

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Humanistis- yhteiskuntatieteellinen tiedekunta

# Johtajat ja naisjohtajat

Diskurssianalyysi suomalaisten pörssiyhtiöiden toimitusjohtajien  
mediakuvista ja niiden sukupuolirepresentaatioista

Anna Niemi

Jyväskylän yliopisto

Yhteiskuntatieteiden ja  
filosofian laitos

Sosiologia

Pro gradu tutkielma

Kevät 2020

# TIIVISTELMÄ

## JOHTAJAT JA NAISJOHTAJAT

Diskurssianalyysi suomalaisten pörssiyritysten toimitusjohtajien mediakuvista ja niiden sukupuolirepresentaatioista

Tekijä: Anna Niemi

Sosiologian maisteriohjelma

Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos

Humanistis- yhteiskuntatieteellinen tiedekunta

Jyväskylän Yliopisto

Ohjaaja: Markku Lonkila

Kevät 2020

Sivuja 54+1 liitesivu

Tämän pro gradun tarkoituksena on talousjulkaisuista kerättyjen artikkelien avulla selvittää, millaisia representaatioita johtajat saavat kirjoitetussa mediassa käsiteltäessä heidän sukupuoltaan. Tarkoitus on aineiston avulla tarkastella, minkälaisia diskursseja nämä representaatiot tuottavat. Keskiössä on naisjohtajuuden tutkimus ja sen tarjoamat näkökulmat naisjohtajuuden ongelmallisuuteen ja johtajuuskeskustelun sukupuolittuneisuuteen.

Tutkimuksen analyysimenetelmänä toimii diskurssianalyysi ja tarkemmin kriittinen diskurssianalyysi, jota kehystää feministinen mediatutkimus sekä Judith Butlerin teoria sukupuolten performatiivisuudesta. Aineistona toimii suomalaisista talousjulkaisuista kerätty aineisto suomalaisten pörssiyritysten nais- ja miestoimitusjohtajista tehdyistä artikkeleista ja haastatteluista vuosien 2016-2019 välillä. Artikkeleista on valikoitunut aineistoon sellaiset, joissa käsitellään johtajaa ihmisenä ja jätetään taustalla toimiva yritys vähemmälle huomiolle. Näistä haastatteluista pyrin löytämään toistuvia puheita, jotka sukupuolittavat johtajuuskeskustelua ja luovat epätasa-arvoa sukupuolten välille. Tutkimus ottaa kantaa vilkkaana käyvään yhteiskunnalliseen keskusteluun sukupuolten tasa-arvosta työelämässä. Sen tavoitteena on nostaa esiin yhteiskunnassa vallitsevia piiloisia rakenteita ja pinnallisia ajattelutapoja johtajuudesta, jotka hidastavat naisten nousua johtaviin asemiin työelämässä.

Tutkimuksen tavoite on tuoda näkyväksi niitä käytäntöjä, joilla sukupuolittunut keskustelu piirtää kuvaa sukupuolista johtavissa asemissa ja näin auttaa hahmottamaan johtajuuskeskustelun ongelmallisuutta ja muutostarvetta. Aineiston analyysin lopputuloksena olen muodostanut neljä eri diskurssia, jotka nousevat toistuvasti esiin sukupuolten johtajuuskeskustelussa: 1.) Naisen julkinen yksityinen, 2.) teräsnainen johdossa, 3.) väritön mies ja valloittava nainen, sekä 4.) sukupuoli puheenaiheena. Näiden diskurssien avulla osoitan johtajuuskeskustelun piiloisen epätasa-arvon ja tuon esiin representaatioita, joita sukupuolille luodaan median avulla.

**Avainsanat:** sukupuoli, johtajuus, diskurssi, media, representaatio

# SISÄLLYS

<b>1. JOHDANTO</b> .....	1
<b>1.1. Tutkimuksen aihe, tutkimuksen rakenne ja tutkimuskysymykset</b> .....	4
<b>1. NAISSET JA TYÖELÄMÄN HAASTEET</b> .....	6
<b>2.1. Naisten urapolkujen ongelmallisuus</b> .....	8
<b>2. AIKAISEMPI TUTKIMUS</b> .....	11
<b>3.1. Naiset politiikan johtoasemissa</b> .....	11
<b>3.2. Naiset yritysten johdossa</b> .....	14
<b>3.3. Muita tutkimuksia</b> .....	16
<b>3. TEOREETTINEN VIITEKEHYS</b> .....	18
<b>4.1. Representaatiot ja sukupuolten määrittely</b> .....	18
<b>4.2. Judith Butlerin performatiivisuus</b> .....	21
<b>4.3. Feministinen mediatutkimus</b> .....	22
<b>4. AINEISTO JA TUTKIMUSMETODIT</b> .....	25
<b>5.1. Aineiston keruu ja kuvaus</b> .....	25
<b>5.2. Diskurssianalyysi tutkimusmetodina</b> .....	27
<b>5.3. Diskurssin kontekstisidonnaisuus ja tutkijan positio</b> .....	30
<b>5.4. Analyysin hahmottelu</b> .....	31
<b>5. NAISJOHTAJUUDEN DISKURSSEJA</b> .....	35
<b>6.1. Naisen julkinen yksityinen</b> .....	36
<b>6.1.2. Perhe puheessa</b> .....	36
<b>6.1.2. Perhe taustavaikuttajana</b> .....	39
<b>6.2. Teräsnainen johdossa</b> .....	41
<b>6.3. Väritön mies ja valloittava nainen</b> .....	43
<b>6.4. Sukupuoli puheenaiheena</b> .....	45
<b>6.4.1. Rakentavasti sukupuolieroista</b> .....	46
<b>6.4.2. Huomio harvinaisuuteen</b> .....	47

<b>6. LOPPUPOHDINTAA</b> .....	49
<b>7.1. Inhimillinen johtaja</b> .....	<b>50</b>
<b>7. LÄHTEET</b> .....	52
<b>8. LIITTEET</b> .....	55

# 1. JOHDANTO

*“Levätkää ja laiduntakaa, kukoistakaa niin kuin seeprakin kukoistaa”, kehottaa nainen lavalla. Nainen kertoo, että seepralla on stressiä, koska gepardi voi hyökätä milloin tahansa. Siksi seepran täytyy levätä ja laiduntaa eli syödä.”*

*“Nimittäin johtajanainen on upea! Aivan kuin valokuvamalli! Tapahtuman nettisivuille on mainostoimisto valinnut kuvan johtajanaisesta. Hän on pukeutunut vartalonmyötäiseen iltapukuun ja makaa viettelevästi nojatuolissa. Toisessa kuvassa myös punaiset korkokengät näkyvät.”*

Edeltävät otteet eivät ole lasten eläinaiheisesta satukirjasta tai viikoittaisesta, naisille suunnatusta muodin ja kosmetiikan täyttämästä lehdestä tarjoamassa elämäntapavinkkejä laihduttajalle ja voimaannuttavia sanoja itsensä hyväksymisestä. Lainaukset ovat Helsingin Sanomien artikkelista “Upeat naiset huipulla” (7.3.2019), jossa kirjoittaja Virpi Salmi pääsi viettämään päivän naisille suunnatussa seminaarissa, jonka tarkoituksena on voimaannuttaa naisia sekä omassa että työelämässä menestykseen vaaleanpunaisen tyllin ja muodin siivittämän joukkohurmoksen kautta.

Kyseinen seminaari on ääripään esimerkki, mutta samaan aikaan kuitenkin osuva kuvaus tämän hetken yleisestä mielenmaisemasta, kun puhutaan johtoasemissa toimivista henkilöistä ja heidän sukupuolestaan. Sukupuolten välillä on havaittavissa tänäkin päivänä vahvaa vastakkainasettelua, ja eri sukupuolet nähdään usein stereotypisoituneina kokonaisuuksina, jossa yksilöiden individuaaliset ominaisuudet häviävät ja ihmiset nähdään edustamansa sukupuolen kautta. Naispuolinen toimitusjohtaja onkin edelleen harvinaisuus, vaikka naisia nousee yhä enemmän suurten yritysten toimitusjohtajien paikoille Suomessa. Tämän tutkimuksen teon aikana kaikista Suomen pörssiin listatuista 125 yrityksestä naisten johdettavana on vain 9 yritystä (Keskuskauppakamarin naisjohtajaselvitys 2018). Kuvaa piirtää hyvin myös se, että ensimmäinen nainen pörssiyrityksen johtoon Suomessa on noussut

vasta 2011 (Suomisen Nina Kopola), jonka jälkeen kehitys on ollut positiivista, mutta hidasta.

Erityisesti viime vuosikymmenen aikana keskustelu sukupuolista ja niiden tasa-arvosta sekä moninaisuudesta on kiihtynyt ja tuonut tämän tarkastelu ajankohtaiseksi yhteiskunnassa. Ympäröivä maailma rakentuu aktiivisesti puheen ja kirjoitusten kautta, ja se muovaa käsityksiämme sekä kokemustamme ympäröivästä todellisuudesta. Media on toiminut suuressa roolissa keskustelun ylläpidossa ja ohjauksessa, ja sillä onkin huomattava vaikutus keskustelun kulkuun sekä käsiteltäviin aiheisiin. Otamme runsaasti vaikutteita median tarjoamasta sisällöstä, emmekä välttämättä aina pysähdy miettimään, millaista maailmaa tämä tietovirta muodostaa huomaamattamme.

Yrity maailmassa sekä yhteiskunnassamme vallitsee edelleen pinttyneet ja sukupuolittuneet ajatukset siitä, millainen on hyvä johtaja, ja usein tähän ajatusmalliin liitetään juuri perinteisen johtajakuvan maskuliiniset piirteet ja sukupuoli. Myös naisten urakehityksen kaari eroaa huomattavasti miesten suuremmasta ja vertikaalisemmasta kehityksestä, kun naisten etenemistä uralla muovaa erityisesti lasten saanti- ja hoito. Nämä yhteiskunnan jatkuvuuteen välttämättömänä kuuluvat asiat nähdään yhä edelleen vahingollisesti naisten uria vaikeuttavina tekijöinä (Lämsä 2005, 141), eikä median tarjoama kuva naisjohtajuudesta helpota tilannetta.

Samat pinttyneet ajatukset sukupuolten rooleista ja niiden ominaispiirteistä toisintuvat myös johtajuuskeskustelussa, joten onkin oleellista saada tämä keskustelu näkyväksi, jotta voisimme tulevaisuudessa murtaa piilossa olevia sukupuolittuneita rakenteita, ja mahdollistaa samat mahdollisuudet huolimatta sukupuolesta. Tilanteen muuttamiseksi ja naisjohtajuuden kääntämisestä poikkeuksesta normiksi on ehdotettu esimerkiksi erilaisia sukupuolikiintiöitä yritysten hallituksiin ja johtoryhmiin, mutta idea ei ole ottanut tuulta alleen. Ongelma ei ole se, etteikö päteviä naisia suurten yritysten toimitusjohtajiksi olisi, vaan ongelma piilee siinä, kuinka yhteiskunnassamme edelleenkin piilossa olevat rakenteet ja ajatusmallit hidastavat naisten kipuamista huipulle.

Jos tarkoituksena on saada naisia yhä enemmän johtajiksi, ei ratkaisu voi olla, että naisia nostetaan johtoasemiin vain koska pitää nostaa, vaan avainasemassa on muuttaa yhteiskunnan suhtautumista ja asenteita niin, että naisen on mahdollista nousta ja kilpailla tasa-arvoisesti miesten rinnalla. Kehitystä kohti sukupuolten tasa-arvoa yritys- ja organisaatiomaailmassa on havaittavissa, kun tarkastellaan esimerkiksi naisten lisääntyneitä määriä pörssiyritysten hallituksissa, mutta naisen matka johtajan paikalle on vieläkin kivikkoinen (Helsingin Sanomat, Kauppinen 19.10.2019) Itseäni kiinnostaa juuri tästä syystä kysymys, miksi on tarve erotella toisistaan mies- ja naisjohtajuus kahdeksi erilliseksi kokonaisuudeksi, ja millaisina nämä kokonaisuudet näyttäytyvät.

Erityisesti medialla on suuri rooli näiden ajatusmallien tuottamisessa ja ylläpitämisessä, ja median luomat kuvat vaikuttavat suuresti siihen, miten näemme ja koemme maailman ympärillämme. Medialla on erityinen rooli johtajuuden esittelyssä, kuvaamisessa ja arvioinnissa (Trimble 2017, 6), ja se tarjoaa valmiita näkökulmia ja mielipiteitä, ja on vastaanottajan vastuulla ottaa vastaanotettu sanoma sellaisenaan tai lähteä tulkitsemaan sitä kriittisellä linssillä. Median edustajilla on mahdollisuus luoda haluamiaan uutisia erilaisin editointikeinoin, jolloin lukijan on vaikeaa tulkita, mikä todellisuus uutisten takana on. Onkin siis erittäin mielenkiintoista lähteä tutkimaan, millä tavalla johtajista puhutaan kirjoitetussa mediassa, ja löytyykö näissä kirjoituksissa eroja siinä, millä tavalla sukupuoli esitetään johtavissa asemissa toimivien henkilöiden kohdalla.

Nainen työelämän johtoasemissa kuvataan mediassa usein henkilönä, jolla on työn lisäksi yksityinen perheen piiri vaatimuksineen, joka hankaloittaa menestymistä ja uralla etenemistä. Naisten myös oletetaan avaavan yksityistä elämänselvetään miehille avoimemmin (Mills, Torte & Gallego-Pace 2016, 20), joka puolestaan toisintaa naisjohtajista kuvaa erityisen feminiinisenä yksilönä, jonka keskeisenä elämänpiirinä toimii koti ja perhe. Mills ym. (2016) mukaan nämä haitalliset median tarjoamat ajattelutavat heijastuvat laajemmin yhteiskunnan käsityksiin naisista johtoasemissa, mikä omalta osaltaan hankaloittaa naisten etenemistä uralla ja näin muodostuu kehämäinen ongelma, jonka ratkaisemiseksi omani kaltaisia tutkimuksia onkin tehtävä.

## 1.1. Tutkimuksen aihe, tutkimuksen rakenne ja tutkimuskysymykset

Tämän pro gradun tarkoituksena on tutkia suomalaisten pörssiyritysten toimitusjohtajista kirjoitettuja artikkeleita ja niiden avulla tutkia, minkälaisia diskursseja johtajuudesta käytetään kirjoitetussa mediassa sekä heidän itsensä, että median edustajien toimesta. Itseäni kiinnostaa erityisesti tarve erotella johtoasemassa toimivien henkilöiden sukupuolta sekä korostaa sitä termein johtaja ja naisjohtaja. Hypoteesini on, että vaikka elämme yhä tasa-arvoisemmassa yhteiskunnassa, on miesjohtaja edelleen normi, johon naispuolista johtajaa verrataan ja joka toimii johtajan perusmuotona, johon verrattuna naisjohtaja on sekä tilastollinen että toiminnallinen erikoisuus. Lisäksi uskon, että perinteisten sukupuoliroolien vaikutus heijastuu vahvasti johtajuudesta käytyyn mediakeskusteluun sekä siihen, millaista kuvaa media tarjoaa mies- ja naisjohtajista.

Lähden tämän tutkimuksen toisessa kappaleessa ensin esittelemään lyhyesti naisten asemia ja haasteita työmarkkinoilla, jonka jälkeen kappaleessa kolme esittelen naisjohtajuuden mediakuvista tehtyä aikaisempaa tutkimusta. Kappaleessa neljä avaamini esittelen tutkimukselleni oleellista representaation käsitettä, jonka jälkeen esittelen tämän tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen, Judith Butlerin sukupuolten performatiivisuusteorian. Täydennän Butlerin teoriaa Anna Mäkelän, Liina Puustisen ja Iris Ruohon koostamalla teoksella feministisestä mediatutkimuksesta. Kappaleessa viisi käyn läpi aineiston ja sen käyttötavat, sekä käyttämäni analyysimetodin, diskurssianalyysin. Esittelen aineiston keruun sekä sen rajaus- ja karsintaperiaatteita, jonka jälkeen esittelen diskurssianalyysiä sekä tarkemmin kriittistä diskurssianalyysiä tutkimusmetodina ja lähden alustamaan aineistosta tekemääni analyysiä. Teoriakehyksen avulla lähden kappaleessa kuusi avaamaan aineistosta nousevia sukupuolten representaatioita, joita jäsennän diskurssianalyysin avulla, ja esittelen sekä perustelen tekemääni analyysiä ja sen lopputuloksia. Viimeisessä kappaleessa pyrin tekemään kokoavan yhteenvedon tutkimuksen tuloksista ja siitä, minkälaista kuvaa sukupuolista luodaan johtajuuden saralla. Pohdin lyhyesti myös johtajuuden tutkimuksen tulevaisuuden näkymiä ja mahdollisia tutkimuskohteita sekä lähestymistapoja johtajuuden ja sukupuolen välisiin ristiriitoihin.



Tässä tutkimuksessa pyrin vastaamaan seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

- 1. Millaisia diskursseja johtajista ja johtajuudesta käytetään kirjoitetussa mediassa?*
- 2. Eroavatko diskurssit sukupuolten välillä ja jos eroavat, millaisia representaatioita eri sukupuolet saavat?*

# 1. NAISSET JA TYÖELÄMÄN HAASTEET

Kiinnostus sukupuoleen johtajuuden tutkimuksessa on herännyt Suomessa kunnolla vasta 1990-luvun lopulla, tähän asti johtajuustutkimus oli lähtenyt oletuksesta, että tutkimuksen kohteena on aina mies. Ajatus sukupuolesta laajempänä kuin vain biologisena tekijänä on tuonut sukupuolen sosiaalisen rakentumisen aspektit ja sukupuolen dynaamisen luonteen mukaan myös johtajuuskeskusteluun. (Husu, Hearn, Lämsä ja Vanhala (toim.) 2011, 1 – 2)

Lämsä (2005) kuvaa lähes kaikkia naisjohtajuudesta tehtyä tutkimusta "lasikattotutkimukseksi", joka kuvaa hyvin edelleen vallitsevaa epätasa-arvon ilmapiiriä erityisesti naisten urakehityksissä huipulle asti. Lasikaton lisäksi naisten haasteita työelämässä etenemisen nimeämiseksi on tarjottu myös "lasilabyrinttia" (Lämsä 2011, 48), joka toisin kuin etenemisen pysäyttävä katto, kuvaa naisten hidasta ja vaikeampaa ja etenemistä työelämässä huipulle asti. Naisten ja miesten välisestä epätasa-arvosta työelämässä puhuttaessa puhutaan usein myös *vertikaalisesta epätasa-arvosta*, jolla kuvataan esimerkiksi naisten ja miesten palkkaeroja tai naisten haasteita edetä uralla. Vertikaalinen siksi, että vaikka sekä miehellä että naisella on samat kyvyt ja osaaminen, ei kuitenkaan mahdollisuudet tai työstä saatu palkka ole samalla tasolla. (Blossfeld, Skopek, Triventi & Buchholz 2015, 5)

Länsimaissa naisten koulutustaso on noussut tasaisesti, mutta eri alojen sukupuolijakaumassa on edelleen nähtävillä selkeää kahtiajakoa. Perinteiset, fyysistä kuntoa vaativat maskuliiniset työt kuten tehdastyö tai peltotyö, ovat väistyneet yhä kasvavien palvelualojen tieltä, raivaten mahdollisuuksia enenevässä määrin naisille (Blossfeld ym. 2015, 3 – 4). Vaikka nainen johtajana ei ole enää harvinaisuus ja naiset saavuttavat yhä enemmän paikkoja työelämässä, on naisjohtaja edelleen enemmän poikkeus kuin sääntö suomalaisessa yhteiskunnassa niin politiikan kuin talouden aloilla. Tämä huolimatta siitä, että naisten johtamien yritysten tuotto on keskimäärin korkeampi kuin miesten johtamien yritysten (Lämsä 2011, 48).

Naisia nousee yhä enemmän johtotehtäviin, mutta eteneminen pysähtyy naisilla työelämässä kuitenkin usein johtoa tukeviin tehtäviin, eikä eteneminen jatku huipulle asti. Kuitenkin tutkimusten mukaan naisten mukanaolo organisaatioiden johdossa ja päätöksenteossa hyödyntää organisaatioita niin taloudellisesti kuin esimerkiksi myös organisaation ilmapiiriin kannalta (Madsen, 2017, 13), ja että perinteinen maskuliininen johtamistyyli ei ole ainoa tie yrityksen menestykseen, vaan naisten johtamistyyleillä on positiivisia vaikutuksia organisaatioiden toimintaan ja tuloksellisuuteen (Rosener 1990).

Erilaisia selvityksiä ja tutkimuksia naisjohtajuudesta tehdään jatkuvasti, esimerkiksi nyt jo vuosittain ilmestyvä Keskuskauppakamarin naisjohtajaselvitys (esim. Keskuskauppakamarin naisjohtajaselvitys 2018), jonka tarkoituksena on edistää naisten mahdollisuuksia edetä johtoasemiin sekä raportoida vuosittain sukupuolten tasa-arvon etenemistä työelämässä koskien naisjohtajien määriä ja rooleja organisaatioissa. Selvitys antaa myös erilaisia suosituksia organisaatioille esimerkiksi hallitusten muodostamisesta molemmista sukupuolista, ja antaa johtajuuteen pyrkiville naisille ohjeita ja neuvoja tavoitteiden saavuttamiseksi (Keskuskauppakamarin naisjohtajaselvitys 2018, 11, 46 – 48).

Myös 2000-luvun lopulla aloitettu ja 2011 julkaistu NASTA-projektin (Husu ym. 2011) raportti (Naisjohtajuuden koulutus- ja tutkimushanke) on koonnut yhteen tutkimustietoa ja aikaisempaa tutkimusta naisjohtajuudesta yhteistyössä suomalaisten yliopistojen kanssa. Raportissa käsitellään myös meneillään olevia naisjohtajuuden tutkimuksia sekä NASTA-projektin erilaisia hankkeita liittyen naisjohtajuuteen, sen koulutukseen ja kehittämiseen. Kansainvälisiä projekteja naisten nostattamiseen kohti johtoporrasta löytyy myös runsaasti, esimerkiksi WLAG (Women and Leadership Affinity Group), jossa joukko naisjohtajuuden tutkijoita ja ammattilaisia on kerännyt tietoutta, järjestää erilaisia seminaareja sekä perustaa kehitysprojekteja naisten johtajuuden edistämiseksi. Tarkoitus on herättää rakentavaa keskustelua monimuotoisuuden tarpeesta organisaatioissa sekä mahdollistaa verkostoitumista ja kehitystä keskustelussa sukupuolesta ja johtajuudesta. (Madsen, 2017, 6)

Naisjohtajuus tutkimuskohteena on erittäin tutkittu aihe, ja näkökulmia riittää monesta eri tieteenalasta, joista jokainen on antanut oman näkemyksensä ja lisäyksensä johtajuuden tutkimukseen. Mielenkiintoista on, että tutkimusta riittää naisjohtajuudesta, mutta johtajuus itsessään tutkimuskohteena lähtee oletuksesta, että sukupuoli ei ole neutraali tekijä johtajuuden tutkimuksessa, vaan lähtökohta on aina perusmuotoinen miesjohtaja, johon naispuolista johtajaa verrataan.

Huolimatta näistä tutkimuksista ja erilaisista projekteista ja pyrkimyksistä saattaa naisjohtajuus parrasvaloihin ja muuntaa poikkeus normiksi, on matka tasa-arvoon työelämässä vielä melko pitkä. Tätä matkaa tekee haastavaksi myös median antama kuva naisjohtajuudesta sekä tiukassa istuvat ennakko-oletukset sukupuolten johtamistavoista sekä niiden hyödyistä ja haitoista. Ongelmallista on myös naiseuden nostaminen keskeiseksi teemaksi, kun puhutaan naisjohtajista ja heidän uristaan (Trimble 2017, 62), jolloin itse johtajuus jää taka-alalle ja mediassa huomion saa vain johtajan sukupuoli.

## **2.1. Naisten urapolkujen ongelmallisuus**

Kuten johtajuustutkimuksessa, myös organisaatioiden urapolkuja tutkittaessa tutkimuslähtökohta on usein keski-ikäisen, valkoihoisen miehen ura. Perinteisen ylöspäin suuntautuvan, jatkuvien menestysaskelien sarjan tutkiminen urapolkuna tulee ongelmalliseksi, kun lähdetään tutkimaan naisten urapolkuja (Husu ym. 2011, 39). Kuten jo johdannossa totesin, naisten urapolkuja muokkaavat huomattavasti esimerkiksi äidiksi tuleminen, ja tämä muokkaa naisten urapolkuja niin, että jatkuva vertikaalinen nousu on vaikeaa. Työelämässä menestymisen ongelma ei siis ole naisten kiinnostuksen puute, koulutuksen vähäisyys tai osaamisen puute, vaan yhteiskunnan rakenteisiin piiloutuneet sukupuolittavat käytännöt, jotka suosivat perinteisiä johtamisuria. (Lämsä, Kangas, Hirvonen, Heikkinen, Biese & Hearn, 2014, 332)

Lämsän ym. (2014) artikkelissa Naisten johtamisuriin kohdistuvat stereotypiat, tutkivat kirjoittajat jo tehtyä tutkimusta stereotypioista, joita naiset ja miehet kohtaavat johtoasemissa. Tuloksissa havaittiin, että naisjohtajiin liitetään edelleen stereotypioita pehmeästä, tunteellisesta ja kiltistä ihmisjohtajasta, kun taas miesjohtajat nähdään perinteisen maskuliinisina, kilpailevina, ja muita hallitsevina riskinottajina. Artikkelissa käy myös ilmi, että erityisesti miehet pitävät naisia sopimattomina johtotehtäviin. (Lämsä ym. 2014, 336)

Naisten urakehitystä on pyritty tutkimaan miesten urakehityksestä erillisenä aihealueena, sillä naisten ja miesten urakehitystä on vaikeaa tutkia rinnakkain niiden erityislaatuisuuden vuoksi. Ongelmallista tässä tutkimuksessa on kuitenkin se, että naiset on nähty yhtenä homogeenisenä ryhmänä ilman yksilöiden erityispiirteitä. (Ekonen 2011, 41) Erityisesti nykypäivän naisten työurat ovat hyvin erilaisia, eikä esimerkiksi lasten hankinta tai perheen perustaminen ole enää kaikille naisille keskeistä, vaan esimerkiksi vaikkapa juuri työurasta tai muusta elämänalueesta tulee tärkeämpi prioriteetti. Kuitenkin naisten kokemukset uralla etenemisen tärkeydestä eroavat miesten kokemuksista siinä, että naisille hierarkkinen eteneminen ei välttämättä ole työelämässä keskeistä, vaan käsitykset menestymisestä ovat monimuotoisempia (Ekonen 2011, 41).

Naisten urakehityksen haastavuudesta kertoo myös esimerkiksi Keskuskauppakamarin naistenpäivän selvitys 2019 (2019), josta selviää, että naisjohtajat etenevät kyllä pörssiyhtiöiden hallitukseen, mutta johtoryhmät ovat edelleen erittäin miesvaltaisia. Naiset ovat kyllä päätöksenteossa mukana, mutta korkeimpaan johtoryhmään naisten on vielä tänäkin päivänä vaikeaa päästä. (Keskuskauppakamarin naistenpäivän selvitys 2019)

Husun ym. toimittamassa NASTA-projektin tutkimusartikkelissa naisten työurista Ekosen (2011) mukaan naiset itse kuitenkin kokivat perheen voimavarana enemmän kuin uraa hidastavana tekijänä. Juuri monimuotoisuus naisten johtamisurilla tekee sen tutkimisen yhtä aikaa haastavaksi ja mielekkääksi, sillä tutkimuksen mukaan naiset itse tunnistavat uransa keskivaiheilla oman sukupuolensa tuomat esteet etenemiselle, ja etsivät aktiivisesti muita reittejä kehittää uransa eteenpäin. Ekonen (2011) tunnisti tutkimuksessaan teknologia-alan

naisjohtajista neljä eri uratyyppeä naisille; 1.) tasapainohakuinen ura, jossa keskiössä on naisjohtajan perheen ja uran tasapainottelu, 2.) hierarkkinen ura, joka on lähinnä perinteistä, maskuliinista urakehitystä yhden organisaation sisällä, 3.) ideologinen ura, jossa ”sisäinen kutsumus” muovasi urakehitystä kohti henkilöstötoimintoja, sekä 4.) vaakatasoinen ura, jolloin oman ammattitaidon ja oman osaamisen kehittäminen keskijohdon tehtävissä toimi motivaationa uralle. (Ekonen 2011, 42 - 44)

Lämsä ym. (2014) nostaa artikkelissaan esiin myös androgyynin naisjohtajuuden, jossa yksilössä sekoittuu sekä feminiiniset että maskuliiniset piirteet. Androgyyni johtaja on Lämsän ym. (2014) mukaan helpompi hyväksyä kuin puhtaasti feminiininen naisjohtaja, ja androgyynin johtajan nähdään olevan pätevä ja pidetty. Perinteisistä sukupuolirooleista irtautuneella yksilöllä nähdään myös olevan paremmat mahdollisuudet johtaa työyhteisöä omatessaan molempien sukupuolten osaamismahdollisuudet. (Lämsä ym. 2014, 337 - 338) Kultaisen keskien löytäminen naisjohtajuudessa näyttää kuitenkin olevan haaste, sillä omaksuessaan enemmän perinteiseen maskuliiniseen johtajuuteen liitettyjä ominaisuuksia, naisjohtajaa kritisoidaan liian ”kovaksi”, ja samaan aikaan ”pehmeitä” feminiinisiä pidettyjä piirteitä käytetään erityisesti mediassa näkyvissä rooleissa toimivia vastaan (Mills ym. 2016, 24).

Työelämässä on kuitenkin eletty muutosten aikaa johtajuuden saralla, sillä perinteisestä, maskuliinisena nähdystä hallitsevasta johtamisen trendistä on pikkuhiljaa siirrytty huomaamaan perinteiset naisjohtajaan liitetyt ominaisuudet myös vahvuuksina, kuten äskeinen esimerkki androgyynistä johtajasta osoitti. Juuri ihmislähtöinen, ”pehmeämpi” johtaminen sekä organisaatioiden matalampi hierarkia on nähty tulevaisuuden johtamisen vahvuuksina, ja Lämsän ym. (2014) artikkelista ilmenee, että monet tutkimukset tukevat tätä näkemystä. Ajatusta on kuitenkin myös kritisoitu sen perinteistä feminiinistä johtamistapaa uusintavana käytäntönä, joka toistaa samoja haitallisia ajatusmalleja miesten ja naisten johtamistyyleistä, (Lämsä ym. 2014, 338 - 339) kuten esimerkiksi pinttyneitä ajatusmalleja naisesta pehmeänä ja miehestä kovana johtajana (Adapa & Sheridan 2018, 126 - 127).

## **2. AIKAISEMPI TUTKIMUS**

Tässä kappaleessa esittelen johtajuuden mediarepresentaatioiden aikaisempaa tutkimusta. Keskityn erityisesti naisjohtajuuden mediarepresentaatioiden tutkimukseen, sillä haluan myös omassa tutkimuksessani pitää keskiössä naisjohtajuuden ja käsitellä sitä sukupuolten saamien mediarepresentaatioiden kautta. Naisjohtajuudesta itsestään tutkimuskohteena löytyy runsaasti enemmän aineistoa ja tutkimusta, mutta näitä en omassa tutkielmassani halua tuoda sen suuremmin esille, sillä ne eivät ole suuressa määrin relevantteja tutkimukseni osalta, vaan haluan enemmän keskittyä sukupuolten saamiin representaatioihin ja mediakuviin. Käsitelen tässä tutkimuksessa myös huomattavasti suppeammin miesjohtajuutta ja johtajuutta yleisesti, sillä tutkimuksen tarkoitus on keskittyä juurikin naisiin ja heidän representaatioihin johtoasemissa. Haluan korostaa, että tämän tutkimuksen tarkoituksena ei ole luoda vastakkainasettelua sukupuolten välille, vaan enemmän peilata aineistosta nousseita diskursseja naisjohtajuudesta miesjohtajuuden diskursseihin.

Naisjohtajien mediarepresentaatioita on tutkittu sekä politiikan että talouden naisvaikuttajien osalta, ja tutkimusta löytyy niin journalistiikan, viestinnän, kauppatieteiden johtajuuden kuin eri yhteiskuntatieteiden alalta. Vähäiselle huomiolle tutkimuksessa on jäänyt kuitenkin eri sukupuolten välisten mediakuvien vertailu, minkä vuoksi tälle tutkimukselle on tarvetta.

### **3.1. Naiset politiikan johtoasemissa**

Stiina Repo (2010) on tutkinut omassa pro gradu- tutkielmassaan naisjohtajien mediarepresentaatioiden muutoksia Suomen Kuvalehden henkilöhaastatteluissa 1997-2010. Tutkielmassaan Repo tutki sekä politiikan että talouden alan urauurtavien naisjohtajien mediarepresentaation muutoksia sekä diskursseja, joilla sukupuolta nostettiin kirjoituksissa esiin. (Repo, 2010) Tutkimuksessaan Repo (2010) on kerännyt jokaiselta tutkimuksen kohteena olevalta vuosikymmeneltä kaksi haastattelua, toisen politiikassa näkyvässä osassa toimivasta naisjohtajasta, sekä toisen haastattelun politiikan ulkopuolella toimivasta

merkittävästä naisjohtajasta. Mielenkiintoista tutkimuksessa sekä sen tuloksissa oli naisjohtajuuden jatkuva peilaaminen miesjohtajiin. Mies johtajana nähtiin ensisijaisena vertailukohteena, ja naisjohtajan menestyminen omassa työssään vaati muotoutumista enemmän maskuliiniseen suuntaan, ja feminiinisiä piirteitä pidettiin hankaloittavina ja työtä vaikeuttavina tekijöinä. (Repo, 2010)

Toinen tutkimus naisjohtajuuden mediarepresentaatioista on Miinukka Tuomisen (2015) pro gradu tutkielma presidentti Tarja Halosen mediarepresentaatiosta sekä siitä, millä tavalla Halosen sukupuolta tuotiin mediassa esiin tämän presidenttiyden aikana. Tuomisen (2015) tutkielmassa sukupuoli korostuu kuitenkin tarkoituksellisesti, sillä tutkimusaineistoksi tutkija on valinnut artikkeleita, jotka sisältävät valmiiksi feminiinisiä aiheita kuten äitiyttä, perhettä sekä arvoja, joiden on perinteisesti katsottu liittyvän naiseuteen, kuten pehmeys ja sovitteluhaluus.

Kuitenkin perinteiseen naiskuvaan Tuomisen (2015) tutkimuksessa tehdään ristiriitaa Halosen kohdalla varsinkin ruotimalla tämän vähäistä kiinnostusta ulkonäkökeskeisiin asioihin, kuten vaatteisiin tai kasvojen ehostukseen meikin avulla. Kiinnostavaa on myös tutkimuksen aineistosta esiin noussut paheksunta, jota Halonen sai osakseen presidenttinä ollessaan lapsensa yksinhuoltaja, kirkkoon kuulumaton ja avoliitossa elävä nainen. (Tuominen 2015). Tulokset kielivät juurikin ennakko-oletuksista naisjohtajuutta kohtaan, jossa perinteisestä naisen roolista poikkeava yksilö aiheuttaa suurta keskustelua.

Tuloksissa Tuominen (2015, 56) toteaa Halosen uutisoinnin olleen sukupuolittunutta, mutta jo tutkimuksen lähtöasetelmassa tutkija toteaa rajanneen aineistoa feministisessä mediatutkimuksessa ja representaatioissa käytetyillä termeillä, minkä seurauksena myös aineisto ja sitä kautta tulokset ovat valmiiksi hyvin feminiinisiin aspekteihin keskittyviä, ja uutisoinnista löytyneiden aiheiden rajaaminen feminististen termien avulla väkisin ohjaa tuloksia ja päätelmiä tiettyyn suuntaan.

Elina Havu (2013) puolestaan tutki pro gradussaan Anneli Jäätteenmäen mediarepresentaatioita tämän lyhyttä pääministerikautta edeltäneiden vaalien uutisoinnissa,



pääministerinä toimiessaan sekä luopuessaan pääministerin paikasta kohun saattamana. Jätteenmäen tapaus 2000-luvun alussa tuotti Havun (2013) mukaan runsaasti ristiriitaista uutisointia Jätteenmäen ollessa historiallisesti ensimmäinen Suomen naispääministeri ja näin edistämässä tasa-arvon toteutumista, mutta erotessaan tehtävästä media leimasi tämän epäonnistumisen koskettamaan koko naissukupuolen maineen tahriintumista. (Havu 2013, 1 - 2)

Aineistona Havulla (2013) toimii sekä Helsingin Sanomien että Iltalehden uutisointi Jätteenmäestä, ja tutkimuksessaan hän nostaa esiin median, erityisesti Iltalehden huomattavan roolin Jätteenmäen eron taustalla (Havu 2013, 9). Aineistoa Havu (2013) on analysoinut retorisella analyysillä, jota kirjoittaja perustelee erityisesti sen sukupuolittuneita puhetapoja avaavan analyysin hyödyillä. Hyvin samaan tapaan kuin omassa tutkimuksessani, tässä tutkimuksessa representaation käsitteellä on suuri rooli, ja representaatiot nähdään todellisuutta rakentavana, ei vain kuvaavina tekijöinä. (Havu 2013, 20)

Havu (2013) lähestyy aihetta feministisen politiikan näkökulmasta, jossa keskiössä ovat valta ja sen käsitteet politiikan kentillä. Tuloksissaan Havu (2013) toteaa muun muassa median toistavan sukupuolittavia yhteiskunnallisia rakenteita suurilta osin tiedostamattomasti, eivätkä mediassa toimivat ihmiset välttämättä ymmärrä tai havaitse näitä piiloisia rakenteita (Havu 2013, 153). Tutkimuksessa käsitellään myös median murrosta 2000-luvun alussa sekä sen vaikutuksia mediaviestintään ja sen sukupuolittuneisiin rakenteisiin (Havu, 2013).

Mainitsemisen arvoinen teos on myös Eveliina Talvitien (2014) *Keitäs tyttö kahvia: Naisia politiikan portailla*. Kirjaa ei välttämättä voi kuvailla tutkimukseksi, mutta se kuvaa hyvin havainnollistavasti suomalaisia naispoliitikkoja ja heidän omakohtaisia kokemuksiaan politiikan kentällä kohti johtavia rooleja. Teos avaa hyvin naispoliitikkojen kokemuksia etenemisestä politiikan areenoilla, ja samalla havainnollistaa haastattelujen avulla naisten omia kokemuksia esimerkiksi median kohtelusta ja sen sukupuolittavista käytännöistä.

Talvitie (2014) lähtee hyvin suorasta oletuksesta, että sukupuolella on merkitystä, kun puhutaan etenemismahdollisuuksista kohti johtavia asemia politiikassa. Teos havainnollistaa

tehokkaasti esimerkiksi naispoliitikkojen pukeutumisesta aiheutuneita kohuja, jotka linkitetään suoraan naisten pätevyyteen toimia politiikassa. Talvitie (2014) valottaa haastattelujen avulla naisten omia kokemuksia tiestään ylöspäin, ja avaa samalla naispoliitikkojen mediakohuja, niiden syitä sekä heidän omia selviytymiskeinojaan näistä kohuista. Keskiössä on erityisesti median rooli sukupuolittuneiden käytäntöjen rakentajana, kun puhutaan politiikan vaikuttajista ja erityisesti naispoliitikoista.

### 3.2. Naiset yritysten johdossa

Pro gradu tutkimus Tiina Junttilalta (2008) tutkii diskurssianalyysillä, kuinka johtajuus rakentuu naisjohtajista kertovissa artikkeleissa. Omaan tutkimukseeni hyvin vertautuva tutkimus on keskittynyt johtajanaisista toteutettuihin henkilöhaastatteluihin, joiden avulla Junttila (2008) on analysoinut, kuinka johtoasemissa toimivia naisia käsitellään mediassa, ja millä tavalla johtajuus tuodaan esiin artikkeleissa. Junttilaa (2008) kiinnostaa myös miksi tutkimuksessa on ylipäättään nähty tarpeelliseksi erottaa toisistaan käsitteinä johtajuus ja naisjohtajuus.

Junttila (2008) taustoittaa sukupuolirooleja ja niiden vaikutusta johtajuuteen ja sukupuolten rooleihin organisaatioissa, ja toteaaakin osuvasti “[K]okoavasti voidaan todeta, että huippujohdossa toimiminen on naiselle haastavaa siitä syystä, että johtajana naisen sukupuolirooli törmää johtajaroolin kanssa. Tämä törmäys on sitä suurempi, mitä ylempänä hierarkiassa ollaan, sillä strateginen johtajuus ja naisjohtajuus hakevat vielä yhtenevää muotoa”. (Junttila 2008, 26)

Myös Junttilan (2008) aineisto on kerätty naisjohtajista tehdyistä artikkeleista, joissa on keskitytty enemmän haastateltavaan kuin haastateltavan organisaatioon tai sen toimintaan. Kuten omassa tutkimuksessani, myös tässä tutkimuksessa aineisto on kerätty talouden julkaisuista. Tämä vaikuttaa artikkeleiden sisältöön ja siihen, kuinka johtajuudesta ja haastateltavasta ihmisestä puhutaan, jos vertailua lähtisi tekemään esimerkiksi naisille suunnattujen aikakauslehtien sisällöstä.

Erityisen kiinnostava havainto Junttilan (2008) tutkimuksen tuloksissa on se, että vaikka naispuoliset johtajat ovat avoimesti kilpailunhaluisia ja tavoittelevat johtoasemissaan tuloksellisuutta, ei sitä kuitenkaan käsitellä naisjohtajien tutkimuksissa lähes koskaan (Junttila 2008, 72). Naisjohtajien osalta tutkimus on keskittynyt hyvin paljolti yhteistyöhalukkuuteen ja hyväksynnän hakuun omassa organisaatiossa, eikä tuloksellisuuden hakua tai halua menestyä korosteta, vaan jätetään huomiotta tai sille annetaan hyvin pieni painoarvo. Tässä herääkin kysymys, eikö juuri tämän kaltainen ajattelutapa rakenna kuvaa naisjohtajasta hyvin väärään suuntaan, jos mietitään sitä, että pyrkimys on saada nais- ja miesjohtajuus neutraaleiksi termeiksi?

Naisjohtajien roolin sosiaalista konstruktiota on tutkittu myös projektimuotoisesti Taija Townsandin (2012) kokoamassa viidestä empiirisestä tutkimuksesta koostetussa “Women as Leaders in Public Discourse”-väitöskirjassa, jossa on käsitelty sekä poliittisten naisjohtajien, että organisaatioissa toimivien naisjohtajien roolin muodostumista julkisessa keskustelussa. Keskiössä tutkimuksessa on kielellinen analyysi ja sen todellisuutta konstruoiva luonne, erityisesti kun puhutaan sukupuolista ja niiden ominaispiirteistä julkisessa keskustelussa.

Townsend (2012) näkee sekä poliittisen että organisaation johtamisen hyvin samankaltaisina ilmiöinä, joita kuitenkin tutkitaan hyvin erillisinä tutkimuskohteina. Townsandin (2012) mukaan molempia johtajuuden aspekteja voi kuitenkin tutkia saman ilmiön yhteiskunnallisena diskurssina, eikä niitä ole tarpeen vertailla keskenään. Naisten johtajuus rakentuu kielellisesti sosiaalisessa kanssakäymisessä, ja Townsandin (2012) keskeisenä ajatuksena tutkimuksessaan onkin, että jos sukupuolta voidaan rakentaa sosiaalisessa kanssakäymisessä, voidaan sitä myös uudistaa ja muovata.

Kansainvälinesti naisjohtajien mediakuvia on tutkittu esimerkiksi Elliot & Steadin (2017) artikkelissa, joka käsittelee naisjohtajien mediakuvia finanssikriisin 2008-2012 aikana Iso-Britanniassa. Elliot & Stead (2017) perustelevat tutkimuksen tärkeyttä erityisesti sillä, että vaikka naisjohtajia nousee yhä enemmän keskeisiin asemiin organisaatioissa, ymmärrystä

prosessin etenemisestä ei ole. Median rooli yhteiskunnan mielipiteiden ja representaatioiden muodostajana on huomattava, ja tämä heijastuu myös naisjohtajien mediakuvien tulkitsemiseen niin yksilö- kuin organisaatiotasolla. Aineistona tutkimuksessa käytettiin artikkeleita Daily Mail- Guardian- ja The Times-lehdistä (Elliot & Stead 2017)

Erityistä huomiota Elliot & Stead (2017) haluavat antaa naisjohtajien mediarepresentaatioille juuri yhteiskunnallisen kriisin keskellä. Lähtöasetelmana artikkelissa toimii näkemys, jossa finanssikriisin ”vastalääkkeeksi” nostettiin naisjohtajuus ja sen pehmeämpinä ja sovitteluhalukkaampina nähdyt ominaisuudet perinteisten, maskuliinisten johtamistapojen sijaan, ja maskuliininen johtamistapa nähtiin yhtenä osatekijänä finanssikriisin puhkeamiselle. Naisten asemointi vastakkaisena voimana miesvaltaiselle johtajuudelle johtui pitkälti median viestinnästä finanssikriisin aikana. (Elliot & Stead 2017)

Artikkelissaan Elliot & Stead (2017) käsittelevät johtajuutta sukupuolittuneena toimintana, jossa miespuolisten johtajien osoittaessa feminiinisiä piirteitä, käytös palkitaan, kun taas naisten osoittaessa näitä samoja piirteitä on lopputuloksena näkymättömyys johtajuutta arvioitaessa. Artikkelissa hyödynnetään Bourdieun näkemyksiä habituksesta, kulttuurisen pääoman ilmentymistä ja kentistä. Tutkimuksessa naisjohtajuus asemoidaan sosiaalisten suhteiden kentälle, jossa yksilön tarkoitus on hankkia pääomaa. Miesjohtaja nähdään kenttää dominoivana pelaajana, joka muovaa kentän säännöt, ja naisjohtajan astuessa kentälle tämä saa median huomion. Artikkelin tarkoituksena on avata, millaista pääomaa naisjohtaja tällä kentällä itselleen hankkii. (Elliot & Stead 2017)

### **3.3. Muita tutkimuksia**

Näkökulman naisjohtajuuteen ja sen medianäkyvyyteen tarjoaa myös Johanna Mäkelä väitöskirjassaan *Naiset politiikan huipulla - Sukupuolittunut viestintä ja johtajuus* (2018). Väitöskirjassaan Mäkelä (2018) haastatteli politiikan johtoasemissa, kuten ministereinä tai puoluejohtajina, toimineita naisia, ja tutkimus keskittyy pitkälti haastateltavien omiin

kokemuksiin politiikan johtoasemassa toimimisesta. Keskiössä tutkimuksessa on myös haastateltavien kokemus julkisuudesta sekä siihen liittyvästä viestinnästä ja sen sukupuolittuneisuudesta.

Mäkelä alustaa hyvin naisten poliittisen uran kehittymistä äänioikeuden saamisesta kohti politiikan johtoasemia sekä jatkuvasta naissukupuolen kyvykkyyden epäilystä näiden tehtävien hoitamisessa (Mäkelä 2018, 37 - 41). Vaikka tutkimuksessa ei käsitellä sukupuolten saamia representaatioita mediassa vaan ennemmin haastateltavien omaa kokemusta mediasta ja sen hyödyntämisestä, on väitöskirja kuitenkin käyttökelpoinen luotaus politiikan sukupuolittuneisuuteen ja naisten nousuun ja toimintaan politiikan kentillä.

Noora Huokosen pro-gradu tutkimuksessa Työhön sidottu sukupuoli (2014) tutkitaan puolestaan sukupuolten representaatioita eri alojen ammattilehdissä lehtien visuaalisen aineiston kautta. Vaikka tutkimuksessa ei käsitellä johtoasemissa toimivia henkilöitä, on tutkimus kuitenkin maininnan arvoinen sen sukupuolten välisten erojen vertailun vuoksi. Tutkimuksessa tutkittiin suomalaisten ammattilehtien kuvia ja niiden sisältämää sukupuolisegregaatiota (Huokonen 2014).

Naisten mediakuvia talousalan lehdissä on tutkinut myös Lotta Eskolin (2008) pro gradu tutkimuksessaan Naiset äänessä talousalan lehdissä – naisen representaatio ja sitä tuottavat diskurssit. Vaikka tutkimuksessa ei ole johtajuuden kontekstia sinällään, vaan se tutkii yleisesti naisia talousalan julkaisuissa niin kollegoina kuin esimiehinäkin, on aineisto hyvin samantyylinen oman aineistoni kanssa, sillä se on kerätty eri talousjulkaisuista kuten Talouselämä ja Arvopaperi. Myös Eskolin (2008) käyttää tutkimuksessaan metodina diskurssianalyysiä, ja tutkijan pyrkimys onkin löytää ne diskurssin, joita puhe talousalan lehdissä tuottaa ja representaatiot, joita naiset itse antavat puheessa itselleen.

### **3. TEOREETTINEN VIITEKEHYS**

Seuraavaksi lähden käsittelemään tutkimukseni teoriapohjaa. Rakennamme aktiivisesti todellisuutta puheen ja median kautta, joten ajatus sukupuolten rakentumisesta sosiaalisessa kanssakäymisessä tukee myös tätä näkemystä. Judith Butlerin sukupuolten performatiivisuuden teoria näkee sukupuolen sosiaalisesti tuotettuna konstruktiona, jota esimerkiksi juuri puhe rakentaa yhä uudelleen ja uudelleen ympäröivän todellisuuden mallin mukaan.

Käyn tässä kappaleessa ensin läpi representaation käsitettä ja merkitystä sukupuolten tutkimuksessa. Sen jälkeen avaan sukupuolten eri määritelmiä ja tulkintatapoja. Jatkan esitellen Butlerin performatiivisuuden teoriaa täydentäen sitä feministisen mediatutkimuksen ajatuksilla, sillä se jatkaa Butlerin ajatuksia ja laajentaa teoretisointia tuotetusta sukupuolesta median kentälle sekä yksityisiin ja julkisiin tiloihin.

#### **4.1. Representaatiot ja sukupuolten määrittely**

Sukupuolentutkimuksessa representaation käsite on keskeinen käsite puhuttaessa merkityksistä ja oletuksista, joita eri sukupuoliin kohdistetaan. Representaatio sanana merkitsee esitystä tai ”uudelleen esittämistä”, jolloin eri tekijöihin, kuten ihmisiin tai tapahtumiin liitetään merkityksiä ja samalla nämä merkitykset liitetään ympäröivään maailmaan ja sen sosiaalisiin suhteisiin (Paasonen 2010, 40).

Susanna Paasonen (2010) kirjoittaa representaation käsitteenä tarkoittavan sekä esittävää, edustavaa että tuottavaa. Tällä Paasonen (2010) tarkoittaa sitä, että samalla kun jokin asia voi esittää jotain, se saattaa samalla edustaa jotain suurempaa kokonaisuutta tai kategoriaa, jolloin representaatio tuottaa ympäröivää maailmaa ”korvaamalla” todellisuuden. (Paasonen 2010, 40 - 41) Esimerkiksi yksittäinen naisjohtaja saatetaan nähdä koko ”naisjohtaja”-käsitettä ympäröivien stereotyyppien ja naissukupuolen linssin läpi niin, että kuvaa

perinteisestä naisjohtajuudesta toisinnetaan puheessa huomioimatta yksittäisen yksilön yksilöllisiä piirteitä ja yksittäinen naisjohtaja päätyy edustamaan koko naisjohtajajoukkoa. Samaan aikaan naisjohtaja edustaa myös naissukupuolta, jolloin ajatukseen naisesta johtajana saatetaan yhdistää perinteisesti naiseuteen liitetyt ajatukset esimerkiksi äitiydestä tai tunteikkuudesta ilman, että niitä alun perin olisi nostettu esiin. (Trimble 2017, 62 - 63)

Tuottavuudella tarkoitetaan representaatioiden todellisuutta tuottavaa luonnetta. Representaatiot muovaavat ja toisintavat jatkuvasti sitä, kuinka näemme ympäröivän maailman ja millä tavalla sitä tulkitsemme. Erityisesti medialla on suuri merkitys näiden tulkintojen ja toistuvien esitysten ohjaajana, ja esimerkiksi mediatutkimukseen liittyy ajatus representaatioiden välittyneisyydestä: erilaiset mediat välittävät niitä kuluttaville yksilöille erilaisia mielikuvia ja näkemyksiä, joita rakennetaan ja muovataan aktiivisesti median työvälineiden, esimerkiksi kameroiden ja leikkausten, avulla. Näiden kuvien ja tulkintojen vastaanottajat puolestaan tulkitsevat ja vertaavat näitä kuvia omien tulkintojensa sekä tunnistamiensa esityskonventioiden kautta omiin arvoihin ja näkemyksiin. (Paasonen 2010, 41 - 42) Feministisessä tutkimuksessa kritiikki on keskittynyt erityisesti naissukupuolen representaatioihin ja niiden kapeaan ja stereotyyppiseen luonteeseen. Mediakritiikki on oleellinen osa naissukupuolen tutkimusta, sillä sen tarjoamat kuvat naisesta ovat olleet historiallisesti hyvin yksipuolisia ja naiseuden kategorialla rajoittavia. (Paasonen 2010, 44)

Sukupuolia tieteellisessä tutkimuksessa käsitellessä on perinteisesti ollut oleellista erottaa toisistaan käsitteet *sex* (biologinen sukupuoli) ja *gender* (sosiaalinen sukupuoli). Biologisella sukupuolella on viitattu niihin biologisiin piirteisiin, joita eri sukupuolet omaavat liittyen lähinnä suvun jatkamiseen, ja sosiaalinen sukupuoli puolestaan nähtiin rakentuvan yhteiskunnan ja ympäristön seurauksena, yksilön omana kokemuksena sukupuoli-identiteetistä (Rossi 2010, 21 - 22). Sosialisaatio ja instituutiot muovaavat käsitystämme ja kokemustamme sukupuolesta, ja kokemus omasta sukupuoli-identiteetistä muodostuukin yksilölle ympäröivän maailman kautta (esim. Holmes 2008, 2 - 3). Näin ollen sosiaalinen sukupuoli ei ole kausaalinen seuraus biologisesta sukupuolesta, vaan huomattavasti joustavampi käsite (Butler, 2008, 54).

Myös sukupuolten biologista jakoa mieheen ja naiseen on kritisoitu riittämättömänä ja sosiaalisesti rakentuneena, sukupuolta järjestävien valtasuhteiden tuloksena. Gayle Rubinin lanseeraama sex - gender-jaottelu nosti keskusteluun myös biologisen sukupuolen luonteen sosiaalisesti järjestettynä ja sukupuolikäsityksiä uusintavana ulottuvuutena (Rossi 2010, 27). Rubinin ajatuksena Rossin (2010) mukaan lisääntymisbiologiaa on käytetty perustana sukupuolten pakotetulle jaolle, jolloin koko sukupuolijärjestelmä on niin biologiselta kuin sosiaaliselta osaltaan kulttuurisesti rakentunut ja pakotettu järjestelmä.

Sukupuolta ja seksuaalisuutta tutkittaessa on herätty pohtimaan näiden käsitteiden merkityksiä valtasuhteiden muodostumisessa esimerkiksi institutionaalisten tai diskursiivisten keinojen avulla. Keskeistä tässä keskustelussa on ollut havainto hahmottaa sukupuolta yleisesti vastakkainasettelun ja normatiivisesta ”poikkeavaksi” mielletyn tulkinnan kautta, esimerkiksi mies- ja naissukupuoli tai homoseksuaalisuus. (Rossi 2010, 22 - 23) Vaikka sukupuoli-identiteettien kirjo ei rajoitu vain mies- ja naissukupuoleen, en tässä tutkimuksessa kuitenkaan ota esiin muita, vähemmistöön kuuluvia sukupuolia, sillä se ei ole tutkimukseni kannalta relevanttia.

Nainen johtajana on lähtökohtaisesti erikoisuus miesjohtajien keskuudessa jo puhtaasti naistoimitusjohtajien määrän valossa. Lämsän (2005) mukaan organisaatioiden ja yhteisöjen sisällä vähemmistösukupuoleen kuuluvana naisjohtajaa arvioidaan usein stereotyyppien kautta, ja tätä pidetään koko oman sukupuolensa edustajana enemmän kuin yksilönä. Tämä korostaa entisestään naisen näkemistä poikkeuksena normaalista ja samalla korostaa myös naisjohtajan näkyvyyttä organisaatioissa, joka saattaa sekä helpottaa, että toisaalta haitata naisjohtajan uraa työelämässä. (Lämsä 2005, 141) Naisjohtaja nähdään ongelmallisesti stereotypisoituneen feminiinisenä maskuliinisuuden vastakohtana, jolloin jätetään huomiotta johtajien yksilölliset piirteet sekä feminiinisuuden ja maskuliinisuuden huomattavasti laajemmat konseptit (Sujana ym. 2018, 126 – 127).



## 4.2. Judith Butlerin performatiivisuus

”Naisuus” ja ”nainen” ovat termejä, joita käytetään yleisesti kuvaamaan naissukupuolen edustajia yhtenäisenä joukkona. Butler (2008, 50 - 51) kuitenkin kritisoi termiä riittämättömänä kuvaamaan yleisesti naissukupuolta niputtaen kaiken sen moninaisuuden yhden kapean kategorian alle. Naiseuden universaali luonne on Butlerin (2008, 51 - 52) mukaan ongelmallinen ajatus, sillä se sisältää oletuksen sukupuolten kahtiajaon maskuliiniseen ja feminiiniseen, jossa feminiininen sukupuoli on tiukan kategorian sisällä sijaitseva subjekti. Erityisesti kieli on sukupuolen rajoja tiukasti ylläpitävä tekijä, ja nämä rajat asetetaan kulttuurisessa diskurssissa (Butler 2008, 58). Butlerin (2008) mukaan sukupuoli ei muodostu erillään ympäröivästä maailmasta, yhtenäisesti ja johdonmukaisesti, vaan sukupuolta tuotetaan aktiivisesti poliittisissa ja kulttuurisissa risteymissä.

Butler (2008) haluaa erottaa toisistaan biologisen sukupuolen ja sosiaalisen sukupuolen, mutta toisaalta taas nostaa esiin niitä mekanismeja, joilla nämä kaksi sukupuolen eri ulottuvuutta nivotaan yhteen saman feminiinisyyden merkityksen alle. Tarkoitus on löytää ne mekanismit, joilla biologista sukupuolta muunnetaan sosiaalisesti sukupuoleksi, ja samalla tulee Butlerin (2008) mukaan esiin sukupuolen rakentuneisuus sekä sen epäluonnollinen ja valmiina otettu status (Butler 2008, 97). Butlerin (2008) mukaan sukupuoli on toimintaa ja *performatiivista*, joka on kulttuurisesti tuotettu kokoelma tekoja, eleitä ja esityksiä sukupuolesta, jotka ympäröivä yhteiskunta on tuottanut (Butler 2008, 229 - 230).

Teoksessaan *Hankala sukupuoli* (alkup.1990, suomennos 2008) Butlerin tavoitteena on hahmotella teoria, joka osoittaa sukupuolen sosiaalisen konstruktion luonteen, jolloin sukupuolen määritelmiä rakennetaan sosiaalisessa kanssakäynnissä tehden niitä luonnolliseksi ja oikeuttaen niiden olemassaolon yhteiskunnan kiinteänä luokitteluna feminiiniseen ja maskuliiniseen. (Butler 2008, 90) Butler (2008) kuvaakin sukupuolen, erityisesti naiseuden rakentumista jatkuvasti muokkautuvana, mutta hyvin kiinteiden kehysten sisällä tapahtuvana diskursiivisena käytäntönä, joka lopulta otetaan luonnollisena tilana (Butler 2008, 91). Näin siis yhteiskunnassa muodostuneiden representaatioiden

ylläpitämä kuva naisjohtajasta toisintuu jatkuvasti, kun esimerkiksi mediassa naisjohtajuutta käsitellään niillä termeillä ja kuvilla, joita siihen liitetään juuri median vaikutuksesta yhä uudestaan.

Butlerin (2008) näkemyksenä onkin, että ajatus biologisesta sukupuolesta puhtaasti annettuna on virheellinen, eikä biologinen sukupuoli sen enempää kuin sosiaalinen sukupuoli ole luonnollisia tiloja, vaan kulttuurisesti muodostuneita rakennelmia ja esityksiä (Butler 2008, 54 - 55). Samalla tavoin kuin sosiaalista sukupuolta on rakennettu ympäröivän maailman kanssa sosiaalisessa kanssakäynnissä, myös biologisen sukupuolen muodostumista ”annettuna” valmiina jakona on mahdollista kritisoida, sillä Butler (2008) näkee sen diskursiivisesti muodostuvan tieteellisessä keskustelussa, ja tämä tieteellinen keskustelu oikeuttaa jaon sukupuolten välillä (Butler 2008, 55).

Omassa tutkimuksessani en lähde selvittämään biologisen tai sosiaalisen sukupuolen syntyperiä, vaan tarkoitukseni on Butlerin (2008) ajatuksia mukaillen pyrkiä avaamaan niitä käytäntöjä ja tapoja, joilla sukupuolta ja sen representaatioita rakennetaan mediassa. Tarkoitus ei siis ole luoda uutta teoriaa sukupuolten muodostumisesta, vaan tehdä näkyväksi sitä tapaa, jolla yhteiskunnassamme sukupuolta tuodaan edelleen esiin ja rakennetaan aktiivisesti keskustelussa ja mediassa.

### **4.3. Feministinen mediatutkimus**

Media on osa jokapäiväistä elämäämme, emmekä välttämättä aina tiedosta, kuinka paljon median eri kanavat vaikuttavat ajatteluamme ja toimintaamme. Nykypäivänä lähes kaikilla modernin yhteiskunnan jäsenillä on mahdollisuus päästä käsiksi eri medioiden tarjoamaan tietovirtaan, ja viestintä erityisesti älylaitteiden kautta on mahdollistanut erilaisen tiedon ja sisällön saannin ja levityksen ennätysnopeaksi, jopa silloin kun sitä ei haluaisi (Armstrong 2013, 3). Media on läsnä kaikessa tekemisessämme, ja se luo erilaisia kuvia ja ajattelutapoja, joilla jäsenämme ympäröivää yhteiskuntaa ja sen ilmiöitä.

Toimittamassaan teoksessa Sukupuolishow (2006), Anna Mäkelä, Liina Puustinen ja Iris Ruoho jatkavat Butlerin käsittelemää teoretisointia sukupuolten rakentuneisuudesta, ja ottavat mukaan myös median todellisuutta rakentavan roolin. Puustisen, Ruohon ja Mäkelän (2006) mukaan erityisesti media ja sen eri toiminnot ovat alueita, joilla sukupuolten jakoa kontsruoidaan erilaisin kielellisten ja fyysisten esitysten keinoin (Puustinen ym. 2006, 21). Ruoho (2006) kirjoittaa sukupuolia eriarvoistavasta jaosta julkisuudessa yksityisiin ja julkisiin tiloihin, joissa ihmiset toimivat. Naiset on perinteisesti asetettu priorisoimaan yksityiset tilat, kuten koti ja perhe, tärkeysjärjestyksessä korkeammalle silloinkin, kun nämä toimivat julkisessa roolissa esimerkiksi politiikassa (Ruoho 2006, 172).

Ruoho (2006, 172) nostaakin esiin kiinnostuksen julkisuudessa toimivien naisten yksityiseen elämämpiiriin huolimatta kyseisten naisten toimimisen julkisessa roolissa. Julkisuuteen astuessa naisten oletetaan avaavan yksityistä elämämpiiriään, kun taas miesten yksityinen puoli jää pienemmälle huomiolle. Näin ollen todellisuutta rakennetaan journalismin avulla jo niillä ehdoilla, joiden perusteella julkisuuteen astutaan (Ruoho 2006, 184 - 185). Parhaiten nainen pääsee esille mediassa avaamalla tai käsittelemällä yksityistä elämänaluetta, kuten perhettä tai kotia, joka puolestaan vahvistaa näkemystä naisesta stereotyyppisenä naissukupuolen edustajana, jonka pääasiallinen toimintaympäristö on yksityinen tila (Ruoho 2006, 186). Tällainen vahingollinen naissukupuolen esitystapa mediassa toisintaa vanhentunutta näkemystä naisen roolista kodin piirissä jättäen julkisen tilan ja siinä toimimisen miesten tehtäväksi.

Median vaikutus sitä kuluttavien ajatusmaailmaan on huomattava, sillä se määrittää julkisuuteen pääsyn ehtoja ja näin tuottaa todellisuutta (Ruoho 2006, 185). Useat tutkimukset osoittavat, että nainen mediassa on joko aliedustettuna, edustettuna viihdemielessä, tai edustettuna yksityisen elämänalueen kautta (French & Webster 2016, 38). Ruoho (2006) myös toteaa uutisten usein vahvistavan jo olemassa olevia valtasuhteita vaikeuttaen naisten pääsyä asiantuntijoiksi puhuttaessa esimerkiksi politiikasta, ja naissukupuolen päätyvän esittämään ”naisten merkkiä”, eli toisin sanoen aseisiin, joissa yksityinen alue tuodaan esiin ja nainen nähdään julkisuusroolistaan huolimatta aina sukupuolensa edustajana (Ruoho 2006, 186). Tämän seurauksena julkisuudessa esiintyvät naiset saattavat ajautua toiseen

ääripäähän pitäytyessään tuomasta yksityistä elämänsuunnitelmiaan esiin lainkaan, jotta oma julkisuuskuva ei näyttäytyisi liian ”pehmeänä” (Mills ym. 2016, 22).

## **4. AINEISTO JA TUTKIMUSMETODIT**

Tässä kappaleessa esittelen keräämäni aineiston, kerron aineiston valikointiprosessista sekä aineiston keräämisestä. Käyn läpi, kuinka olen aineistoa käsitellyt, jotta sen käyttö tutkimustarkoitukseen olisi mahdollisimman selkeää ja helppoa. Tämän jälkeen esittelen diskurssianalyysiä tutkimusmetodina ja käyn läpi, kuinka lähdän käsittelemään aineistoa diskurssianalyysin avulla.

### **5.1. Aineiston keruu ja kuvaus**

Aineistona tässä tutkimuksessa toimii talouteen keskittyvien aikakauslehtien artikkelit, joissa haastatellaan suomalaisen pörssiyrityksen toimitusjohtajaa. Kaikki artikkelit on kerätty vuoden 2019 maaliskuun ja syyskuun välillä. Artikkelit on valittu niin, että ne keskittyvät haastateltavaan henkilökohtaisesti, ja taustalla toimiva yhtiö jää pienemmälle huomiolle. Tämä siksi, koska halusin tutkimuksessani keskittyä siihen, kuinka henkilöstä muodostetaan kuvaa suuryrityksen johtajana ja millaista kuvaa eri sukupuolen edustajista luodaan. Aineisto ei kuitenkaan ole puhtaasti henkilökuva-artikkeleita, vaan joukossa on myös aineistoa, joka sivuaa johdettavan yrityksen toimintaa, mutta kuitenkin niin, että pääosassa on haastateltava henkilö eikä yritys.

Artikkeleita on yhteensä 28, 15 artikkelia kahdeksasta naistoimitusjohtajasta, sekä 13 artikkelia kahdeksasta miestoimitusjohtajasta. Artikkelit vaihtelevat pituudeltaan parista sivusta yli kymmeneen sivuun, mutta on kuitenkin huomioitava, että artikkelit on kerätty lehtien verkkoaineistosta, joten välissä on myös mainoksia sekä kuvia. Artikkelit on kerätty seuraavista julkaisuista; Talouselämä, Arvopaperi, Helsingin Sanomat (talousosio) sekä Kauppalehti. Kaikki artikkelit on julkaistu välillä 06/2016-04/2019, joista suurin osa vuosina 2017-2018.

Kuten tämän tutkimuksen alussa jo totesin, tätä tutkimusta tehdessä Suomen 125 pörssiyhtiöstä yhdeksää johtaa nainen. Aineistonkeruuni alkoi siitä, että lähdin hakemaan lehtiartikkeleita talouteen keskittyneistä julkaisuista näiden yhdeksän naistoimitusjohtajan nimellä. Kaikki toimitusjohtajat toimivat hyvin erilaisissa yrityksissä teollisuudesta media-alaan, mutta kaikkia organisaatioita yhdistää listautuminen pörssiin. Erilaisia artikkeleita löytyi haun perusteella runsaasti, mutta suurin osa löytyneistä artikkeleista keskittyivät yrityksen toiminnan ja talouden kuvaamiseen, eikä toimitusjohtajaa käsitelty henkilönä, joten rajasin tämänkaltaiset artikkelit pois aineistosta. Lisäksi karsin artikkeleista pois ne, jotka eivät olleet talouteen keskittyneiden julkaisujen artikkeleita. Kaikista naistoimitusjohtajista ei löytynyt käyttökelpoista aineistoa, joten tämä rajasi aineistoa koskemaan ainoastaan kahdeksaa naispuolista toimitusjohtajaa.

Miestoimitusjohtajien kohdalla lähdin selaamaan Suomen pörssiin listattujen yritysten nimiä, ja valikoin täysin sattumanvaraisesti satunnaisotannalla listasta yrityksiä, joiden nimillä sekä lisäksi hakusanalla ”toimitusjohtaja” lähdin hakemaan artikkeleita. Näillä hakusanoilla löytyneistä artikkeleista suoritin samanlaisen karsinnan kuin naistoimitusjohtajien artikkeleiden kohdalla, ja valikoin ainoastaan ne artikkelit, jotka löytyivät talousjulkaisuista ja jotka käsitelivät ennen kaikkea miestoimitusjohtajaa henkilönä. Keräsin aineistoa yhteensä kahdeksasta miestoimitusjohtajasta, jotta aineistoa olisi sopivasti molempien sukupuolien edustajista.

Halusin kerätä aineiston yksinomaan talouteen keskittyneistä julkaisuista, sillä muunlaisista julkaisuista, kuten naistenlehdistä tai iltapäivälehdistä, löytyvät artikkelit ovat suunnattu hyvin erilaiselle tai spesifille lukijakunnalle, joka vaikuttaa luonnollisesti niissä esiintyvien artikkeleiden tyyliin ja sisältöön ja näin voisi vaikuttaa tutkimuksen lopputulokseen väärin tavalla. Huomio tässä tutkimuksessa käytetyissä artikkeleissa kiinnittyy siihen, minkälaista kuvaa johtajista ja heidän sukupuolestaan luodaan tekstissä, ja minkälaisia representaatioita se luo tai toisintaa johtajista ja johtajuudesta puhuttaessa sukupuolesta.

Erilaiset mediat, kuten esimerkiksi kirjoitettu media, tarjoavat erilaisia representaatioita ympäröivästä sosiaalisesta maailmasta. Vastaanottajat, sekä yksilöt että organisaatiot ja

yhteisöt, tulkitsevat näitä representaatioita puolestaan omista sosiaalisista lähtökohdistaan ja kontekstistaan, jolloin tulkinnat voivat varioida. (Elliot & Stead 2017, 19 - 45) Onkin siis lukijasta kiinni, kuinka luettuja artikkeleita tulkitaan ja otetaanko niiden tarjoamat representaatiot ja kuvat sellaisenaan, vai lähdetäänkö niitä arvioimaan kriittisellä linssillä ja jos lähdetään, millaisia tulkintoja lukijat teksteistä muodostavat.

## 5.2. Diskurssianalyysi tutkimusmetodina

Lähden analysoimaan ja tulkitsemaan aineistoani diskurssianalyysin avulla. Diskurssilla käsitteenä tarkoitetaan yleensä puhetta tai kirjoitettua, mutta sillä voidaan kuvata myös muita merkitysten tuottajia, kuten kuvia tai videoita (Fairclough 1997, 75). Tässä tutkimuksessa keskityn kuitenkin vain kirjoitettuun aineistoon. Diskurssianalyysin keskeisenä ajatuksena on kielen ja puheen todellisuutta konstruoiva luonne, jolloin kielellä ja puheella tuotetaan aktiivisesti todellisuutta ja sen merkityksiä. Keskeistä ei ole itse kielen muodot, vaan sen käyttötarkoitukset ja merkityksellistäminen eri tilanteissa. (Pietikäinen ja Mäntynen, 2009, 11 - 13) Koska tarkoitukseni on etsiä ja tulkita aineistoni tekstistä representaatioita, joita sukupuolelle annetaan sekä diskursseja, joita käytetään johtajuudesta puhuttaessa, on diskurssianalyysi toimiva keino käsitellä ja tulkita aineistoa.

Diskurssianalyysin tarkoituksena on yksityiskohtaisesti tutkia, miten kielenkäyttö ja muu merkitysvälitteinen toiminta tuottaa sosiaalista todellisuutta erilaisissa sosiaalisissa käytännöissä (Jokinen, Juhila & Suominen 1999, 19). Diskurssianalyysi on vahvasti kytkeytynyt ajatukseen ympäröivän maailman sosiaalisen konstruktion luonteesta, eli toisin sanoen ympäröivä maailma muotoutuu ja rakentuu aktiivisesti puheessa ja kirjoituksessa. Sosiaalinen konstruktionismi toimii tulkintakehyksenä, ja diskurssianalyysi taas toimii keinona tulkita ja ymmärtää niitä kielellisiä prosesseja, joissa sosiaalinen todellisuus rakentuu (Jokinen ym. 1999, 40 - 41). Tässä prosessissa korostuu tutkijan oma rooli, sillä tutkimustulokset ovat kontekstisidonnaisia *tulkintoja*, joten on tutkijan vastuulla perustella tulkinnat mahdollisimman tieteellisesti. (Jokinen ym. 1999, 45)

Metodisia lähestymistapoja kielen tutkimukseen on runsaasti, mutta diskurssianalyysin keskiössä on juuri kulttuuriset merkitykset ja se kielellinen prosessi, joilla niitä tuotetaan. Esimerkiksi etnografiassa yksinkertaistaen tarkoitus on eri toimintojen kuvaaminen ja tulkinta, keskusteluanalyysissä puolestaan tarkoitus on eritellä yhteistoiminnallisuuteen johtavia mekanismeja. Retoriikka metodina ottaa kantaa puheen ja tekstin vakuuttelun ja suostuttelun strategioihin, ja semiotiikassa taas keskiössä on tekstin ja puheen merkitysten rakentuminen. (Jokinen ym. 1999, 50) Diskurssianalyysi onkin keskittynyt siihen, kuinka puhe ja teksti tuottavat yhteiskuntaa ja vahvistavat erilaisia representaatioita ja uusintavat niitä, joten diskurssianalyysi on paras tapa pyrkiä havaitsemaan tätä konstruktiivista toimintaa, jolla sukupuolta rakennetaan.

Diskurssianalyysin tarkoituksena ei ole tarjota kaikenkattavaa selitystä tutkittavalle ilmiölle, vaan ennemmin herättää uutta keskustelua aiheesta. (Jokinen ym. 1999, 85) Diskurssianalyysi nähdään jakautuvan kahteen analyysitapaan, kriittiseen ja analyttiseen diskurssianalyysiin. Analyttisessä diskurssianalyysissä analyysi on mahdollisimman arvoneutraalia, ja tutkimus on tiukasti aineistolähtöistä, jolloin tutkija ei tee ennakkooletuksia käsillä olevasta aineistosta, vaan analyysi perustuu puhtaasti aineistosta esiin nouseville tuloksille. Kriittinen diskurssianalyysi puolestaan mahdollistaa tutkijan omien arvojen ja näkökulmien ohjata aineiston tulkintaa, ja se sisältää ennakkooletuksia aineistosta ja siitä esiin nousevista aiheista. (Jokinen ym. 1999, 85 - 86)

Itse lähden toteuttamaan tutkimustani kriittisen diskurssianalyysin lähtökohdasta. Kriittinen diskurssianalyysi lähtee siitä ajatuksesta, että tutkimusaihe sisältää lähtökohtaisesti jonkinlaisia alistussuhteita ja vallankäyttöä, joita kielellisessä ilmaisussa pidetään yllä ja toteutetaan. Tutkimuksen tarkoituksena onkin tutkia ja tarkastella näitä käytäntöjä ja tehdä niitä näkyväksi. (Jokinen ym. 1999, 86) Haasteena tutkijalle kriittisessä diskurssianalyysissä onkin pitää tutkimus objektiivisena, eikä antaa edellä mainittujen jo olemassa olevien suhteiden ohjata tutkimusta liikaa ja sanella jo etukäteen oletettuja tuloksia ennen tutkimuksen saattamista päätökseen. Toisaalta tiedostan kuitenkin itse naissukupuolen edustajana yhteiskunnassamme vallitsevan odotuksia ja oletuksia omaa sukupuoltani kohtaan, joten kriittinen lähestymistapa on kaikista hedelmällisin metodi tutkia tätä aihetta.



Fairclough (1997) kuvaa kieltä toiminnan muodoksi, joka on oleellinen osa vallankäyttöä sosiaalisessa ja yhteiskunnallisessa ympäristössä. Kriittinen diskurssianalyysi lähteekin tarkastelemaan kielen kahtiajakoa sekä yhteiskunnallisena *tuotoksena*, että yhteiskunnallisena *vaikuttajana*. (Fairclough 1997, 75 - 76) Kriittisessä diskurssianalyysissä eri yhteisöjen omat kielenkäyttötavat toimivat diskurssijärjestyksinä, joiden sisällä toimii erilaisia diskurssityyppejä eri sosiaalisille osa-alueille (Fairclough 1997, 77). Esimerkiksi organisaatioiden sisällä eri sosiaaliset osa-alueet, kuten työpalaveri ja kahvihuonekeskustelut, edustavat hyvin erilaisia diskurssityyppejä. Konflikteja Faircloughin (1997) mukaan ilmenee silloin, kun valtaa pitävät ryhmät pyrkivät ylläpitämään tiettyjä rakenteita ja käytäntöjä.

Lehtiartikkelit kuuluvat joukkoviestinnän viestintämuotoon, ja Fairclough (1997) määrittää joukkoviestinnän viestinnäksi, joka tapahtuu ajallisesti ja tilallisesti eri paikoissa kuin sen kuluttaminen. Joukkoviestintä onkin mielekkäämpää nähdä viestintätilanteiden sarjaksi, josta puuttuu viestinnän yleisön ja sitä tuottavan tahon välinen viestintä ja kontakti (Fairclough 1997, 54). Joukkoviestintään kuuluva lehdistö, käyttää viestinnässään visuaalista viestintää esimerkiksi painetun sanan tai taittotekniikan muodossa, jonka Fairclough (1997) näkee vähemmän henkilökohtaisena kuin vaikkapa televisio tai radio näiden tuodessa yksilön äänen tai television tapauksessa koko ihmisen näennäisesti läsnäolevaksi. Joukkoviestimien diskurssia voikin osuvammin kutsua ”välilliseksi näennäisvuorovaikutukseksi”, todellisten vuorovaikutusmahdollisuuksien puuttuessa, sillä yleisöllä ei ole mahdollista osallistua joukkoviestimien diskurssiin välittömästi viestinnän tapahtuessa. (Fairclough 1997, 55 - 57) Näin siis lukijalla ei ole mahdollisuutta kommentoida lukemaansa välittömästi, vaan uutisten ja artikkelien lukeminen toimintana on enemmän kulutusta kuin viestintää.

### 5.3. Diskurssin kontekstisidonnaisuus ja tutkijan positio

Diskurssianalyysi lähtee ajatuksesta, että kielenkäyttö niin puhuttaessa kuin kirjoittaessa, on sosiaalista toimintaa. Kielellä on dynaaminen luonne, ja samalla kun käytämme kieltä ja luomme sosiaalista todellisuutta, myös sama sosiaalinen todellisuus luo kielenkäyttöä ja vaikuttaa siihen, miten kieltä käytämme. Oleellista aineistoa tulkittaessa on myös konteksti, jossa kieltä käytetään, sillä kielenkäyttöä tulkitessa on keskeistä ymmärtää, minkälaisessa kontekstissa asiat esitetään. (Pietikäinen ym. 2009, 22 - 29) Keskeistä on hahmottaa suurempi kokonaisuus, jossa aineisto on pieni pala olemassa olevaa todellisuutta, jota lähdetään kontekstualisoimaan olemassa olevan todellisuuden kautta (Jokinen ym. 1999, 62). Omassa tutkimuksessani keskeinen konteksti on johtajuuskeskustelu, sekä sen sisältämät representaatiot, joita sukupuolille annetaan näiden toimiessa johtajan asemassa. Oleellista on myös ottaa huomioon tämän hetken yhteiskunnallinen todellisuus ja ilmapiiri, jossa korostuu toisaalta sukupuolten tasa-arvo ja sen tarve, mutta toisaalta hahmotus siitä, että tasa-arvo ei kuitenkaan ole vielä täysin todellisuutta. Näin eri kontekstitasot limittyvät toisiinsa, niin suuremmasta yhteiskunnallisen ilmapiirin makrokontekstista pienempään, yksilöiden välisen kommunikaation mikrokontekstiin (Pynnönen 2013, 11)

Konteksti käsitteenä on monikerroksinen konsepti, joka lähtee kielentutkimuksen mikrotasolta edeten kohti makrotason laajempia yhteiskunnallisia konteksteja. Keskeinen konteksti kielentutkimuksessa on Pietikäisen ym. (2009) mukaan tilannekonteksti, joka määrittää toimijoiden roolit sekä tilanteen oleelliset kielelliset ja sosiaaliset ulottuvuudet (Pietikäinen ym. 2009, 31), esimerkiksi omassa tutkimuksessani artikkelin lukijan ja artikkelin kirjoittajan roolit sekä tilannekontekstina sähköinen ympäristö, jossa lukija saa ainoastaan kirjoittajan tarjoaman tiedon tilanteesta ja sen sisällöstä eikä itse pysty osallistumaan keskusteluun toimijana vaan jää osallistujan rooliin. Tutkijan roolissa taas osallistujan rooli muuntautuu tekstin aktiivisen tulkitsijan rooliin ja toimijaksi.

Juhila (1999) erottaa diskurssianalyttikolle kolme eri positiota, joista tutkija lähestyy omaa tutkimuskohdettaan: analyttikko, asianajaja ja tulkitsija. Analyttikolla Juhila (1999) tarkoittaa mahdollisimman neutraalia ja avointa lähestymistapaa aineistoon, jolloin tutkijan

oma rooli suhteessa aineistoon on mahdollisimman pieni ja kontrolloitu (Juhila 1999, 202 - 203). Asianajajan positiota Juhila (1999) puolestaan kuvaa arvolatautuneeksi, jolloin aineiston tulkinta lähtee tutkijan omasta motivaatiosta osoittaa sen avulla erilaisten valtasuhteiden olemassaoloa, tai edesauttaa johonkin päämäärään pääsemistä. Aineiston tulkinta ei näin ole neutraalia, vaan tutkijalla on tarkoitus kritisoida olemassa olevaa todellisuutta (Juhila 1999, 202 - 208). Tulkitsija on Juhilan (1999) mukaan aineistoa avoimin mielin tutkiva, mutta vahvasti aineistoon ja sen sisältöön nojaava positio. Keskiössä on analyysin ja aineiston välillä käytävä vuoropuhelu (Juhila 1999, 212).

Itse koen tutkijana asettuvani asianajajan asemaan, sillä jo tutkimuskysymykseni on asetettu sillä oletuksella, että aineisto paljastaa nais- ja miesjohtajuuden mediarepresentaatioiden erilaisuuden. Edustan myös naissukupuolta, jolloin asemani tutkimusta tehdessä ei ole neutraali, vaan lähestyn aihetta omien kokemusteni kautta. On tärkeää tiedostaa oma positioni tämän tutkimuksen osalta, jotta voin analysoida aineistoa kiinnittäen samalla huomiota omaan asemaani sekä sen mahdollisiin vaikutuksiin tutkimuksen tuloksissa, jotta pystyn pitämään mahdollisimman analyttisen ja objektiivisen otteen tutkimukseen.

#### **5.4. Analyysin hahmottelu**

Tässä osiossa esittelen analyysini muodostumista aineiston pohjalta, hyödyntäen jo kertynyttä tutkimustietoa ja ymmärrystä naisjohtajuudesta ja siitä käydystä keskustelusta. Käyn läpi analyysin haasteita, ja esittelen analyysini lopputuloksena muodostuneet diskurssit, joita avaan ja perustelen kattavammin seuraavassa kappaleessa 7, Naisjohtajuuden diskursseja.

Haasteena diskurssianalyysin käytössä on sen monimuotoisuus, mutta myös tutkijan oma rooli tulkintojen muodostajana. Laadullisessa tutkimuksessa analyysi ja tutkimus on hyvin aineistolähtöistä, jolle raamit ja rajat asettavat teoreettinen viitekehys ja tutkimuskysymykset, joihin pyritään vastaamaan (Pietikäinen ym. 2009, 18), mutta

lopulliset tulkinnat ja johtopäätökset tekee kuitenkin tutkija itse. Myös tutkijan asema tutkimuksessa on oleellista, sillä tutkija osallistuu diskurssiin vuorovaikutuksellisesti eri positioista, kuten tulkitsijan tai analysoijan positiot, ja ottaa samalla osaa keskusteluun ollen osa tutkimusta (Jokinen ym. 1999, 201 - 202).

Aineiston tulkinta lähtee sen systemaattisesta läpikäynnistä valittujen analyysi- ja tutkimusmetodien avulla (Pietikäinen ym. 2009, 153), tässä tapauksessa diskurssianalyysin avulla. Itse lähdin ensin lukemaan aineistoa melko suurpiirteisesti, jotta saisin hyvän yleiskuvan artikkeleiden kirjoitustyylistä ja sisällöstä. Aineiston kuvien visuaalinen analyysi olisi ollut erittäin mielenkiintoinen lisä täydentämään tutkimusta, mutta päätin jättää kuvat tutkimukseni ulkopuolelle, jotta tutkimus ei lähtisi ”rönsyilemään” ja keskittyminen tekstin sisältöön lähtisi liikaa sivuraiteille.

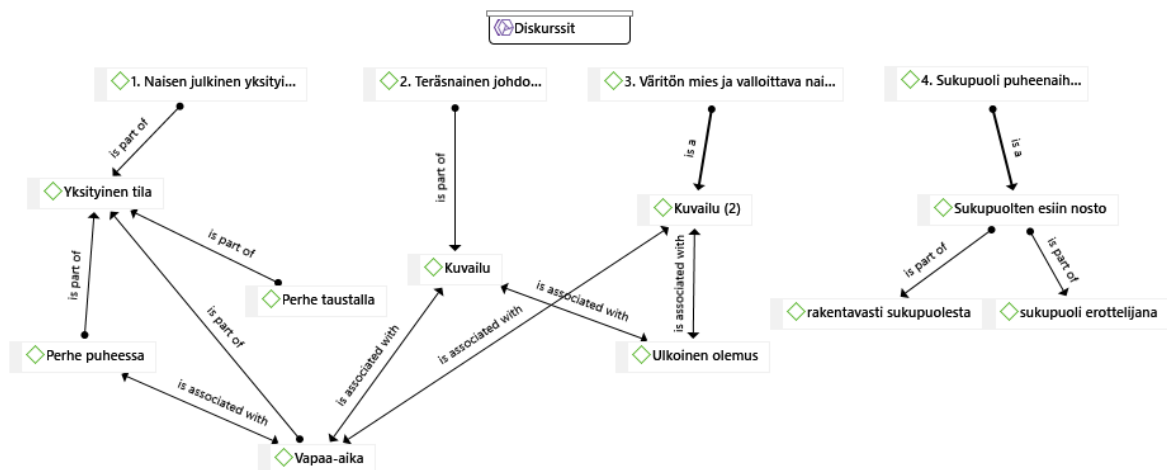
Aineiston tulkintaan vaikuttaa aikaisemmista tutkimuksista ja kirjallisuudesta hankittu ymmärrys naisjohtajuudesta ja siitä käytävästä keskustelusta, jonka pohjalta lähdin aineistosta etsimään diskursseja, jotka joko toistavat tehdyssä tutkimuksessa saatuja tuloksia, tai vaihtoehtoisesti eroavat niistä täysin. Myös oma asemani naisena vaikuttaa aineiston tulkintaan, sillä luen sitä kriittisen diskurssianalyysin näkökulmasta naissukupuolen edustajana sekä ”asianajajana” (ks. s. 31)

Lähdin lukemaan aineistoa seuraavaksi huolellisemmin ja etsimään siitä mielenkiintoa herättäviä kohtia ja toistuvia teemoja, joissa tuotiin esimerkiksi haastateltavan sukupuolta, perhettä tai ulkonäköä esiin. Loin tekstin perusteella erilaisia koodeja Atlas-aineistonkäsittelyohjelmaan, joihin lähdin ensin melko laveasti keräämään kiinnostavia kohtia tekstistä, joissa näitä edellä mainittuja asioita tuotiin esiin. Koodauksen ja tekstin läpikäymisen edetessä aineistosta alkoi hahmottua selkeämmin toistuvia koodeja ja puhetapoja, joita ryhdyin kokoamaan yhteen erilaisten otsikoiden alle, pyrkimyksenä saada muodostettua selkeämpiä diskursseja ja puhetapoja, jotka toistuvat aineistossa.

Aineiston läpikäynnin edetessä aineistosta nousi esiin selkeämmin koodit, jotka toistuivat useasti, ja jotka muodostivat selkeitä kokonaisuuksia ja puhetapoja johtajuudesta ja

sukupuolesta. Näiden koodien avulla pystyin muodostamaan aineistosta neljä eri puhetapaa johtajuudesta ja sen sukupuolirepresentaatioista, joiden alle nämä koodit asettuivat. Osa koodista näyttäytyy useamman kuin yhden diskurssin alla, sillä ne ovat monimerkityksellisiä ja suhteessa useampaan kuin yhteen puhetapaan. Diskurssit, jotka aineistosta nousivat, olen nimennyt seuraavasti: 1.) Naisen julkinen yksityinen, 2.) teräsnainen johdossa, 3.) väritön mies ja valloittava nainen sekä 4.) sukupuoli puheenaiheena. Kuvio 1. esittää diskurssit sekä niihin liittyvät koodaukset aineistosta.

Kuviossa 1. ensimmäiseen diskurssiin 1.) naisen julkinen yksityinen, on koodattu yksityinen tila, johon liittyy aineistosta nousseet puhe perheestä arjessa ja yksityisessä tilassa, sekä puhe perheestä uran taustavaikuttajana. Näiden lisäksi siihen liittyy vapaa-ajan koodi, jota tuodaan aineistossa esille yksityisenä tilana. Toiseen diskurssiin 2.) teräsnainen johdossa, olen liittänyt koodit haastateltavien kuvailusta, joka sivuaa myös ulkoisen olemuksen käsittelyä. Tämän lisäksi keskeinen koodi on vapaa-aika, jonka avulla haastateltavia kuvataan. Kolmas diskurssi 3.) väritön mies ja valloittava nainen, sisältävät kuvailun koodin lisäksi ulkoisen olemuksen koodin, joiden avulla haastateltavista luodaan kuvaa ulkonäön analyysin kautta. Viimeisenä diskurssina 4.) sukupuoli puheenaiheena, sisältää sukupuolen esiin noston koodin, josta muodostuu myös sukupuoli erottelevana tekijänä- koodi, sekä sukupuolesta rakentavasti-koodi.



Kuvio 1. Diskurssien sisältämät koodit

Kuvio 1. havainnollistaa diskurssien muodostumista eri kooditusten kautta, mutta samalla näyttää näiden koodien yhteyksiä toisiinsa. Seuraavassa kappaleessa avaan analyysini lopputuloksia, sekä perustelen näiden koodien käyttöä edellä mainittujen diskurssien kuvaamiseksi.

## 5. NAISJOHTAJUUDEN DISKURSSEJA

Tässä kappaleessa lähen esittelemään analyysini tuloksia. Koska diskurssianalyysi on kvalitatiivinen tutkimusmetodi, joka perustuu vahvasti tutkijan omille tulkinnoille aineistosta, käytän tulosten havainnollistamiseen ja perusteluun runsaasti otteita aineistosta. Tämän avulla analyysin tulokset ovat helpommin hahmotettavissa, ja tutkimuksen lukija saa tiivistetyn näkemyksen aineiston sisällöstä. Koska kvalitatiivinen tutkimus on tulkinnanvaraista ja perustuu tutkijan omille näkemyksille aineistosta, tuen tulosteni perustelua myös hyödyntämällä kvantitatiivista aineistoa jonkin verran, ja näin avaan tutkimuksen lukijalle myös määrällisillä keinoilla tulosten perustelua.

Vaikka tutkimukseni keskiössä on naisjohtajuus, tuon kuitenkin tulososiossa esiin lyhyesti myös miesjohtajien kannalta relevantteja tuloksia, sillä koen sen havainnollistavan paremmin sukupuolten välillä vallitsevia eroja. On tulosten kannalta oleellista ymmärtää, kuinka naisjohtajan kuva ja representaatiot eroavat miesjohtajuuden kuvista, joten tuloksissa esittelemään ja hyödyntämään myös miesjohtajuuden diskursseja.

Analyysini lopputuloksena olen muodostanut neljä diskurssia, joiden avulla johtajista ja johtajuudesta sekä heidän sukupuolestaan luodaan keräämässäni aineistossa kuvaa. Nämä diskurssit olen nimennyt seuraavasti: 1.) Naisen julkinen yksityinen, 2.) teräsnainen johdossa, 3.) väritön mies ja valloittava nainen, sekä 4.) sukupuoli puheenaiheena. Lähen seuraavaksi avaamaan ja perustelemaan löytämiäni diskursseja, sekä analysoimaan niitä representaatioita, joita ne omalta osaltaan luovat johtajuudesta ja sukupuolesta.

Havainnollistan Taulukko 1. avulla koodausten määrällistä jakautumista sukupuolten välillä. Taulukko 1. havainnollistaa kvantitatiivisesti, kuinka koodien määrät sukupuolittain eroavat toisistaan. Taulukosta 1. voi huomata, kuinka erityisesti yksityisen, kodin ja perheen sekä vapaa-ajan tilaa nostetaan esiin huomattavasti enemmän naisilla kuin miehillä, ja kuinka taas sekä naisten että miesten aineistossa sukupuolta nostetaan esiin lähes yhtä paljon, mutta lähestymistapa taas eroaa sukupuolten välillä huomattavasti.

	Miehet	Naiset	Yht.
○ Kuvailu	10	19	29
○ Perhe puheessa	9	18	27
○ Perhe taustalla	8	20	28
○ Rakentavasti sukupuolesta	8	14	22
○ Sukupuoli erottelijana	13	7	20
○ Sukupuolten esiin nosto	23	24	47
○ Ulkoinen olemus	2	8	10
○ Vapaa-aika	17	32	49
<b>Yht.</b>	90	142	232

Taulukko 1. Koodien jakautuminen sukupuolittain

## 6.1. Naisen julkinen yksityinen

Kuten Taulukko 1. osoittaa, naisjohtajan henkilökohtainen, yksityinen tila, tässä tapauksessa perhe ja vapaa-aika, on huomattavasti enemmän esillä artikkeleissa kuin miesjohtajan. Naisjohtajaa kuvataan kodin ja perheen kautta, äidin ja kodista huolehtijan roolissa. Kodin ja perheen yhdistäminen on haaste, jossa tasapainoillaan oman riittämättömyydentunteen ja uralla etenemisen välillä, ja mediassa pyritäänkin nostamaan naisjohtajan perhe näkyvälle paikalle ja avaamaan tämän yksityistä elämänsä aluetta laajemmin kuin miesjohtajan.

### 6.1.2. Perhe puheessa

*”Teen harvoin samaa ruokaa uudelleen. Poikani ollessa lapsi, päätin tehdä joka viikko uuden ruokalajin. Reseptejä käytän lähinnä inspiraationa. En noudata niitä orjallisesti.”*

(Nainen, Talouselämä 11.11.2017, Jauhiainen)

Nainen johtajana tasapainoilee jatkuvasti perinteisten, äitiyteen ja naiseuteen liitettyjen stereotyyppien ja johtajuuden vaatimusten kanssa, mutta media pyrkii silti esittämään naiset ennen kaikkea aktiivisina perheen perinteisten roolien ylläpitäjinä. Naisen tehtävä on työstään huolimatta toteuttaa roolia äitinä, ja tähän rooliin nähdään oleellisesti liittyvän



asioita kuten ruuanlaitto tai kodista huolehtiminen, joita myös mediassa nostetaan huomattavasti miesjohtajaa useammin esiin. Kodin ja yksityisen piiri on luonnollinen osa naisen representaatiota mediassa, ja ne nivoutuvat näennäisen luonnollisesti yhteen naiseuteen liitettyjen feminiinisten piirteiden ansiosta. Naisjohtajien luontaisena pidetyt ominaispiirteet kuten kommunikaation korostaminen ja hyvät ihmissuhdetaidot (Sujana ym. 2018, 126), voidaan nähdä linkittyvän hyvin vahvasti naisen rooliin perheessä ja sen dynamiikassa. Myös naisten vapaa-aikaa värittää perheen kanssa vietetty aika, joka keskittyy perheen kanssa toimimiseen sekä perinteisesti naisellisina nähtyihin toimintoihin, kuten ruuanlaittoon. Miesten vapaa-ajan kuvaus on ennemmin omien intohimojen ja harrastusten kautta kuvattua kuin perheen ja yhteisön näkökulmasta näytettyä tilaa.

*”Lapset ovat innostuneet mukaan urheilemaan, niin me vietämme lomatkin.”*

(Nainen, Kauppalehti 15.3.2018, Erkko)

Naisen rooli perheessä esitetään aktiivisena toimijana, joka järjestee vapaa-ajan, työn, ruokailut ja aikataulut perheessä, ja lapset näkyvät toiminnassa mukana kantaen äitiyden roolia jatkuvasti johtajuuden vierellä. Perhe ja yksityinen on naisjohtajan ominaispiirteitä, jotka määrittävät naisjohtajan olemusta mediassa, yksityisen tilan ovet avataan katsojille ja pyritään osoittamaan naisen johtajana olevan ennen kaikkea osa perhekokonaisuutta, häivyttämällä samalla johtajuuteen liitettyä maskuliinisia piirteitä ja korostaen pehmeämpiä arvoja kuten yhteisöllisyyttä. Näin naisjohtajan kuva toisintaa samoja feminiinisinä pidettyjä ”pehmeämpiä” arvoja, joita naiseen johtajana jo valmiiksi liitetään.

*”Vaikka tekee paljon töitä, voi riittävällä tavalla hoitaa lapsetkin, mutta sitten täytyy jostain muusta luopua.”*

(Nainen, Talouselämä 9.7.2017, Lähteenmäki)

Naisjohtaja kamppailee riittämättömyyden tunteen kanssa, kun tehtävänä on yhdistää työ, perhe ja vapaa-aika ja onnistua näissä myös esimerkillisesti (Denker 2015, 3). Naisjohtajan aika jaetaan työn ja perheen kesken, ja luopuminen viittaa ristiriitaan oman itsensä ja naisen kohtaamien vaatimusten välillä, kun oletuksena on tasapainottelu yksityisen elämänpiiriin ja työn välillä omien intressien häipyessä taka-alalle. Tavoitteet voivat sukupuolten välillä olla

hyvinkin samankaltaisia työelämässä, mutta naisilla on usein lisähaasteena myös perheen vaatimukset, jotka miehillä jäävät usein huomattavasti pienemmälle roolille.

”Superäiti” onkin Denkerin (2015, 5) mukaan myyttinen hahmo, joka kehittyi työelämän auetessa avoimemmin myös naisille. ”Superäiti” pystyy kaikkeen, tasapainoilemaan lasten, työn ja kodin välillä tasapainoisesti ja hoitamaan velvollisuutensa niin äitinä kuin työssään. ”Superäiti” luo uraa ja menestyy työelämässä kantaen samalla vastuun perheestä ja sen päivittäisistä toimista, toisessa kädessään lapsi ja toisessa työsalkku. Tämän ristiriitaisen mielikuvan, joka naisista johtotehtävissä muodostuu, johdosta suorituspaineeet alojensa huipulla tasapainotteleville uraäideille ovat huomattavat. Vaikka ajatusmallit ovat hiljalleen siirtymässä modernimpaan ajattelutapaan, on äitiys ja koti edelleen suurelta osin muovaamassa naisen roolia mediassa johtajana.

*Topi Manner oppi finanssikriisin ja ruuhkavuosien keskellä, että itsestään on pidettävä huolta.*

(Mies, Talouselämä 13.10.2018, Koho)

Miesten osalta yksityinen tila on huomattavasti passiivisempaa ja suljetumpaa tilaa, jossa miesjohtajan rooli näkyy paljon pienempänä. Yksityistä tilaa ei avata mediassa kuin hieman, keskiössä on miesjohtaja sekä hänen omat saavutuksensa. Perhettä sivutaan puheessa, mutta se ei missään vaiheessa pääse pääosaan, vaan häilyy jossain keskustelun reunoilla. Ruuhkavuodet ovat tuntuneet, mutta niitä ei avata vaan keskiössä on oma hyvinvointi ja haasteista selviäminen voittajana. Rooli perheessä jää passiiviseksi, isyys ei saa isoa roolia eikä sitä nosteta esiin, vaan oleellista on oma ura ja sen saavutukset.

*Eskola kertoo oppineensa, että työ ja perhe-elämä pitää osata erottaa, jotta jaksaa. Iän myötä senkin on tajunnut, että kotona ei voi toimia yhtä dominoivasti kuin töissä.*

(Mies, Helsingin Sanomat 15.6.2018, Raeste)

Mies johtajana on yksilö, jota eivät perheen vastuut ainakaan näennäisesti rasita eikä niitä tuoda esiin. Perhe nähdään erillisenä tilana, joka rajataan pois työelämästä ja erotetaan täysin erilliseksi tilaksi, ja näiden kahden yhdistäminen olisi liian raskas taakka. Myös oman roolin

muokkaus erilliseksi työ- ja kotioloissa on oleellista, sillä dominoiva, maskuliininen johtamisote ei toimi perheen piirissä yhtä menestyksekkäästi, vaan sitä on muovattava yksityiseen tilaan sopivammaksi. Miesten osalta luodaankin selkeästi kaksi eri identiteettiä mediassa, koti on erillinen tila eikä sitä linkitetä työelämään ja miesten työminään. Naisten osalta tilanne on eri, sillä äitiys ja työminä ovat yhtä, nainen on yhtä aikaa johtaja ja äiti.

Miesjohtaja nähdään ennen kaikkea johtajana, ei perheen sekä työn yhdistäjänä, kuten naisjohtajien kohdalla. Keskiössä on yksilön työsuoritus ja menestyminen, ruuhkavuodet ja perhe kuvataan enemmän haasteena ja rasitteena kuin positiivisessa valossa tai vaihtoehtoisesti perhettä ei nosteta juurikaan esiin perheellisten osalta. Maskuliininen, perinteinen miehinen toiminta nähdään ristiriidassa kodin kanssa, joten yksityinen tila on suljettava, jotta oma kuva johtajana ei järky ja saa liian pehmeitä piirteitä.

### **6.1.2. Perhe taustavaikuttajana**

Johtajien omaa perhetaustaa tuodaan aineistossa esiin niin naisjohtajien kuin miesjohtajienkin osalta. Erityistä huomiota saavat perheyritysten johdossa toimineet isät, joiden esimerkin kautta johtajat ovat omaa uraansa lähteneet rakentamaan. Erityisesti miesjohtajat avaavat omaa yksityistä tilaansa oman perhetaustansa kautta, jättäen nykyisen perhetilanteen vähemmälle huomiolle, mutta myös naiset nostavat omat kokemuksensa oleelliseksi osaksi omaa menestymistään.

*Alahuhta-Kasko on nähnyt liiketoiminnan johtamista läheltä jo lapsuudessaan. Hänen isänsä Matti Alahuhta toimi pitkään Nokian ja Koneen johtotehtävissä, ja on yhä yksi Suomen tunnetuimpia johtajia. Alahuhta-Kaskon mukaan häntä ei kotona erityisesti kannustettu kaupalliselle uralla, vaan kehoitettiin etsimään oma intohimo.*

(Nainen, Kauppalehti 11.8.2018, Erkko)

Oma perhe ja läheltä seurattu malli johtajuuteen ovat vaikuttaneet omiin intohimoihin ja haluun päästä etenemään. Isät perheyritysten johdossa ovat antaneet sekä naisille että miehille johtajan mallia omassa perheessä, ja tätä mallia on pyritty toteuttamaan myös omassa tekemisessä. Korostettuna ei kuitenkaan ole perinteinen patriarkaalinen malli, vaan

myös perheen äidit ovat ottaneet roolia yrityksissä ja viitoittaneet tietä omille lapsilleen naisjohtajuuden mahdollisuuksista.

*”Kouluni oli sen takana, joten koulun jälkeen menin usein sinne. Isoisäni kuoleman jälkeen mummoni johti liikettä 1950-luvulta lähtien. Hän asui autoliikkeen yläkerrassa ja johti sitä ukkolössii”, Levoranta kertoo.*

(Nainen, Talouselämä 29.9.2017, Lappalainen)

Huomionarvoista on kuitenkin, että ainoastaan miehet kuvataan aktiivisesti mukana toiminnassa olleina. Naiset kuvaavat omaa perhetaustaansa ja perheyrittysten toimintaa ulkopuolisina seuraajina, kun taas miehet ovat aktiivisesti olleet toiminnassa mukana. Yritystoimintaa ja sen johtamista on päässyt seuraamaan, mutta itse toiminnassa mukana ovat olleet vain miespuoliset johtajat artikkeleissa. Miehet myös korostavat perheyrittysten kautta tullutta kokemusta ja kuvaavat sen vaikutusta omaan uraansa enemmän kuin naispuoliset johtajat. Naiset kyllä kokevat saaneensa tukea omia valintojaan tehdessään, mutta suoranaista vaikutusta oman uran etenemiseen eivät naiset ilmaise.

*Manner tulee yrittäjäperheestä. Hänen isällään oli Raumalla McDonald’s-ravintola ja Nestehuoltamo. Kun ikää oli riittävästi, Manner osallistui perheyrittymisen töihin: tankkasi autoja ja paistoi hampurilaisia.*

(Mies, Talouselämä 13.10.2018, Koho)

Herää kysymys siitä, onko miehiä aktiivisemmin ohjattu jatkamaan perheenisien osoittamaa tietä kohti johtajuutta ja yritysmaailmaa ja naisille jätetty avoimemmat ovet itsensä toteuttamiseen? Samalla kyseenalaistetaan naisten kykeneväisyys johtotehtäviin jätettäessä heidät ulkopuolelle perheyrittysten toiminnasta ja ohjatessa heitä muualle kuin yritysmaailmaan, luoden miehille helpompaa pohjaa lähteä tavoittelemaan johtoasemia ja toistaen perinteistä miehisen johtajan mallia. Pientä poikkeusta lukuun ottamatta perheyrittysten johtajat ovat olleet pääsääntöisesti miespuolisia perheenisiiä, joten mallia johtajanaisista ei ole ollut omassa lapsuudessa tarjolla.

## 6.2. Teräsnainen johdossa

Nainen johtajana joutuu jatkuvasti todistelemaan omaa pätevyyttään asemaansa. Perinteiset, maskuliiniset johtajuuden piirteet värittävät edelleen johtajuuskeskustelua, vaikka ajatusmallit perinteisestä miesjohtajasta pyrkivät hiljalleen muuttumaan. Kuitenkin hyvän johtajan piirteitä korostetaan edelleen maskuliinisilla näkemyksillä, ja nainen johtajana kuvataan myös näiden piirteiden kautta. Erityisen suurta roolia annetaan vahvuudelle, ja hyvän johtajan nähdään olevan vahva ja voimakas ollakseen pätevä.

*Nokian Renkaita johtaa nainen, joka nostaa painoja SM-tasolla ja kisaa triathlonin täysmatkoilla.*

(Nainen, Kauppalehti 15.3.2018, Erkko)

Huomio kiinnitetään siihen, että vaikka johtaja on nainen, hän on kuitenkin vahva ja voimakas, nostaa painoja ja kisaa triathlonissa. Urheilu ja voimakkuus symboloi myös kyvykkyyttä hoitaa vaativa työ ja sen tuoma taakka. Samalla se kuitenkin korostaa myös voiman ihannoitua maskuliinisena piirteenä johtajuudessa, toisinaan vahingollisia ajatuksia johtamismalleista. Erityisesti johtamistehtävissä toimivat naiset saavat usein kokea maskuliinisten toimintatapojen ihannon median uutisoinnissa (Sujana 2018, 131).

*Hän on oikeasti teräsnainen.*

(Nainen, Talouselämä 29.9.2017, Lappalainen)

Naisen erityislaatuisuutta johtajana korostetaan tämän urheiluharrastusten kautta, tämä nainen todella *oikeasti* on teräsnainen ja kyvykäs johtamaan organisaatiota. Lause kiinnittää huomion ristiriitaan, joka vallitsee voimakkaan fyysisen olemuksen ja naiseuden välillä, luoden vastakkainasettelun maskuliinisuuden ja feminiinisuuden roolien avulla. Fyysinen voimakkuus kuvastaa voimakasta ja luotettavaa johtajaa, ja johtajanaisen kohdalla tätä piirrettä korostetaan erityisesti. Vahvuus rinnastetaan organisaation ja johdettavan yrityksen vahvuuteen ja nainen johtajana kannattelee organisaation taakkaa vahvoilla harteillaan.

Fyysinen kunto nähdään heijastelevan kyvykkyyttä tehtävään, ja vahva nainen on uskottavampi kuin heikompi, vähemmän maskuliinisia piirteitä omaava naisjohtaja.

*Töiden jälkeen Duinhoven harrastaa liikuntaa. Hän on tuttu näky Sanomatalon kellarikerroksen kuntosalilla.*

(Nainen, Kauppalehti 2.3.2017, Lehti)

Fyysinen kunto nähdään myös hyvän, kunnollisen ihmisen piirteenä, urheileva ihminen on hyvä ja aktiivinen yhteiskunnan toimija. Johtajassa henkilöityy ”ihanneihmisen” malli, menestynyt ja aktiivinen ihminen, joka on saavuttanut urallaan paljon, edennyt pitkälle ja jaksaa kaiken lisäksi pitää itsestään huolta. Liikunta kuvataan myös kiireisen menestyneen ihmisen rentoutumismuotona, jolloin työhuolet voi jättää taakse ja keskittyä vain itseensä ja omaan suoritukseensa.

*Työviikot ovat intensiivisiä, joten viikonloput Sohlström haluaa rauhoittaa liikunnalle.*

(Mies, Kauppalehti 14.10.2018, Tammilehto)

Myös miesten osalta liikunta ja urheilullisuus saavat runsaasti huomiota artikkeleissa, mutta samanlaista vahvuuden ja voimakkuuden korostamista ei miesten osalta kuitenkaan ole. Tämä kieli siitä, että naisjohtajien kohdalla nähdään tarvetta korostaa juuri fyysistä voimakkuutta, sillä sen nähdään kohottavan mielikuvaa naisjohtajista lähemmäs perinteistä maskuliinista miesjohtajan kuvaa. Liikunta ja urheilu kuvataan myös hyvin yksilökeskeisinä suorituksina, jossa johtaja saa omaa aikaa hetkisestä ympäristöstään ja pyrkii parantamaan omaa yksilöllistä suoritustaan ja suorituskyykyään aina korkeammalle.

### 6.3. Värityn mies ja valloittava nainen

Naisjohtajan ulkoista olemusta ja toimintaa kuvaillaan huomattavasti runsaammin kuin miesjohtajan. Mediassa nähdään tarpeelliseksi kuvata, kuinka naisjohtaja toimii ja käyttäytyy, millaisia ovat hänen eleensä ja vaatetuksensa ja minkälainen olemus hänestä huokuu. Miesjohtajien kohdalla keskitytään huomattavasti vähemmän kuvailuun ja ulkoiseen olemukseen, kuten Taulukko 1. osoittaa. Tämä toiminta rakentaa naisjohtajasta kuvaa henkilönä, jonka ulkonäköä ja toimintaa tulee tarkkailla suurennuslasilla, ja se nivotaan yhteen hänen pätevyytensä ja toimintansa kanssa.

*Häntä on pyydetty pukeutumaan kuvausta varten valkoiseen. Paikalle saapuu nainen täysmustissa. ”Ette nyt saaneet valkoista, tuli mustaa nahkaa ja maiharit”, Korhonen heittää hyväntuulisesti ja hymyilee valloittavasti.*

(Nainen, Kauppalehti 15.3.2018, Erkko)

Johtajalle on esitetty toive ulkoisesta olemuksesta, mutta tämä on itsepäisesti päättänyt kieltäytyä ja toimia oman tahtonsa mukaan. Musta väri ja nahka kuvastavat räväkämpää tyyliä, ja maiharit korostavat ristiriitaa naisen ja maskuliinisen olemuksen välillä. Johtajanaisen on toivottu pukeutuvan puhtaan valkoiseen väriin, jota tuskin johtajamieheltä odotetaan. Tummat värit kielivät arvovallasta, ja mielikuva johtajasta on usein mies tumma puku päällään. Tilannetta pehmentää kuitenkin johtajanaisen valloittavan naisellinen hymy, joka sulattaa tilanteen jännitteen.

Itsepäisyys on usein kuvattu maskuliinisen johtajan piirteeksi, ja oman näkemyksen pitäminen johtajuuden kannalta niinkin epäoleellisessa asiassa kuin vaatetuksen osalta, nähdään naisjohtajan kohdalla tarpeelliseksi nostaa esiin. Maskuliininen kuvaus rikotaan kuitenkin valloittavalla hymyllä, joka muistuttaa haastateltavan olevan kaikesta huolimatta nainen. Hymyn kuvaaminen valloittavaksi luo mielikuvaa haastateltavasta perinteiseen naisen rooliin, jossa naisen tehtävä on valloittaa hymyllään ja kauneudellaan katsojat ja hurmaantumaan tämän naisellisesta viehätysvoimasta. Miesten hymyjä ei kuvata valloittavaksi, vaan ne ovat vain hymyjä, joita kantajansa lyhyesti suo haastattelussa ennen kuin palataan taas takaisin koviin aiheisiin kuten talous ja organisaation toiminta.

*Levoranta ei ole pukeutunut huppariin Vesterbackan tapaan, vaikka hän joskus lenkkeillessään käyttääkin Rovion vaaleanpunaista hupparia.*

(Nainen, Helsingin Sanomat 27.8.2016, Timonen)

Naisjohtajien kuvailun osalta keskeiseksi nousee juuri pukeutuminen ja vaatetus. Vaikka johtaja pukeutuukin töihin perinteisen johtajan asialliseen tyyliin, rikkoutuu tämä kaava lenkillä huppariin pukeutuen. Lisäksi mediassa nähdään huomionarvoisena nostaa esiin vaatekappaleen väri, sillä vaaleanpunainen on perinteisesti nähty hyvin feminiinisenä värinä. Tällä rakennetaan jälleen ristiriitaa feminiinisuuden ja maskuliinisuuden välille, mutta rikotaan samalla ”perinteisen” johtajan kuvaa asiallisesti pukeutuvasta johtajasta.

*Hän on pitkä ja atleettinen mutta silti lähestyttävä.*

(Nainen, Kauppalehti 2.3.2017, Lehti)

Naisjohtajien fyysinen ulkonäkö on mediassa hyvinkin avointa riistaa. Naisjohtajasta rakennetaan artikkeleiden avulla mielikuvia atleettisista, voimakkaista naisista, jotka silloin tällöin rentoutuvat heittäen vaaleanpunaisen hupparin päälleen. Pituudesta ja urheilullisuudesta, miehiseksi mielletyistä ominaisuuksista huolimatta naisjohtaja on kuitenkin lähestyttävä, ja tällä luodaan jälleen kuvaa maskuliinisista ominaisuuksista naisjohtajasta, rikkoen kuitenkin perinteistä maskuliinisuutta kuvaten naista näistä ominaisuuksista huolimatta helposti lähestyttäväksi. Tällä madalletaan naisjohtajasta välittyvää auktoriteettista kuvaa pehmeämmäksi ja naisellisemmäksi. Miesjohtajien osalta yhdestäkään haastateltavasta ei luoda samalla tavalla mielikuvaa kuvailemalla heidän ulkonäköään tai vaatetustaan. Tämä vahvistaa ajatusta naisjohtajasta henkilönä, joka joutuu huomattavasti tarkemman tarkastelun alle, oli kyseessä sitten tämän ulkoinen olemus tai työhön liittyvä toiminta.

Miesjohtaja toimii toisaalta mediassa paljon tiukempien oletusten alaisena ulkonäköön liittyen, sillä kuten aikaisemmin mainitsin, mielikuva johtajasta on usein mies tumma puku päällään virallisissa, hyvin asiallisissa vaatteissa. Tätä mielikuvaa ei mediassa rikota, vaan kaikki miesjohtajat esiintyvät yhteneväisissä tummanpuhuvissa asuissa, eväten näin mahdollisuuden ulkonäön arvosteluun. Miesten osalta kuvailut rajoittuvatkin heidän olemukseensa ja vaikutelmiin, joita välitetään median kautta.



*Hän on vaikuttanut huolelliselta ja tarkalta johtajalta, mutta hieman värittömältä.*

(Mies, Helsingin Sanomat 15.6.2018, Raeste)

*Varmaotteinenkin Manner on – hauska ja kuuntelevainen.*

(Mies, Talouselämä 13.10.2018, Koho)

Miesjohtaja on huolellinen ja tarkka, ei liian persoonallisia piirteitä ilmentävä johtaja. Perinteiseen, maskuliiniseen miesjohtajaan tehdään kuitenkin useasti eroa tuomalla esiin hyvin inhimillisiä piirteitä, kuten huumoria ja työyhteisöstä välittämistä. Tämä eroaa perinteisestä johtajakuvasta huomattavasti, mikä kielii organisaatiokulttuurin ja yhteiskunnan muutoksesta kohti inhimillisempiä ja matalahierarkisempia toimintatapoja (esim. Lämsä ym. 2014, 337 – 338)

#### **6.4. Sukupuoli puheenaiheena**

Sekä mies- että naisjohtajat nostavat sukupuolta esiin artikkeleissa. Olen erotellut puheen sukupuolesta rakentavaan kommentointiin ja esittämiseen sekä sukupuoleen erottelevana tekijänä. On kuitenkin ymmärrettävä, että tämä jako on tutkijan tulkintaa tekstistä, ja teksti on aina vastaanottajansa tulkintaa median tarjoamasta sisällöstä sekä näennäisvuorovaikutusta (Fairclough 1997, 55 – 57), joten toisen tutkijan tulkinnan myötä jako saattaisi olla erilainen. Perustelen kuitenkin seuraavaksi esimerkkien avulla omaa jakoani ja sen sisältöä. Kaikki aineistosta koodatut kohdat eivät myöskään yksiselitteisesti asetu kummankaan koodin alle, sillä osa aineistosta on monimerkityksellistä ja saattavat olla osana molempia koodauksia. Kiinnostavaa on, että sekä miesten että naisten aineistossa sukupuoli aiheena näyttäytyy lähes yhtä paljon (Taulukko 1.). Tämä voi viitata siihen, että molemmat sukupuolet tunnistavat keskustelun sukupuolten välisen tasa-arvon toteutumattomuudesta, ja siksi sitä pyritään nostamaan aktiivisesti esiin.

#### 6.4.1. Rakentavasti sukupuolieroista

Naisten aliedustettu asema organisaatioiden korkeimmissa johtotehtävissä on selkeästi ongelma, johon on vähitellen herätty myös yritysten sisällä. Naisjohtajuus tutkimuksen kohteena on nostattanut tietoisuutta naisjohtajuuden ongelmallisuudesta, ja tasa-arvoiset mahdollisuudet kilpailla yritysten johtopaikoista on pikkuhiljaa alkanut muovata myös ajattelutapoja naisjohtajuutta kohtaan. Sekä naiset että miehet johtoasemissa haluavat kehittää ajattelutapoja niin, että naisjohtajuus ei olisi erikoisuus miesjohtajien keskuudessa.

*”Ei pidä vain tuijottaa kuinka paljon naisia on hallituksissa, vaan varmistaa, että tyttöjä ja naisia tuetaan ja rohkaistaan päätöksenteossa. Minulla on ollut äiti, jolle on ollut tärkeää, että nainen pärjää myös omillaan.*

(Nainen, Talouselämä 9.7.2017, Lähteenmäki)

Oleellista ei ole naisten määrä tai erilaiset kiintiöt, vaan keskeistä onkin mahdollistaa kaikille sukupuolesta riippumatta mahdollisuus edetä haluamalleen uralle. Määrällinen enemmistö ei ole toiminnan päätavoite, vaan ennemmin rohkaista ja luoda mahdollisuuksia myös naisille edetä johtotehtäviin vielä hyvin miesvaltaisessa maailmassa ja tätä kautta mahdollistaa tasa-arvoisemmat kilpailumahdollisuudet sukupuolten välillä. Naisjohtajasta ei tehdä erikoisuutta, vaan pyrkimys on juurikin normalisoida nainen johtajana.

*”Tasa-arvon kehittäminen on keskeistä johtamisessani. Minulla on kaksi tytärtä, joista toinen on jo työelämässä. Myös heidän takiaan tasa-arvon edistäminen tuntuu tärkeältä.”*

(Mies, Kauppalehti 14.10.2018, Tammilehto)

Tasa-arvo on oleellinen osa sukupuolikeskustelua, ja sen toteutuminen nähdään pidemmän tähtäimen tehtävänä. Kyse ei siis ole pikaisesti toteutettavasta naisjohtajien vallankumouksesta, vaan työtä vaativasta yhteiskunnallisesta muutoksesta, jossa keskiössä ovat yritykset ja niiden toimintatapojen kehittäminen sekä mahdollisuuksien tarjoaminen jo kehityksen alusta asti. Johtajuuskeskustelun muutostarvetta perustellaan kokonaisvaltaisella hyödyllä ja tasa-arvolla, jossa voittavat sekä yhteiskunta että sen yksilöt. Muutos lähtee

sisältä, ja erityisesti johtavissa asemissa olevien henkilöiden vaikutus oman organisaationsa sisäisiin ajattelumalleihin on huomattava.

*Alahuhta-Kasko on yksi Suomen noin kymmenestä pörssiyrityksen toimitusjohtajana olevasta naisesta. ”Puhun mielummin johtajuudesta kuin naisjohtajuudesta”, hän sanoo*

(Nainen, Kauppalehti 11.8.2018, Erkkö)

Naisjohtajuuden normalisointi on keskeisessä osassa naisjohtajuuskeskustelussa. Erottelu naisjohtajiin ja johtajiin nähdään ongelmallisena, sillä se korostaa juuri naisen eroa perusmuotoisesta johtajasta, jonka nähdään olevan mies. Naiset pyrkivät luomaan omat toimintatapansa johtajuudessa, ja oleellista olisikin esimerkiksi juuri mediassa kiinnittää huomiota nimityksiin, joita johtavissa asemissa olevista henkilöistä käytetään, sillä sukupuolen linkittäminen näihin nimiin muodostaa ennakko-oletuksia ja luo samalla vahingollisia puhe- ja ajattelutapoja.

#### **6.4.2. Huomio harvinaisuuteen**

Vaikka johtajuuskeskustelu kehittyy hiljalleen rakentavampaan suuntaan, tehdään naisjohtajuudesta edelleen harvinaisuutensa vuoksi iso numero. Tämä tekee haasteelliseksi normalisoida naisjohtajuus, sillä sen uutisointi noudattaa edelleen usein skandaalinhakuista ja huomiota herättävää kaavaa, jossa naisesta johtajana tehdään erikoisuus ja otsikoiden arvoinen ihme. Lasikattojen rikkojat ja todennäköisyyksien päihittäjät pääsevät otsikoihin sukupuolensa vuoksi, ja saavutukset uralla jäävät vähälle huomiolle.

*Koskaan aikaisemmin nainen ei ole toiminut Suomessa usean miljardin euron liikevaihtoa keräävän pörssiyrityksen toimitusjohtajana. Eikä naista ole myöskään nähty raskaita investointihyödykkeitä valmistavan pörssiyrityksen ykköspomona.*

(Nainen, Kauppalehti 24.1.2018, Malin)

Nainen pörssiyrityksen toimitusjohtajana on harvinaisuus, ja ihmeellisemmäksi asian tässä kyseisessä tapauksessa tekee se, että kyseessä on hyvin miehisenä alana pidetty teollisuuden yritys. *Koskaan aikaisemmin* ei ole tällaista tilannetta nähty, ja uutisointi onkin sen mukaista. Usein tilanteissa, joissa naista johtajana käsitellään mediassa, tarkoitus ei ole kuvata henkilöä negatiivisessa mielessä, mutta toistamalla käytänteitä, joilla naisista johtajina

kirjoitetaan, syntyy kehämäinen tilanne, jossa toistetaan yhä uudestaan samoja, negatiivisia mediakäytänteitä (Mills ym, 2016, 19), jotka toisintavat harvinaisuuden mielikuvaa naisjohtajista. Nainen johtajana kuvataan taistelijana, joka on joutunut särkemään lasikaton ja tasapainoilemaan uran ja perheen välillä tehden tuplasti enemmän töitä kuin miespuoliset kollegansa.

*Korhonen teki uraa myös pienten lasten äitinä. Eikä lapsista vastannut koti-isä, sillä Korhosen puoliso Pertti Korhonen on tehnyt uraa muun muassa Nokian ja Outotecin johtotehtävissä.*

(Nainen, Kauppalehti 15.3.2018, Erkko)

Äitiys nousee perheellisten johtajanaisten kohdalla esiin, ja se kuvataan haasteena urapolulla etenemiselle. Nousee jälleen esiin ajatus ”superäidistä” (Denker 2015, 5), joka rakentaa uran, hoitaa perheen vastuut ja jaksaa silti urheilla päivän päätyttyä itsensä huippukuntoon. Haasteista huolimatta nainen on noussut johtajan penkille, eikä puolisolta ole apua herunut. Daavid vastaan Goljat-tyylinen asettelu luo naisjohtajasta kuvaa taistelijana, joka kaikkia todennäköisyyksiä vastaan on selvinnyt voittajana huipulle.

*Paperiteollisuus on hyvin miehinen toimiala. Ahlstrom-Munksjön neljä liiketoiminta-alueetta ovat miesten johtamia. Sohlström iloitsee kuitenkin siitä, että liiketoiminta-alueiden sisällä toimivista kolmestatoista tulosvastuullisesta yksiköstä kahden johdossa on nainen.*

(Mies, Kauppalehti 22.9.2018, Tammilehto)

Korostus naisjohtajien harvinaisuuteen toimialalla osuu itseään nilkkaan juuri sen takia, että se luo naisista johtajina kyseisellä alalla ihmeellisen, harvinaislaatuisen onnistumisen. Harvinaisuuden korostaminen luo mielikuvia myös näille aloille päätyneen haastavuudesta, joka saattaa omalta osaltaan myös rajoittaa halukkuutta edes lähteä yrittämään miesvaltaiselle alalle, vaikka kiinnostusta ja kykyjä saattaisi löytyä. Samalla se nostattaa naisjohtajuuden saavutukset suurennuslasin alle, jolloin niitä myös herkemmin arvostellaan esimerkiksi epäonnistumisten hetkellä, sillä media tarjoaa oikeutuksen tälle nostessaan naisjohtajat ja heidän saavutuksensa kirkkaksiin parrasvaloihin.

## 6. LOPPUPOHDINTAA

Perinteiset sukupuoliroolit pitävät edelleen pintansa johtajien sukupuolirepresentaatioissa mediassa. Vaikka terävin kärki on pikkuhiljaa tylsynyt, eikä vahva jako maskuliinisiin ja feminiinisiin piirteisiin enää ole yhtä räikeää kuin pari vuosikymmentä sitten (ks. esim. Repo 2010), ovat naisen ja miehen johtajakuvat vielä tänäkin päivänä melko kaukana toisistaan. Miesjohtaja edustaa edelleen perinteisen normatiivisen johtajan kuvaa, johon naisjohtajaa verrataan tai pyritään toisaalta muovaamaan kuvaa naisjohtajasta vertailukohtansa kanssa samankaltaisemmaksi korostamalla piirteitä, jotka liitetään usein miesjohtajiin.

Nainen on edelleen joko äitimäinen, pehmeä hahmo, jonka tehtävä on hoivata ja avata yksityisen elämänpiirinsä ovet kaikille katsojille, tai vaihtoehtoisesti muovautua teräksiseksi voimanaiseksi, joka korkokenkiin tai mustaan nahkaan ja maihareihin sonnustautuneena nostaa yrityksensä menestykseen. Selkeää on, että jonkinlaiseen muottiin naisjohtajan on saatava asettumaan, ja tämän vuoksi erityisen feminiinisiä tai maskuliinisiä piirteitä korostetaan mediassa, jotta nainen johtajana voidaan asettaa johonkin lokeroon. Tämän seurauksena myös naisen ulkonäkö ja olemus päätyvät mediassa huomattavasti miestä tarkempaan tarkasteluun, jotta yleisö voi näiden yksityiskohtien avulla muovata oman näkemyksensä naisjohtajasta ja siitä, millainen hyvän ja menestyneen johtajan tulisi olla. Ristiriidat perinteisten johtajuuskuvien kanssa nostetaan jalustalle ja korostetaan, jotta eronteko miesjohtajien kanssa olisi tarpeeksi näkyvä – nämä kaksi eivät ole samaa lajia.

Naisjohtajien onnistumisten korostaminen on näennäisesti positiivinen asia ja tuo luonnollisesti johtajuuskeskustelua esiin, mutta toisaalta korostaessaan harvinaislaatuisia onnistumisia, keskittää se katseen miesjohtajia tarkemmin myös naisjohtajien epäonnistumisiin tarpeettomasti. Kun naisjohtajasta tehdään supertähti ja nostetaan esiin, pahimmassa tapauksessa myös mahalasku tulee korkeammalta ja arvostelu on äänekkäämpää. Mielenkiinnolla seuraankin nyt Suomen puoluejohtajista tehtävää uutisointia, onhan tilanne eduskunnassa harvinaislaatuinen, kun yli puolet puoluejohtajista on naisia (ks. esim. Helsingin Sanomat 8.9.2020, Maukkonen)

Mielenkiintoa herättää itsessäni kuitenkin myös miesjohtajien hyvin suljetulta tuntuva roolitus. Naisjohtajat päätyvät otsikoihin vaatetuksensa ja harvinaisuutensa vuoksi mutta myös siksi, että he eroavat toisistaan ja vertailukohtana toimivista miesjohtajista. Miesjohtajan kuva on hyvin ennalta määritelty ja suppea, ja tämänkin tutkimuksen aineiston perusteella hyvin homogeeninen ryhmä, kun taas naisjohtajien osalta kokonaisuus ryhmän pienuudesta huolimatta on huomattavasti moninaisempi. Olisikin erittäin mielenkiintoista jatkotutkimuskysymyksiä ajatellen lähteä selvittämään, kokevatko miesjohtajat oman roolinsa ahtaana, vai koetaanko tätä roolia ylipäänsä ennalta määriteltynä.

Jatkotutkimusta ajatellen myös diskurssien ja niiden rakentamien vallankäytön käytäntöjen tutkimus naisten ja miesten johtajuuskeskustelussa olisi erittäin kiinnostavaa. Millä tavalla valtarakenteita muodostetaan johtajuusdiskursseissa ja miten ne ilmenevät esimerkiksi juuri mediakirjoittelussa? Myös nais- ja miesjohtajien representaatioiden ja mediakuvien laajempi vertailu olisi mielenkiintoista, ja kiinnostavaa olisi kuulla myös haastattelujen muodossa johtajien omia kokemuksia rooleistaan ja niille asetetuista ennako-odotuksista ja sukupuolittuneisuudesta.

## **7.1. Inhimillinen johtaja**

Vaikka tutkimuskysymysten ja niihin vastaamisen kannalta oleellista ei olekaan, haluan kuitenkin nostaa esiin aineistosta nousseen yllättävän huomion: sekä mies- että naisjohtajat toivat omista näkemyksissään esiin selkeää siirtymää kohti inhimillisempää, matalahierarkisempaa johtamista. Johtajat toivat useasti esiin oman toiveensa pystyä muovaamaan organisaatiokulttuurista joustavampaa ja kommunikaatiosta luontevampaa omassa organisaatiossaan, mikä kieli vanhasta, perinteisestä auktoriteettisesta johtajuudesta siirtymistä kohti kommunikoivampaa johtamista. Sukupuolirooleista irrottautuminen ja modernimman, individualistisemmän näkemyksen ottaminen johtajuuteen voisi edesauttaa myös yritysten menestyksessä, kun johdossa ei ole henkilö, joka parhaiten toistaa

aikaisempia rooleja, vaan ihminen, joka ymmärtää hyödyntää koko olemassa olevan potentiaalin ja tehokkaimmat johtamismenetelmät sukupuolesta riippumatta.

Tämä viestii mielestäni oikeanlaisesta suunnasta laajemmin yhteiskunnallisesti sen ymmärtämisessä, että on kokonaisvaltainen voitto saada työelämään moninaisuutta niin sukupuolten, mutta myös muiden sosiodemografisten ominaisuuksien kuten iän tai etnisyyden, kautta. Monipuolisempi ja laajempi hyöty saavutetaan vain, kun ymmärretään hyödyntää koko olemassa olevaa potentiaalia ja sen mahdollisuuksia. Vaikka Suomi on edistyksellinen maa, on sukupuolten tasa-arvoon kuitenkin vielä matkaa. Siksi tämänkaltaisia tutkimuksia tarvitaan lisää, jotta saavutettaisiin laajempi ymmärrys myös näkymättömien rakenteiden ja yhteiskunnan käytäntöjen vaikutuksesta omaan toimintaamme ja sen seurauksiin.

## 7. LÄHTEET

Adapa Sujana, Sheridan Alison (toim.) (2018): *Inclusive leadership: negotiating gendered spaces*, Cham: Springer

Armstrong Cory L. (toim) (2013): *Media disparity: a gender battleground*, Lexington books , UK

Blossfeld Hans-Peter, Skopek Jan, Triventi Moris & Buchholz Sandra (2015): *Gender, education and employment: An international comparison of school-to-work transitions*, Edward Elgar Publishing, UK

Butler Judith (2008): *Hankala sukupuoli* (alkuperäinen teos 1990 *Gender trouble. Feminism, and the Subversion of Identity*) Gaudeamus, 3. painos

Elliot Carole, Stead Valerie (2017): *Constructing Women's Leadership Representation in the UK Press During a Time of Financial Crisis: Gender capitals and dialectical tensions*, Organizational studies, volume 39, issue 1, sivut 19-45, viitattu 16.10.2019 saatavilla:

< <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/0170840617708002> >

Elliott Carole, Stead Valerie, Mavin Sharon & Williams Jannine (2016): *Gender, media, and organization: challenging mis(s)representations of women leaders and managers*, Information Age Publishing, tässä tutkimuksessa: (Mills, Torte & Gallego-Pace 2016 s.19-35 sekä Sandra L. French and Lisa Baker Webster 2016, s.37-48)

Eskolin, Lotta (2008): *Naiset äänessä talousalan aikakauslehdissä – naisen representaatio ja sitä tuottavat diskurssit*, Vaasan yliopisto, pro gradu

Fairclough Norman (1997): *Miten media puhuu*, Vastapaino, Tampere

Havu Elina (2013): *Naispääministerin mediarepresentaatiot Helsingin Sanomissa ja Ilta-sanomissa 2003*, Jyväskylän Yliopisto, pro gradu

Holmes Mary (2009): *Gender and everyday life*, Routledge New York

Huokonen Noora (2014): *Työhön sidottu sukupuoli - Miesten ja naisten representaatiot ammattilehdissä työelämän segregaatoin kuvaajina*, Tampereen yliopisto, pro gradu

Husu Liisa, Hear Jeff, Lämsä Anna-Maija & Vanhala Sinikka (toim.) (2011): *Women, management and leadership*, Hanken school of economics Helsinki, NASTA-projekti, tässä tutkimuksessa: (Ekonen 2011, s. 38-46 sekä Lämsä 2011, s. 47-59)



Jokinen Arja, Juhila Kirsi & Suoninen Eero (1999): *Diskurssianalyysi liikkeessä*, Vastapaino, Tampere

Junttila Tiina (2008): "Minun ihmiseni sanovat että näen seinien läpi"- *Diskurssianalyysi naisjohtajuuden rakentumisesta johtajanaisista kertovissa artikkeleissa*, Tampereen yliopisto, pro gradu

Kauppinen Liisa, Helsingin Sanomat 19.10.2019: *Naisia istuu pörssiyritysten hallituksissa aiempaa enemmän, mutta vastuut laahaavat perässä – heijastelee yhteiskunnan sukupuolittuneita rakenteita, sanoo asiantuntija*, saatavilla < <https://www.hs.fi/talous/art-2000006278277.html>> viitattu 14.11.2019

Keskuskauppakamarin naisjohtajaselvitys (2018): Naisjohtajia ennätysmäärä - toimialojen erot suuria. Keskuskauppakamarin kahdeksas naisjohtajaselvitys 2018 Saatavilla<<https://kauppakamari.fi/wp-content/uploads/2018/11/keskuskauppakamarin-naisjohtajaselvitys-2018-20.11.-webversio.pdf>> viitattu 6.9.2019

Keskuskauppakamarin naistenpäivän selvitys 2019 (2019): Naisten valitseminen hallitukseen ei lisää naisia johtoryhmässä.

Saatavilla <file:///C:/Users/35850/AppData/Local/Temp/keskuskauppakamarin-naistenpaivan-selvitys-2019.pdf> viitattu 12.12.2019

Lämsä Anna-Maija, Kangas Emilia, Hirvonen Petri, Heikkinen Suvi, Biese Ingrid & Hearn Jeff (2014): *Naisten johtamisuriin kohdistuvat stereotypiat*, Hallinnon tutkimus 33, (4), 332-351

Lämsä Anna-Maija, Uusitalo Outi, Lämsä Ville (toim.) (2005): *Yritysetiikan ja johtajuuden suuntia*, Jyväskylän yliopisto, taloustieteiden tiedekunta

Madsen Susan R. (2017): *Handbook of research on gender and leadership*, Edward Elgar Publishing

Martinez Amanda R., Miller Lucy J. (toim.) (2015): *Gender in a Transitional Era – Changes and Challenges*, Lexington Books, tässä tutkimuksessa (Denker 2015, s. 3-20)

Maukkonen Riikka, Helsingin Sanomat 8.9.2020: *Eduskunnassa on nyt historiallinen tilanne: puolueiden puheenjohtajista yli puolet on naisia – kahta puoluetta ei ole koskaan johtanut nainen*, saatavilla < <https://www.hs.fi/politiikka/art-2000006232061.html>> viitattu 30.12.2019

Mäkelä Anna, Puustinen Liina & Ruoho Iris (toim.) (2006): *Sukupuolishow – Johdatus feministiseen mediatutkimukseen*, Gaudeamus, Helsinki, tässä tutkimuksessa: (Puustinen, Ruoho & Mäkelä 2006, s. 15-44, sekä Ruoho 2006, s.171-206)

Mäkelä Johanna (2018): *Naiset politiikan huipulla - Sukupuolittunut viestintä ja johtajuus*, Tampereen yliopisto, väitöskirja

Pietikäinen Sari, Mäntynen Anne (2009): *Kurssi kohti diskurssia*, Vastapaino, Tampere

Pynnönen Anu (2013): *Diskurssianalyysi: Tapa tutkia, tulkita ja olla kriittinen*, Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulun Working Paper N:o 379

Repo Stiina (2010): "Olivat tytöt kuulemma tehneet aikamoisia päätöksiä yhdessä" - Naisjohtajien representaatiot Suomen Kuvalehden henkilöhaastatteluissa vuosina 1970-2010, Tampereen yliopisto, pro gradu

Rosener Judy B. (1990): *Ways women lead*, Harvard Business Review, marras/joulukuun numero 1990 Saatavilla <<https://hbr.org/1990/11/ways-women-lead>> viitattu 7.9.2019

Salmi Virpi (2019): *Upeat naiset huipulla*, artikkeli julkaistu Helsingin Sanomissa 7.3.2019. Saatavilla <<https://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000006036943.html>> viitattu 17.5.2019

Saresma Tuija, Rossi Leena-Maija ja Juvonen Tuula (toim.) (2010): *Käsikirja sukupuoleen*, Vastapaino, Tampere, tässä tutkimuksessa: (Rossi, 2010 s. 21-38, sekä Paasonen, 2010 s. 39-58)

Talvitie Eveliina (2014): *Keitäs tyttö kahvia – Naisia politiikan portailla: Siskojen selviytymiskeinot hyvä veli -verkostossa*, WSOY, Helsinki

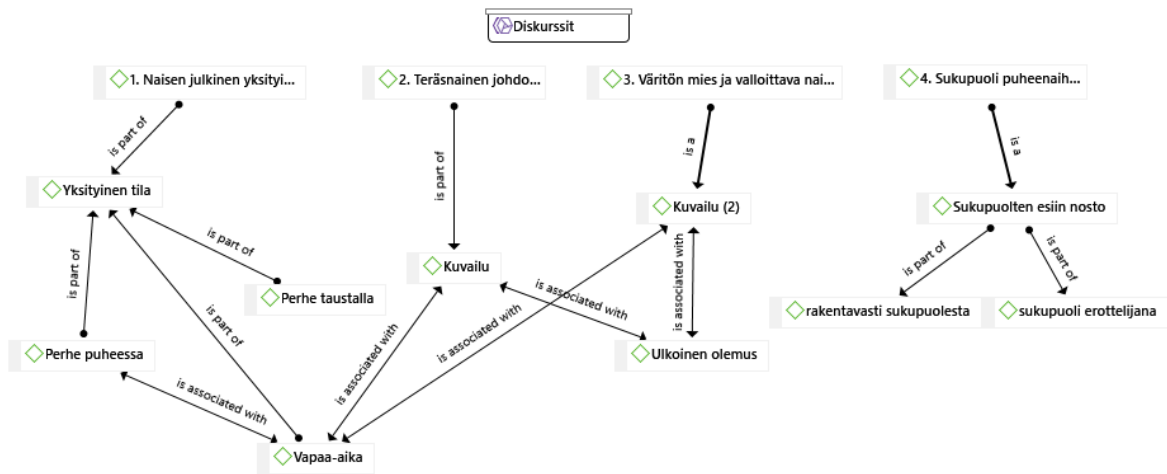
Townsend Taija (2012): *Women as Leaders in Public Discourse. Communication, gender and leadership*. Aalto-yliopisto, Helsinki, väitöskirja

Trimble Linda J. (2017): *Ms. Prime Minister: Gender, Media, and Leadership*, University of Toronto Press

Tuominen Miinukka (2015): *NAINEN! PUNATUKKAINEN, ÄKÄINEN, LIBERAALI, KANSANOMAINEN NAINEN! Presidentti Tarja Halosen sukupuolen representaatiot suomalaisessa mediassa vuonna 2000- 2012*, Lapin yliopisto, pro gradu

## 8. LIITTEET

KUVIO 1. Diskurssien sisältämät koodit



TAULUKKO 1. Koodien jakautuminen sukupuolittain

	Miehet	Naiset	Yht.
○ Kuvailu	10	19	29
○ Perhe puheessa	9	18	27
○ Perhe taustalla	8	20	28
○ rakentavasti sukupuolesta	8	14	22
○ sukupuoli erottelijana	13	7	20
○ Sukupuolten esihin nosto	23	24	47
○ Ulkoinen olemus	2	8	10
○ Vapaa-aika	17	32	49
<b>Yht.</b>	<b>90</b>	<b>142</b>	<b>232</b>