostaa esim. heitä, jotka ovat hoitaneet meitä päijäthämäläisiä, kätilöt, neuvolantädit jne.”*

*”Kerrottaisiin esim. niiden ihmisten elämästä ja kokemuksista joilla ei ole mahdollisuutta esim. sisustaa vaikka haluaisivatkin tai annettaisiin lisää vinkkejä rahattomana elämiseen jne.”*

*”Kunhan sivut eivät muutu liian naistenlehtimäiseksi, niin tämä nykyinen linja on ok.”*

*”Pidän Tuokio-osasta, koska siinä on hienoja henkilökuvauksia.”*

*”Entinen Katu-liite tuli useammin ja tarkemmin luetuksi, kuin pitkin viikkoa sijoitellut teema-sivut. Ymmärrän kustannusten nousun vaikuttavan myös lehden laatuun huonontavasti, mutta se on lukijoiden aliarvioimista.”*

Vuonna 2008 Etelä-Suomen Sanomat toteutti paneelitutkimuksen, jossa mitattiin kahden Tuokio-sivulla julkaistun jutun huomioarvoa. Vastaajina oli 265 lukijapanelistia. Vastaukset on painotettu lehden lukijaprofiilia vastaavaksi. Tutkimukseen osallistumisen edellytys oli se, että vastaaja oli jo ehtinyt lukea päivän lehden.

Tutkittavat jutut olivat ”Hyvä miniä tekee anopin pojan onnelliseksi” (osa tuolloin ilmestynyttä Naisten saunassa -juttusarjaa) ja ”Kun osaisi elää tätä hetkeä”, joka ilmestyi Lähikuvassa-juttupaikalla.

Tutkimuksen mukaan naiset huomasivat molemmat jutut miehiä paremmin. Ylipäättään molemmat jutut oli kuitenkin huomattu aika hyvin, koska kaikista vastanneista lukijoista 75 prosenttia oli huomannut jutut. Hyvä miniä -jutun huomasivat yhtä hyvin kaiken ikäiset vastaajat, ”Kun osaisi elää tätä päivää” -jutun huomasivat parhaiten 30–49-vuotiaat. Naiset myös lukivat molemmat jutut miehiä tarkemmin. Hyvä miniä -juttu luettiin yleisesti tarkemmin, toisen jutun kohdalla oli eroja eri-ikäisten vastaajien kohdalla. Puolet lukijoista ilmoitti pitävänsä molemmista jutuista paljon ja lähes puolet vastasi, että jutut ovat hyvin kirjoitettuja ja mielenkiintoisia.

Vajaa puolet kertoi haluavansa lukea jatkossakin samanlaisia juttuja. Naisista 60 prosenttia oli tätä mieltä. 62 prosenttia kaikista vastaajista sanoi lukeneensa aiemminkin Naisten saunassa -juttusarjan juttuja. 72 prosenttia oli lukenut ennenkin Lähikuvassa-juttusarjan artikkeleita. Silti alle puolet vastaajista aikoi lukea jatkossa näiden juttusarjojen juttuja.

Tutkimuksen avoimessa kysymyksessä vastaajille annettiin mahdollisuus antaa palautetta juttusarjoista.

Naisten saunassa -juttusarjasta sanottiin muun muassa näin:

*”Sanomalehtiinkin kuuluu nykyään viihteellisyys, vaikka alussa oli vaikea tottua näihin ihmisläheisiin juttuihin.”*

*”En erota niitä muista juttusarjoista, mutta onko se tarpeenkaan? Olen pitänyt kovasti ESS:n lukemisesta, viikonloppuisin on monenlaista naistenlehtityyppistä lukemista, kiitos siitä.”*

*”Toivottavasti sarja jatkuu! Myös Miestensauna oli erittäin mielenkiintoinen.”*

*”Naistensauna????! Eikös tämä kuulu Tuokio-sarjaan?”*

*”Höpöhöpöä kaikki tyynni.”*

*”Miehenä ei kiinnosta tippaakaan. Naishömpää. Naisille kannattaisi tarjota tietoa sanomalehdestä. Hömpää kannattaa jättää muille lehdille.”*

*”Lisää tällaisia. Erityisesti aroista asioista saa näin hyviä keskustelunaiheita ja tukea monen pätkäilyille.”*

Vastauksissa kiinnostavaa on se, kuinka lukijalle ei tunnu olevan niinkään tärkeää se, missä juttusarjassa mikäkin juttu ilmestyy, eikä heillä ole selkeää kuvaa sivujen konseptista. Kuitenkin viihteellisyys ja naistenlehtimäisyys oli huomattu, ja siitä joko pidettiin tai sitä halveksuttiin. Ainakin yhdestä vastauksesta voi päätellä, että sanomalehden juttua peilataan omaan elämään ja siitä odotetaan saavan tukea yksityiselämän haasteisiin.

Lisäksi lukijoilta kysyttiin, kenestä he haluaisivat lukea Lähikuvassa-sarjassa.

Ehdotetuksi tulivat mm. Anuirmeli Sallamo-Lavi, Frans Winsten, Reetta Kekkonen, Eija Sipinen, Pekka Mäki-Reinikka, Taina Ahlrot ja Anssi Rantasalo. Nimiluettelosta voi päätellä, että julkkishaastatteluja lehteen ei niinkään kaivata. Ainoa listalta löytyvä suurelle yleisölle tuttu julkisuuden henkilö on hiihtäjä Aino-Kaisa Saarinen, joka hänkin on paikallinen ja ehkä siksi kiinnostava.

*”Arjen sankareita. Ihmisiä, jotka eivät ole tiedotusvälineiden suosiossa, vaan tekevät työtä kaikessa hiljaisuudessa.”*

*”Kaupungin virkamiehiä”*

*”Lisää kaupungin teatterin näyttelijöiden ja muiden paikallisten kulttuurivaikuttajien haastatteluita.”*

*”Kauan Lahdessa asuneiden ihmisten muisteluja.”*

*”Yksinäisiä, erilaisten ongelmien kanssa painivien ja ylipäättään henkilöitä, jotka eivät hehkuta elämän ihanuutta vaan tuo esiin sen raadollisuuden.”*

*”Pintaa syvemmälle menevät henkilöhaastattelut puolustavat paikkaansa myös sanomalehdessä, kunhan ei mennä ihan hömppäjulkiksiin (salarakkaat yms.) Haastateltavalla pitäisi olla jotain sanottavaakin jostain.”*

### **5.3. Aineisto**

Aineistonani ovat Etelä-Suomen Sanomien lauantainumerot loka-maaliskuulta vuosina 2009—2010 ja 2011—2012. Valitsin lehtiä kahdelta eri periodilta, koska vuonna 2009 Etelä-Suomen Sanomissa ei vielä julkaistu Väli-Suomen Median tuottamaa Sunnuntaisuomalaista, vaan toimitus valmisti itse omat sunnuntaisivunsa. Etelä-Suomen Sanomien Tuokio -sivujen nykyisen tuottajan Leila Taunilan mielestä Tuokio-sivujen naisille suunnattua konseptia on väljennetty, kun ennen sunnuntaisivuille sijoitettua aineistoa on alettu sijoittaa muille päiville. Mielestäni tämä ei juuri näkynyt eri vuosien lehtiä vertailllessani. Muutosta sivujen sisällössä ja juttujen tyylilajeissa oli kuitenkin mielestäni tapahtunut, mutta muutos oli vaikeasti paikannettavissa. Huomioitavaa on, että

myös naistensivujen tuottaja oli vaihtunut aineistojen välillä. Halusin valita lehdet samalta ajanjaksolta, jotta vuosittaiset tapahtumat (joulu, pikkujoulut, uusivuosi, juhannus jne.) eivät vaikuttaisi aineistojen eroihin.

Etelä-Suomen Sanomien naistensivut koostuvat kolmesta viikottaisesta sivusta. Jokaisella sivulla on pääjuttu, joskus myös kakkosjuttu. Sivupalstat on varattu erilaisille vakituisille palstoille ja kolumneille. Kaikki kolumnistit ovat naisia. Vakituksia palstoja olivat muun muassa *Se on lauantai!*, jonka paikalla myöhemmin alettiin julkaista *Juttutuokio*-nimistä palstaa. Kummankin palstan ideana oli haastatella jotakuta henkilöä lyhyesti melkein mistä vain. Joskus palstoilla näkyi julkkiksia, joskus tavallisia kadun tallaajia, jopa miehiä. Toinen säännöllinen palsta oli *Nurkka*, jonka teema vaihteli viikosta toiseen, esimerkiksi “lukunurkka”, “käsityönurkka”, “muotinurkka”, “ekonurkka”, “niksinurkka”, “kenkänurkka” jne.

Sittemmin *Nurkan* tilalla alkoi ilmestyä nykyinen *Naisemme maailmalla* -palsta, jossa eri puolilla maailmaa asuvat suomalaisnaiset kertovat elämästään vastaamalla samana pysyvään kysymyspatteristoon.

Silmille pistävää Tuokio-sivujen pikkujuttuja ja palstoja tutkaillessani oli se, että lähes jokaiselle jutulle oli keksitty oma vinjetti. Vinjetillä ei kuitenkaan tuntunut olevan mitään tekemistä sen kanssa, että kyseessä olisi säännöllisesti ilmestyvä palsta.

Kolmannen sivun pääjuttuna on joka viikko Lähikuvassa-sarja. Sarjassa haastatellaan jotakuta mielenkiintoista henkilöä. Jätin Lähikuvassa-sarjan tämän tutkielman ulkopuolelle. Lähikuvassa-sarjan ongelmana oli tietynlainen linjattomuus. Haastateltavana saattoi olla julkkiksia tai taviksia, paikallisia tai ulkomaalaisia. Jutuilla ei yleensä ollut näkökulmaa tai se oli epäselvä.

Sama linjattomuus vaivaa ehkä Tuokio-sivuja kautta linjan. Aineistoni tuoreimpien kuukausien aikana tapahtui mullistus, kun Etelä-Suomen Sanomat

toteutti täydellisen ulkoasu-uudistuksen 14.1.2012. Uudistuksen myötä jäi historiaan myös Tuokio-sivujen pinkki värimaailma ja kiehkurat. Lauantain naisten sivujen uudeksi väriksi valittiin huomattavasti hillitympi tumma violetti. Uudistuksen jälkeen Tuokio-sivuilta katosivat myös lukuisat sarjoiksi vinjetoidut palstat. Nykyään sivut tehdään pitkälti saman valmiin taittopohjan mukaisesti kuin muutkin lehden sivut ja vinjettien sijaan lyhyissä, niin sanotuissa hyllyjutuissa käytetään aiheanaa, esimerkiksi ”Muoti” entisen ”Muotinurkka”-vinjetin sijaan. Uusi ulkoasu on selkeyttänyt Tuokio-sivuja huomattavasti. Samalla ne kuitenkin erottuvat entistä vähemmän, ja luulen, että moni lukija ei edes huomaa tai tiedosta lukevansa naisten sivuja tai Tuokio-sivuja.

#### **5.4. Kategoriat**

Tutustuttuani aineistoon aloin jaotella sitä luomiini kategorioihin Minulla oli ennako-oletuksena mielessäni muutama mahdollinen kategoria, esimerkiksi muoti ja pukeutuminen, mutta lopulliset kategoriat muodostuivat aineistoon tutustumisen perusteella. Huomasin myös, että mielikuviini perustuneet ajatukset eivät aina toteutuneetkaan. Olin ajatellut, että Tuokio-sivuilla on aika usein taide- ja kulttuuri-juttuja tai kotiin ja sisustamiseen liittyviä juttuja, vaikka niille toisaalta onkin omat sivunsa muualla lehdessä. Tämä mielikuva osoittautui vääräksi. Esimerkki osoittaa, kuinka tärkeää on luoda kategoriat nimenomaan aineistolähtöisesti.

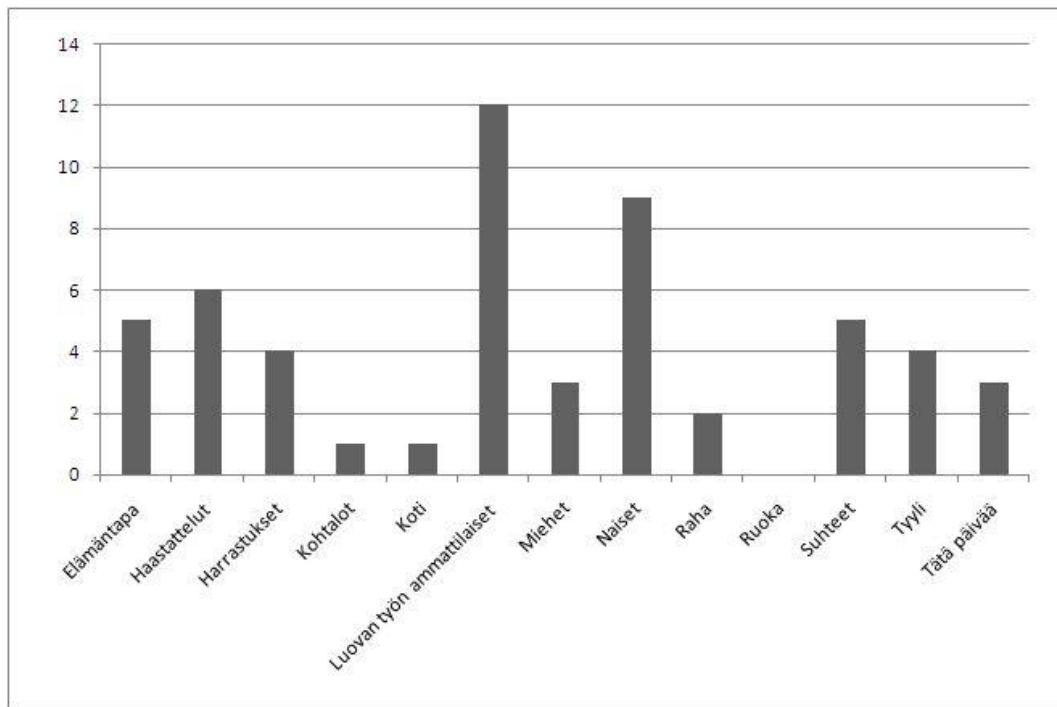
Kategorioiden luominen oli aineistoon perehtymisen jälkeenkin vaikeaa. Yritin löytää ja nimetä mahdollisimman rajatut kategoriat, jotta niistä todella voisi päätellä, millaisia juttuaiheita Tuokio-sivuilla on. Siksi esimerkiksi alussa luomani Muut-kategoria vaihtui Ilmiöt-kategoriaksi, joka edelleen jakaantui lopullisessa jaossa kahdeksi erilliseksi kategoriaksi. Muutaman jutun kohdalla painiskelin pitkäänkin pohtiessani, mikä sen perimmäinen teema oikeastaan on. Pysin siihen, että sama juttu ei esiinny useammassa kategoriassa, mutta käytännössä osa jutuista oli laitettava kahteen kategoriaan. Kun mies puhuu naisesta, puhuu hän



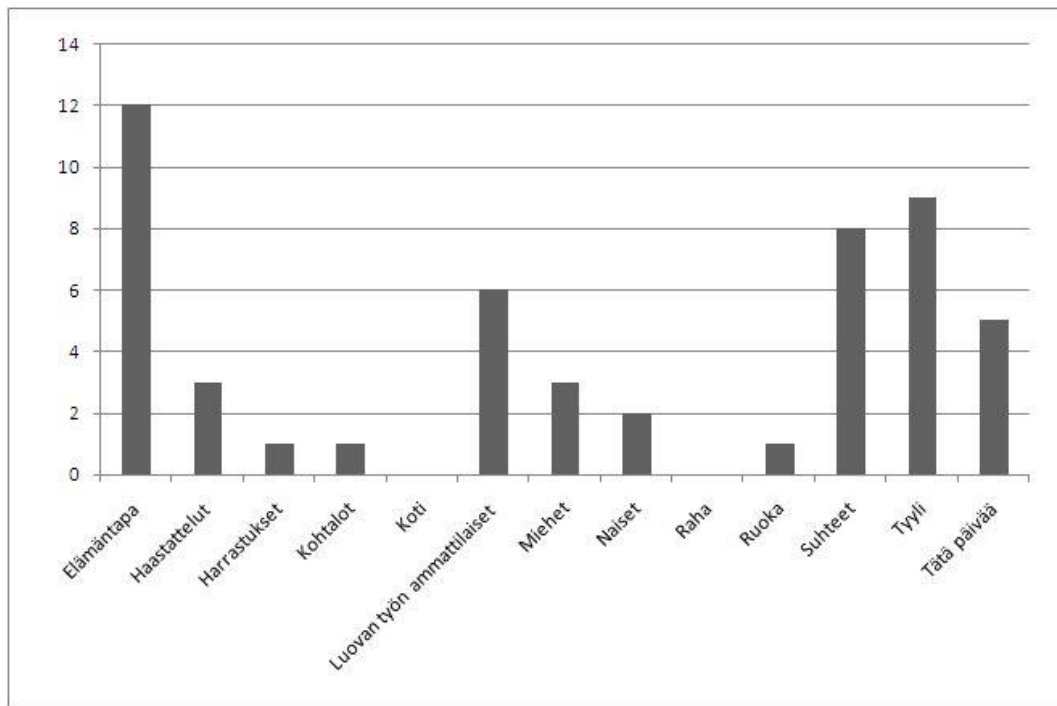
lähes yhtä paljon miehestä.

Ohessa olevat kuviot osoittavat, kuinka jutut jakaantuivat kategorioihin kahdessa eri aineisto-otannassani. Myöhemmin kategorioiden sisältöä tarkemmin eritellessäni olen laittanut eri vuosien jutut samaan pinnoon, eikä niitä enää verrata toisiinsa sinänsä.

Kuvio 1. Juttujen määrät kategorioittain 2010-2011



Kuvio 2. Juttujen määrät kategorioittain 2011–2012



Kuvioista voi päätellä, että ajatus siitä, että sunnuntaisivujen kaikille suunnattua aineistoa siirrettäisiin Tuokio-sivuille, näyttää siirtyneen käytäntöön. Elämäntapa-kategoria on noussut suurimmaksi, samoin toinen ilmiö-kategoria ”Tätä päivää” on kasvanut. Naiset-kategoria on pienentynyt merkittävästi.

Esittelen työssäni tarkemmin kahdeksaa suurinta kategoriaa. Miehet-kategoria on niistä pienin, vain kuusi juttua, mutta tämän tutkielman aiheen takia miehistä kertova kategoria on mielenkiintoinen ja tärkeä.

Kahdeksan isomman kategorian lisäksi juttuja jäi viiteen pienempään kategoriaan. Näistä suurin on harrastukset, jossa oli viisi juttua. Näiden kategorioiden tarkempi avaaminen ei ole kiinnostavaa tämän työn tutkimuskysymyksen kannalta.

### *5.4.1 Luovan työn ammattilaiset*

Vähän yllättäenkin koko aineiston suurimmaksi kategoriaksi nousi luokka, joka sai nimekseen “luovan työn ammattilaiset”. Kategorian nimenä oli ensin “ammattina muoti/käsityöt” mutta lavensin määritelmää, sillä mukaan kategoriaan valikoitui juttu ainakin huonekaluliike Skannosta. Skannoa käsittelevä juttu on kuitenkin kategorian selkeä poikkeus, sillä kyse on suhteellisen suuresta yrityksestä, jolla on monta johtajaa ja laaja joukko työntekijöitä.

Tyypillinen luovan työn ammattilainen Tuokio-sivuilla on yksityisyrittäjä, joka valmistaa itse käsin itse suunnittelemaansa tuotteita ja myy niitä kotonaan tai vuokraamassaan pienessä toimitilassa. Joukossa on tosin useita juttuja, joiden kohdalla oli mahdoton päätellä, pyöritetäänkö toimintaa päätoimisena elinkeinona vai harrastuspohjalta, mutta jos jutussa puhuttiin asiakkaista, laskin ihmisen ammattilaiseksi.

Luovan työn ammattilaisia oli nostettu esiin yhteensä 18 jutussa. Tuokio-sivu tuntuu olevan sikäli yksityisyrittäjän asialla, että en keksi, millä muulla osastolla vastaavia juttuja voisi lehdessä julkaista. Taloussivulle yritysten toiminta on liian pienimuotoista (Skannoa lukuunottamatta) tai ainakin juttuun valittu näkökulma on aivan erilainen kuin mitä taloussivulla tavallisesti nähdään. Toisaalta voi kyseenalaistaa miksi maakuntalehden taloussivulta voi satunnaisena tavisjuttuna hyvin löytää jutun vaikkapa maitotilallisen luomujäätelöstä, mutta kahden naisen lastenvaatefirma ei ylitä julkaisukynnystä.

Jutuista 13:ssa oli pääosassa nainen. Kun yleensä ajatellan, että lehden taloussivuilla ääneen pääsevät lähinnä miehet, Tuokio-sivun talousosastolla jyräävät yrittäjänaiset.

Jutuille tyypillistä oli yritystoiminnan kekseliäisyys. Humoristiset ideat ja etenkin kierrätys ja ekologinen ajattelutapa nousivat vahvasti esiin jutuissa. Hyvä esimerkki olisi vaikkapa nuori nainen, joka valmistaa rintakoruja

kierrätyskeskuksesta ostettujen Harlekiini-kirjojen kansikuvista. Tuotteen nimi on romantiikkarossi, ja sen on tarkoitus tuoda ”hupsuttelua arkeen”.

Osaan jutuista oli liitetty vinkkejä, esimerkiksi huonekaluverhoajasta kertovan jutun yhteydessä opastettiin faktalaatikossa, kuinka löytää pätevä verhoilija, ja kainalojutussa ohjeistettiin irtopäällisen valintaan, jos varsinaiseen verhoiluun ei ole mahdollisuutta. Naistenlehtien perinteen mukaisesti (Töyry 2005) naistenlehdet tarjoavat vinkkejä ja neuvoja elämän eri osa-alueille. Tätä perinnettä ylläpidetään myös Tuokio-sivuilla, missä hyvin monenlaisiin juttuihin oli yhdistetty aivan konkreettisiakin vinkkejä, olipa sitten kyse vanhan paidan uudelleen muotoilusta tai parisuhteen riitatilanteista.

Muutaman jutun kohdalla itseäni häiritsi niiden sijoittelu nimenomaan Tuokio-sivun ”juttusivulle”. Tuokio-sivujen kolmas sivu kun on aina Lähikuvassa-henkilöhaastattelu. Osa tämän kategorian jutuista olisi istunut mielestäni Lähikuvaan erinomaisesti, esimerkiksi jutut kansainvälisestäkin menestyneestä muotikuvittajasta tai trendianalyytikosta, sillä usein Lähikuvaan pääsemiseksi vaikutti riittävän kiinnostava ammatti. Varsinaisella Tuokio-sivulla näitä sinänsä ihan tavallisia henkilöhaastatteluja on tosin yritetty laventaa lukijan palvelemisen suuntaan niin, että Pariisissa asuvan suomalaisen vaatesuunnittelijan haastattelun kylkeen on listattu vinkit siitä, miten ja mitä Pariisissa kannattaa shoppailla ja listattu muut Pariisissa asuvat suomalaiset suunnittelijat.

Monessa kategorian jutussa on kierrätysteemasta johtuen varsin kulutuskriittinen näkökulma. Jutuissa korostuu jo olemassaolevien materiaalien hyödyntäminen ja turhan ostamisen vastustaminen. Mieluummin ostetaan vähän jotain laadukasta, joka kestää aikaa (ja jonka materiaalin voi ehkä myöhemmin taas hyödyntää). Perinteisestä naistenlehtikentästä Tuokio-sivu siis erottautuu asenteensakin puolesta.

Yhdessäkään tämän kategorian jutussa ei suoraan otettu esille haastateltavan sukupuolen mahdollista vaikutusta tämän työhön. Ehkä koska kyseessä ovat

luovan työn ammattilaiset ja käsityöläisyys, joka perinteisesti hyväksytään molempien sukupuolten ja erityisesti naisten ammatiksi. Minkäänlaista lasikattoa ei tarvitse läpäistä tai pohtia sukupuolten roolia työelämässä. Huomioni kiinnittyi kuitenkin siihen, että kun jutussa on mukana mies, pysytään asialinjalla. Esimerkiksi nostan kaksi samantapaista juttua: Lamppujen entisöijä (nainen) kertoo työstään (ESS 29.10.2011) ja huonekalujen verhoilija (mies) kertoo työstään (ESS 10.10.2009). Molempien juttujen yhteydessä on lisäksi vinkkejä siitä, mitä huonekaluille ja valaisimille voi itse tehdä.

Naislamppuri käy jutussa ”*shoppailemassa* hiukan yllättävässä paikassa”, nimittäin rautakaupassa. Hän on aina harrastanut käsitöitä, mutta todellinen *intoshimo* ovat valaisimet. Jutussa kerrotaan sinänsä kategorian jutuille tyypillisesti, kuinka hän on päätenyt alalle ja annetaan tietoa vanhoista valaisimista. Mutta lisäksi lamppuri kertoo, että ammatista kärsivät hänen kotinsa ja autonsa, sillä kaikkialla on aina kaaos. Lisäksi lamppuri kertoo, että kotonaan hänellä ei ole montakaan valaisinta, suutarin lapsilla ei ole kenkiä -hengessä. Kun lamppuri jutun lopussa kertoo, että vaikka kuinka laadukaskin valaisin olisi kyseessä, lopulta valo ja aurinko aina haurastuttavat varjostimen ja aika syö sen, sitä kutsutaan jutussa *filosofoimiseksi*.

Vastaavasti miesverhoilijan haastattelussa tämän uran vaiheet on kuitattu yhdellä virkkeellä, hän on ollut alalla vuodesta -73 ja yrittäjänä vuodesta -83. Muuta tietoa emme saa miehen elämästä. Jutussa ei kerrota, vaikuttaako ammatti hänen kotinsa siisteyteen tai millaisista huonekaluista hän itse pitää. Verhoilija kertoo vain, mitkä ovat verhoilun työvaiheet, millaisia materiaaleja käytetään ja mitä on otettava huomioon.

Jutuissa miesammattilainen esiintyy pikemminkin asiantuntijana ja nainen taas persoonallisuutena. Häneen liitetään tunnepitoisia sanoja ja hänen shoppailunsa on yllättävää, vaikka ei kai siinä oikeasti mitään yllättävää ole, jos ammattilainen hankkii työssään tarvitsemiaan työvälineitä. Shoppailu sanana muutenkin viittaa pikemminkin harrastukseen tai kevyeseen ajanviettoon, kuin vakavasti otettavaan

yrittötoimintaan. Miesverhoilija ei myöskään filosofoi työstään vaan neutraalisti kertoo tai vinkkaa. Perinteisesti naisen alueeksi mielletty koti on esitelty naista haastateltaessa. Ehkä naisen kodin epäjärjestys on erikoinen yksityiskohta, jonka arvellaan aiheuttavan hämmästyksiä.

Samantapaisen rinnastuksen voisi tehdä kahdesta työssään menestyneestä ammattilaisesta. 5.12.2009 otsikolla ”Moottorina kuuraketti” jutussa kelloseppä Stepan Sarpaneva kertoo työstään. Jutun alussa toimittaja kuvailee Sarpanevan työtilaa. Sieltä löytyy toisaalta vanhoja teollisuuskoneita, toisaalta merkkejä käsityöläisyydestä. Vasta kun näkee, kuinka pieniä ruuveja kello sisältää, tajuaa, kuinka vaativaa Sarpanevan työ on. Seuraavaksi Sarpaneva kertoo kuinka hän päätyi ammattiinsa ja mikä tekee Sarpanevan kelloista erilaisia ja ostajien arvostamia. Sarpaneva kertoo, mistä hänen kellomerkkinsä saavat vaikutteita ja millaisia ominaisuuksia niihin voi liittää. Taiteellisuuden leima antaa tilaa hulluttelullekin. Mutta vaikka kuka pyytäisi suunnittelemaan tietynlaisen kellon, Sarpaneva ei sitä toteuta. Ostajan on haluttava juuri hänen kellonsa, muuten Sarpaneva suosittelee kvartsikelloa. Jutun lopussa Sarpaneva pohtii lyhyesti suhdettaan aikaan. Siinä saadaan välähdys yksityiselämästä, sillä Sarpaneva myöntää, että hänen kellonsa ovat alkaneet pelottavalla tavalla muistuttaa suunnittelijana kuuluisaksi tulleen isän koruja, vaikka Sarpaneva ei ole niistä ikinä pitänyt. Kuvassa Sarpaneva on suurennuslasin takana niin, että hänen kasvoistaan näkyy vain puolet.

7.11.2009 otsikolla ”Keijukainen muotitehtaassa” julkaistu juttu kertoo muotikuvittaja Laura Laineesta. Jutun alussa kerrotaan, keitä hänen asiakkaanaan on ja mitä uusia töitä on tulossa seuraavaksi. Kohta kauppoihin saapuvat H&M:n t-paidat, joissa on Laura Laineen piirros pitkäsäärisestä kiemuraisesta tytöstä. ”Sellaisia hän yleensä piirtää”. Laine kertoo, että hänelle mieluisin työ oli erään kiinalaislehden kuvitus tilaus. Laine ei tiedä, mistä kiinalaiset keksivät hänet. Puolet asiakkaista ottaa yhteyttä Laineeseen suoraan ja puolet agenttien kautta. Agentteja hänellä on kolme ympäri eurooppaa. Laine sanoo, että agentti on pudottanut suuren taakan hänen harteiltaan, sillä hän on ”sähläri” ja agentti tulee

mukaan ”turvaksi” ja ”hoitajaksi” tapaamaan isoa asiakasta.

Sen jälkeen Laine kertoo, kuinka hän päätyi uralle. Hän ei ikinä kuvitellut pystyvänsä elättämään itseään piirtämällä. Kotona taidemaalari-isä ja kuvataideterapeutti-äiti rohkaisivat tyttärtään aina piirtämään. Vaikka Laine on piirtänyt aina, rakkaus puhkesi Taideteollisessa korkeakoulussa. ”Huikean pitkä ja kaunis piirtäjä muotoilee” toimittaja kuvailee. Laine ei ole tehnyt tietoista päätöstä pelkkään kuvittamiseen keskittymiseen, mutta töitä on riittänyt. Lisäksi hän opettaa Taideteollisessa korkeakoulussa, mikä on ”jännittävää”. Laine ”myöntää auliisti” tekevänsä unelmatyötään. Vaikka kuvittajan työ on kansainvälistä ja kutsuja satelee, hän ei käy kokkareilla kuin satunnaisesti. Viimeksi hän oli vapaa-ajan matkalla Intiassa. ”Kuvittaja vaikuttaakin enemmän keijukaismaiselta taiteilijalta kuin määrätietoiselta muotinaiselta” toimittaja kirjoittaa jutun loppuksi.

Siinä missä Sarpanevasta annetaan erittäin jämäkkä ota tai jätä -kuva ja hänen työtään kuvaillaan vaativaksi ja laadukkaaksi, joksikin, mistä asiakkaat ovat valmiita maksamaan, Laura Lainetta kuvaillaan pikemminkin sattumalta asemaansa ajautuneeksi piirtelijäksi. Hän tarvitsee turvaa ja hoitajaa ja häntä jännittää. Hänen ulkonäköään kuvaillaan ja hänen viitataan jutussa ”nuorena naisena”, vaikka nämä seikat käyvät esille valokuvasta ja tietolaatikostakin.

Kahden vertailun perusteella tämän kategorian jutut pikemminkin uusintavat kuin rikkovat sukupuolisopimusta. En löytänyt tästä kategoriasta juttua, joka esittäisi naisuutta tai mieheyttä uudessa valossa.

Perinteisellä linjalla jatkaa myös äidin ja tyttären lastenvaateyrityksestä kertova juttu ”Äiti ja tytär marakattimarssilla” (ESS 30.1.2010) Jutussa kerrotaan, että sekä äiti että tytär ovat aina olleet hulluina käsitöihin. Koska hauskoja ja kauniita lasten vaatteita ei löytynyt, he alkoivat tehdä niitä itse. Siitä toiminta lähti laajenemaan ja nyt vaatteita myydään nettikaupassa ja jälleenmyyjillä ympäri Suomen. Vaatteet ovat kotimaista työtä alusta loppuun ja mahdollisuuksien mukaan kierrätysmateriaaleista. Jutun loppupuolella yrityksen perustaja kannustaa, ettei yrittämistä kannata pelätä. Se vaatii työtä ja uskallusta, mutta

asioista selviää, kun alkaa ottaa niistä selvää. Hän kertoo, että joutui entisessä työssään matkustamaan, mutta lapsen syntymän jälkeen se ei tuntunut enää omalta, vaan kotona pyöritettävä nettikauppa on hyvä ratkaisu. Vaikka jutussa toisaalta kannustetaan naisia yrittäjiksi, siinä myös sanotaan, että kotona oleminen sopii hyvin äidille. Naisten yrityksen ei ole tarkoituskaan laajentua suureksi bisnekseksi vaan ”nyt alkaa näyttää, että kyllä tästä elantonsa saa”. Kierrätyshenkinen yritystoiminta on vastuullista ja turvallista, sekin sopii hyvin moderniin äidin ihanteeseen.

Tyypillinen Tuokio-sivujen ammattilainen on harrastuksesta ja intohimosta itselleen ammatin kehittänyt pienyrittäjänainen, joka tekee työtään pikemminkin innostuksesta kuin rahasta. Työn ja vapaa-ajan raja on hämärtynyt, sillä työnkin on tarkoitus olla hauskaa ja jopa pakoa arjesta.

Tuokio-sivun ammattilainen sopii hyvin viime vuosina puhuttaneeseen downshiftaamisen eli leppoistamisen ihanteeseen. Tehdään vain niitä asioita, joista nautitaan, vaikka se tarkoittaisikin alhaisempaa tulotasoa ja kulutuksen vähentämistä. Työtä ei ole tarkoituskaan ottaa niin vakavasti.

Luovan työn tekijät ovat Tuokio-sivulla yliedustettuina siinä mielessä, että muussa aineistossa oli haastateltu esimerkiksi opettajaa ja bisnesnaista kerran, mutta yleisesti ottaen muut ammattilaiset eivät sivuilla pääse esiin. Ehkä siksi, että tuottaja Leila Taunilan mukaan Tuokio-sivujen tarkoitus on tuoda hengähdystauko arjesta. Hupsujen korujen tekeminen ei suurimmalle osalle lukijoita kuitenkaan ole, eikä tule olemaan arkea, vaikka on hauska ajatella, että tekisi itsekin harrastuksesta työn.

#### *5.4.2 Elämäntapa*

Seuraavaksi eniten juttuja valikoitui Elämäntavaksi nimeämäni kategoriaan. Elämäntapa-kategoria on määritelmältään kategorioista väljin, minkä takia sinne



varmasti valikoituikin suhteellisen runsaasti juttuja.

Kategorian juttujen määrä oli selvästi lisääntynyt kahdella eri tarkastelujaksollani. Tämä viittaisi siihen, että kaikille tarkoitettuja sunnuntai-aiheita on tosiaan siirtynyt Tuokio-sivuille, koska valtaosa tämän kategorian jutuista oli mielestäni kirjoitettu neutraalille yleisölle, eikä erityisesti naisille.

Elämäntapa-kategorian voisi kenties jakaa pienempiin alakategorioihin. Joukossa on populaarikulttuurin ilmiöitä, esimerkiksi kaksi erilaista juttua fanittamisesta, iskelmämusiikin suosion kasvusta ja kahdesta ajankohtaisesta tv-ohjelmasta. Näille jutuille tyypillistä on se, että jutussa on haastateltu asiaan vihkiytyneitä taviksia ja sen jälkeen yliopiston tutkijaa, joka kommentoi tilannetta asiantuntijan näkökulmasta.

Lisäksi on ilmiöitä, esimerkiksi toimittaja jättää testimielessä shampoon käyttämisen maailmalla leviävän no poo -liikkeen hengessä, blogi-ilmiö, postcrossing-juttu ja juttu, jossa kerrotaan, että yhä useampi suomalaisnainen on säännöllisessä kirjeenvaihdossa amerikkalaisen vangin kanssa. Joillain on jopa suhde ja siitäkin pidetään blogia. Toisaalta kategoriassa on muutamia yleisiä puheenaihejuttuja, esimerkiksi selvitellään, miksi niin moni äiti latasi Vauva-lehden keskustelupalstalle kuvan alapäästään tai pohditaan Ruotsin kuningashuoneen tilaa skandaalien puristuksessa. Etenkin Ruotsin kuningashuoneesta kertova juttu (ESS 17.1.2012), jossa haastatellaan Turun yliopiston historian tutkijaa kuninkaallisten tulevaisuudesta, oli mielestäni ansiokas ja se olisi sopinut hiljaisena uutispäivänä vaikka ulkomaan sivullemme.

Aineistossa oli lisäksi muutama harrastamiseen löyhästi liittyvä juttu, joita en laskenut harrastuskategoriaan, koska niiden näkökulma oli enemmänkin reportaasityylinen, esimerkiksi juttu neljästä naisesta, jotka ovat pelanneet tennistä samalla porukalla 20 vuotta. Jutun painopiste on enemmän naisryhmässä kuin tennisharrastuksessa sinänsä.

Kategorian juttujen aiheiden hajanaisuudesta johtuen artikkeleista on vaikea muodostaa tiettyä prototyyppiä. Tämän tutkielman kysymyksen kannalta mielenkiintoisimmat jutut ovat mielestäni Kuvitettua vertaistukea (ESS 10.3.2012) ja Täydellinen mies (ESS 17.3.2012).

Kuvitettua vertaistukea – jutussa pohditaan kesän 2009 kohua, joka nousi, kun raskaana ollut nainen lähetti Vauva-lehden keskustelupalstalle kuvan alapäästään ja kysyi, onko se normaali. Keskusteluketjua lukivat kymmenet tuhannet ihmiset ja siihen tuli pari tuhatta vastausta, kuvalla tai ilman. Palstalla on myös muita vastaavia ketjuja, kuten myös kohua herättänyt rintojen kuvaketju tai kuvahaasteet siitä, kenen koti on sotkuisin tai siistein. Toimittaja kertoo, että keskustelijoina on aina ääripäitä, joilla on kärjekkäitä kommentteja, sekä sovinnon rakentajia, jotka yrittävät ymmärtää molempia. Taustatietoina kerrotaan lasten lukumäärä ja terveys, sekä esimerkiksi synnytyksen rankkuus tai imetyksen pituus, koska näillä voi olla vaikutusta ulkonäköön tai jaksamiseen. Vauva-lehden päätoimittaja Hanna Kangasniemi kertoo jutussa, että Vauva-lehden toimitus teki myös oman juttunsa ilmiöstä. Heidän mielestään ilmiö kertoo siitä, että naisten on edelleen vaikea puhua raskauden ja synnytyksen aiheuttamista muutoksista. Edes omalta gynekologilta ei kehdata kysyä asioista yhtä suoraan kuin nimettömänä netissä. Kangasniemi näkee alapääkuvaketjussa yhtäläisyyksiä 60-luvun feministiseen liikehdintään, jossa naiset yhdessä tutkivat intiimialueitaan peilien avulla ja keskustelivat tuntemuksistaan. Molemmissa oli kyse vertaistuen etsimisestä. Jutussa kerrotaan, että moni äiti tuntee itsensä yksinäiseksi lasten kanssa kotona, ja koska äitien ikähaitari on nykyään todella laaja, ei omasta tuttavapiiristä välttämättä löydy vertaistukea. Netissä toiset äidit ovat vain napinpainalluksen päässä. Kangasniemi sanoo, että kuvien katsominen on terapeutista. Kun näkee, etteivät toistenkaan kodit ole aina puhtauttaan kiilteleviä, ei omakaan sotku ahdistaa niin paljon. Myös keskusteluketjujen aiheuttamissa kohuissa on päätoimittajan mielestä positiivista se, että äitien yksinäisyys ja vertaistuen tarve tuodaan keskusteluun.

Myös Etelä-Suomen Sanomien jutun voisi ottaa jonkinlaisena vertaistuen

tarjoamisena, koska ilmiöstä puhutaan ymmärtävään sävyyn ja itse asiassa Vauva-lehden keskustelupalstan toiminta näyttää olevan toimittajalle hyvinkin tuttua. Viittaus 1960-luvun feminismiin on mielenkiintoinen. Iltapäivälehtien lööpit synnyttivät asiasta kohun, jonka tarkoitus oli ennemminkin päivitellä nykypäivän menoa ja kuviaan ladanneille äideille naureskeltiin ja heitä paheksuttiin. Kävin totta kai itsekkin tuolloin lukemassa keskustelua ja muistan, kuinka julmia kommentteja siellä oli. Feminismin historian valossa kyse ei kuitenkaan ole mistään nykypäivän hulluudesta ja huomionhakuisuudesta, vaan pikemminkin naisten edelleen jatkuvasta epävarmuudesta. Nykypäivänä, jolloin porno tunkee kaikkien silmille ja pornotähtien vartalot ovat karanneet vieläkin kauemmas tavallisen naisen todellisuudesta, vertaistuen tarve on ehkä vieläkin suurempi kuin 60-luvulla, jolloin porno ei ainakaan samalla tavalla ollut rajattomissa määrin jokaisen ihmisen ulottuvilla milloin ja missä tahansa. Pornoistunut visuaalinen ympäristö puskee naisille (ja miehille) yhä selkeämmin kuvaa siitä, mikä on normaalia ja hyväksyttyä ja haluttavaa. Ilkeät kommentit niin toisilta naisilta kuin miehiltäkin todentavat myös sen, että nämä ympäröivän maailman lähettämät viestit ovat menneet perille. Kommentit olivat tasoa ”En ihmettele, jos miehenne pettävät teitä, kun alapääne on tuon näköinen, hävetkää suomalaiset naiset!” Etelä-Suomen Sanomien juttuna artikkeli on mielenkiintoinen, koska lehdessä tuskin menisi läpi kovin radikaali pohdinta naisten alapäähän kohdistuvista vaatimuksista sinänsä, vaikka sen näkökulma olisikin asiallinen tai feministinen tai tukea tarjoava.

Toinen kiinnostava juttu oli provosoivasti otsikoitu ”Täydellinen mies”. Juttu kertoo Hollolassa asuvista Ari ja Marjo Niittyvirrasta, jotka perheineen esiintyvät tosi-tv-ohjelmassa ”Super-Marjo”. Marjo on ohjelman nimen mukaisesti päättähti ja taustalla häirii Ari, tuo täydellinen mies.

Jutun alussa kerrotaan, että Ari ei ollut mieheksi mikään helppo nakki, vaan antoi Marjon odottaa kolme viikkoa, ennen kuin pyysi tätä ulos. Treffeistä on syntynyt kuitenkin hedelmää: kolme lasta, omakotitalo ja maastoauto, jolla Ari kuskaa lapsia ja hoitaa kauppareissut. Rakennusalalle kouluttautunut Ari on laittanut

oman uransa syrjään tukeakseen vaimonsa pyrkimyksiä. Ari hoitaa kodin, kun Marjo keskittyy eroottista yökerhoshow'ta myyvään yritykseensä. Super-Marjo - tv-ohjelma herätti runsaasti kohua iltapäivälehdissä. Jutussa toimittaja sanoo, että monille on ollut liikaa se, että Arilla on hoikka vaimo, terveet, ahkerat ja urheiluhullut lapset ja aikaa harrastaa itsekin. Tosiasiassa kohua nostattivat kai kuitenkin perheen äidin provosoivat mielipiteet lasten kasvatukseen tai raskauskiloihin liittyen, eikä niinkään tämän hoikan naisen olemassa olo sinänsä.

Marjo kertoo jutussa, että he tekevät perheenä kaiken yhdessä. Ari ei kestäisi olla lapsistaan viikkoa erossa esimerkiksi lomamatkan takia. Yksikin ilta tekee tiukkaa. Marjo sanoo, että he eivät riitele ikinä, Ari on täydellinen aviomies. ”Ari ei sano mitään, hymyilee vain pienesti” toimittaja raportoi. Jutussa kerrotaan, että Marjo hoitaa perheen julkisuuden ja Ari keskittyy lapsiin. On mielenkiintoista, että tämänkin pitkän jutun näkökulmana on nimenomaan Ari, vaikka hän itse sanoo, että ”minun haastatteluni jäisi hyvin lyhyeksi”. Julkisuudessa hänet nähdään yleensä hymyilemässä vauva sylissään. Se ei ole esitystä, sillä haastattelunkin aikana hän koppaa tämän tästä vauvan syliinsä ja huolehtii samalla siitä, että isosiskot saavat välipalaa ennen hiihtotreenejä. Toimittaja sanoo, että Ari saattaa olla aika harvinainen löytö mieheksi. Hän kestää sen, että talon alakerrassa pyörii vähäpukaisia Lamourettes-tanssityttöjä, ja että anoppi käy heillä kaksi kertaa päivässä lastenhoitoapuna. Marjoa kun ei pidättelee mikään. Hän meni synnytyksen jälkeen sairaalan portaisiin juoksemaan ja hiihti hiihtokilpailut murtuneella jalalla. Heidän lapsensa eivät ikinä kiukuttele, vaikka se onkin sallittua. He kertovat myös, että uskonto on vahvasti mukana perheen arjessa. Koska Ari Niittyvirta on jutussa vahvasti nimetty täydelliseksi mieheksi, voidaan jutusta helposti poimia täydellisen miehen ominaisuudet. Hän hoitaa kodin ja lapset uhrautuen vaimon uran ja tekemisten edessä, hän sietää vaimoltaan mitä tahansa päätöksiä, esimerkiksi tosi-tv-ohjelmaan mukaan lähtemisen ja anopin jatkuvat vierailut. Hän ei puhu, hymyilee vain pienesti. Täydellisen miehen kumppani taas on voimakastahtoinen nainen, joka viilettää vailla kipukynnystä pitkin maailmaa ja paljastaa perheen yksityisasiat jokaiselle toimittajalle, joka

kysyy. Täydelliset lapset eivät ikinä kiukuttele.

Juttu on perinteiset sukupuoliroolit haastava ja rikkova. Yleensä kodin ja lastenhoito on nähty naisen vastuualueina kun mies keskittyy uraan.

Toisaalta vaatimukset naisellekin on melko kovat, synnytyksen jälkeenkään ei saa maata sängyssä edes loppupäivää.

### *5.4.3 Suhteet*

Kolmetoista juttua päätyi otsikon ”suhteet” alle. Jutuista suurin osa käsittelee tavalla tai toisella parisuhdetta tai perhettä, mutta yhden aiheena on ystävän kadehtiminen ja yhden aiheena häästrestistä johtuvat välirikot ystävien kanssa.

Enimmäkseen parisuhteeseen liittyvät jutut keskittyvät niin sanottuun tavalliseen parisuhteeseen ongelmiseen. Riitelystä puhutaan, yhteisen ajan puutteesta ja siitä, että pettäminen ei kannata. Lisäksi on juttu haluttomuudesta, siitä kärsivät molemmat sukupuolet.

Perinteisen parisuhteen sijaan kahdessa jutussa puhutaan muista parisuhdemuodoista, polyamoriasta ja ryhmäliitosta, parinvaihtamisesta ja avoimista suhteista. Toisessa jutussa nimellään esiintyvä haastateltava kertoo omasta elämästään, toisessa jutussa erilaisia suhdemalleja esitellään yleisemmin. Kainalojuttuna on polyamoristi Leena. Toisessa jutussa asiantuntija epäilee suhteen toimivuutta pitkällä tähtäimellä, toisessa selitetään vielä faktalaatikossa, mistä suhteissa on kyse. Jälkimmäisessä jutussa on toimittajan omaa pohdintaa.

Parisuhteiden lisäksi kategoriassa on kaksi juttua lapsettomuudesta, joko vapaaehtoisesta tai vastentahtoisesta. Lisäsin ne suhteet-kategoriaan, koska kyse on kuitenkin perheen sisäisestä asiasta, tai päätöksestä, joka vaikuttaa parisuhteeseen merkittävästi.

Lisäksi kategoriassa on juttu yksinhuoltajasta, jonka mies ei halua olla tekemisissä

lapsen kanssa, juttu sinkkujen uusista parinetsintätavoista ja kirjailijahaastattelu, jossa kirjailija kertoo millaista on olla ”puuma” ja kannustaa muitakin naisia estottomuuteen.

Tarkastelen juttuja lähemmin poimimalla juttuja kolmeen alakategoriaan, jotka ovat vanhemmuus, parisuhde ja ystävät. Näiden kategorioiden ulkopuolelle jää sinkkujen parinmetsästyksestä kertova juttu, mutta sen anti tälle tutkimukselle on vähäinen.

### *Vanhemmuus*

Vanhemmuudesta puhutaan kolmessa jutussa.

”Elämää ovulaatiota odotellessa” (ESS 19.12.2009) julkaistiin osana Naisten saunassa -juttusarjaa. Sarjan ideana oli kutsua muutamia, tällä kertaa neljä, naista ikäänkuin saunan lauteille keskustelemaan jostain naisten elämään liittyvästä aiheesta. Juttu on kirjoitettu dialogin muotoon ja toimittajan kommentit ja kysymykset on jätetty kokonaan pois.

Tällä kertaa sarjan aiheena oli lapsettomuus. Mukana oli kaksi äidiksi haluavaa naista, yksi sijoituslapsien vanhempi ja yksi biologisia lapsia vuosien yrittämisen jälkeen saanut nainen.

Ingressissä toimittaja kertoo, että kyyneliltä ei keskustelun aikana vältytty. Aiheesta ei mielellään keskustella ulkopuolisten kanssa ja utelut saattavat aiheuttaa suurta mielipahaa. Juttu on sanomalehtijutuksi pitkä, koko sivun laajuinen. Jutussa naiset keskustelevat siitä, miltä tuntuu harrastaa seksiä kalenteri kädessä ja aina pettyä, kesken menneistä raskauksista ja erilaisista hoidoista, joita he ovat läpikäyneet. Sukulaisten ja tuttavien reaktiot käsitellään myös ja omat tunteet, kun ystävät saavat lapsia.

Tämä juttu menee ainakin vertaistuen kategoriaan. Yksi haastateltavista kertoo

siitä, miten suurta syyllisyyttä hän on tuntenut kyvyttömyydestään tulla raskaaksi. Lääkärikin oli sanonut miehelle, että kyllä näillä siittiöillä pitäisi nainen raskaaksi saada. Tuntuu pahalta mennä aina kertomaan miehelle, että kuukautiset ovat taas alkaneet. Naiselle oli jopa määrätty rauhoittavia lääkkeitä, koska stressi oli niin suurta. Hän oli huutanut välillä miehelleen, että ota itsellesi parempi nainen. Toinen nainen oli tehnyt raskaaksi tulemisesta oman projektinsa. Hän nosti jalat ilmaan vasta kun mies oli mennyt pesulle ja teki raskaustestejä salaa. Hän ei halunnut kertoa tunteistaan kenellekään. Asiasta ei koskaan puhuttu kotonakaan. Raskaus pyöri silti mielessä koko ajan. Vaikka yrittäminen kesti neljä vuotta ja seuraavan lapsen kohdalla kolme, hän ei sopinut mitään menoja tulevaisuuteen. Sitten kun hän lakkasi stressaamasta, raskaus alkoikin. Toista haastateltavaa ärsyttää tämä neuvo. Hän on yrittänyt lasta kaksi vuotta. Mies oli pyytänyt häntä olemaan kertomatta ovulaatiosta, koska se vei ilon seksistä. Nainen oli suuttunut tästä. Hänen mielestään lujittaa suhdetta, kun molemmat tekevät osansa yrittämisessä, vaikka se tarkoittaisi pakkoseksiä kalenteri kädessä. Osa pariskunnista oli kertonut ongelmista avoimesti muillekin, osaa kyselyt loukkasivat valtavasti. Toisten äitien näkeminen oli vaikeaa ja äitienpäivät ”helvettiä”. Välit raskaaksi tulleisiin kavereihin viilenivät, koska asia oli liian vaikea kohdattavaksi.

Johtuu ehkä juttukonseptista, että miesten osuus jutussa jää vähäiseksi. Raskauden yrittäminen ja siihen liittyvät tunteet vaikuttavat olevan naisille vaikeampia asioita kohdattavaksi. Jutussa ei puhuta siitä, oliko isänpäivä miehille helvettiä tai menikö heillä välit perheellisiin kavereihinsa.

Naiset tunsivat syyllisyyttä ja huonommuutta siitä, että he eivät tulleet raskaiksi. Kukaan ei ainakaan tässä haastattelussa syyllistänyt kumppaniaan asiasta. Naisen kuuluu olla äiti, tai hän on jotenkin epäonnistunut naisena.

Samaa teemaa toiselta puolelta käsittelee juttu ”Vapaaehtoisesti puolustuskannalla” (ESS 6.2.2010). Siinä haastatellaan 32-vuotiasta naista, joka ei halua lapsia. Jutussa on mukana aika runsaasti toimittajan omaa pohdintaa ja jutun perässä onkin toimittajan kommentti, jossa tämä kertoo olevansa myös ainakin

suurinpiirtein vapaaehtoisesti lapseton.

Etunimellään jutussa esiintyvä Maija kertoo olevansa vapaaehtoisesti lapseton, eli vela. Hän luuli sen olevan hyvä asia suhdemarkkinoilla, mutta kaikki parisuhteet ovat katkenneet siihen. Jos nainen ei halua lapsia, hänet leimataan lapsivihaajaksi. Miehillä vastaava leimaa ei lyödä. Maija ei ole lapsivihaaja, mutta ei vain halua omia lapsia. Kissat ovat kivempia, hän nauraa. Lapsettomien pitää aina perustella valintaansa. Maija oli sanonut, että tekisi abortin jos tulisi raskaaksi ja läheisimmätkin ystävät olivat loukkaantuneet. Maija on harkinnut myös kohdunpoistoa terveydellisistä syistä, mutta se nostatti laajaa vastusta. Yhteiskunnassa nainen joutuu kärsimään vaihdevuosiin asti koska hänen oletetaan jossain vaiheessa kuitenkin lapsia haluavan. Maijakin myöntää, että mieli olisi saattanut muuttua, mutta kymmenessä vuodessa niin ei ole käynyt. Lisääntymisestään ei saa päättää ennen kuin 30-vuotiaana, niin tiukka on yhteiskunta. Helpommalla pääsevät tahattomasti lapsettomat. Veloja syytetään itsekkäiksi, vaikka syy voi olla päinvastainenkin. Maija ei ole vielä pohtinut vanhuuttaan, ja kuka häntä sitten hoitaa ja käy katsomassa.

Juttu on tyyliltään aika provosoiva, ja se varmasti ärsyttääkin monia. Etenkin kohdat, jossa lapsia verrataan kissoihin ja joissa haastateltava sanoo suoraan, että tekisi abortin jos tulisi raskaaksi. Toisaalta jutussa on kiinnostavaa pohdintaa ikärajoista oman kehon päätäntävällän suhteen. Se herättää ajatuksia.

Jutun kommentissa toimittajakin paljastaa olevansa vapaaehtoisesti lapseton, vaikkakaan ei aivan yhtä ehdoton kuin Maija. Mietin, kuinka tämä asia näkyy jutussa? Haastateltava on ehkä kertonut räväkästi mielipiteistään koska toimittaja ei ole tuominnut niitä, vaan on antanut hyväksyntää. Ehkä toimittaja on hakenut haastateltavalta vahvistusta omille ajatuksilleen? Se voi tuoda lisää keskusteluun, toisaalta kyseenalaistaminen jää silloin pois. Juuri toimittajan paljastuksen takia jutun sävy saa keskustelevan ja vertaistuellisen otteen. Haastateltava ei ole uskaltanut puhua vaikeasta aiheesta koko nimellään tai kuvallaan. Toimittaja on pistänyt oman persoonansa peliin laittamalla oman kuvansa jutun kommenttiin.



Vastaavaa toimittajan panostusta ei ole vertailujutussa, jossa käsiteltiin tahatonta lapsettomuutta. Se ehkä häiritseekin vähän, koska toimittajan kysymykset on häivytetty jutusta, joka on olevinaan vapaata keskustelua. Tuskinpa toimittaja on silti ollut äänetön observoija.

Kolmas vanhemmuutta käsittelevä juttu (ESS 1.10.2011) on lahtelaisen yksinhuoltajan haastattelu. Hän esiintyy jutussa nimettömänä.

”Kun tekee lapsen ilman miestä, pitää varautua epämiellyttäviin kysymyksiin.

Niina (nimi muutettu) on kahden lapsen yksinhuoltaja. Niinan lapsilla on eri isät, mutta kumpikaan mies ei ole juurikaan lastensa elämässä mukana.”

Juttu alkaa konkreettisillä esimerkeillä siitä, kuinka pieni poika hakee huomiota aikuisilta miehiltä, koska isää ei ole. Myös jutun otsikoksi valittu sitaatti ”Miksi isä ei hae mua hoidosta?” lapselta on tunteisiin vetoava. Lapsihan ei voi ymmärtää aikuisten ratkaisuja. Niina kertoo, että esimerkkihethkinä hän on saanut kipeän muistutuksen siitä, kuinka paljon lapsi kaipaa isäänsä. Vaaleanpunaista hattarahöttöä hän ei lupaa kenellekään joka lapsen hankkii yksin. Hän sanoo, että yksinkin selviää, muttei kannusta ketään hankkimaan lasta yksin. Kannattaa miettiä myös tulevaa murrosikää. ”Miehestä olisi hyötyä” hän sanoo. Jos lapsen kuitenkin hankkii yksin, kannattaa jo etukäteen varautua siihen, että lapsi haluaa tietää isästään ja omasta historiastaan. Niina kertoo valinneensa avoimen linjan, hän on kertonut, että pojalla on kyllä isä, mutta tämä ei silti tule heillä käymään. Muihinkin kysymyksiin hän yrittää vastata.

Pojan isä lähti pois, kun Niinan raskaus oli vasta alkumetreillä. Sen olisi voinut vielä pysäyttää, mutta Niina ei halunnut. Hän kertoo silti puhuneensa asiasta ystävilleen ja itkeneensä paljon. Niina kertoo, että jotkut ovat ihmetelleet hänen päätöstä, mutta hän oli tehnyt lasten kanssa selviämisestä itselleen elinehdon. Romahtaminen ei vain ollut mahdollista. Niina ei halunnut pyytää apua lasten hoitamiseen, vaan päätti selvittää yksin. Jälkeenpäin hän ihmettelee, että jaksoi niin hyvin ja on onnistunut kasvattamaan kaksi tasapainoista ja onnellista lasta. Hän kertoo olleensa aina lapsia varten ja mukana näiden elämässä. Monessako ydinperheessä voidaan sanoa samaa?

Niina muistuttaa, että se, että mies on olemassa, ei automaattisesti tarkoita sitä, että perhe voi hyvin. Äiti saattaa silti joutua tekemään kaikki työt yksin tai avioliitto voi päättyä ikävästi. On parempi olla yksin kuin huonossa suhteessa. Sitä paitsi, hyväkin puoliso voi vaikka kuolla, ja silloin lapsen joutuu kasvattamaan yksin.

Jutussa kerrotaan, että yksin lapsen hankkivien naisten määrä on kasvanut viime vuosina. He ovat yli kolmekymppisiä, hyvin koulutettuja ja miettineet lasten hankkimista pitkään ja tarkasti. Jutussa ei kerrota, mihin lähteeseen väite perustuu.

Niina huomauttaa, että lapsen hankkiminen yksin on itsekäs päätös. Pitäisi miettiä sekä lapsen että isän oikeuksia. Myös taloudelliset asiat kannattaa laskea tarkkaan, sillä lapsi tulee kalliiksi, ja kaikki pitää maksaa yksin. Erilaiset tuet eivät kata todellisia kustannuksia. Lisäksi Niina muistuttaa, että lapsi tarvitsee kuitenkin miehen mallin elämäänsä, tosin se voi olla joku muukin kuin isä. Etenkin poikalapsi tarvitsee miestä. Niinan perheessä miehen mallina on ollut pappa. Niinan huolehtii myös siitä, kuinka lapsille käy, jos hän itse kuolee. Myös uusperhekuviot saattavat olla mutkikkaita. ”Kumppaneita tulee ja menee” Niina kuvailee.

Jutun lopussa Niina kuitenkin sanoo, että toisaalta hän saa päättää yksin lasten kasvatuksesta ja heidän elämästään. Vaikka hän joskus kaipaa tukea arkisiin asioihin, hän ei lainkaan kadu päätöstään pitää lapset. ”Vieressä Roni pyöräyttää kasvoilleen muikkeen hymyn ja hänen silmänsä sädehtivät” juttu päättyy.

Jutun yhteydessä on faktalaatikko, jossa kerrotaan niiden äitien määrä, joille valtio maksaa elatusapua, koska isää ei ole, ja yksinäisten naisten koeputkihedelmöitysten määrä. Ei ole tehty varsinaista tutkimusta siitä, kuinka moni nainen kasvattaa lapsiaan täysin yksin.

Jutussa vedotaan lukijan tunteisiin esimerkkien kautta. Siinä on myös

selviytymistarinan kaari, vaikeuksien jälkeen lopussa todetaan, että asiat ovat kuitenkin hyvin ja Niina ei kadu. Toisaalta jutussa on myös ristiriitaisuutta, koska yksin olemisesta sanotaan sekä hyviä, että huonoja puolia. Perinteisiä sukupuolirooleja ei kyseenalaisteta, vaan tuodaan päinvastoin esiin sitä, että lapsi tarvitsee sekä naista että miestä elämäänsä. Toisaalta sanotaan, että lapsen hankkiminen yksin ei kannata, toisaalta huomautetaan, ettei perinteinenkään perhemalli ole aina onnellinen. Äiti saattaa silti joutua tekemään kaikki kotityöt.

### *Parisuhteet*

Parisuhdejuttuja oli kahdeksan. Voisi ajatella, että ne ovat Tuokio-sivujen ydinaluetta, kodin seinien sisäpuolelle jäävää naisten ominta tilaa. Tuokio-sivujen parisuhteet eivät kuitenkaan edusta perinteisintä parisuhdemallia. Kahdeksasta jutusta peräti kaksi käsittelee polyamoriaa.

Näyttelijä Mia Renwallilla on useampi kumppani, yksi Amerikassa ja muita Suomessa (ESS 23.1.2010). Renwall on jutussa nimellään, muttei kuvallaan. Renwall kertoo, kuinka hän nuorena seurustellessaan huomasi silti ihastuvansa muihinkin. Ensimmäinen suhde ei kestänyt toisia kumppaneita, ja vasta viime keväästä asti Renwallkin on elänyt polyamoristisessa suhteessa. Hän myöntää, että mustasukkaisuuttakin on, mutta sanoo, että se pitää vain käsitellä. Renwallin mielestä on luonnollista tuntea vetoa useaa eri ihmistä kohtaan ja hakea eri asioita eri kumppaneilta. Yksiavioisessa suhteessa pitää olla vain, jos se on molemmille aidosti okei. Renwall korostaa, kuinka polyamoristisessa suhteessa on tärkeää kertoa toiselle usein, miksi rakastaa juuri häntä. Joskus Renwall on tavannut ihmisen, joka on alussa hyväksynyt avoimen suhteen, mutta myöhemmin ollut mustasukkainen.

Faktalaatikossa on faktaa tunnetuimmasta vapaasuhteilijasta Jean-Paul Sartresta. Kainalona seksologi Leena Väisäsen kommentti siitä, että polyamoria sopii vain murto-osalle ihmisistä, ja tällaisetkin suhteet vaativat kaikkien osapuolten neuvottelua.

Vielä harvinaisempia ovat täydellisen samanarvoiset suhteet, sillä yleensä ihmisellä on yksi pääkumppani ja sen rinnalla sivusuhteita. Väisänen kertoo tutustuneensa polyamoriaan Amerikassa, hän huomasi, että suhteet ovat erittäin vaikeita. Vaikka historiasta kumpuavaa taloudellista pakkoa yksiavioiseen avioliittoon ei enää ole, ei Väisänen silti usko, että polyamoriasta tulee suosittua tulevaisuudessakaan.

Jutun näkökulma on sikäli erilainen, että haastateltava sanoo, että yksiavioiseen suhteeseen pitää lähteä vain, jos molemmat aidosti haluavat, eikä toisin päin. Yleensä näin sanotaan moniavioisesta suhteesta, joka kuitenkin on poikkeus normiin.

Vaikka haastateltava kertoo jutussa suhteistaan avoimesti nimellään, häntä ei ole kuvattu. Jäin miettimään miksi.

Jutussa haastateltava saa kertoa mielipiteistään vapaasti, mutta jälkepäin kysytään kuitenkin asiantuntijalta, että onko tämä nyt normaalia.

Juttu on Etelä-Suomen Sanomien jutuksi rohkeahko, ja ilmeisesti tarkoitettu ns. puheenaiheeksi. Jutun lopussa onkin linkki nettiin, missä voi keskustella siitä, suostuisiko itse vastaavaan.

Toinen polyamoriaa ja muita vapaita suhteita käsittelevä juttu julkaistiin 21.1.2012. Jutun alussa väitetään, että seksistä ei puhuta Suomessa, mutta se ei silti estä ihmisiä toteuttamasta seksuaalisuuttaan esimerkiksi parinvaihdon tai polyamorian muodossa. Toisaalta jehovat ja nunnat eivät harrasta esiaviollista seksiä lainkaan. Kulttuurisen tottumuksen mukaan seksuaalisuudeksi mielletään yhdyntä ja avoin flirttailu. Toisaalta islamilaisissa maissa pelkkä katsekin voidaan tulkita seksiksi. Yleisesti tunnetuin poikkeuksellinen suhdemuoto on polyamoria, joka voi olla uskonnolliseksi miellettyä polygamiaa, ryhmäliitto tai vain avoin suhde. Polyamoristien puheenjohtaja harmittelee, että moni pitää heitä vai itseään etsivinä nuorina tai ajattelee, että monisuhteessa joku aina kärsii. Parinvaihtajat taas harrastavat sitoutumatonta seksiä muidenkin kuin oman kumppanin kanssa. Sen väitetään olevan Suomessa uutta, mutta Keski-Euroopassa jo ihan tavallista.

Siellä parinvaihtobileisiin saavat tulla pariskunnat ja sinkkunaiset, mutta sinkkumiehiä ei huolita.

Mihin vedetään pettämisen raja, kun kaikki on sallittua yhä avoimemmassa asenneilmapiirissä. Onko ylipäätään mahdollista elää koko elämänsä saman kumppanin kanssa ihastumatta muihin?

Kainalojuttuna on 30-vuotiaan Leenan haastattelu. Leena on naimisissa, mutta hänellä on poikaystävä. Hän kertoo kainalojutussa, kuinka suhde käytännössä toimii. Hän ei esiinny sukunimellään, koska suhdemuoto herättää hämmennystä. Leenan mielestä naista, jolla on monta miestä, pidetään huorana. Faktalaatikossa on selitykset eri suhdemuodoille.

Tämäkin juttu on varsin räväkkä, ja voisin kuvitella, että se suututtaa monia lukijoita, koska erilaisista suhteista puhutaan hyvin sallivaan sävyyn. Islamilaisista ja jehovista puhumalla yritetään kai todistella, että se, mikä meille tavallisille länsimaisille ihmisille voi olla normaalia, voi puolestaan jonkun toisen mielestä olla tuomittavaa, joten meidänkään ei pitäisi tuomita sitä, mikä meistä tuntuu liialliselta.

Toisin kuin aiemmassa polyamoriaa käsitelleessä jutussa, tässä jutussa ei nostettu esiin mahdollisia ongelmia, vaan äänessä ovat ainoastaan parinvaihtajien ja polyamoristien järjestöjen puheenjohtajat.

Muissa jutuissa pitäydytään perinteisissä miehen ja naisen välisissä parisuhteissa. Niitä kuitenkin lähestytään usein ongelmien kautta.

30.1.2010 julkaistussa jutussa puhutaan riitelystä. Haastattelussa ovat yli kolmekymppiset Minna, Riitta ja Jaakko.

Minna kertoo, että heillä hän yleensä hikeentyy jostain, ja mies alkaa mököttää. Riidanaiheet ovat yleensä naurettavia ja mies ylireagoi. Hän myöntää kuitenkin, että voisi itsekin yrittää hillitä itseään. Anteeksi ei pyydellä, ellei ole sanottu jotain

tosi ikävää, vaan riidat unohtuvat itsestään.

Riitan kotona molemmat harrastavat mykkäkoulua. Riitelyä on harvoin, mutta se voi lähteä pienestä.

Jaakon suhteessa riita voi myös lähteä mistä hyvänsä, jos olosuhteet ovat otolliset, esimerkiksi vaimo nälkäinen. Sitten molemmat alkavat huutaa. Jaakon ratkaisu on häipyä hetkeksi. Alussa vaimo ei tätä ymmärtänyt, mutta on nyt jo tottunut.

Jaakon on parasta saada rauhoittua yksin. Ennen nukkumaan menoa riidat on kuitenkin ratkaistava.

Lopussa haastateltavat antavat esimerkkejä asioista, joihin ei riidellessäkään saa sortua, esimerkiksi toisen henkilökohtaisten ominaisuuksien nälvimiseen, vanhojen kaiveluun tai että vaikka sanoisi, ettei olisi ikinä halunnut tutustuakaan.

Faktalaatikkoon on koottu yleisimpiä riidan aiheita.

Minikainalossa on vahingollisimmat riitelymallit suhteessa, lähteenä kaksi kirjaa. Jutun isommaksi kainaloksi on taitettu toisen toimittajan tekemä juttu, jossa psykologi ja perheterapeutti Aino Pulkka kertoo, miten kannattaa riidellä, sillä vanhemmat antavat lapsillekin esimerkkiä siinä.

Jutussa on hauskoja arkisia esimerkkejä riidan aiheista, niistä saa lohtua, että kyllä muillakin riidellään. Naiset syyttelevät näköjään herkemmin miestä riidoista, mies myöntää itsekin usein huutavansa ja ärsyyntyvänsä.

Jutun lopussa linkki nettiin, missä voi keskustella omista riidoista.

8.10.2011 ”Älä petä” juttu käsittelee uskottomuutta.

Vaikka lööpit kirjoittavat salarackaista kevyeen sävyyn, uskottomuuteen liittyy lähes aina suurta tuskaa ja se koskettaa monia ihmisiä. Jutun haastateltavana on psykologi Kari Kiiänmaa. Kiiänmaan mielestä lööpit yrittävät tehdä jostain moraalisesti paheksutusta hyväksyttävämpää. On helpompi puhua syrjähyypystä kuin huorin tekemisestä, vaikka molemmissa on kyse samasta.

Kiianmaa ei tiedä onko pettäminen nykyään yleisempää, mutta monen elämää se koskettaa. Parisuhteista on tullut entistä kuormitetumpia. Perhe-elämän ohella on tehtävä uraa ja hankittava omaisuutta ja oltava hyvä isä ja äiti, ystävä, mies ja vaimo. Aika ja voimavarat eivät riitä, joten puolisoon panostetusta ajasta tingitään ensimmäisenä. Lisäksi entisistä miehen ja naisen roolimalleista on luovuttu. Vaikka ne kahlitsivat, ne myös suojasivat perhe-elämää. Nyt korostetaan onnellisuutta ja parisuhteelta haetaan romantiikkaa, joka tekee juuri minut onnelliseksi. Jokainen on kuitenkin itse vastuussa onnestaan. Ja aina koittaa arki. Huuma kestää enintään kaksi vuotta ja suhde itseksensä 5-10 vuotta, jos sitä ei hoida. Tyytymättömyys kasaantuu ja jos siihen saumaan osuu kiinnostava ihminen, ollaan vaaravyöhykkeellä. Pettäminen on yleensä sidoksissa elämäntilanteeseen, jossa parisuhde on jätetty oman onnensa nojaan. Myös uupumus ajaa pettämään.

Kiianmaan mukaan 30–40-vuotiaat jotka pettävät, myös vaihtavat kumppania lennosta koska kuvittelevat olleensa väärän ihmisen kanssa. Sitä vanhemmat yrittävät korjata vanhan suhteen, koska yhteinen historia painaa vaakakupissa. Nopea parinvaihto ei toimi, vaan samat ongelmat ovat edessä uudessakin suhteessa. Jotkut pettävät huonon itsetuntemuksen takia. He ovat eläneet elämää joka ei vastaa omia toiveita. Kumppanille pitäisi pystyä puhumaan avoimesti. Pettäjiä Kiianmaa neuvoo miettimään miten uskottomuudesta kertoo, jos kertoo. Toisaalta moni jää kiinni tavalla tai toisella. Se voi olla pettäjälle helpotus, sillä salailu vie energiaa. Petetyn viha ja kiukku ovat pettämisen hinta, joka on syytä kestää. Keskimäärin petetty purkaa vihaansa puoli vuotta ja se pitää sallia, jotta tilanne voi laueta. Luottamuksen palautuminen kestää sitäkin kauemmin. Suhteen korjaamiseksi Kiianmaa suosittelee ammattiapua. Se vaatii paljon työtä, mutta voi kannattaa, etenkin jos parilla on lapsia.

Jutun yhteydessä on netin keskustelupalstalta poimittuja kommentteja petetyiltä ja pettäjiltä.

”Yhteistä aamiaista odotellessa” -jutun (ESS 29.10.2011) aiheena ovat arjen

kiireet, jotka eivät tunnu hellittävän. Mitä jos kumppani on yhtä kiireinen, eivätkä aikataulut osu yksiin?

Toimittaja kirjoittaa omakohtaisesti ajautuneensa miehensä kanssa tällaiseen tilanteeseen. Hän itse on säännöllisessä päivätyössä, joskus viikonloppuisinkin, mutta mies tekee vuorotyötä palomiehenä. Toimittaja kertoo, että mies on työnarkomaani, mikä on toki alkoholista parempi, mutta kun toinen on vuorokauden ympäri töissä, on turha kuvitella käpertyvänsä sohvalle kumppinin kainaloon iltaisin. Puhelimessa silloin tällöin vaihdetut kuulumiset saavat riittää. Kun yhteistä aikaa on, on mukava mennä vaikka kuntosalille yhdessä. Treenien jälkeen saunassa voi haaveilla yhteisestä lomasta, jolloin ehtii syödä aamiaista yhdessä.

Kainalojutussa on haastateltu pariskuntaa, jossa toinen on opiskelija ja toinen baarityössä. Aikataulut menevät niin pahasti ristiin, että välillä ei ehditä puhua edes puhelimesta. Vuosipäiväksi oli vaikea keksiä mitään erikoista, koska muutenkin he käyvät elokuvissa ja syömässä jos ikinä näkevät toisiaan. Joskus odotukset yhteisestä ajasta nousevat liian korkeiksi. Ikävä toista kohtaan aiheuttaa turhautumista ja pettymyksiä. Riitaa tulee siitä, kuinka yhteinen aika käytetään ja saako silloin tavata kavereita. Tällä hetkellä he ovat kuitenkin tilanteeseen tyytyväisiä. On omaa aikaa ja yhteistä aikaa arvostaa enemmän kun se on kortilla.

Ohessa on myös nimettömien henkilöiden kommentteja yhteisestä ajasta. Toisessa kainalojutussa pari- ja seksuaaliterapeutti antaa vinkkejä ja ohjeita, jos suhteessa on kiireitä. Vinkit ovat konkreettisia ohjeita, kuinka toimia tyypillisissä pulmatilanteissa.

Haluttomuus vaivaa yhä enemmän nuori pareja ja yhä enemmän myös miehiä. (”Puhuu muttei pussaa” ESS 25.2.2011) Lehdet tulvivat seksivinkkejä, vaikka kyse on tunne-elämän vauriosta, johon ajavat kevytsuhteet ja työstressi. Asiantuntijana on Tarja Sandberg. Lisäksi haastattelussa on 29-vuotias Anni,



jonka poikaystävä ei suostu seksiin. Asia vaivaa molempia ja molempien itsetuntoa. Sandbergin mukaan parit ovat puhuneet asiasta usein paljon ennen seksuaaliterapautin vastaanotolle tulemistä. Ensin hän kartoittaa, ketä ongelma vaivaa ja miten. Vaikka miesten kohdalla haluttomuus on lisääntynyt, on se edelleen silti enemmän naisten ongelma. 21-vuotias Niina ei ole halunnut seksiä pariin vuoteen. Poikaystävä haluaisi ja joskus hän suostuu. Hän ei itsekään tiedä, mistä kiinnostuksen puute johtuu, sillä muuten suhteessa on kaikki hyvin. Seksuaalisuus ei ole pakollista, mutta Sandbergin mukaan osa itsestä ja toteuttamatta, jos sitä ei ole lainkaan.

Kaikki neljä edellä mainittua parisuhdejuttua edustavat naistenlehtien perinteistä ylhäältä alaspäin puhuttelevaa kategoriaa. Lukijalle tarjotaan asiantuntijoiden neuvoja. Toisaalta tarjotaan myös vertaistukea, yhdessä jutussa toimittaja itse keskustelee lukijoiden kanssa oman tilanteensa kautta. Toimittaja kuitenkin odottaa positiivisesti parempaa huomista, eli aivan umpikujassa hän ei ole. Juttujen sävy oli asiallinen ja lämminhenkinen, kovin suureen räväkkyytteen ei ole edes pyritty.

Kahdeksas juttu on ”Heittäydy hurjaksi” (ESS 17.3.2011) Esikoiskirja Hiirestä puumaksi tarjoaa vinkkejä keski-ikäisille naisille. Oppaan kirjoittaja Sari Järn kirjoittaa kirjassa omistaan ja muiden keski-ikäisten naisten kokemuksista. Hän kannustaa naisia tutkailemaan omaa asennetaan, vaikka sanookin, ettei ole helppoa lähteä treffeille, jos edellisistä on 20 vuotta. Järn kannustaa naisia tekemään itsenäisiä päätöksiä muista välittämättä. Lopussa Järn ”hyrisee” että kun mies on parikymppinen, on kotona muutakin tekemistä kuin tiskaaminen.

Kainalona on faktalaatikko Sari Järnistä. Toisena kainalona Etelä-Suomen Sanomien toimittajan (ei jutun kirjoittaja) kommentti siitä, että kyselyn perusteella vanhemmat naiset vain ovat nyt todella kuuma ilmiö nuorten miesten keskuudessa. Nuoria miehiä viehättää naisten itsevarmuus ja estottomuus, naisia nuorten miesten iloisuus ja energisyys. Koska moni suhde on kestänyt vuosiakin, voisi toimittajan mielestä puuma-termin jo unohtaa.

Lisäksi suhteet-kategoriassa on juttu sinkkujen tutustumispäivistä luomukaupassa (ESS 19.11.2011) Turussa. Samanlaisia tapahtumia on järjestetty myös Helsingissä. Juttu on erinomainen esimerkki siitä, kuinka lehtien välinen juttuvaihto ei todellakaan aina toimi. Lahtelaiselle lukijalle on hyvin vähän merkitystä sillä, että Turussa järjestetään sinkuille kivaa puuhaa. Lahdessa ei ole edes luomukauppaa.

### *Ystävät*

Muista kuin parisuhteista tai perheestä kertoi juttu ”Vain kerran elämässä – toivottavasti!” (ESS 13.2.2010). Häiden sanotaan olevan elämän tärkein päivä, ja siksi ne saattavat aiheuttaa stressiä ja kuumentaa tunteita. Annalla meni välit poikki ennen häitä äitinsä kanssa vieraslistariidan takia. Nyt riitä jo naurattaa, vaikka silloin ei. Anna arvelee olleensa häiden takia itsekin pinna kireällä. Silti hän edelleen ihmettelee äitinsä toimintaa, vaikka lopulta kaikki sujui hyvin. Tanjalla ja äidillä taas sukset menivät ristiin niin pahasti, että koko häät peruttiin. Moni luuli, että pari erosi, mutta kynnyksensä häiden järjestämiseksi vain kasvoi liian korkeaksi. Pekan häiden valmistelut sujuivat hyvin, mutta niiden jälkeen tuli kinaa pitopalvelun ja erään ystävän kanssa. Stressi aiheutti mielipahaa monelle.

Kainalojutussa hääsuunnittelija kertoo, mitkä ovat yleisimmät kiistan aiheet, ja miten niiltä parhaiten vältytään, puolin ja toisin. Tärkeintä on, että juhla on parin näköinen.

Jutussa kerrotaan elävän elämän esimerkeillä humoristisesti aiheesta, mutta ilman nimiä. Jälleen asiantuntija kertoo lopuksi, miten olisi pitänyt tehdä.

”Ystävän kadehtimista hävetään” (ESS 24.3.2012) -juttu muistuttaa aluksi, että kaikki tuntevat kateutta, mutta ystävien välinen kateus on niin pelottava asia, ettei siitä puhuta edes saduissa. Antiikin Kreikasta sentään löytyy jotain.

Psykoanalyttikko Elina Reenkolan mukaan kateutta herättää erityisesti toisen tyytyväisyys johonkin. Toisaalta moni saattaa itsekin yrittää tarkoituksella saada muut kadehtimaan itseään. Naisten tunteista kirjoittanut Reenkola sanoo, ettei kadehtija yleensä tunnista tunnetta vaan pyrkii mitätöimään toisen.

Kateutta on kahdenlaista, hyvää ja huonoa. Hyvä on ihailua ja ajaa itseä olemaan toisen kaltainen. Huono on tuhoavaa. Naisen on vaikea tunnistaa itsessään tuhoavia piirteitä. Kateus herättää naisessa syyllisyyttä ja häpeää. Siitä voi kuitenkin olla iloaikin, jos tunnetta pystyy käsittelemään. Kateuden vastalääke on armo, sanoo pastori Jaakko Heinimäki.

Jutun faktalaatikossa on faktaa kateudesta yhtenä kuolemansynneistä. Jutussa jälleen asiantuntijat antavat ohjeita, ja toimittaja tarjoaa hyväksyntää. Jutussa puhutaan jostain syystä naisen tunteista, vaikka kateus on varmasti universaali tunne, jonka miehetkin tietävät. Syys saattavat olla erilaisia, mutta loppujen lopuksi pohjimmiltaan varmasti kumpuavat samasta lähteestä. Jutun uskonnollinen näkökulma on mielenkiintoinen ja historiallinen tausta kiinnostaa. Ihmettelin kuitenkin, että jutussa sanotaan, ettei edes saduissa käsitellä kadehtimista. Eihän niissä muusta puhutakaan! Lumikin äiti ja Tuhkimon sisaret ovat maailman tunnetuimpia kadehtijoita. Vai onko perheenjäsenten välinen kateus sitten vähemmän tabu aiheeksi?

#### *5.4.4 Tyyli*

Niin ikään kolmentoista jutun aiheena oli tyyli ja muoti. Jutut vaihtelivat perinteisestä muotijutusta pohdiskelevimpiin juttuihin, kuten hilpeään burleskijuttuun tai juttuun siitä, kuinka opettajan sopii pukeutua työssään.

Verrattuna naistenlehtien muotijuttuihin, sanomalehden muotijutuissa on taustoittavampi ote. Kun kerrotaan, että korostetut olkapäät ovat nyt muotia, tarina alkaa katsauksella historian vaiheisiin.

Myös turkisjutussa on eettisen pohdiskelun lisäksi katsaus siihen, miten turkikset ovat olleet osa ihmisten pukeutumista ammoisista luolamiesajoista asti.

Neljässä jutussa on mukana mies ja niistä yksi on pelkkää miesten muotia. Miehet-kategoriaan meni kaksi juttua, jotka olisivat voineet olla myös tyyli-asiaa (partajuttu ja juttu pinkistä poikien värinä), mutta niissä asiaa käsiteltiin niin vahvasti mieheyden kautta, etteivät ne mielestäni olleet sitä, mitä käsitan muotijutulla.

Muotijutuissa korostui kierrättäminen ja vaatehankintojen edullisuus. Myös muotijutuissa kannustettiin iloisuuteen ja leikillisyyteen. Tuokio-sivujen muoti on kaukana kansainvälisten ”muotiraamattujen” maailmasta, tässä annetaan vinkkejä tavallisen ihmisen elämään, niin juhlaan kuin arkeenkin.

Tämän tutkimuksen kannalta muotijuttujen sisältö ei ole kovin kiinnostava, joten en nostanut sieltä juttuja tarkempaan tarkasteluun.

#### *5.4.5 Naiset*

Kategoriaan liitin yhteensä yksitoista juttua. Osassa jutuista otettiin jo otsikossa kantaa tai kysyttiin millainen nainen saa tai ei saa olla, esim ”Nainen ei saa olla pimu eikä munaton kenraali” tai ”Saako nainen olla kaunis?”.

Jutuista viisi käsitteli tavalla tai toisella naisen ulkonäköä, neljässä puitiin naisen käyttäytymistä joko työelämässä tai kotona ja lisäksi oli juttu parhaasta iästä naisen elämässä ja humoristinen juttu siitä, millä nimityksellä naisen rinnoista saa puhua.

Kaksi kategorian jutuista meni myös miehet-kategoriaan, koska kun mies ihmettelee miksi nainen itkee, se kertoo samalla myös miehestä.

Naiset-kategoriaan olisivat sopineet tietyllä tavalla monet muutkin Tuokio-sivujen jutut, koska jutut on suunnattu naisille ja pyrkivät puhuttelemaan naislukijaa. Erotin silti tähän kategoriaan vain ne jutut, joiden teema tai yksi teemoista on selvästi naiseus.

Kategoriassa silmiinpistävää on otsikoiden railakkuus.

Jutussa ”Nainen ei saa olla pimu eikä munaton kenraali” (ESS 3.10.2009) Lisa Sounio kertoo naisista työelämässä ja ylipäätään yritysten brändeistä. Sounio sanoo, että naisia esineellistetään helposti, mutta sitä ei pitäisi korostaa olemalla pimumainen tai tulemalla työhaastatteluun lyhyessä minihameessa. Souniota ärsyttää pimumaisesti puhuva nainen, eikä hän voi ottaa sitä vakavasti. Toisaalta pitää varoa munattoman kenraalin syndroomaa, sitä, että aletaan käyttäytyä miehekkäästi. Pukeutuminen ja tuoksu saa olla naisellinen.

Sounio sanoo, että sekä miesten että naisten pitää pyrkiä aitouteen. Itsekin hän yritti olla jotain muuta kuin oli. Usein vasta 40-vuotiaana naiset uskaltavat olla aitoja. Aitous on menestyksen avain, esimerkiksi siitä Sounio nostaa Timo Soinin. Mutta Suomessa ei osata hyödyntää kaupallista potentiaalia, eikä Soininkaan nimellä siksi myydä grillejä.

Brändi on Sounion mukaan sielu ja pärsä samassa paketissa, uusi ja hienompi nimi asialle, joka on tiedetty aina. Asiakkaalle pitää aina tarjota jotain ekstraa ja parempaa kuin tämä on osannut odottaa. Brändi muodostuu pienestä; miten vastataan puhelimeen ja sähköposteihin, miten irtisanottuja kohdellaan ja niin edelleen. Suomessa ei olla kiinnostuneita brändäämisestä, vaikka tietoisuus siitä on lisääntynyt.

Juttu käsittelee sekä naiseutta että työelämää. Sounio on suorasanaisten haastateltava, jolla on vahvat mielipiteet. Jutussa arvotetaan erilaista naisena olemista kärkkäästi. Pimumaisuus ja äijämäisyys eivät ole oikeaa naiseutta. Naiselta hyväksytyt käytös on lopulta aika ahtaissa raameissa, vaikka sanoja itse

on jonkinlaisen lasikaton naisena murtanut.

Jutussa ”Saako nainen olla kaunis” (ESS 3.10.2009) kysytään voiko nainen olla samaan aikaan kaunis ja meikattu ja uskottava. Kysymykseen vastaa tutkijatohtori Annamari Vänskä. Vänskä sanoo, että Suomessa on vaadittu luterilaiseen tyyliin naisilta aitoutta ja luonnollisuutta. Koreilu ei ole hyväksi, kauneusleikkauksista puhumattakaan, niitä pidetään epäaitoina.

Myös feministisessä ajattelussa ajateltiin 1980-luvulle asti, että muoti alistaa naista. Jos nainen laittautuu, hän tekee sen etupäässä miehiä miellyttääkseen. Muoti myös pakotti naiset yhteen korsettiin. Suomessa urbanisoitumisen taustalla oli vahva tasa-arvon eetos, naisen piti pärjätä omilla ansioillaan eikä hän ole miehen palkintopokaali. 1980-luvulla varallisuuden lisääntyminen johti kuitenkin siihen, että laittautumisesta tuli nuorille sukupolville luontevaa. Kulttuurin visualisoituminen on lisännyt ulkonäköpaineita. Ulkonäöllä brändätään itseä ja etenkin työelämässä se on tärkeää. Ei riitä että sanoo olevansa jotain, on myös näytettävä siltä. Kun yhteiskunnan ihanteena on huoliteltu ihminen, yhä useampi panostaa ihanteen saavuttamiseen. Ilmiö ei ole vain suomalainen, vaan esimerkiksi Italiassa pohjoisessa ihmetellään etelän korkokengissä kulkevia naisia.

Jutun lisänä on sitaatteja verkkokeskustelusta.

Jutun otsikko jo ohjailee miettimään, mitä nainen ”saa” tai ”ei saa” olla. En ole nähnyt vastaavaa juttua, jossa kysytään, saako mies olla komea tai kaunis. Entä saako nainen tässä yhteiskunnassa olla olematta kaunis? Jälkimmäistä kysymystä sivutaan jutun lopussa. Jutun aihe on mielenkiintoinen, mutta sen sisällä ei päästä kovin syvälliseen pohdintaan.

Juttu ”Ihania naisia eri vuosikymmenillä” (ESS 10.10.2009) julkaistiin osana ”Naisten saunassa” – juttusarjaa.

Keskustelun aiheena on ikä, mikä on paras ikä naiselle. Keskustelemassa on viisi naista eri vuosikymmeniltä (20–60-vuotiaita). Teemoina ovat vauvautelut, ruuhkavuodet, rakkaus, ulkonäkö ja paras ikä.

Kolmekymppinen törmää vauvauteluihin jatkuvasti, myös tässä jutussa, jossa 60-vuotias kysyy häneltä siitä. 50-vuotias sanoo, että vauvakuume tulee vielä, usko pois. Kolmekymppinen ei koe olevansa vielä valmis, mutta pohtii kumminkin sitä, voiko asiaa kohta enää lykätäkään. Hänen käy sääliksi ikätovereitaan, joilla ei vielä ole miestä, sillä kolmekymppiset vapaat miehet ovat silsaa.

Jutun naiset pohtivat, että naiselle 40 vuotta on pysäyttävä ikä, ja siitä on tullut kriiseiltyäkin. Nelikymppinen on elämänsä tyytyväinen, mutta pelkää häviääkö naiseus hedelmällisyyden mukana. Elämä on kiireistä juuri nyt. Muut huomauttavat, että heilläkin on kiireistä, mutta omien asioiden parissa, ei esimerkiksi lasten takia. Vaikka nelikymppisellä on kiire, hän sanoo että rakkauselämälle on yritettävä ottaa aikaa. 60-vuotias sanoo, että vanhemmatkin ihmiset harrastavat seksiä ja ovat halukkaita. Naisten huippukausi onkin vasta myöhemmin. 50-vuotiaalla on itseään viisi vuotta nuorempi kumppani, jonka kanssa hän ei kuitenkaan virallisesti seurustele.

Vanhemmat naiset ovat tunteneet, etteivät miehet enää huomioi heitä samalla tavalla, korkeintaan oman ikäiset tai vanhemmat. Kampaajaakaan ei tunnu kiinnostavan. Nelikymppistä tulevaisuus pelottaa. Toisaalta jo kolmikymppinen on tuntenut itsensä vanhaksi, kun 24-vuotias yritti iskeä. Ryppyjä löytyy ja aina niitä ei huvita katsella, vaikka niitä pidetään luonnollisina ja miehetkin rypistyvät. Paras ikä on oma ikä, tai se, jolloin tuntee itsensä itsevarmaksi. Vanhempia naisia ei enää yhtä paljon vähätellä.

Jutussa nuorin keskustelija ei päässyt juurikaan ääneen. Vaikka juttuformaatti on dialogi ihmisten kesken, keskustelua ei jutun perusteella oikein syntynyt. Ehkä siksi tämäkin juttu jäi melko pinnalliseksi, irrallisten huomioiden kokoelmaksi. Jutussa sivuttiin silti useita kiinnostavia teemoja, joista olisi mielellään lukenut

enemmänkin. Esimerkiksi vanhempien naisten seksuaalisuus voisi kiinnostaa Etelä-Suomen Sanomien lukijakuntaa. Suhteellisen nuoren lukijan näkökulmasta on mielenkiintoista lukea, kuinka naisista tuntuu, ettei edes kampaaja välitä enää näyttävätkö he hyvältä vai huonolta. Masentavaa. Haastateltavien ansiosta jutun sävy on aika inhimillinen. Se tarjoaa vertaistukea useassa elämäntilanteessa oleville lukijoille.

”Kostea kausi” (ESS 31.10.2009) kertoo siitä, mille ja miten naiset itkevät ja miten miehet asian näkevät. Haastateltavana on kaksi miestä, jotka ovat havainneet, että nainen saattaa itkeä myös ilman (miehelle) näkyvää syytä, mutta siitä huolimatta kannattaa olla tukena ja pitää mielipiteet ominaan. Vähättely ei kannata.

Juttu perustuu brittitutkimukseen, mutta sitä haastateltavat pitävät liian stereotyyppisenä ja liioittelevana, sillä tutkimuksen mukaan nainen itkee aikuisena 2,5 tuntia viikossa.

Naisille itkeminen on sallitumpaa kuin miehille, mies itkee vain urheilutapahtumissa tai muuten erityisestä syystä kuten sodassa tai läheisen tai kunniansa menettäneenä. Amerikassa mies saa itkeä helpommin kuin Suomessa.

Minikainalona jutussa on toimittajan humoristinen kommentti.

Juttu on aika stereotyyppinen, vaikkakin ehkä myös realistinen. Vaikka aiheena on ihmetellä kaikelle ulisevia naisia, jutussa huomautetaan myös, että suinkaan kaikki naisetkaan eivät itke saman verran. Sukupuolta käsittelevissä jutuissa ongelmana onkin yleensä liika yleistäminen. Kaikki naiset tai miehet luokitellaan samaan ryhmään. Ryhmän monimuotoisuuden tunnustaminen tuhoaisi jutun kärjen, joten se jätetään usein kokonaan tekemättä.

”Oi käsivarret” (ESS 21.11.2009) on juttu siitä, että naisten käsivarsista on tullut



uusi peppu. Niiden kuuluu olla nyt treenatut ja kiinteät, kuten Michelle Obamalla. Kommenttia on kysytty länsimaisen ruumiillisuuden tutkijalta, joka myöntää, että treenattujen käsivarsien esittely on elegantti tapa vihjata paljasta pintaa näyttämättä, missä kunnossa kroppa on. Tiukat käsivarret kertovat siitä, että ihminen on nuorekas, kaunis, hyvinvoiva, menestyvä, voimakas. Toisaalta Madonnan käsivarsia kauhistellaan, ne ovat liiankin treenatut. Naisten elämä on ainaista tasapainoilua sen välillä, mikä on sopivaa. Vaikka asiasta ei juuri puhuta, tutkijan mukaan on selvää, että hyvä ulkonäkö edistää menestymistä työelämässä. Michelle Obaman trainer on paljastanut käsivarsitreenin salat ja ne neuvotaan kuvien kanssa myös ESS:n lukijoille.

Jutussa ilmiötä lähestytään huumorin keinoin. Ulkonäköpaineita on naisilla riittämiin, mutta kun niitä lähestytään sisarellisen hulluttelun merkeissä, ne eivät tunnu yhtä ahdistavilta. Jos juttua lukee vakavissaan, on hyvinkin uuvuttava ajatus, että hyvä ulkonäkö automaattisesti edistää menestystä työelämässä.

”Naisen kruunu” (ESS 9.1.2010) kertoo 45-vuotiaasta Tarusta, jolta lähtivät hiukset ja muutkin karvat. Hiusten menetys oli kova paikka ja naiseus ajautui kriisiin. Toisaalta muut vähättelivät ongelmaa. Peruukit ja irtokulmakarvat eivät tunnu luonnollisilta ja ovat kalliita. Nyt Taru on jokseenkin tottunut kaljuuteensa.

Kainalona on juttu siitä, mitä naisten hiukset symboloivat. Toisena kainalona ovat naisen kaljuuntumisen syyt.

Omassa laatikossa on lukijoiden kommentteja, joista valtaosa haluaa, että naisella on oltava pitkä tukka.

Jutussa on kiinnostava aihe, mutta taviksen tarinan lisäksi juttua olisi voinut syventää pohtimalla hiusten merkitystä. Missä vinkit ovat tällä kertaa? Nyt Taru jää yksin ongelmansa kanssa kun lukijatkin vielä teilaavat kaljun naisen. Olisi kiinnostavaa kuulla, mitä lukijoiden kommentteista sanovat vapaaehtoisesti kaljut naiset, joita myös on olemassa. Kaljuna oleminen vaatii naiselta kanttia.

Naiseuden rajat ovat tämänkin jutun mukaan tiukat.

”Kun roolit vaihtuvat” (ESS 16.1.2010) käsittelee sitä, kuinka perinteinen jako työelämässä on säilynyt. Miehet työskentelevät teollisuudessa ja naiset hoiva-alalla. Haastattelussa mies ja nainen, jotka valitsivat toisin.

Nainen kertoo usein tulevansa sivuutetuksi palaverissa, miehet kohtelevat häntä kuin ilmaa tai odottavat, että hän kaataa kahvit ja lähtee. Hänen työtään pidetään puuhasteluna. Naisen mielestä tytöt kasvatetaan liian kilteiksi ja vaatimattomiksi. Muut naiset ovat paheksuneet sitä, että lapsi on ollut isänsä hoidettavana vauvana, kun äiti palasi varhain töihin. Sosiaalialaa opiskellut mies taas kohtasi harjoittelussa sitä, että hänen oletettiin miehenä hoitavan pienet remppahommat. Miehen mielestä sukupuolella ei ole alalla väliä, mutta on hyvä, että alalle saadaan myös miehiä. Miehiä houkuteltaisiin alalle kertomalla työstä miesten kielellä. Esimerkkejä tästä miesten kielestä ei jutussa anneta.

Jutun lopussa pohditaan sitä, muuttuisivatko roolit, jos naisillakin olisi pakollinen armeija. Haastateltavat tyrmäävät ajatuksen.

Keskustelun tasolla tuntuu aina olevan hyvä ja tarpeellista, että miehet tulevat naisvaltaisille aloille, sen sijaan naisia ei ikinä kaivata miesvaltaisille aloille. Samaa keskustelua on käyty journalisminkin piirissä. Jutussa ei kyseenalaisteta sitä, eikä sitäkään, että nainen on kokenut sukupuolensa ongelmaksi ja mies eduksi. Juttuaihe on sinänsä hyvä, mutta jutussa ei syvennetä keskustelua aiheesta.

”Lihava nainen elää odotushuoneessa” (ESS 27.3.2010) on tutkija Hannele Harjusen haastattelu. Jutun mukaan naisen lihavuuteen suhtaudutaan sairautena, josta on päästävää eroon. Lihavat naiset kokevat olevansa välitilassa, vaikka olisivat olleet lapsesta asti lihavia. Lihavuus sanana merkitsee jotain niin kauheaa, ettei sitä uskalla käyttää, vaan on keksittävä kiertoilmaisuja. Viihdekuvastossa lihavia edustavat superlihavat, vaikka suomalaiset lihavat ovat enimmäkseen tavallisen näköisiä ihmisiä. Silti jos lihava menee lääkäriin flunssan takia, hänen

käsketään laihduttaa.

Miehet ovat todellisuudessa naisia lihavampia, mutta heidän kokoaan ei koeta samalla tavalla ongelmalliseksi, vaan siihen liitetään positiivisia mielikuvia. Internet on helpottanut lihavien naisten tilannetta, sillä sieltä löytyy vertaistukea ja vaihtoehtoja mainoskuvastolle. Naistenlehtiä lihavat naiset eivät kiinnosta.

Faktalaatikossa on historiallisia vuosilukuja, jolloin laihdutusaineet naisten elämässä kasvoivat.

Tässä jutussa oli kerrankin kriittinen ja feministinen ote, jota kaipaisi Tuokio-sivulle useamminkin.

Julkisuudessa plastiikkakirurgia mielletään bimbojen julkkistryrkkyjen jutuksi (”Oikeus olla kaunis” ESS 27.3.2010). Todellisuudessa tavallisin asiakasryhmä ovat keski-ikäiset naiset, jotka haluavat takaisin entisen kehonsa. He haluavat harrastaa vapaasti ja mennä rannalle. He tuntevat usein syyllisyyttä kirurgiasta juuri pinnallisuuden takia, vaikka suurimmalla osalla korjausleikkauksen tarve on ilmeinen. Rintojen kohtoutuksen ja vatsanahan kiristämisen lisäksi yleisiä toimenpiteitä ovat ryppyjen oikomiset. Niitä tehdään myös miehille.

Faktalaatikossa on hinnat ja vinkkejä, mitä pitää ottaa huomioon.

Mielestäni jutussa on mielenkiintoinen näkökulma. Juttu uppoaa vertaistuki-kategoriaan, siinä mielessä, että kerrotaan lukijalle, että muutkin aivan tavalliset naiset painivat samojen ongelmien kanssa. Toisaalta annetaan jopa hintatietoutta leikkauksista. Hinta on jutussa sikäli oleellinen tieto, että suurimmalle osalle lukijoista raha on ratkaiseva kysymys.

Jutun otsikko on taas provosoiva ”Oikeus olla kaunis”. Kauneus-sana on ongelmallinen lehtijutussa, koska sen määrittely on mahdotonta. Jutun voi lukea myös käänteisesti niin, että riippuvat rinnat eivät ole kauniit. Ja naisella on oikeus

olla kaunis. Oikeuksien mukana tulee aina myös velvollisuuksia, sanotaan.

Millainen on tämänpäivän ihannevaimo, kysyy juttu ”Kuuluuko akan kokata?” (ESS 15.10.2011). 1960-luvulla naisen kuva oli irvokas: hänet nähdään pelkästään sukupuolikohteena tai työvoimana. Keskustelu sukupuolirooleista alkoikin 60-luvun lopussa. Nykyään sukupuolirooleihin yritetään suhtautua neutraalisti. Jos puhutaan ihannevaimosta, on puhuttava myös ihannemiehestä. Selkeintä on puhua ihannepuolisosta.

Miesjärjestöjen keskusliiton puheenjohtajan Matti Rimpilän mielestä ihannevaimon ominaisuuksien listaaminen kuuluu viime vuosisadalle. Rimpilän mielestä media pyrki luomaan ihannekuvia, mutta onneksi ihmiset ymmärtävät, että asia on henkilökohtainen. ”Yhtenä päivänä vaimo on ihanteellinen, seuraavana päivänä hänet tekisi mieli tappaa. Kun on 40 vuotta yhdessä, toinen on monenlainen.” Myös Tampereen yliopiston sukupuolentutkimuksen professori Marianne Liljeström ”karjahtaa” että kysymys ihannevaimosta on mahdoton, sellaista ei ole olemassa. Samoilla linjoilla on myös Suomen UN Womenin koordinaattori Heli Järvinen, joka haluaa puhua vain ihannepuolisosta.

Nykyään pohditaan yhtä paljon sitä, millainen olisi ihannemies. Liljeström pitää jopa puoliso-sanaa ongelmallisena, koska se sisältää avioliiton taustaoletuksen. Liljeströmin mielestä on hyvä, että nykyään voi vapaasti toteuttaa itseään ja seksuaalisuuttaan erilaisissa suhteissa. Nyt ihanteellista on ihanteettomuus. Liljeströmin mielestä ainut ihanne on se, ettei mies hakkaa ja ole väkivaltainen. Mitä jää? Rehellisyys, kunnioitus ja avoimuus ovat lähes selviöitä nekin, ja vain adjektiivien listausta. Luonteenpiirteiden lisäksi on kauneusihanne, jota ihmisille tyrkyttävät erityisesti markkinavoimat.

Rimpilän mielestä suomalaisen perheen ongelma on se, että molemmat puoliset ovat sitoutuneita työhönsä. Molemmat investoivat kodin ja suhteen ulkopuolisiin asioihin, eikä kukaan pidä huolta kodin hengestä. Naisjärjestöjen keskusliiton puheenjohtaja Leena Ruusuvuori sanoo, että Suomessa eletään yllättävän vahvasti

luokkayhteiskunnassa. Puolisoilla on oltava samantasoinen koulutus ja sama tyyli käyttää rahaa. Roolistereotypiat pysyvät voimassa. Niitä pitäisi purkaa jo kotona, jokainen saa olla halutessaan yhtä hyvin prinsessa kuin palomieskin. Ruusuvuoren mielestä ihannevaimo on anteeksiantavainen, hyvähermoinen ja sitkeä. Huumori on tärkeää parisuhteessa ja perustaidot kotitöissä, 40 avioliittovuoden kokemuksella. Itse Ruusuvuori ei osaa silittää. Ihannemieheltä Ruusuvuori vaatii kehityskelpoisuutta ja ruuanlaittotaitoa. Miestä joka ei osaa edes kuoria perunoita hän ei voi huolia.

Jutun kainalojutussa Helsingin yliopiston filosofian professori Timo Airaksinen sanoo, että ihannevaimon ominaisuudet riippuvat täysin siitä, mitä on sovittu. Hyvä vaimo voi olla myös mies miehelle. Perinteinen kristillinen ydinperhemalli on enää pelkkä myytti, jota kirkko yrittää pitää voimissaan. Lainsäädäntö laahaa perässä. Nuorissa perheissä kotityöt jaetaan tasan ja hyvä vaimo tekee samaa, mitä hyvä mieskin. Tärkeintä on seksuaalinen uskollisuus, joka sekin on tosin sopimuksen alainen asia. Ja ylipäätään puolet liitoista päättyy eroon.

Juttu on vahvasti asiantuntijoilla lastattu. Osa haastateltavista kieltäytyy stereotypioista ja sanoo, ettei voi olla ihannevaimoa. Toisaalta prinsessan vastakohtana esitetään perinteisen maskuliininen palomies. Jutun yhteydessä on kerätty erilleen kaikki jutussa esiintyvät ihannepuolison määreet. Ne ovat kaikesta huolimatta varsin perinteisiä. Jutun ansiona on valittujen haastateltavien monipuolisuus. Ideaalivaimon kuva rikkoutuu, kun edes vaimon sukupuoli ei ole kiveen hakattu.

Jutussa ”Mistä nimestä tissit suuttuvat” (ESS 29.10.2011) toimittaja on tarttunut viikon ajankohtaiseen aiheeseen, kohuun siitä, millä nimellä rintoja saa nimittää tai saako niistä ylipäätään puhua. Asian selvittämiseksi on rantauduttu Lahden kauppatorille torikahvilaan. Keskustelemassa on kaksi miestä ja yksi nainen, kuvasta päätellen he ovat jo eläkeikäisiä. He ovat valmiit ”pistämään ulokeasiat kerralla kuntoon”.

Rintoja voi heidän mielestään nimittää esimerkiksi ”lapsen ja vähän miehenkin eväiksi”, lullukoiksi, rintalihaksiksi, römpäkkeiksi ja ryntäiksi, mutta paras nimitys on ihan vain rinta. Mussukoiksi ei saa kutsua ja rintojen nimittäminen kertoo huonosta itsetunnosta. Porukka laskee huumoria siitä, että ainakaan toinen miehistä ei ole rintoja nähnyt tai koskenut paitsi unissaan. Nimettömäksi jättäytyvä neljäs naishenkilö pakenee toimittajan mukaan paikalta kuultuaan juttuaiheen. Hänen mielestään hänen rintansa ovat niin pienet, ettei niissä ole mitään puhumista.

Haastateltu nainen sanoo, ettei rintojen koolla ole väliä, kunhan ne ovat luomut. Toinen mies sanoo, että parhaat ovat mitä suuremmat sen paremmat, pyöreät ja pystyt, joskaan pieni roikkuminenkaan ei haittaa, kunhan ”ei napaan asti”. Hän muistuttaa, ettei ole aikoihin tissejä nähnytkään. Nainen huomauttaa, että parhaat rinnat ovat ne, joiden kanssa itse tulee toimeen, ei mitkään ”lollot”. Sitten hän kysyy mitä mieltä toiset olisivat Sirkka-Liisa Anttilan suurista rinnoista. Kelpaisivat kuulemma yhdeksi yöksi.

Kolmikko on yhtä mieltä siitä, että rintoja esitellään tv:ssä liikaakin, on liikaa paljasta pintaa ja kaikki käyvät kauneusleikkauksissa. Tärkeintä on kuitenkin se, että rinnat ylipäättään on, ja ne ovat terveet.

Ohessa on luettelo kaikista mahdollisista rintoja merkitsevistä sanoista, lähtenä seksiaiheinen tietosanakirja.

Jutussa on humoristinen näkökulma ajankohtaiseen aiheeseen. Idea on hauska ja se on hyvin toteutettu. Juttu olisi ollut aika toisenlainen, jos haastateltavat olisivat olleet nuoria. Torilla kahvittelevilla ikäihmisillä on erilainen näkemys asioihin. Harvemmin vain he pääsevät lehdessä ääneen kommentoimaan ajankohtaisia tapahtumia. Vaikka osa kommenteista on aika ankaria, haastateltavat itseironiallaan jättävät lukijalle hyvän mielen.

#### 5.4.6 Haastattelut

Yhdeksän juttua kuuluu haastattelut-kategoriaan. Kategoria on sikäli hajanainen, että suurin osa haastateltavista on julkkiksia, mutta mukana on myös muutama paikallisesti mielenkiintoinen persoona.

Kategoriassa on suurta päällekkäisyyttä Lähikuvassa-sarjan kanssa. Mielestäni melkein mikä tahansa näistä jutuista olisi ollut toteutettavissa myös Lähikuvana tai muilla sivuilla satunnaisesti julkaistavina henkilöhaastatteluina.

Tämän työn näkökulman kannalta kategoriassa kiinnostavimmat jutut olivat, jo aiemmin Naiset-kategoriassa käsitellyn Lisa Sounion haastattelun lisäksi, koomikko Heli Sutelan ja laulaja Olli Hermanin haastattelut.

”Jotain sutinaa, Heli Sutela”(ESS 27.10.2010) -haastattelu on julkaistu ennen Sutelan esiintymistä Lahdessa. Jutun alussa hän puhuu tulevasta kiertueesta ja kultti-ilmiöksi nousseista Kumman kaa -hahmoistaan. Hän kertoo, miten komedia syntyy ja mistä asioista vitsiä voi vääntää. Kaikelle saa nauraa, kunhan sen tekee hyvin.

Sutela on harvoja naispuoleisia standup-koomikkoja, mutta hänen mielestään huumori ei ole sukupuolesta kiinni. Vitsi naurattaa kaikkia, jos se on tehty hyvin. Hän sanoo, ettei naiseus ole hänessä mikään määrittävä piirre. Kumman kaa -hahmot venyttävät naisille sallitun käytöksen rajoja, vaikka viina ja miehet kiinnostavat (toimittajan mukaan) naisia tietysti aina. Onko tulossa muita naisia kiinnostavia aiheita? Sutela sanoo, että ainut rajaus on se, että painosta ei puhuta, sillä sen avulla käytetään valtaa naisiin. Sutela sanoo olevansa feministi, kuten jokainen järkevä ihminen.

Juttu ”Rannalla kasvanut” (ESS 24.3.2012) on Reckless Love -yhtyeen Olli Hermanin haastattelu. Hän puhuu keikkatyöläisen arjesta ja suhteestaan kotikaupunkiinsa Kuopioon. Hän kertoo harrastavansa itsenään olemista ja töitä. Ulkonäöstä ja laittautumisesta hänet tunnetaan, ja siitä hän nauttii. Jos on aikaa,

hän avaa siideritölkkin ja viettää peilin edessä vaikka kuusi tuntia. Hän kertoo, että parhaiten tyyliin sopivat vaatteet löytyvät naistenosastolta ja on häntä muutenkin naiseksi luultu. Mutta hän ei usko pukeutumiseensa kohdistuvan ennakkoluuloja, tai ainakaan ei itse enää huomaa sitä. Hänellä menee hyvin, sillä hän meni hiljattain naimisiin ja saa tehdä haluamaansa työtä. Kaikessa onnistuu, kun tekee helvetisti duunia, hän sanoo.

Olli Herman tarjoaa aika erilaista näkökulmaa mieheyteen meikkeineen ja siidereineen. Hänen tyylinsä puhutti ihmisiä alussa kovasti, joten on mielenkiintoista lukea hänen oma kommenttinsa asiaan. Suhde Kuopioon ei niinkään kiinnosta lahtelaista lukijaa.

Huomioni kiinnittivät myös 16.1.2010 samalla sivulla julkaistut laulaja Mannan ja laulaja Pelle Miljoonan haastattelut. Mannan haastattelusta puolet käsittelee sitä, kuinka äitiys vaikuttaa hänen työhönsä. Pelle Miljoonan perhesuhteita ei sivuta jutussa millään lailla. Tämä tuntuu olevan tyypillistä kaikille työelämää koskeville jutuille, olipa työ sitten julkista työtä tai niin sanotusti tavallista. Juttujen perusteella ei uskoisi, että naiset ovat Suomessa olleet työelämässä jo useiden vuosikymmenten ajan, ja ilmeisesti perheet eivät silti ole kokonaan kadonneet.

#### *5.4.7 Miehet*

Kuusi juttua käsitteli miehuutta. Jutuista kaksi oli tavallaan naiseusjuttujen kääntöpuolena, yksi käsitteli miehen roolia työelämässä suhteessa naiseen ja kuului sekä ”Miehet” että ”Naiset”-kategoriaan. Kaksi oli miesten ulkonäköön liittyen ja kolmannessa mietittiin, kuinka mies kiinnostuisi imuroinnista.

”Kostea kausi” (ESS 31.10.2009) käsittelee sitä, miten ja miksi naiset itkevät. Olen käsitellyt juttua Naiset- kategoriassa. Samoin juttua ”Kuuluuko akan kokata” (ESS 15.10.2011). Sieltä löytyy myös juttu ”Kun roolit vaihtuvat” (ESS 16.1.2010).

”Seksikkyyttä siivoukseen beibe”(ESS 14.11.2009) -jutussa mieskirjoittaja vaatii,



että imuroimisesta on saatava seksikästä ja jännittävää ja siitä on myönnettävä erilaisia paremmuuspalkintoja, että mieskin innostuu. Mies myös kokkaa, mutta ainoastaan juhla-aterioita, joilla saa huomiota, nainen hoitakoon arkiaskareet. Kommenttina naistoimittaja kirjoittaa, ettei naisia kiinnosta se, miten seksikkäästi mies imuroi, vaan se, että yhteisestä kodista pidetään huolta.

Juttu on todella ärsyttävä, mutta siinä mielessä tasapuolinen, että siinä loukataan molempia sukupuolia. En tiedä onko kirjoittaja ajatellut juttua kirjoittaessaan, että se julkaistaan naistensivulla. Tuntuu, että hänei ole pystynyt suhtautumaan työhönsä vakavasti.

”Pinkistä tuli poikien väri” (ESS 1.10.2011) alkaa toimittajan omalla tarinalla: Hänellä on kaksi poikaa, jotka on aina puettu värikkäisiin vaatteisiin, joista osa on isosiskon vanhoja. Yksi väri on kuitenkin aina ollut kiellettyjen listalla, pinkkiä tai vaaleanpunaista pojille ei ole hankittu, eivätkä nämä olisi huolineetkaan, toimittaja kertoo. Hämmästys olikin suuri, kun vanhempi poika yhtäkkiä ilmoitti lempiväriksensä pinkin ja halusi alkaa pukeutua kouluun pinkkeihin vaatteisiin. Toimittaja katseli ympärilleen, ja huomasi yhtäkkiä, että myös aikuisillä miehillä on kirkkaan pinkkejä asusteita.

Seuraavaksi kerrotaan, että ilmiö ei ole uusi, vaan vielä 1800-luvulla vaaleanpunainen oli miesten väri. 1900-luvulla se alettiin liittää naiseuteen, ja vauvat alettiin pukea vaaleanpunaiseen tai siniseen sukupuolen erottamiseksi. Viime vuosien retrovillitys maanläheisine väreineen on kuitenkin mullistanut tuota perinnettä ja vanhempia on syytetty lasten sukupuolen häivyttämisestä. Toimittajan mukaan etenkin vanhemmat ihmiset valittavat, että vauvasta ei enää tiedä onko se tyttö vai poika.

Jutussa haastatellaan Helsingin yliopiston perhepolitiikan tutkija Anna Moringia, joka sanoo, että vaikka kyseessä on muoti-ilmiö, saattaa se heijastella kulttuurinormien rikkomista. Moringin mielestä 10 tai 15 vuotta sitten vaaleanpunaiseen pukeutuminen olisi kyseenalaistanut miehen maskuliinisuuden

ja teko olisi vaatinut uskallusta. Nyt siitä on tullut muotia. Moring arvelee, että osasy muoti-ilmiöön onkin juuri riemu sukupuolirajojen rikkomisesta. Pinkki on ihana väri, ja miehetkin haluavat nauttia siitä. Moring kuitenkin muistuttaa, että sukupuoliroolit on edelleen koodattu vaatteisiin muilla keinoin, esimerkiksi leikkauksilla ja kuvioilla. Pojat eivät siis ole alkaneet pukeutua tyttöjen vaatteisiin, vaan vaatimus sukupuolierosta on silti voimissaan.

Moring sanoo, että väreillä on aina jokin merkitys, ja koodin rikkominen tarkoittaa jotain. Naisille sallitaan kuitenkin enemmän kuin miehille, mikä on Moringin mielestä sääli. Värikkäästi pukeutuvat mies ja nainen herättävät molemmat huomiota, mutta miehen kohdalla tämän heteroseksuaalisuus kyseenalaistetaan. Moring ei osaa sanoa, ovatko suomalaiset tavallista tiukempia värien suhteen. Enemmän merkitystä lienee alakulttuureilla. Hipsteripoika saa pukeutua turkooseihin housuihin, mutta goottityttö ei. Vaatekaupan myyjä saa olla räikeissä vaatteissa, mutta virkanainen ei. Kirkkaat värit yhdistetään työväenluokkaan, hillityt värit yläluokkaan.

Jutun toisena haastateltavana on vaatemyyjä Aaron Murphy, joka opiskelee Lontoossa muotialaa. Murphy on seurannut läheltä pinkin nousua muoti-ilmiöksi. Murphyn mielestä punaisen sävyjä on tarjottu miehille aina, mutta nyt pinkkiin pukeutuvat muutkin kuin rohkeat. Murphy arvelee, että Suomessa pinkkiä on pidetty liian hempeänä. Lontoossa vastaavia tabuja ei ole. Maailmalta ilmiöt leviävät Suomeenkin, siksi suurkaupungeissa matkustelleille suomalaismiehille pinkin suosio saattaa olla jo vanha juttu.

Jutussa näkyy ehkä jonkin verran toimittajan oma ennakkoluulo pinkkiä kohtaan miehille, hänhän on itse kieltäytynyt hankkimasta pinkkiä pojilleen ja väittää, ettei väri olisi kelvannut, vaikka itseasiassa lapsihan halusi sitä. Toimittaja sanoo, että vanhat ihmiset valittavat nykyajan retrovillityksestä, koska enää ei tiedä, onko lapsi tyttö vai poika. Mutta nykyiset isovanhemmathan niitä samoja nyt retroja vaatteita ovat lapsilleen pukeneet silloin, kun ne eivät vielä olleet retroa. Vaaleanpunainen miesten värinä ei ole muutenkaan mielestäni niin uusi juttu, että

edellisen kerran sitä olisi tapahtunut 1800-luvulla. Esimerkiksi 1980-luvulla miehetkin pukeutuivat vaaleanpunaiseen, jopa Suomessa. On myös aika vanhanaikaista olettaa, että muoti-ilmiot rantautuvat Suomeen jälkijunassa. Samat ketjuliikkeethän myyvät samaa muotia samaan aikaan kaikkialla maailmassa. Kiinnostavampaa olisi ollut pinkin sijaan paneutua ylipäättään siihen, millainen pukeutuminen sallitaan miehille, ja mitkä ovat ne sukupuolen koodit, joita ei saa rikkoa, esim. hame tai korkokengät miehellä.

Jutun yhteydessä kolme lahtelaista miestä kertoo suhteestaan pinkkiin väriin. Yksi pinkkiin paitaan pukeutunut mies sanoo, ettei ikinä pistäisi päälleen ”sellaista gay-pinkkiä”. Jää selvittämättä, millainen pinkki on liian homoa. Sekin olisi ollut kiinnostava näkökulma juttuun.

”Parran paluu” (ESS 3.3.2011) ilmoittaa, että meikkaavat miehet ovat jäämässä parrakkaan nallekarhutyypin jalkoihin. ”Kun vielä jokin aika sitten vallalla oli kosmetiikkaa reilustikin käyttävä metroseksuaalityyppi, nyt mies saa taas näyttää mieheltä”, jutussa todetaan.

Asiantuntijana on johtava stylisti Teri Niitti. Hänen mukaansa kyse on uusmieheytymisestä. Hoitamattomuutta se ei kuitenkaan tarkoita. Kosmetiikkaa käytetään, mutta huomaamattomasti. Parta on, mutta se on hyvinkin huoliteltu. Hiukset saavat olla luonnollisesti värjätyt.

Jutussa on kiinnostavaa tietoa miesten meikkaamisesta kautta historian. Ennen se oli yläluokan huvia, nykyään dragien tai rokkareiden hommaa, ja meikkaaminen yhdistetään myös homouteen. Tosin nyt se leima on häypymässä ja miesten on sallittua käyttää kynsilakkaa ja kajalia ja hankkia rusketus. Oman tyylin ilmentäminen on naisilta omaksuttua ja nyt suurin mullistus. Suurin uhka on pinnallisuus, sillä samoin kuin laittautuvaa naista, myös miestä saatetaan pitää bimbona. Naisilla on meikkaavista miehistä monia mielipiteitä. Mutta siinä missä nainen joutuu näkemään vaivaa erottuakseen massasta, laittautuva mies erottautuu helposti joukosta.

Jutussa käytetään huolettomasti ilmauksia kuten ”mies näyttää mieheltä” ilman, että asiaa määritellään sen tarkemmin. Se on ristiriidassa jutun pointin kanssa, joka kai on se, että miehenkin pitää ja saa nykyään laittautua, vaikkei kauhean laittautuneelta näyttäisikään. Historiallinen tausta oli kiinnostava.

#### *5.4.8 Tätä päivää*

Kahdeksan Elämäntapa-kategorian juttua irrotin lopulta kokonaan omaksi kategoriakseen, jolle annoin nimen ”Tätä päivää”. Jutut ovat ajankohtaisia ilmiöjuttuja, joiden julkaiseminen on sidoksissa ajankohtaiseen tapahtumaan tai vuodenaikaan. Mielestäni niiden anti tälle työlle on vähäinen, enkä erotellut juttuja sen tarkemmin.

Juttujen aikasidonnaisuus saattoi olla hyvinkin selkeä, esimerkiksi juttu violetin värin merkityksestä päivänä, jolloin Etelä-Suomen Sanomissa tehtiin ulkoasu-uudistus ja Tuokio-sivujen tunnusväri vaihtui pinkistä violetiksi, tai kisalauantaina julkaistu juttu, jossa ihmetellään mikseivät Salpausselän kisat näy Lahden katukuvassa enemmän.

Hunksien keikalla tehty juttu oli periaatteessa ihan tavallinen keikka-arvio, joka julkaistiin pian esityksen jälkeen ja vuosikymmenen ensimmäisenä lauantaina Tuokiossa katsottiin tulevaisuuteen ja yritettiin ennustaa tulevan vuosikymmenen ilmiöitä. Etelä-Suomen Sanomat oli lähtenyt myös mukaan kampanjaan, jossa kudotaan myssyjä syöpäpotilaille. Myssyjuttu oli sivun pääjuttuna, ja jutussa pyydettiin lukijoita lähettämään omia myssyjään suoraan toimitukseen eteenpäin toimitettavaksi.

Muutama juttu olisi mielestäni kuulunut enemmänkin kotimaan uutisten puolelle, esimerkiksi juttu, jossa kerrottiin, että Lahden kaupunki on nimittänyt neljä miestä Ekokarpaaseiksi, joiden tarkoituksena on toimia kierrättämisen ja jätteenlajittelun

esikuvina Lahdessa. Kunnan pr-kampanjat ovat uutisosaston arkea.

Mielenkiintoinen ajankohtaisjuttu oli koko sivun juttu, jossa toimittaja Johanna Korhonen arvioi kaikki presidenttiehdokkaat ennen vaaleja. Vaikka Korhonen tunnetaan feministinä, jutun näkökulma ei ollut erityisesti naisnäkökulma, vaan hän arvioi ehdokkaita toimittajana. Vaikka Tuokio-sivun on tarkoitus olla viihdyttävä, myös politiikka sopii Tuokion aiheeksi.

## 6. JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää millaisia aiheita valikoituu sanomalehden naistensivuille, eli mitkä aiheet ovat naisten aiheita. Valitsin aineistokseni puolen vuoden sanomalehdet kahdelta eri jaksolta.

Tarkastelin aineistoa sekä määrällisessä että laadullisessa valossa. Määrällisen tarkastelun perusteella naisten aiheita ovat ehdottomasti luovuuteen, käsityöläisyyteen ja erilaisiin elämäntyyleihin liittyvät aiheet. Myös ihmissuhteet ja muoti olivat odotetusti korkealla sijalla. Poikkeuksia ennakko-oletuksiinkin oli, sillä aineistosta löytyi myös rahaa ja politiikkaa käsitteleviä juttuja, vaikka ne jäivätkin yksittäisiksi juttuaiheiksi.

Määrällisen tarkastelun jälkeen luin aineistoa laadullisen analyysin keinoin. Mitä jutuissa oikeastaan sanotaan, ja millaisia naiskuvia niiden perusteella syntyy. Koska aineisto oli melko laaja ja juttuja oli paljon, en yrittänyt tehdä tarkempaa diskurssianalyysia muodostaakseni kuvaa yksittäisestä Etelä-Suomen Sanomien Tuokio-sivujen mallinaisesta, vaan halusin ylipäätään tarkastella sitä, kuinka jutut uusintavat tai rikkovat sukupuolisopimusta.

Aineistooni perustuvan analyysin perusteella voisi sanoa, että Etelä-Suomen Sanomien Tuokio-sivuilla naisen asema ei ole vain yhteen rooliin rajattu, mutta silti naiselle tarjotaan lähinnä sukupuolisopimusta ylläpitävää positiota. Nainen on äiti ja vaimo, kiinnostunut ulkonäöstään ja tunteistaan, kuluttaja ja ammatissaankin sukupuolensa edustaja. Tämä näkyy siinä, mitkä kategoriat olivat aineistossani suurimpia.

Jo 1700-luvulla naisten aiheita olivat rakkaus, seksuaalisuus ja avioliitto, naisten koulutus ja käyttäytyminen (Töyry 2006). Olen jopa tyrmistynyt huomattessani, kuinka vähän on muuttunut edellisen kahdensadan vuoden kuluessa. Töyry (2006) kirjoittaa, että jo tuolloin naisten aineisto alettiin erottaa omaksi osiokseen, jonka aiheet esiteltiin erikseen tulevan numeron mainoksessa. Tämä käytäntö oli

aineiston keräämisen aikaan edelleen voimissaan Etelä-Suomen Sanomissa, jonka perjantain lehdessä vinkattiin seuraavan päivän Tuokio-sivun pääjuttuun.

Aineistossa oli muutamia irtiottoja perinteisistä ajatuksista, esimerkiksi parisuhteita käsittelevissä jutuissa, mutta loppujen lopuksi kovin radikaaleja kyseenalaistuksia ei tehty. Sanomalehden sivu ei halua ärsyttää ketään. Jäin miettimään minkä verran sivujen tekemistä ohjailee se, että vaikka mallilukija on 30-vuotias koulutettu kaupunkilaisnainen, sivun todellinen lukija on pikemminkin eläkeikäinen nainen. Todellisuudessa eläkeikäinen nainen voi tietysti olla huomattavasti vapaamielisempi kuin nuori ja elämänsä kukoistuksessa, mutta mielikuvat saattavat ohjailla toimitusta loiventamaan juttujen kärkeä ”vanhemmille ihmisille sopivaksi”. Ehkä rajojen rikkomista hillitsee myös Etelä-Suomen Sanomien linja perhelehtenä. Toimituksessa on käyty esimerkiksi terveysaiheiden tiimoilta hyvinkin kiihkeää keskustelua. Kuinka intiimeistä asioista Etelä-Suomen Sanomien sivuilla voi kirjoittaa edes terveyden näkökulmasta?

Tuokio-sivu tarjoaa lukijalle melko perinteistä naistenlehtien aineistoa. Juttujen sävy oli usein vertaistukea tarjoava, lukijaa puhutellaan ystävänä tai sisarena. Joskus toimittaja itse oli kirjoittanut itsensä jutun sisälle ”yhdeksi meistä” ongelmiseen ja pohdintoihin ja joskus vertaistukena oli muita tavallisia ihmisiä. Usein he esiintyivät jutuissa nimettöminä, mikä on mielestäni huono valinta silloin, kun jutun aihe ei ole oikeasti kovin arkaluontoinen. Toinen jutuissa esiintyvä näkökulma oli sellainen, jossa lukijaa puhutellaan ikäänkuin ylhäältä alaspäin. Tällöin tavallisia ongelmatilanteita lähestyttiin historian, tutkijoiden ja asiantuntijoiden kautta. Monessa jutussa oli ensin annettu tavallisten ihmisten kertoa elämästään, minkä jälkeen toimittaja oli hakenut asiantuntijalta vahvistuksen tai kommentin ilmiöön. Haluttiin kuulla luotettavalta lähteeltä, onko haastateltava hakoteillä ajatuksineen. Tämä tapahtui esimerkiksi jutussa, jossa haastateltava kertoi nimellään elävänsä nykyään mieluummin polyamoristisessa suhteessa. Jutun lopussa asiantuntija ei ennusta hyvää tulevaisuutta monikkosuhteille, sillä ne ovat liian vaikeita.

Nykyisin naistenlehtien päätyyppi on naisten kuluttajalehti (Töyry 2006), eli kaupallinen naistenlehti. Tuokio-sivu eroaa kuitenkin nykyisistä kuluttajakeskeisistä naistenlehdistä siinä, että lukijaa puhutellaan kuluttajana vähemmän ja tätä ohjataan pikemminkin kierrätyksen ja säästäväisyyden suuntaan kuin ostamaan jatkuvasti uusimpia muotiluomuksia. En löytänyt muotia tai tyyliä käsittelevistä jutuista minkäänlaista piilomainontaa, ellei mainontana pidetä sitä, että ylipäättään kerrotaan jonkin yrityksen olemassaolosta. Tuotteiden hintoja ei ollut mainittu yhdessäkään jutussa ja esimerkiksi pikkujoulumuotijutun vaatteet oli ostettu kirpputorilta ja kerätty toimittajan omasta kaapista. Lukijalla ei ole edes mahdollisuutta lähteä ostamaan samoja tuotteita.

Aineistoni osuu aikaan, jolloin Tuokio-sivujen konsepti on ehkä ollut murroksessa. Tuottaja on vaihtunut välissä, omat sunnuntaisivut on korvattu yhteistuotannolla, juttuvaihto on aloitettu kumppanilehtien kanssa ja aineiston loppupuolella toteutettiin vielä mittava ulkoasu-uudistuskin.

Varsinaista mallilukijaa ei ole käytetty apuna juttujen näkökulman pohtimisessa. Vaikka jutut olivat sinänsä kiinnostavia, juuri näkökulmattomuus vaivaa Tuokio-sivuja kautta linjan. Lukijalle jää sekava kuva siitä, kenelle jutut loppujen lopuksi on tarkoitettu tai mikä on Tuokio-sivujen oma ääni. Muutaman vuoden päästä nykyhetkestä Tuokio-sivuja voisi tarkastella uudestaan nyt vuonna 2014 toteutettavan mittavan segmentointihankkeen jälkeen. On tarkoitus, että jokainen juttu kirjoitetaan tietylle mallilukijalle, joiden elämästä tiedetään hyvinkin paljon.

Naistensivujen asema sanomalehdessä on edelleen kiinnostava kysymys pohdittavaksi. Miksi nainen on vielä 2010-luvullakin se ”toinen”, jolle on rajattava lehdessä oma osastonsa, vaikka samalla tiedämme, että sanomalehden lukijoista jo yli puolet on naisia?

Tämän tutkimuksen aineiston keräämiseen jälkeen Etelä-Suomen Sanomissa on toteutettu muun muassa iso organisaatiomuutos, jossa kulttuuritoimitus ja teematoimitus yhdistettiin. Tämän seurauksena Tuokio-sivujen tekijöihinkin



kuuluu nykyään yksi mies. Kuulin hiljattain puhelimesta, kuinka hän perusteli henkilöhaastattelustaan tuohtuneelle julkkishaastateltavalle, että haastatteluun oli kirjoitettu yksityiskohtia näyttelijän yksityiselämästä, koska juttu oli ”naistensivulla ja kirjoitin sen naistenlehtimäisesti. Enhän mä nyt kulttuurisivulle olis tämmöistä ikinä kirjoittanut”, toimittaja puolusteli. Vaikka Etelä-Suomen Sanomien toimituksessa ei ole mielestäni erityistä hierarkiaa toimittajien välillä, olin kuulevinani, että edelleen naistensivu on lehdessä jotain, missä vakavasti otettava toimittajakin voi heittäytyä kunnolla viihteelliseksi ja löystyttää omia kriteereitään. Perustelu oli erityisen huvittava siksi, koska olen ihan varma siitä, että kulttuurisivun lukija on hyvin pitkälti sama kuin Tuokio-sivunkin lukija, eikä lukija lehteä selatessaan kiinnitä juurikaan huomiota siihen, millä sivulla juttu on. Tämä tuli ilmi Etelä-Suomen Sanomien omassa lukijatutkimuksessa, johon olen viitannut aiemmin tässä työssä.

Kun esittelin graduni aihetta toisille opiskelijoille graduseminaarissa, myös siellä ennakoasenteet olivat jokseenkin kriittiset. Onko naistensivujen ainoa tarkoitus myydä mainoksia? Vaikka sanomalehtien viihteellinen aineisto, johon naisten sivutkin eittämättä kuuluvat, on tullut lehtiin nimenomaan kauppallisuuden myötä, ei Tuokio-sivuilla ole lainkaan mainoksia.

Oma näkemykseni on se, että nykyään naistensivujen rajaaminen erikseen muusta lehdestä tuntuu turhalta ja keinotekoiselta. Koska uutissivuillakin on sekä mies- että naispuolisia mallilukijoita, pitäisi olla selvää, että lehden aineisto ylipäättään on tarkoitettu tasaisesti molemmille sukupuolille. Nykyajan sukupuoliroolit ovat muutenkin niin moninaiset, että ihmisten identiteettiä ja kiinnostuksen kohteita määrittelevät lukuisat muut asiat kuin hänen sukupuolensa sinänsä. Siinä mielessä on hyvä, että Tuokio-sivujen nimi ei viittaa erityisesti naislukijoihin. Lauantaina ilmestyvä viihteellisempi juttukokonaisuus on mielestäni toimiva konsepti, mutta yhä enemmän siinä tulisi hylätä naisnäkökulma ja etsiä journalistisesti kiinnostavia näkökulmia. Hyvät tarinat ja älykkäät kysymykset kiinnostavat universaalisti kaikkia lukijoita.

Haastateltavien valinnan merkityksellisyyttä ei voi korostaa liikaa. Aineistossa oli useita juttuja, joiden sävy olisi saattanut muodostua päinvastaiseksi, jos haastateltavana, varsinkin asiantuntijan roolissa olisi ollut joku toinen. Jää toimittajan harteille pohtia, kenen mielipide on tarpeeksi painava edustamaan yksin yleistä totuutta, etenkin jos aihe on ristiriitainen tai mielipiteisiin pohjautuva.

Toisaalta lehtijuttujen luonteeseen kuuluu se, että ilmiöiden ja asian kaikkien puolien tasaveroinen käsitteleminen ei ole mahdollista, eikä edes mielekäästä. Toimittaja joutuu loppukädessä valitsemaan näkökulmansa. Ongelmallista tämä on silloin, jos samalla tehdään yleistyksiä ja voimakkaita tulkintoja siitä, miten asioiden ”kuuluu” olla.

Tutkimusta tehdessäni huomasin, että naisia mediankäyttäjänä oli tutkittu vain vähän. Suurin osa tutkimuksista tuntui käsittelevän sitä, kuinka naisia esitetään mediassa ja miten ja millaisissa aiheissa naiset pääsevät ääneen. On mielenkiintoinen ristiriita siinä, että monet naistenlehdet pitävät hyvin pintansa erittäin ankarasti kilpaillulla naistenlehtikentällä, mutta silti termiä ”naistenlehtimäinen” käytetään edelleen halveksien. Ainakin muiden medioiden kannattaisi pikemminkin miettiä ja ottaa opikseen kuinka naistenlehdet onnistuvat vuodesta toiseen sitouttamaan lukijoita tilaajiksi ja samalla myymään irtonumeroita. Kun naistenlehdet nostavat ilmiön tai ihmisen kanteen, se alkaa helposti kiinnostaa muitakin lehtiä.

Pohjimmiltaan naistenlehtien ja naistenlehtimäisyyden inhoamisessa on kyse sukupuolten välisestä epätasa-arvosta. Naisille lukijoina ja yhteiskunnallisina toimijoina tulee antaa se arvostus, joka naisille ihmisinä kuuluu.

## LÄHTEET

ALASUUTARI, Pertti (2011) Laadullinen tutkimus 2.0. Tampere: Vastapaino.

HALONEN, Irma Kaarina (2007a) Naiset ja julkisuus: länsimainen uutiskäsitys ja nainen ei-uutisena. Teoksessa Irma Kaarina Halonen, Iris Ruoho, Tarja Savolainen ja Henrika Zilliacus-Tikkanen (toim.) Välittämisen tilassa - Feminististä mediatutkimusta synnyttämässä. Jyväskylä: Minerva Kustannus Oy.

HALONEN, Irma Kaarina (2007b) Naiset, julkisuus ja journalismi. Teoksessa Irma Kaarina Halonen, Iris Ruoho, Tarja Savolainen ja Henrika Zilliacus-Tikkanen (toim.) Välittämisen tilassa - Feminististä mediatutkimusta synnyttämässä. Jyväskylä: Minerva Kustannus Oy.

HELLE, Merja (2010) Toimitustyö muutoksessa. Toiminnan teoria ja mediakonseptin käsite tutkimisen ja kehittämisen kehyksenä. Tampere: Tampereen yliopisto.

KANSALLINEN MEDIATUTKIMUS, (syksy 2011/kevät 2012)  
[http://www.levikintarkastus.fi/mediatutkimus/KMT\\_Lukija\\_S11-K12\\_perustaustat.pdf](http://www.levikintarkastus.fi/mediatutkimus/KMT_Lukija_S11-K12_perustaustat.pdf).

KUNELIUS, Risto (1993) Uskottavuuden anatomia. Kova uutinen, genre ja kansalainen. Tiedotustutkimus 2/1993.

KÄRKI, Anita (2004) Sivusta seuraten. Sanomalehti lukijoiden kertomuksissa. Jyväskylä: Minerva Kustannus Oy.

NIEMINEN, Hannu & PANTTI, Mervi (2004) Media markkinoilla. Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen. Helsinki: Loki-Kirjat.

PIETILÄ, Antti-Pekka (2007) Uutisista viihdettä, viihteestä uutisia. Helsinki: Art House Oy.

RENTOLA, Ilkka (1983) Normaalijournalisminsäännöt. Yhdysvaltalaisen journalismin oppikirjallisuuden esittämän ideaalityypin tarkastelua. Tampere: Tampereen yliopisto.

RUOHO, Iris & SAARENMAA, Laura (2011) Edunvalvonnasta elämänpolitiikkaan. Naistenlehdet journalismina ja julkisuutena. Tampere: Juvenes Print.

SPARKS, Colin & TULLOCH, John (2000) Tabloid Tales. Global debates over media standards. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.

TOMMILA, Päiviö & SALOKANGAS, Raimo (1998) Sanomia kaikille. Suomen lehdistön historia. Helsinki: Oy Edita Ab.

TÖYRY, Maija (2005) Varhaiset naistenlehdet ja naisten elämän ristiriidat. Neuvotteluja lukijasopimuksesta. Helsinki: Helsingin yliopiston viestintätieteiden laitos.

TÖYRY, Maija (2006) Käytösoppaasta naistenlehteen. Teoksessa MÄKELÄ, PUUSTINEN, RUOHO (toim) Sukupuolishow, johdatus mediatutkimukseen. Helsinki: Gaudeamus.

VÄLIVERRONEN, Esa (1999) Mediatekstistä tulkintaan. Teoksessa KANTOLA, MORING, VÄLIVERRONEN Media-analyysi. Tekstistä tulkintaan. Tampere: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus.

VÄÄRÄNIEMI, Auni (2012) "Nyt meillä on jo Hesaria ikävä". Mediankäytön arkiset merkitykset ja rutiinit etnografisesta näkökulmasta. Pro gradu -tutkielma. Tampere: Tampereen yliopisto.