

Öljyleidi ja rahamiehet

Sukupuolten representaatiot talouslehtien henkilöhaastatteluissa

Henna Virkkunen

Journalistiikan pro gradu-tutkielma

Jyväskylän yliopisto

Viestintätieteiden laitos

Lokakuu 2001

JYVASKYLAN YLIOPISTO

Tiedekunta HUMANISTINEN	Laitos VIESTINTÄTIETEIDEN
Tekijä Henna Virkkunen	
Työn nimi Öljyleidi ja rahamiehet. Sukupuolten representaatiot talouslehtien henkilöhaastatteluissa.	
Oppiaine journalistiikka	Työn laji pro gradu
Aika syksy 2001	Sivumäärä 96 + liitteet
<p>Tiivistelmä - Abstract</p> <p>Journalistiikan pro gradu-työni käsittelee nais- ja miesjohtajien representaatioita talouslehtien henkilöhaastatteluissa. Tutkielman lähtökohtana on oma ihmetykseni siitä, kuinka vaikeaa naisten on edetä elinkeinoelämän johtopaikoille. Suomalaisesta työvoimasta jo pitkään puolet on ollut naisia ja alle 55-vuotiaiden naisten koulutustaso on samanikäisiä miehiä korkeampi. Kuitenkin yksityissektorin johtajista naisia on ainoastaan neljännes ja korkeimpaan johtoon asti etenee heistä vain muutama prosentti. Työssäni pyrin selvittämään kriittisen diskurssianalyysin keinoin, onko nais- ja miesjohtajien representaatioista löydettävissä sellaisia eroja, joilla voisi olla vaikutusta naisten asemaan laajemminkin.</p> <p>Työni aineistona olivat talouslehdissä tammi-helmikuussa 2000 ilmestyneet johtajien henkilöhaastattelut. Yhteensä aineistossa oli mukana 19 lehteä: Seitsemän Talouselämän numeroa, kahdeksan Taloussanomien lauantainnumeroa ja neljä Kauppalehti Optiota. Yleiskuvan luomiseksi selvitin ensin, kuinka paljon henkilöhaastatteluja talouslehdissä tuona ajanjaksona esiintyi ja mitä toimialoja haastateltavat edustivat. Kolmen talouslehden tutkituissa numeroissa oli kaikkiaan 83 henkilökuvaukseksi luokiteltavaa haastattelua. Näissä haastateltavina esiintyi 71 prosenttia miehiä ja 29 prosenttia naisia. Määrällisen tarkastelun jälkeen poimin aineiston laadulliseen analyysiin kymmenen johtavassa asemassa olevan henkilön haastattelun. Haastatelluista viisi oli miehiä ja viisi naisia. Analyysini osoitti, että naisista ja miehistä puhutaan teksteissä eri tavalla. Näennäisesti tasavertaisessa asemassa olevien henkilöiden kanssa puhutaan teksteissä eri asioista ja heidän esitetään keskenään erilaisina toimijoina. Aineistoni perusteella suurimmat erot ja naisten kannalta myös suurimmat ongelmat on kiteytettävissä viiteen kohtaan: 1) Naiset eivät saa tekstissä asiantuntijan roolia. 2) Naisia ei esitetä arvovaltaisessa tai edes uskottavassa roolissa. 3) Verbivalintojen kautta naiset esitetään passiivisina toimijoina, kokijoina tai toiminnan kohteina. 4) Naiset eivät pääse teksteissä puhumaan talouselämän keskeisimmästä kulmakivistä, rahasta. 5) Naiset niputetaan herkästi oman sukupuolensa edustajiksi ja heitä kohdellaan yhtenä sukupuolensa edustajana.</p>	
Asiasanat sukupuoli, representaatio, kriittinen diskurssianalyysi, talousjournalismi, henkilöhaastattelu, naistutkimus	
Säilytyspaikka	Jyväskylän yliopisto / Tourulan kirjasto
Muita tietoja	

SISÄLLYS

1. Johdanto / tutkimusongelma	6
1.1. Sukupuoli työelämässä	8
Teoreettinen tausta ja aiempi tutkimus	
2. Feministiset lähtökohdat	10
2.1. Sukupuoli käsitteenä	10
2.2. Sukupuoli representaationa	12
2.3. Representaatioiden suhde todellisuuteen	14
2.3. Representaatioiden ideologisuus	15
3. Diskurssianalyysi	16
3.1. Diskurssianalyysin suuntauksia	17
3.2. Kriittinen diskurssianalyysi	20
4. Sukupuoli mediassa	21
4.1. Feministinen journalismintutkimus Suomessa	23
4.2. Toimittaja häivyttää sukupuolensa	24
4.3. Media sukupuoliteknologiana	24
5. Talousjournalismin erityispiirteitä	25
5.1. Johtaja myy kannessa	27
5.2.. Henkilöhaastattelu genrenä	28
5.3. Naiset henkilöhaastatteluissa	29
Aineiston valinta ja analyysi	
6. Aineiston määrällistä tarkastelua	31
6.1. Käsiteltävät lehdet	31
6.2. Henkilöhaastattelujen rajausta aineistosta	32
6.3. Henkilöhaastatteluissa miehet enemmistönä	33
6.4. Sukupuolten jakaantuminen toimialoittain	34

7. Aineiston valinta ja kysymyksenasettelu	36
7.1. Olennainen tiivistyy otsikkoon	36
7.2. Puhuttelun tarjoamat kategoriat	37
7.3. Miten urakehitystä selitetään	38
7.4. Aktiivinen toimija vai toiminnan kohde	39
7.5. Työn ja yksityiselämän yhteensovittaminen	40
8. Suomen öljyleidin ja suuret suhteet	40
8.1. Leidin näkökulma öljybisnekseen	41
8.2. Rouva, isoäiti ja neito samassa persoonassa	41
8.3. Hauskuus työn määrittäjänä	42
8.4. Kokijana kansainvälisissä kokouksissa	45
8.5. Saako Suomi-neito suunvuoron?	48
8.6. Öljymarkkinat sivuutetaan tekstissä	49
9. Hynää, Mika, hynää	50
9.1. Naapurinpoika urheilee	50
9.2. Juniorista toimitusjohtajaksi	51
9.3. Suvun vesa näyttää kykynsä	53
9.4. Hyökkäävä johtaja	54
9.5. Lisää liikevaihtoa	55
9.6. Ihmissuhteet osana liiketoimintaa	56
9.7. Suvun miesten kunnia	56
10. Kohtalona korut	57
10.1. Ulkoisen voiman johdatusta	57
10.2. Sano Ulla vaan	58
10.3. Johtajuus rasiitteena	59
10.4. Johtaja yrityksen vietävänä	61
10.5. Kauneus työn motiivina	63
10.6. Liikevaihdosta ei puhuta	63
11. Finanssimarkkinoilta perheen pariin	64
11.1. Vieraaksi kotiinsa	64
11.2. Toimitusjohtajan virallinen puhuttelu	64

11.3. Kymmenen vuoden historiallinen ura	65
11.4. Kaikki on kiinni rahasta	67
11.5. Kilpailuhenkinen perheenisä	69
11.6. Kolmen alan asiantuntija	70
12. Työura etenee - nimityshaastattelut johtajuuden kuvaajina	71
12.1. Tarjolla strategisen visionäärin rooli	72
12.2. Kielitaito selittää menestystä	74
12.3. Kauppakeskus varustautuu kilpailuun	76
12.4. Energiamarkkina väistyy sukupuolen tieltä	77
12.5. Pankin kallis kouluttaja	78
12.6. Pankkiriikkeen tavoitteellinen johtaja	80
13. Aineiston yhteenveto ja johtopäätökset	82
13.1. Asiantuntijan viitta miesten harteilla	83
13.2. Tuttavallinen puhuttelu tekee epäuskottavaksi	84
13.3. Naiset eivät puhu rahasta	85
13.4. Miehet näkevät, naiset kokevat	86
13.5 Työ elämän sisältönä	87
13.6. Kiistatta pätevä sukupuolensa edustaja	88
14. Johtopäätökset	90
LÄHTEET	92
LIITTEET	
Liite 1 Luettelo henkilöhaastatteluista talouslehdissä tammi-helmikuussa 2000	
Liite 2 Analyysissa käytetyt henkilöhaastattelut	

1. Johdanto / tutkimusongelma

"*Ei ole väliä onko mies vai nainen, kunhan on pätevä*". Näin kuulee usein nykypäivän Suomessa sanottavan. Jo muutaman vuosikymmenen ajan on naisten ennustettu valloittavan suomalaisen talouselämän johtopaikat. Niin ei kuitenkaan ole käynyt. Ei siitä huolimatta, että suomalaisesta työvoimasta jo pitkään puolet on ollut naisia ja alle 55-vuotiaiden naisten koulutustaso on samanikäisiä miehiä korkeampi (Veikkola 1999, 8). Syitä naisten etenemisen esteille on etsitty monesta suunnasta. On puhuttu lasikatoista, hyvä veli-verkostoista ja luutuneista asenteista. Usein sanotaan, etteivät naiset itse edes tahdo johtopaikoille (Petäjäniemi 1998, 44).

Mikään tähänastinen selitysmalli ei kuitenkaan ole tuottanut riittävästä vastausta siihen, miksi naiset eivät nouse elinkeinoelämän johtopaikoille. Itse uskon, että yhtenä naisten etenemisen esteenä ovat ne kulttuurisesti naiseuteen liitettävät käsitykset, jotka elävät ja muovautuvat jokapäiväisessä kielenkäytössämme. Lähtökohtani on, ettei kieli ole vain väline, jolla kuvataan todellisuutta, vaan kieli itse on osa todellisuutta. Siksi uskon, että sillä miten naisista puhutaan ja miten naiset itse itsestään puhuvat, on merkitystä naisen aseman kannalta laajemminkin.

Tässä työssäni tarkastelen nais- ja miesjohtajien representaatiota talouslehtien henkilöhaastatteluissa. Representaation käsite viittaa kahteen suuntaan: Siihen kuinka johtajia haastattelun tekstissä esitetään, ja toisaalta myös siihen kuinka he itse esittävät, representoivat, johtajia.

Väljänä metodisena viitekehyksenäni on kriittinen diskurssianalyysi, joka pyrkii yhdistämään kielitieteellisen ja yhteiskuntatieteellisen diskurssitutkimuksen näkemyksiä. Diskurssitutkimuksen perinteen mukaisesti keskeinen kysymys on *miten?*

Miten nais- ja miesjohtajia teksteissä puhutellaan, mitä asioita nostetaan esiin, mitä jätetään pois ja miten johtajien menestystä selitetään. Tietynlaiset representaatiot ja toisaalta tietynlaisten representaatioiden puuttuminen muovaa mielikuvaamme johtajuuden olemuksesta. Kriittiseen diskurssitutkimukseen liittyy samalla idea poliittisesta muutoksesta. Analyysin avulla pyritään purkamaan auki vallitsevia ajatusrakenteita ja niiden syitä. Kriittisessä diskurssitutkimuksessa on siksi aiheellista kysyä paitsi *miten* asiat esitetään, myös *miksi* ne esitetään juuri niin.

Työni aihe on siinä mielessä epämuodikas, ettei sukupuolesta suomalaisessa työelämässä yleensä puhuta. Kuitenkin sukupuoli on kulttuurisesti ehkä kaikkein hallitsevin ja ratkaisevin

merkkimme. Jokainen meistä on oppinut liittämään naisiin ja miehiin erityisiä kulttuurisia merkityksiä. Merkitykset ovat usein alitajuisia ja tiedostamattomia, ne voi havaita vasta kun joku rikkoo rajoja.

Arkipuheessa on helppo sanoa, ettei meille ole merkitystä onko joku henkilö mies vai nainen. Mutta kun tapaamme henkilön, josta emme tiedä, onko hän mies vai nainen, olemme taatusti hämmentyneitä. Jos asialla kerran ei ole merkitystä, miksi kiinnitämme siihen niin paljon huomiota? Ehkäpä siksi, että sukupuoli on yksi keskeisimmistä koodeista ihmisten välillä.

Työni lähtökohta on feministinen, sikäli kun feminismillä tarkoitetaan sitoutumisesta sosiaaliseen muutokseen ja naisten vapauttamisen projektiin (feministisistä teorioista kts. Koivunen & Liljeström 1996). Feministinen katse merkitsee samalla poliittista näkökulmaa: Tutkielmani tarkoitus on purkaa auki journalistisiin teksteihin kätkeytyviä sukupuolittuneita rakenteita ja sukupuolen ideologiaa.

Lähestyn sekä naisten että miesten representaatioita saman kysymyksenasettelun kautta. Tulkintoihini vaikuttaa kuitenkin oma asemani. Se että olen valkoinen, länsimaalainen nainen, asettaa omat rajoituksensa ja saa minut tarkastelemaan maailmaa tietynlaisen tulkintakehikon läpi. Feministisen ajattelun yksi perusoletus on, ettei mikään tutkimus ole arvovapaata. Kaikki ihmiset puhuvat tietystä kulttuuristen, yhteiskunnallisten ja henkilökohtaisten tekijöiden muokkaamaasta positiosta käsin (Moi 1990, 60). Siksi myöskään tiede ei voi koskaan olla neutraalia. Sama oletus tieteen poliittisuudesta sisältyy myös kriittisen diskurssianalyysin periaatteisiin.

Näinollen ainoa demokraattinen lähestymistapa on osoittaa oman näkökulmansa rajoittuneisuus lukijalle heti. Omien lähtökohtien analysointi ei kuitenkaan kerro koko totuutta, sillä kaikkein syvimmälle juurtuneita perusolettamuksiamme emme pysty tiedostamaan. Juuri siihen perustuu koko sukupuolen problematiikka; kuinka purkaa auki ja analysoida niin syväälle kulttuurimme sisäistettyjä ajattelumalleja?

Oma lähtökohtani on, että nykyinen dualistinen sukupuolijako on keinotekoinen ja kulttuurisesti tuotettu. Läheskään kaikki yksilöt eivät pysty samaistumaan sen enempää naisen kuin miehenkään ideaaliin. Kun tutkielmassani kuitenkin vertaan naisten ja miesten representaatioita tulen samalla itsekini korostaneeksi tuota mielestäni täysin mielivaltaista kahtiajakoa miehiin ja naisiin. Yhtä hyvin olisin voinut tarkastella tumma- ja vaaleahiuksisten johtajien representaatiota. Tai lyhyiden ja pitkien johtajien haastatteluja (vaikka nämäkin jaottelut ovat tietenkin yhtä mielivaltaisia kuin mitkä tahansa luokittelut).

Koska kuitenkin pidän sukupuoli-jakoa kaikkein merkityksellisimpänä ja hallitsevimpana luokituksena yksilöiden välillä, on perusteltua keskittyä tarkastelussa siihen. Ihmiskunnan historia on miehen historiaa ja nainen määrittynyt edelleen suhteessa mieheen.

Työni kannalta keskeisiä käsitteitä ovat sukupuoli, representaatio, kriittinen diskurssianalyysi, talousjournalismi ja henkilöhaastattelu. Aloitan työni johdannolla sukupuolesta suomalaisessa työelämässä. Toisessa luvussa selvitän sukupuolen teoriaa ja representaation käsitettä. Kolmennessa luvussa käsittelen diskurssianalyysin suuntauksia ja kriittisen diskurssianalyysin viitekehystä. Neljännessä luvussa käyn läpi aiempaa tutkimusta sukupuolesta ja mediasta. Viidennessä luvussa tarkastelen talousjournalismin ominaispiirteitä ja henkilöhaastatteluja genrenä.

Työni empiirinen osuus muodostuu kolmen talouslehden; Taloussanomien, Talouselämän ja Kauppalehti Option henkilöhaastattelujen analyysistä ja tulkinnasta. Tarkastelun kohteena ovat tammi-helmikuussa 2000 ilmestyneet lehdet, yhteensä 19 numeroa. Ajanjakson tekee erityisen kiinnostavaksi se, että samaan aikaan Suomessa käytiin presidentinvaaleja. Ehdokkaana oli ensimmäistä kertaa useita naisia, joten sukupuolesta keskusteltiin julkisuudessa tavallista vilkkaammin. Oletettavasti sukupuolikeskustelu on näkynyt myös talouslehdissä jonkin verran.

Aloitan talouslehtien tarkastelun henkilöhaastattelujen määrällisellä analyysillä. Määrällisen analyysin tavoitteena on selvittää, miltä elinkeinoelämän aloilta johtajat valikoituvat talouslehtien haastateltaviksi ja kuinka paljon eri sukupuolet ovat talouslehtien henkilöhaastatteluissa ylipäättään esillä. Määrällisen tarkastelun jälkeen siirryn lähempään laadulliseen tekstien analyysiin ja tulkintaan, jonka tarkoituksena on avata nais- ja miesjohtajien representaatioita. Kysymyksenasetteluun palaan tarkemmin luvussa seitsemän.

1.1. Sukupuoli työelämässä

Suomalaiseen yhteiskuntaan kuuluu jonkinlainen sukupuolineutraalisuuden lume. Sukupuolesta ei yhteiskunnassa tai työelämässä yleensä puhuta. Myös suomalaiselle feminismille on aina ollut leimallista pyrkiä pikemminkin häivyttämään kuin korostamaan sukupuolten välistä vallan epätasapainoa (Karento 1999, 11; Koivunen 1996, 39).

Suomalaisessa yhteiskunnassa sukupuoli ei ole vahva status eikä vahva identiteetti. Meillä elää näkemys, että asiat ovat kiinni "itsestä" eikä sukupuolesta. Naiset ovat määritelleet itsensä pikemminkin miesten kanssa samanlaisiksi, kuin erilaisiksi. (Julkunen

1994, 20)

Raija Julkusen mukaan suomalaisten naisten emansipaatiossa oma raha ja palkkatyö ovat muodostuneet tärkeimmäksi mittariksi. Keskeisin kysymys on ollut naisten pääsy työmarkkinoille, eikä niinkään yhteiskuntaa lävistävä miesten ylivalta (Julkunen 1994, 20). Talouslehtien tarkastelun kannalta on kuitenkin perusteltua tuoda esiin naisten asema suomalaisessa työelämässä ja etenkin johtoportaan. Vaikka vallitseva diskurssi korostaa työelämän sukupuolettomuutta (Karento 1999, 11; Silius 1995, 49), on sukupuoli kuitenkin työelämässä tunnistettavissa tiettyinä rakenteina. Naisten ja miesten työelämän eriarvoisuudet, erilaiset työtehtävät ja palkkaerot ovat yleisesti tunnettuja tosiasioita (Kinnunen & Korvajärvi 1996; Kinnunen 2001).

Nykyään jokseenkin puolet Suomen työvoimasta on naisia ja alle 55-vuotiaiden naisten koulutustaso on samanikäisiä miehiä korkeampi (Julkunen 1997, Veikkola 1999). Siksi onkin outoa etteivät naiset ole päässeet elinkeinoelämässä johtaville paikoille. Suomessa yksityissektorin johtajista naisia on vain 25 prosenttia. Useimmat heistä sijoittuvat keskijohtoon, kuten henkilöstö-, talous- tai viestintätehtäviin. Strategisesta huippujohdosta naisia löytyy muutama prosentti (Veikkola, 1999).

Kansainvälisesti vertaillen naiset eivät näytä menestyneen tasa-arvon mallimaana pidetyssä Suomessa kovin hyvin, sillä muun muassa USA:ssa, Australiassa ja Ruotsissa naisten osuus johtopaikoista on 40 prosenttia. Samaan lukuun ylletään Suomessa ainoastaan julkisella sektorilla, jossa naisten osuutta on pitkään vahvistettu tietoisella politiikalla (Veikkola 1999, Karento 1999).

Jos työn mittarina käytetään palkkaa, ei naisjohtajien työ ole yhtä arvokasta kuin miesten. Kun työssäkäyvien suomalaisnaisten ansiotaso on keskimäärin 80 prosenttia miesten tasosta, yrityssektorin naisjohtajat ansaitsevat vain 65 prosenttia miespuolisten kollegoidensa palkasta. Sukupuolten palkkaeroja on selitetty muun muassa työn ja työntekijän tuottavuudella, ammattien ja koulutuksen sukupuolen mukaisella eriytyemisellä ja kulttuurisilla käytännöillä. Kuitenkin on arvioitu, että noin puolelle naisten ja miesten välisistä palkkaeroista ei löydy mitään selitystä (Kinnunen 2001, 14-21). Merja Kinnunen on omassa väitöstutkimuksessaan jäljittänyt palkkaeron pysyvyyttä tutkimalla ammattien tilastoluokituksia, jotka osaltaan ylläpitävät hierarkioita (Kinnunen 2001).

Verrattaessa nais- ja miesjohtajien työskentelyä ja ominaisuuksia on havaittu, ettei sukupuolten välillä ole juurikaan eroa (mm. Pirnes 1997; Vanhala 1997). Sinikka Vanhala Helsingin kauppakorkeakoulusta on selittänyt eri sukupuolten käytöksen yhdenmukaisuutta sillä, että liikkeenjohto uusintaa itseään edistämällä ja rohkaisemalla itsensä kaltaisten uraa.

"Näinollen naiset, jotka etenevät liikkeenjohtotehtäviin, muistuttavat arvomaailmaltaan ja käyttäytymiseltään miehiä. Toisaalta menestyäkseen miesten maailmassa, jota liikkeenjohtotehtävät perinteisesti edustavat, naiset joutuvat omaksumaan joukon miesten pelisääntöjä." (Vanhala 1997)

Yhteenvedona naisten asemasta työelämässä voi todeta, että naiset ovat miehiä heikommin palkattuja, eivätkä paremmasta koulutuksestaan huolimatta etene elinkeinoelämän johtotehtäviin. Voi tietenkin kysyä, miksi naisten pitäisikään pyrkiä johtajiksi, sillä eikö ura-ajattelu ja vallanhalu ole lopultakin maskuliininen tuote ja hierarkkisuuden pönkittämistä. Itse kuitenkin edustan sitä ajattelua, että naisen on päästävä mukaan nykyiseen, vallitsevaan rakenteeseen voidakseen muuttaa sitä. Toisekseen ei ole olemassa mitään perustetta sille, miksi nainen sukupuolena suljetaan talouselämän ulkopuolelle.

2. Feministisen tutkimuksen lähtökohtia

Feministitutkijat ovat purkaneet sukupuolta ja sukupuolijärjestelmään liittyviä valtarakenteita 1960-luvulta lähtien. Oma feministinen ajatteluni lähtee siitä, ettei sukupuolta ole "oikeasti" olemassa. On vain joukko kulttuurisesti tuotettuja käsityksiä, oletuksia ja ajattelumalleja, joiden avulla sukupuolta jatkuvasti tuotetaan ja uusinnetaan. Kun käsitykset liitetään tietynlaiseen ruumiseen, saadaan sukupuoli tuntumaan itsestäänselvältä, luonnon määräämältä. Ajatus luonnollisesta sukupuolesta on syvällä kulttuurissamme, eikä sen purkaminen ole aivan yksinkertaista. On kysyttävä, mikä on sukupuoli ja missä on sukupuoli?

2.1. Sukupuoli käsitteenä

Feministisessä tutkimuksessa vallitsevaksi puhettavaksi on muodostunut 1970-luvulta alkaen sukupuolen jakaminen kahteen osaan: biologiseen *sex* ja sosiaaliseen *gender* sukupuoleen. Sex viittaa yksilön ruumiseen, käsite *gender* puolestaan siihen sosiaalisesti ja yhteiskunnallisesti tuotettuun sukupuoleen, jolla biologia on pyritty luonnollistamaan. (Liljeström 1996, 155)

Biologinen naiseus ei siis välttämättä merkitsisi feminiinisyttä, "naisellisia ominaisuuksia", mutta sukupuolten normit määrittyvät kuitenkin ruumiin kautta. Tietynlainen ruumis edellyttää yhteisössä esimerkiksi tiettyä käyttäytymistä, pukeutumista, liikkumista ja puhetapaa. Samalla sukupuoleen (*sex*) liitetty kulttuurinen normi (*gender*) rajoittaa ja määrittää yksilön mahdollisuuksia.

Sukupuolen jakaminen sex/gender-malliin ei ole tyydyttänyt kaikkia feministisiä ajattelijoita. Kahtiajaon seurauksena problematisointi on keskittynyt sosiaaliseen sukupuoleen, eikä biologian merkitystä ole juurikaan kyseenalaistettu. Muun muassa Judith Butler katsoo, ettei erottelussa ole mitään mieltä, jos biologinen sukupuoli joka tapauksessa katsotaan luonnolliseksi. Butler pitää myös biologista sukupuolta ideologisena konstruktiona, jota säädellään kulttuurisesti ja kielellisesti.

Gender is not to culture as sex is to nature; gender is also the discursive/cultural means by which "sexed nature" or "a natural sex" is produced and established as "prediscursive", prior to culture, a politically neutral surface on which culture acts." (Butler 1990, 7) Biologinen sukupuoli ei Butlerin ajattelussa yksinkertaisesti vain "ole", vaan se on tuotettu tietyn hierarkkisen luonnontieteellisen tiedon kautta. Joku on päättänyt jakaa yksilöt miehiin ja naisiin. Naisen asemaan dualistisella ja hierarkkisella sukupuoli-ajalla on ollut dramaattiset vaikutukset. Butlerin mielestä yksilöt voitaisiin yhtä hyvin jakaa minkä tahansa muunkin fyysisen eron perusteella. Luokittelun pohjana voisi käyttää vaikkapa hiusten tai silmien väriä tai yksilön pituutta.

Luokittelu on aina lopulta mielivaltaista, käytettiinpä sen pohjana mitä perusteluita hyvänsä. Mainioksi esimerkiksi erilaisista luokittelumahdollisuuksista käy Luostarisen ja Väliiverosen käyttämä lainaus Jorge Luis Borgesilta. Borgesin mukaan eläimet on eräässä kiinalaisessa tietosanakirjassa jaettu seuraaviin ryhmiin: *a) Keisarille kuuluvat, b) balsamoidut, c) kesytetyt, d) siat, e) merenneidot, f) tarunomaiset, g) juoksukoirat, h) tässä luokitellut, i) ne jotka riehuvat kuin hullut, j) lukemattomat, k) hyvin hienolla kamelinkarvasiveltimellä piirretyt, l) ja niin edelleen, m) juuri nahkansa luoneet, n) etäältä kärpästä muistuttavat.* (Borges 1969, 233, viite Luostarisen & Väliiverosen 1991, 68)

Luokittelu tuntuu järjettömältä, mutta senkin takana on jokin logiikka. Aivan yhtä mielivaltaisena voi pitää nykyistäkin luonnontieteellistä luokittelua nisäkkäisiin, ja edelleen naisiin ja miehiin. Butlerin filosofinen näkökulma lähtee siitä, ettei todellisuutta voi tavoittaa sellaisenaan. Mikään asia tai esine, kuten ruumiskaan, ei ole meille olemassa välittömästi, vaan käsitteittemme, käsityksiemme ja kielemme kautta (Pulkkinen 2000, 50)

Ruumis ja kulttuuri ovat kietoutuneet ajattelussamme vahvasti yhteen, moneen kerrokseen, eikä niiden erottelu ole aivan yksinkertaista. Itse kuitenkin viitatessani sukupuoleen, viittaan siihen kulttuuriseen tuotteeseen, jonka avulla naiseus ja mieheys sekä siitä johtuvat työn- ja vallanjaot on pyritty luonnollistamaan. Luonnollistaminen on yksi vahvimista jaottelun logiikoista. Rasismia tutkinut Stuart Hall toteaa, että jos mustien ja valkoisten väliset erot (kuten sukupuolten väliset erot) katsottaisiin kulttuurisiksi, ne olisivat alttiita muutoksille ja

muunnoksille. " *Mutta mikäli erot ovat luonnollisia (...) ne ovat samalla historian tavoittamattomissa, pysyviä ja kiinteitä. Siksi luonnollistaminen on representaatioihin liittyvä strategia, jonka tarkoitus on kiinnittää eroja ja varmistaa niiden pysyvyys ainiaaksi.*" (Hall 1999, 169)

2.2. Sukupuoli representaationa

Feministisen mediatutkimuksen kannalta keskeinen teoreetikko Teresa de Lauretis näkee sukupuolen representaationa, joka representaationa on sen jatkuvaa konstruoimista (de Lauretis 1987, 3). Representaation käsite viittaa ajattelumalliin todellisuuden diskursiivisesta rakentumisesta: Suoraa pääsyä todellisuuteen ei ole. Maailma näyttäytyy meille tiettyjen representaatioiden kautta, valikoidusta ja rajoittuneesta näkökulmasta. Termille representaatio ei ole olemassa suomenkielistä vastinetta. Se samaan aikaan sekä esittää, että edustaa jotakin, joka saa merkityksensä ja on olemassa vain representaatioiden kautta (Koivunen 1996, 51).

Kun käsitän sukupuolen representaatioksi, tarkoitan tällä sitä, että kulttuurinen nainen esittää naista sukupuolena. Jäljittelee naisen liikkeitä, ilmeitä, eleitä, käytöstä ja ulkonäköä. Samalla naisen representaatio on kytköksissä aiempiin representaatioihin, esittämisen ja esitettävän muotoihin. Diskurssin käsitteellä voidaan viitata useampaan asiaan. Kielitieteessä sillä tarkoitetaan yleensä ihmisten välistä "todellista" vuorovaikutusta ja toimintaa, kun taas yhteiskuntateorioissa diskurssi merkitsee todellisuuden sosiaalista konstruktiota, tiedon muotoa (Fairclough 1997, 31).

Itse käsitän diskurssin jälkimmäisellä tavalla, tiedoksi jota tuotetaan representaatioiden kautta. Kieli ei ole vain väline, jolla kuvataan todellisuutta, vaan kieli itsessään on osa todellisuutta. Kun halutaan selvittää mitä sanotaan, on samalla kysyttävä miten sanotaan. Sisältöä ei voi tutkia irrallaan muodosta (Koivunen 1994, 52). Todellisuuden diskursiivista rakentumisesta voi havainnollistaa vaikkapa kääntämällä maailmakartan seinällä ylösalaisin: Afrikan ja Australian ylös, Euroopan ja Pohjois-Amerikan alas. Kartta todentaa myös Butlerin ajatuksen siitä, ettei mikään asia ole meille olemassa muuten kuin käsitteittemme ja käsityksiemme kautta.

Esimerkiksi maapallo, kuten naiseus ja mieheyskin konkretisoituu vasta representaation kautta. Meidän vallitsevasta näkökulmastamme katsoen maailmankartta jossa Afrikka on Euroopan yläpuolella, on "väärin päin". Se, mihin nähden kartta on väärin päin, perustuu diskursiivisesti rakentuneeseen tietoomme maailmankartan suhteista. Me olemme ylhäällä ja kolmas maailma alhaalla. Samalla tavalla meillä on valmis mielikuva olemassa siitä, millainen on nainen ja millainen on mies.

Stuart Hallin ajattelussa representaatiot ovat sekä käsitteitä että käytäntöjä, kulttuurisen kiertokulun ensimmäisiä avaintekijöitä (Hall 1999, 140). Representaatioiden avulla tehdään ymmärrettäväksi, Risto Kuneliuksen sanoin ”tolkullistetaan” maailmaa.

"Representation means using language to say something meaningful about, or to represent, the world meaningfully, to other people. (...) Representation is an essential part of the process by which meaning is produced and exchanged between members of a culture. It does involve the use of language, of signs and images which stand for or represent things." (Hall 1997, 15)

Representaatiot ovat aina poliittisia ja ideologisia. Esittämällä asian tietyllä tavalla ne samalla sulkevat pois muut esittämisen muodot. Läntiset teollisuusvaltiot ovat maapallolla hierarkkisesti "kolmannen maailman" yläpuolella, yksilöt ovat joko naisia tai miehiä. Diskursiivinen todellisuus rakentuu meille representaatioiden kautta. Diskurssien kantamat ideologiat ja arvostukset materialisoituvat representaatioissa ja samalla representaatio tuottaa ideologian mukaisia ilmentymiä. Sukupuolijako voidaan katsoa yhdeksi ideologiaksi, jota esitetään ja uusinnetaan representaatioiden kautta. Naisen ja miehen representaatioiden tarkoitus on de Lauretisin mukaan tuottaa yksilöistä miehiä ja naisia (de Lauretis 1987, 6). Samalla representaatiot konstruoivat eli tuottavat sukupuolta jatkuvasti uudestaan.

Judith Butlerin mukaan sukupuoli ei olekaan naisena tai miehenä olemista, vaan suorittamista. Sukupuolta esitetään tekemällä tiettyjä norminmukaisia ilmeitä, eleitä ja asentoja. Eikä tekemisen takana ole oikeaa, todellista sukupuolista olemista.

There is no gender identity behind the expressions of gender; that identity is performatively constituted by the very "expressions" that are said to be its results. (Butler 1990, 25). Esimerkiksi Butlerin ajattelumallista Tuija Pulkkinen nostaa käsityksen naisellisesta ja miehekkäästä istumisesta. Usein sanotaan, että naiset istuvat jalat yhdessä ja miehet jalat harallaan. *Tähän nähden Butlerin näkökulma kääntää asian toisinpäin: hän sanoisi "jalat yhdessä istuen tehdään/esitetään eli suoritetaan nainen, jalat harallaan mies".* (Pulkkinen 2000, 53).

Sukupuolen suorittamisessa ja esittämisessä on kyse samasta, jota Erkki Karvonen kuvaa itse-representaatioksi. Esimerkkinä sukupuolen representoinnista Karvonen käyttää tilannetta, jossa isä sanoo sotaan lähtevälle pojalleen: *"Pidä itsesi miehenä"*. Karvosen mukaan kehoitus on tulkittavissa: *"Esitä itsesi miehenä ja niin vakuuttavasti, ettei kukaan erehdy luulemaan sinua lapseksi tai naiseksi"*. (Karvonen 1991, 28)

Sukupuolen suorittamisen teoreetikko Judith Butler on myöhemmin huomauttanut, että hän ei suinkaan tarkoita sitä, että sukupuoli olisi jokin tahdonalainen ja vapaaehtoisesti valittavissa oleva kulutustuote. Niin että ihminen voisi aamulla ylösnoustessaan vilkaista vaatekomeeroonsa ja päättää mitä sukupuolta haluaisi sinä päivänä olla (Butler 1995, 263). Vaikka sukupuoli on Butlerin mielestä roolinottoa, joksikin tekeytymistä, sisältää se myös sellaisen ideaalin tavoittelua, johon kukaan ei voi yltää. *Kukaan ei voi koskaan saavuttaa "miehen" ja "naisen" symbolisia asemia, ja juuri se määrittelee ne symbolisiksi.* (Butler 1995, 265).

2.3. Representaatioiden suhde todellisuuteen

De Lauretis on erottanut toisistaan käsitteet "Nainen" ja "naiset". Isolla kirjaimella kirjoitettuna nainen on kulttuurinen konstruoitu käsitys naiseudesta ja pienellä kirjoitettuna naiset ovat oikeita, eläviä naisia (de Lauretis 10). On kuitenkin huomattava, etteivät todelliset naiset voi elää irrallaan kulttuurisesta naisesta. Kulttuurinen nainen vaikuttaa jokaisessa naisessa.

Toisaalta myöskään representaatiot eivät heijasta mitään jo olemassaolevaa, oikeaa todellisuutta, vaan tuottavat ja jäsentävät sitä aktiivisesti. Siksi ei ole mielekästä ryhtyä analysoimaan esimerkiksi talouslehtien johtajahaastatteluja, ja verrata niiden tuottamaa kuvaa oikeisiin, eläviin johtajiin. Kuvat eivät heijasta olemassaolevaa todellisuutta, vaan tuottavat itse todellisuutta olemalla kytköksissä kaikkiin aiempiin representaatioihin.

Stuart Hallin mielestä ei ole sen enempää järkeä etsiä representaation oikeita tai vääriä merkityksiä. Joka tapauksessa merkitys kelluu. Asioilla on useita merkityksiä ja myös representaatioista on löydettävissä useita merkityksiä, vaikka niiden käytännön tarkoitus on aina kiinnittää merkitys johonkin, nostaa jokin asia etusijalle (Hall 1999, 143). Kulttuuristen nais-, mies- tai johtajakuvien tutkiminen silti on tärkeää, sillä juuri niiden diskurssien puitteissa yksilöt jäsentävät omia kokemuksiaan ja tuottavat diskurssin mukaista itse-representaatiota.

Norman Fairclough on huomauttanut, että vaikka yksittäisiä representaatiota voidaan tutkia irrallaan todellisuudesta, ei kriittinen analyysi voi suhtautua välinpitämättömästi kysymykseen totuudesta ((Fairclough 1997, 28). Siihen, mihin oletuksiin esitys pohjautuu ja mitkä asiat se tyystin sulkee ulkopuolelleen. Nykyaikainen tiedotustutkimus korostaa vastaanottajan omien kokemusten merkitystä tulkinnassa.

Jokainen esitys, teksti ja kuva voidaan lukea ja tulkita sadoilla eri tavoilla. Esimerkiksi

feministisessä kulttuurintutkimuksessa on hahmoteltu teorioita siitä, kuinka stereotyyppisen sukupuolen esittämistä voidaan jopa liioitella ja parodioida tietoisena sen keinotekoisuudesta ja tuottaa näin vahvempaa kumouksellisuutta kuin jähmeästä oppositioasemasta käsin (mm. Rossi 1995; Nikunen 1996). Veikko Pietilä on kuitenkin huomauttanut, että *tällainen tekstien ja vastaanottotapojen moninaisuuden juhlinta kadottaa helposti näkyvistään sen vallan, joka viestimillä ja niiden teksteillä viime kädessä on.* (Pietilä 1997, 346) Myös Fairclough viittaa samaan asiaan todetessaan, että jo esityksen luonne rajoittaa merkittävästi sen eri tulkintamahdollisuuksia (Fairclough 1997, 28). Kuvaa tai tekstiä ei ole mahdollista tulkita millä tavalla hyvänsä. Siksi ei ole samantekevää, miten asiat esitetään.

2.4. Representaatioiden ideologisuus

Jo aiemmin viittasin käsitykseen siitä, että sukupuolijako on ideologia, jota ylläpidetään ja vahvistetaan representaatioiden kautta. Ideologia terminä voidaan ymmärtää usealla eri tavalla. Itse en tarkoita ideologialla "vääriä tietoisuutta" tai tietoisuutta yleensäkkään. Tarkoitan ideologialla niitä olettamuksia, käsityksiä ja ajattelumalleja, joiden pohjalta tietoinen todellisuutemme rakentuu. Ideologian käsitettä erityisesti rasismintutkimuksessa hyödyntänyt Stuart Hall painottaa, ettei ideologia johdu tietoisuudesta, vaan tietoisuus ideologisista diskurssikäytännöistä. Hänen mukaansa ideologia ei ole yksittäisen toimijan tarkoitus, vaan *yhteiskunnallisten prosessien logiikan ja diskurssin funktio* (Hall 1992, 191).

Esimerkiksi dualistinen sukupuolijako tai markkinatalous voidaan käsittää tällaiseksi ideologiaksi. Koska yksilöinä olemme syntyneet niiden keskelle, emme osaa nähdä niitä ideologioina. Silti ajattelumme pohjautuu niihin.

Yksilön toiminnassa ideologiat konkretisoituvat eräänlaisena arkijärkenä, olettamuksina jotka saavat asiat tuntumaan luonnollisilta. Esimerkiksi ideologisesti latautuneesta diskurssista sopii Suomessa käytävä talouspoliittinen keskustelu, jossa perusoletuksena on, että Suomi elää viennistä ja julkinen sektori on tuhlausta: *Suljettu sektori (äiti) tuhlaa sen minkä avoin sektori (isä) ehtii kotiin kantaa* (Allen, Heinonen, Pantzar 1992, 21).

Allenin, Heinosen ja Pantzarin mukaan vallitseva talouskeskustelu perustuu dualistiselle, sukupuolittuneelle ajatukselle siitä, että on olemassa maskuliinen, tehokas ja kilpailukykyinen avoin sektori, sekä feminiininen, byrokraattinen, vanhanaikainen, tuhlaava suljettu sektori (Allen, Heinonen, Pantzar 1992). Vaikka kansalaisilla voi olla erilaisia näkökantoja siitä, mikä on julkisen tai yksityisen sektorin merkitys yhteiskunnassa, taustalla oleva ideologia näkyy kuitenkin siinä, ettei itse kahtiajakoa juurikaan kyseenalaisteta.

*Monille ekonomisteille ja poliitikoille kahden sektorin malli on keskeinen talouspoliittista ajattelua ohjaava opinkappale siitäkin huolimatta, että se perustuu olennaisilta osiltaan hataraan empiiriseen yleistyksen (Allen, Heinonen, Pantzar 1992, 25). Analyysissään tutkijakolmikko on tarkastellut muun muassa talouslehtien kirjoittelua ja toteaa *primitiivisen dualistisen argumentaation* niissä erityisen hallitsevaksi.*

Faircloughin mukaan ideologiat mediateksteissä ovat *väittämiä, jotka sisältyvät tekstiin alkuoletuksina, itsestäänselvyksinä, myötävaikuttaen eriarvoisten valta- ja hallintasuhteiden ylläpitämiseen ja muotoutumiseen* (Fairclough 1997, 25). Journalismissa ideologiaa ei pidä kuitenkaan sekoittaa toimittajan tietoisesti valitsemiin retorisiin keinoihin tai näkökulmaan. Ideologia on nimenomaan se ajattelumalli, mikä on aiheen taustalla itsestäänselvänä oletuksena – kuten dualistisen kahtiajako tuottavaan ja tuottamattomaan työhön talouspoliittisen keskustelun pohjana.

Fairclough huomauttaa, että toiset tekstit ovat ideologisempia kuin toiset, eikä tekstejä pitäisi lukea pelkästään ideologioita etsien. Se on kuitenkin yksi kysymys, johon teksteissä tulisi kiinnittää huomiota (Fairclough 1997). Jotta merkityksen ideologisuus voitaisiin osoittaa, on Faircloughin mukaan osoitettava että merkitykset todellakin joskus palvelevat valtasuhteita. Jokaisen tekstin kohdalla on siis kysyttävä toimiiko se ideologisesti ja jos, niin miten. Representaatioihin, identiteetteihin ja suhteisiin liittyvien epäsuorien väittämien ideologisuutta voi Faircloughin mukaan tarkastella seuraavan kysymyssarjan avulla:

- a) *Mikä on esitetyn vaihtoehdon yhteiskunnallinen alkuperä, mistä se tulee ja kuka sen esittää?*
- b) *Mikä voisi motivoida tällaisen valinnan?*
- c) *Mitä valinnasta seuraa, miten se vaikuttaa asianosaisten pyrkimyksiin?*

(Fairclough 1997, 25).

3. Diskurssianalyysi

Jo aiemmin viittasin diskurssin käsitteen moninaisuuteen. Perinteisesti kielitieteellisessä lähestymistavassa diskurssi on aina konkreettista kirjoitusta tai puhetta, ”todellista vuorovaikutusta”, kun taas yhteiskuntatieteiden puolella diskurssi käsitetään laajemmin tiedon muodoksi ja merkityssystemiksi. Yhteiskuntatieteellisen diskurssintutkimuksen taustalla on sosiaalisen konstruktionismin perinne, jonka mukaan meillä ei ole ympärillämme puhdasta todellisuutta, vaan todellisuus näyttäytyy meille aina kulttuuristen symbolien ja merkitysten kautta (Jokinen 1999, 39). Kielitieteessä diskurssintutkimus on yleensä

keskittynyt analysoimaan virkettä suurempia puhuttuja tai kirjoitettuja kokonaisuuksia, joiden rakennetta on tutkittu samoilla periaatteilla kuin kieliopillisia rakenteita (Luukka 2000, 143).

Diskurssintutkimuksen yleistymisen useiden eri tieteenalojen piirissä viime vuosina on lisännyt diskurssin käsitteen monimuotoisuutta ja käytön kirjavuutta entisestään. Enää perinteinen jaottelu kielitieteelliseen ja yhteiskuntatieteelliseen lähestymistapaankaan ei näyttäydy yhtä selkeänä kuin aiemmin, sillä myös näiden suuntauksien sisältä voi löytää erilaisia lähestymistapoja, jotka limittyvät toisiinsa. Etenkin kriittinen diskurssianalyysi, josta tarkemmin luvussa 3.2., on pyrkinyt yhdistelemään yhteiskuntatieteiden ja kielitieteellisen diskurssintutkimuksen näkemyksiä.

3.1. Diskurssianalyysin suuntauksia

Sari Pietikäinen on kiteyttänyt kielitieteellisen ja yhteiskuntatieteellisen diskurssintutkimuksen peruseron kielentutkimuksen näkökulmasta siten, että jälkimmäisessä tutkitaan kielen kautta muita ilmiöitä, kun taas lingvistiksessä tutkimuksessa juuri kielenkäyttö ja sen piirteet ovat tarkastelun kohteena. *Yhteiskuntatieteellinen diskurssianalyysi liikkuu sosiaalisista rakenteista, ilmiöistä ja suhteista kieleen päin, kun taas kielitieteellisen diskurssianalyysin suunta on päinvastainen* (Pietikäinen 2000, 193).

Minna-Riitta Luukka on jaotellut kielitieteellisen diskurssintutkimuksen formalistiseen ja funktionalistiseen näkemykseen (Luukka 2000). Formalistinen näkemys diskurssista muistuttaa perinteistä lingvistiseksi miellettyä lähestymistapaa, jossa kieli nähdään kontekstista riippumattomaksi. Formalistien kiinnostuksen kohteena ovat kielen universaaliset piirteet, muodot ja rakenteet. Formalististen, chomskylaisen suuntauksen takana ovat Noam Chomskyn 1970-luvulla luomat ja edelleen lähes muuttumattomina säilyneet käsitykset kielitieteen tehtävistä ja luonteesta (Luukka 2000). Chomskyn ajattelu pohjautuu osaltaan vuosisadan alun Ferdinand de Saussuren kielifilosofiaan, jossa hän jakoi kielen kahtia: *langueen* ja *paroleen*. *Langue* tarkoitti kieltä abstraktina järjestelmänä ja *parole* todellista, konkreettista puhuntaa. Deborah Cameronin *Sukupuoli ja kieli* käsittelee mm. Chomskyn ja de Saussuren kieliteorioita feministisestä näkökulmasta.

Funktionaalinen kielitiede sen sijaan hahmottuu lingvistiksessä tutkimuskentässä toisin. Sen juuret johtavat sosiologian ja antropologian puolelle. Yhteiskuntatieteellisen diskurssintutkimuksen tapaan funktionalistit näkevät kielen sosiaalisen toiminnan muotona ja yhteisöllisenä ilmiönä, jota ei voi analysoida kontekstista irrallisena kielellisenä ilmiönä

(Luukka 2000, 144). Minna-Riitta Luukka kuitenkin huomauttaa, ettei funktionalismi ole mikään selkeä koulukunta, vaan kielitieteestä löytyy useita fuktionaalisia suuntauksia. Jaottelu funktionalismiin ja formalismiin osoittaa, ettei kielitieteellinen lähestymistapa diskurssianalyysiin ole niin yksioikoinen kuin usein esitetään. Kaksi eri suuntausta eroavat toisistaan sekä kielitieteen metodologisten että ontologisten käsitysten suhteen: Niiden lähtökohdat kielen luonteesta ja merkityksestä ovat erilaiset.

Funktionalistinen suuntaus näyttääkin lähestyvän yhteiskuntatieteellistä diskurssintutkimuksen perinnettä. Yhteiskuntatieteellisessä ajattelutavassa kontekstista irroitettujen virkkeiden tai tekstin rakenteen analyysi ei ole diskurssianalyysia lainkaan, vaan kiinnostuksen kohteena ovat nimenomaan kulttuuriset merkitykset ja yhteisen sosiaalisen todellisuuden rakentuminen kielessä. Yhteiskuntatieteellinen lähestymistapa diskurssiin on sekin varsin väljä ja moninainen, ja mahdollistaa useita eri näkökulmia ja analyysitapoja teksteihin. Yhteistä eri suuntauksille on kuitenkin kiinnostus kielellisiin prosesseihin ja niiden tuotoksiin, joiden avulla rakennamme ja hahmotamme yhteistä sosiaalista todellisuuttamme.

Yhteiskunnallisesti orientoitunut diskurssianalyysi liikkuu usein lähellä sukulaistraditioitaan; omaa henkistä kotiaan sosiaalista konstruktionismia, etnografiaa, keskustelunanalyysia, retoriikkaa ja semiotiikkaa (diskurssianalyysin suhteista sukulaistraditioihin kts. Jokinen 1999). Vaikka rajat eri traditioiden välillä ovat häilyviä ja yksittäistä tutkimusta on usein vaikea luokitella selkeästi yhteen tiettyyn kategoriaan kuuluvaksi, löytyy suuntausten väliltä kuitenkin painotuseroja. Diskurssianalyysi erottuu sukulaisistaan tutkimalla nimenomaan kielellisiä käytäntöjä. Se käyttää aineistonaan vuorovaikutusaineistoja, puheita ja kirjoitettuja tekstejä ja pyrkii erittelemään aineistosta kulttuurisia merkityksiä ja niitä tuottavia prosesseja (Jokinen 1999, 50).

Myös selkeästi diskurssianalyysin sisässä liikkuvien tutkimusten välitä löytyy eri suuntauksia ja painotuksia. Yksi on kiinnostunut tekstin suostuttelevasta ja vakuuttelevasta retoriikasta, toinen diskurssien välisistä valtasuhteista ja kolmas tekstissä käytettävistä metaforista. (Esimerkkejä diskurssianalyysin kuvakulmista ja aineistosovelluksista kirjassa Diskurssianalyysin aakkoset.) Arja Jokinen ja Kirsi Juhila ovat hahmotelleet yhteiskuntatieteellisen diskurssianalyyttisen tutkimuksen karttaa neljän janan kautta:

Tilanteisuus	I-----I	Kulttuurinen jatkumo
Merkitykset	I-----I	Merkitysten tuottamisen tavat
Retorisuus	I-----I	Responsiivisuus
Kriittisyys	I-----I	Analyyttisyys

Janat kuvaavat diskurssianalyysin sisäisiä metodisia painotuksia. Yleensä tutkimuksessa janan molemmat päät ovat käytössä, mutta painopiste saattaa vaihdella tutkimuksen eri vaiheissa (Jokinen & Juhila 1999). Tilanteisuuden ja kulttuurisen jatkumon välinen suhde kuvaa tutkimuksen asemointia merkitysten tilanteisen rakentumisen ja kulttuurisen jatkumon välillä. Merkityksiä on mahdollista tarkastella joko ”tässä ja nyt” toimintana, tai osana aikakauden diskursiivista ilmastoa ja kulttuurin jatkuvasti muuttuvaa kehää.

Toinen ulottuvuuspari liikkuu merkitysten ja merkitysten tuottamisen analysointitapojen välillä. Merkityksiin keskittyvä tutkimus lähestyy kohdettaan *mitä*-kysymyksen kautta, kun taas merkitysten tuottamisen tapoihin kiinnittynyt tarkastelutapa kysyy *miten*? Myös retorisuuden ja responsiivisuuden painottaminen suuntautuu kohti *miten*-kysymyksiä. Lähestymistapa tarkoittaa merkitysten tuottamisen tapojen analyysia. *Retorisuutta tutkittaessa keskitytään niihin tapoihin, joilla tiettyjä merkityksiä tai sosiaalisen todellisuuden versiota 'ajetaan', kun taas responsiivisessa otteessa huomio kiinnittyy siihen, miten ihmiset rakentavat yhdessä merkityksiä* (Jokinen & Juhila 1999, 77).

Viimeinen ulottuvuuspari analyttisyys - kriittisyys koskettelee tutkimuksen asemaa ja tutkijan omaa asemaa keskustelussa. Analyttinen diskurssianalyysi pyrkii tiukaan aineistolähtöisyyteen. Tutkijan tavoitteena on olla mahdollisimman avoin aineistolle ja sen mahdollistamille tulkinnoille. Sen sijaan kriittisessä lähestymistavassa tutkijalla on jo etukäteen jokin alkuoletus, jonka perusteella hän tutkimuksen keinoin etsii niitä kielellisiä käytäntöjä, joilla asetelmaa ylläpidetään (Jokinen & Juhila 1999, 86)

Oma tutkimukseni kiinnittyy vahvimmin viimeiseen janaan ja sen kriittiseen päähän. Lähestymistapani johtajahaastatteluihin ei ole arvovapaa, sillä lähtökohtani on, että naiset ovat alistettu ryhmä, alistusmekanismit on tehtävä näkyväksi ja tätä kautta saatava aikaan kulttuurinen muutos.

Kriittisen ja analyttisen orientaation perusero löytyy ennen kaikkea tutkimuksen lähtökohtatavoitteista ja sitoutumuksista, joilla on siten omat seurauksensa myös analyysin tekemiselle. Kun kriittisen tutkimuksen lähtökohtiin kuuluu itsestään selvästi pyrkimys tuottaa poleeminen puheenvuoro suhteessa vallitsevaan järjestykseen, ottaa analyttinen ensisijaiseksi tavoitteekseen sosiaalisen todellisuuden yksityiskohtaisen erittelyn (Jokinen & Juhila 2000, 86). Jokinen ja Juhila kuitenkin huomauttavat, etteivät kriittisyys ja analyttisyys ole toisiaan poissulkevia. Kriittisestikin aineistoaan lähestyvä tutkija voi antaa myös etukäteisoletuksen vastaisten tulosten nousta esiin. Toisaalta lähtökohdiltaan puhtaan analyttisestä tutkimuksesta voi lopulta tulla kriittinen puheenvuoro, jos aineistosta nouseekin tätä puoltavia tuloksia esiin.

3.2. Kriittinen diskurssianalyysi

Kriittisen diskurssintutkimuksen juuret löytyvät kriittisistä teorioista, joiden ehkä nimekkäin edustaja on Frankfurtin koulukunta ja sen perinteen jatkaja Habermas. Tosin kriittisistä teorioista löytyy monia muitakin eri koulukuntia, kuten esimerkiksi feministinen tutkimusperinne kaikkine eri suuntauksineen. Yhteistä kaikille kriittisille teorioille on kiinnostus yhteiskunnan epäkohtiin ja pyrkimys muutokseen tieteen keinoin. Kriittiset teorit ovat lähtökohdiltaan poliittisia ja monet niihin liittyvät käsitteet ovat vahvasti ladattuja, kuten ideologia, alistusmekanismit, valta tai hegemoninen diskurssi. Ajatuksena on, että näkymättömien rakenteiden näkyväksi tekeminen ja tietoisuuden lisääminen on askel kohti muutosta.

Kriittinen diskurssintutkimus jakaa kriittisten teorioiden yleisperiaatteet, mutta keskittyy yhteiskunnallisten ongelmien ja vallan käytänteiden diskursiiviseen puoleen, siihen mikä on kielenkäytön osuus näissä mekanismeissa (Pietikäinen 2000). *Tämä ei tarkoita sitä, että kaikkia yhteiskunnallisia epäkohtia pidettäisiin diskursiivisina, vaan kuvastaa ainoastaan kriittisen diskurssianalyysin painopistettä. Kielenkäytön ajatellaan olevan kietoutunut syihin ja seurauksiin, joista emme aina ole tietoisia* (Pietikäinen 2000, 201).

Kriittisesti asemoituinut diskurssintutkimus ei ole siten pelkästään tutkimusmetodi, vaan samalla väline muutoksen ajamiseen. Sen avulla ei pyritä pelkästään konstruoimaan, vaan myös purkamaan ja uudelleenrakentamaan sosiaalista järjestystä. Diskurssianalyysin perinteen mukaisesti tarkoitus ei kuitenkaan ole, että tutkija itse analyysissaan esittäisi tietävänsä asioiden oikean laidan ja totuuden. Tavoitteena on ainoastaan nostaa esiin diskurssin mahdolliset sosiaaliset vaikutukset ja niiden kietoutuneisuus laajempiin yhteiskunnallisiin käytänteisiin (Pietikäinen 2000, 202). Kriittinen diskurssianalyysikin on vain yksi kriittinen puheenvuoro kaikkien diskurssien joukossa, ja osallistuu näin omalta osaltaan sosiaalisen todellisuutemme rakentamiseen.

Kriittisen diskurssianalyysin avoin poliittisuus ja tutkijan omien lähtöoletusten vaikutukset tutkimustuloksiin ovat nostaneet tieteen kentässä kritiikkiä. Kriittiset diskurssioijat kuitenkin katsovat feministien tapaan, ettei mikään tutkimus voi olla arvovapaata tai neutraalia. Ainoa demokraattinen lähestymistapa on osoittaa oman näkökulmansa rajoittuneisuus lukijalle tuomalla tutkimustyön takana olevat intressit julki avoimesti siten, että lukija voi itse tehdä omat johtopäätöksensä. Kriittisen diskurssianalyysin piirissä korostetaan usein refleksiivisyyden käsitettä. Käsitteellä viitataan paitsi tutkimuksen läpinäkyvyyteen ja keskustelevuuteen sosiaalisen todellisuuden kanssa, myös

tutkijaan itseensä (Juhila 1999). Refleктоivan ajattelun ideana on tuoda omat kiinnostuksen kohteensa julki ja kääntyä sitä kautta pohtimaan tutkijan omia taustaoletuksia ja kielellisiä käsitteitä, joilla tutkimus kuvaa tutkimuskohdetta (Pietikäinen 2000).

Kirsi Juhila on kuitenkin huomauttanut, että vaikka tiettyyn rajaan asti itserefleksisyys on välttämätöntä, on siinä myös riskinsä. Liiallinen uppoutuminen omien tulkintojensa kierteeseen voi hävittää samalla muun kuin oman itsensä kanssa tapahtuvan vuorovaikutuksen, eikä tutkijan itsetutkiskelu jaksa loputtomiin kiinnostaa lukijaa (Juhila 1999).

4. Sukupuoli mediassa

Sukupuolten julkisuuskuva mediassa ei ole mikään uusi tutkimusaihe. Feministitutkijat ovat tuottaneet tieteellistä tutkimusta naisten esittämistavoista 1960-luvulta lähtien. Miesten esittämistapojen problematisointi on ollut huomattavasti vähäisempää (Laiho & Ruoho 1996, 9). Feminismin varhaisina vuosina tutkimus painottui sukupuoliroolien empiiriseen analyysiin ja naisten toiminnan näkyväksi tekemiseen (Liljeström 1994, 111). Samoin myös mediatutkimus suuntautui naisten esiintymisen määrälliseen tilastointiin ja roolien tarkasteluun.

Naisten havaittiin näkyvän julkisuudessa vähemmän ja erilaisissa rooleissa kuin miesten. Kriitikki kohdistui erityisesti naisten stereotyyppiseen rooliin: Julkisuudessa naiset olivat joko kotirouvia tai kauneuskuningattaria (Siivonen 1999, 30). Hole & Levine kirjoittivat vuonna 1971: *Median luoma nainen on joko 1) vaimo, äiti ja kodinhoitaja miehelle 2) miehille suunnatun mainonnan seksiohjekti 3) henkilö, joka yrittää kaunistaa itseään miestä varten.* (Hole & Levine 1971, 249, viite van Zoonenin 1994, 66).

Feministitutkijat hylkäsivät sukupuoliroolin-käsitteen 1970-luvun lopussa. Sosialisatioteorioihin ja mallioppimiseen tukeutuvan roolitutkimuksen katsottiin painottavan liikaa naisen ja miehen toisiaan täydentävää roolia. Sukupuoliroolien analysoinnin kritisoitiin myös piilottavan sukupuolten välisen valtasuhteen (Liljeström 1994, 117).

Brittiläisen kulttuuritutkimuksen viriäminen 1970-luvun alussa kohdisti myös feministien kiinnostuksen mediatekstien ideologisiin sisältöihin. "Oikean ja todellisen" naiskuvan vaatimuksen sijasta siirryttiin tarkastelemaan sukupuolen ideologista rakentumista (Ojajarvi 1997, 172). Sukupuoli nähdään nyt pikemminkin yhteiskunnallisena ja kulttuurisena suhteena, kuin ominaisuutena. Se ei ole pysyvä, jähmettynyt rooli, vaan ajassa ja paikassa muuttuva suhde (Savolainen 1995, 23). Populaarikulttuurin naiskuvaa tutkinut Myra

MacDonald luonnehtii median naiskuvan kehittyneen vampista tyhmään blondiin, kunnes 1980-luvulla siirryttiin postmoderniin supernaisen aikakauteen. Nykyajan supernaiset ovat positiivisia, seksikkäitä, itsenäisiä ja vahvoja (MacDonald 1995, 14-15).

Miesten esittämistapojen problematisointi on ollut huomattavasti vähäisempää. Vaikka osa maskuliinisuuden tutkijoista jakaa feminismiin arvot ja pyrkimykset, ei miestutkimusta voida sukupuolten eriarvoisen aseman vuoksi rinnastaa feministiseen tutkimukseen. Kuten R.W. Connell toteaa, ryhmää joka pitää hallussaan valtaa, ei voi vapauttaa (Sipilä 1994, 18). Kuitenkin myös miesten sukupuolen kulttuurista tuottamista voi tutkia ja sitä pitäisi tutkia (miesten esittämisestä kts. myös Laiho & Ruoho 1996).

Vaikka sukupuolen kulttuurisen tuottamisen analysointi on muodostunut yhdeksi feministisen tutkimuksen keskeisistä tehtävistä, ei journalismintutkimus ole kuitenkaan ollut siinä keskeisellä sijalla. Enemminkin on tarkasteltu sukupuolten esitystapoja mainoksissa, televisiosarjoissa ja elokuvissa. Feministisen mediatutkimuksen ansiona voi pitää sitä, että se on tuonut tieteellisen tarkastelun alle aiemmin vähäarvoisena pidettyjä mediatuotteita, kuten naistenlehtiä, romanttisia viihdekirjoja ja television saippuasarjoja.

Toisaalta liiallista populaarikulttuurin painotusta on pidetty myös uhkana. Muun muassa Liesbeth van Zoonen on epäillyt viihteeseen keskittymisen kaventavan feminismin kykyä tarttua laajempiin yhteiskunnallisiin ja kulttuurisiin käytäntöihin (van Zoonen 1994, 49). Tähän Veikko Pietilä on kuitenkin huomauttanut, että *eikö sitä kavenna yhtä lailla keskittyminen vaikkapa uutisiin?* (Pietilä 1997, 346).

Itse uskon että on tärkeää analysoida koko kulttuurituotannon kenttää feministisestä näkökulmasta. Naiserityisiksi miellettyjen kulttuurituotteiden sulkeminen tieteellisen tutkimuksen ulkopuolelle merkitsisi niiden määrittämistä marginaaliin. Itse toimittajana olen kuitenkin kiinnostunut nimenomaan journalismista ja sen roolista sukupuolikäsityksen muokkaajana ja vahvistajana. Vaikka journalismin asemaa ylikansallisen mediatarjonnan keskellä ja uusien viestintävälineiden pyörteissä pidetään jo vähintäänkin uhanalaisena, on journalismilla edelleen oma luotettu erityisasemansa mediasisältöjen joukossa.

Journalismi poimii informaatiotulvasta meille oikeaa ja olennaista tietoa, se normittaa yhteiskuntaa, kertoo mikä on oikein ja mikä väärin. Journalismi järjestää yhteiskuntaa ja pyrkii luomaan kuvaa maailman todellisuudesta. Sen tarjoamalla representaatioilla on keskeinen sija kulttuurimme ylläpitäjänä ja rakentajana.

4.1. Feministinen journalismintutkimus Suomessa

Suomessa feminististä journalismintutkimusta on tehty 1970-luvulta alkaen lähinnä pro gradujen muodossa. Ensimmäiset lisensiaatintyöt ja tohtorinväitöskirjat valmistuivat 1990-luvun loppupuolella. Euroopan komission tuottama feministisen mediatutkimuksen bibliografia *Images of women in the media* (1999) osoittaa, että Pohjoismaissa alalta on tuotettu kaikkiaan 300 tutkimusta, joista Suomessa reilu kolmannes.

Tarja Savolainen on luonut omassa lisensiaatintyössään katsauksen suomalaisen feministiseen mediatutkimuksen teorioihin ja metodologiaan. Hän toteaa, että Suomessa feministinen tutkimus on muun maailman tapaan keskittynyt lähinnä televisioon ja elokuvaan (Savolainen 1995, 39). Savolaisen mukaan journalismintutkimuksessa naistutkimus näyttäytyy edelleen omana erillisenä alueenaan, jolla ei näytä olevan mitään tekemistä muun viestinnän tutkimuksen kanssa. Osaksi hän katsoo sen johtuvan siitä, ettei feminismiin ja viestinnän välisiä suhteita ole vielä analysoitu riittävästi, mutta myös siitä, että *patriarkaalisessa kulttuurissa näemme "yleisen" sukupuolettomana ja naisten teot jonakin erityisenä, joka ei kosketa ihmistä yleensä.* (Savolainen 1995, 39).

Yhtenä kimmokkeena sukupuolen tutkimukselle suomalaisessa journalismissa on toiminut Yleisradion tasa-arvo-ohjelma, jonka puitteissa yhtiö osallistui vuonna 1995 kansainväliseen MediaWatch-raportointiin. Yhden päivän uutisseuranta suomalaisissa sanomalehdissä, radiossa ja televisiossa osoitti, että haastateltavista 83 prosenttia oli miehiä. (Sana 1996, 119) Laajan MediaWatch-raportin tuloksia ovat osittain hyödyntäneet ainakin Tarja Savolainen lisensiaatintyössään sekä Henriikka Zilliacus-Tikkanen (1997) ja Irma Kaarina Halonen (1999) väitöskirjoissaan.

Yhden päivän uutisseuranta osoitti, että määrällisen eriarvoisuuden lisäksi naiset ja miehet esiintyvät uutisissa varsin erilaisissa rooleissa. Siinä kun miehet näkyivät ensimmäiseen politiikan, elinkeinoelämän ja talouden johtohenkilöinä, jäi naisten rooliksi kuvittajana ja taustana toimiminen. Heidän puheensa oli enemmänkin *elävöittämässä uutislähtystä kuin tuottamassa informaatiota.* (Halonen 1999, 289; Sana 1996, 119). Halonen toteaa, että naisesta tulee uutinen silloin, kun hän on lähellä vallan ydintä, onnistunut murtautumaan perinteisille miesten aloille. Nais erityisiksi mielletyt diskurssit näyttävät ajautuvan uutisjournalismissa marginaaliin.

Tärkeän alueelle pääseminen edellyttää vallan hipaisua, valtaan sitoutumista ja myös vallan kielellä puhumista. Toimittaja, joka hallitsee valtakurssin voi omalla toiminnallaan helpottaa tai vaikeuttaa tätä pääsyä. (Halonen 1999, 289)

Uutisjulkisuudessa näkyvät naiset Halonen jakaa kolmeen subjektipositioon.

1. Lähellä institutionaalista valtakurssia olevat naiset.

Korkeassa asemassa perinteisillä miesten aloilla, politiikassa tai elinkeinoelämässä.

2. Valtakurssin marginaalissa olevat, perinteisellä naisvaltaisella alalla toimivat naiset.

Naisasiantuntijat hoiva-ammateissa, opettajina, kasvattajina, palveluammateissa.

3. Nais erityisyyttä ilmentävät naiset.

Uutiskurssissa mukana sukupuolensa vuoksi, kuvituksena, koristeena, vaimoina.

(Halonen 1999, 81-82)

4.2. Journalisti häivyttää sukupuolensa

Suomalaisista toimittajista nykyään yli puolet on naisia. Sillä ei kuitenkaan näytä olevan suurta merkitystä uutiskäytäntöjen kannalta. Naistoimittajat kokevat olevansa ensisijaisesti journalisteja ja vasta sitten naisia. Tosin jonkin verran on nähtävissä miestoimittajien keskittyminen talouden ja politiikan alueelle, kun taas esimerkiksi sosiaali- ja terveysaiheet kuuluvat naistoimittajien aihevalikoimaan (ks. esim. Zilliacus-Tikkanen 1997, Halonen 1999). Journalistien kannalta saattaisi olisi uhkarohkeaa lähteä tekemään uutisia omasta sukupuolestaan käsin. Siitä kärsisi pian sekä oma ammatillinen että journalismin uskottavuus. Suomessa ei ylipäätään ole tapana myöntää, että sukupuoli olisi jokin yksilön toimintaan, identiteettiin ja ajatteluun vaikuttava tekijä. Viimeksi sukupuolen häivyttämisen traditio nousi esiin kevään 2000 presidentinvaalissa, jonka yhteydessä kilvan julistettiin ettei sukupuolella ole merkitystä.

Vaikka suomalaiset journalistit suhtautuvat kriittisesti omaan työjälkeensä (journalistien itsekritiikistä ks. esim. Heinonen 1996, 87-104), ei vakiintuneiden uutiskäytäntöjen muuttaminen ole kovin yksinkertaista. *Uutisjournalistin ammattitaitoa saatetaan alkaa epäillä, jos hän jatkuvasti tekee erilaisia juttuja kuin muut tai jos hän toistuvasti tulkitsee tiedotustilaisuuksien annin eri tavalla kuin toiset journalistit.* (Mörä 1996, 107). Journalisteilla näyttääkin pikemminkin olla paine tehdä keskenään samanlaisia, kuin erilaisia juttuja. Parhaina uutisinaan toimittajat pitävät skuppeja, jotka he ovat keksineet ensin ja muut ovat seuranneet perässä (Mörä 1996, 107). Eli kyse on niisanotusta sopuli-ilmiöstä.

4.3. Media sukupuoliteknologiana

Sukupuolen rakentumisen kannalta media on kiinnostava tutkimuskohde. Sari Näre ja Sara

Heinämaa ovat kuvanneet kulttuurituotannon merkitystä sukupuoli-ideologialle:

Kulttuurituotanto on kenttä, jossa sukupuolten suhteita ja sukupuolikäsityksiä käsitellään jatkuvasti. Siinä ikään kuin neuvotellaan kulttuurin syvärakenteiksi kiteytyneiden uskomusten pätevydestä ja suhteesta arkikokemukseen: kulttuurituotteissa sovitellaan kokemuksia sukupuoli-ideologiaan ja päinvastoin. Niissä voidaan manipuloida, arvioida ja muokata sukupuoliä koskevia ideoita. Kulttuurituotteet tukevat ja uusintavat valtarakenteita, mutta saattavat myös murtaa ja järkyttää niitä. (Näre & Heinämaa 1994, 13)

Joukkoviestimet ja journalismi ovat osa tuota kulttuurituotannon kenttää, jossa käydään jatkuvaa kamppailua eri diskurssien kesken. Itse pidän journalismia kuitenkin painoarvoltaan vieläkin suurempana kuin vaikkapa maalausta tai kaunokirjallista teosta, sillä journalismi on "totta". Siksi joukkoviestimillä on kyky vaikuttaa tietoon, uskomuksiin, arvoihin, sosiaalisiin suhteisiin, sosiaalisiin identiteetteihin. Ne kykyvät tekemään asioista merkityksellisiä sen avulla, miten ne esittävät asian (Fairclough 1997, 10). Feministisen mediakritiikin keskeinen teoreetikko Teresa de Lauretis on tarkastellut mediaa sukupuoliteknologiana, joka määrittää, juurruttaa ja uusintaa käsitystämme sukupuolesta (de Lauretis 1987).

The construction of gender goes on today through the various technologies of gender (e.g., cinema) and institutional discourses (e.g., theory) with power to control the field of social meaning and thus produce, promote, and "implant" representations of gender. (de Lauretis 1987, 18). Vaikka de Lauretis on keskittynyt tarkastelussaan pääosin elokuvaan, sopii hänen ajattelulleen keskeinen representaation käsite yhtä hyvin myös muihin esittämisen muotoihin - esimerkiksi journalistiseen tekstiin. Anu Koivusen tulkinnan mukaan de Lauretisin sukupuoliteknologian käsite tarkoittaa sekä niitä "menettelytapoja, mekanismeja ja tekniikoita" joilla valta toimii kontrolloidessaan todellisuutta, että "sosiaalisten subjettien, käytäntöjen ja tietojen tuotantoa" (Koivunen 2000, 96). Joukkoviestimet ovat nykyään läsnä kaikkialla.

5. Talousjournalismin erityispiirteitä

Talouslehtien journalismi on mielenkiintoinen tutkimuskohde, sillä toistaiseksi sitä on Suomessa tutkittu vähän. Talousjournalismin merkityksen uskotaan lähivuosina vain kasvavan. Yhtenä osoituksena siitä on Sanoma-konsernin syksyllä 1997 perustama uusi, pelkästään talousjournalismiin erikoistunut Taloussanomat-lehti. Edellisen kerran sama konserni perusti uuden päivälehdet, Ilta-Sanomat, vuonna 1932 (Mikkonen 1998, 99). Television uutisten ja urheilu-uutisten rinnalle erotettiin 1990-luvun puolivälissä

talousuutiset omaksi ohjelmakseen. Internetiin on perustettu useita talouteen keskittyviä lehtiä, muun muassa reaaliaikaiseen uutisointiin pyrkivä Kauppalehti Online.

Vaikka talousjournalismiin pätevät pitkälti samat ihanteet ja tavoitteet kuin länsimaiseen journalismiin muutoinkin, on sillä omat erityispiirteensä. Journalismi on perinteisesti katsottu yhteiseksi julkiseksi keskusteluksi, joka tarjoaa yleisölle tarpeellista informaatiota. Sen tehtävä on muun muassa edistää demokratiaa ja kansalaisten tasa-arvoisuutta.

Journalismin yleisjulkisuudesta talousjournalismi on kuitenkin eriytynyt omaksi osajulkisuudekseen, jonka sisällöissä tavallisella kuluttajalla ei ole suurtakaan sijaa, sillä *"talousjournalismi ei ole kenen tahansa julkisuutta, vaan ennenkaikkea se on talouselämän johtotehtävissä toimivien hyvin koulutettujen ja hyvätuloisten ihmisten julkisuutta"* (Hujanen 1990, 49). Jo pelkästään oletetun yleisönsä vuoksi talousjournalismi eroaa totutusta journalismista. Siinä kun yleisjournalismia usein kritisoidaan siitä, että se sisältää oletuksen tietämättömästä "lapsiyleisöstä", olettaa talousjournalismi yleisönsä tietävän ja ymmärtävän taloudesta jo valmiiksi, ilman että maailmaa tarvitsisi rakentaa sille joka päivä uudestaan.

Lukijoilleen talousjournalismi on yksi taloudellisen informaation lähteistä. Sen avulla yleisö pyrkii ennakoimaan talouden kehittymistä. Mikko Koistisen mukaan talousjournalismille leimallista onkin vahva tulevaisuuteen suuntautuneisuus (Koistinen 1998, 55). Journalistissa sisällöissä talous määrittyy päättäjien ja asiantuntijoiden talouselämäksi ja talousjournalismi heidän erityisintressiensä julkisuudeksi.

Yleisjournalismista talousjournalismi poikkeaa myös suhteessaan tavalliseen kansalaiseen. Perinteisesti journalismin perusyksikkönä on pidetty juuri yksittäistä kansalaista, jonka osallistumismahdollisuudet ja kansalaisoikeudet pyritään journalismin avulla turvaamaan. Sen sijaan *"talousjournalismin maailmankuvan perusyksikkönä on yksittäinen yritys, ja tämän mukaisesti sen tehtäväksi markkinatalouden vahtikoirana asettuu yritysten kilpailukyvyyn turvaaminen"* (Hujanen 1990, 50).

Talousjournalismin arvoja voi pitää varsin työ- ja urakeskeisinä. *Keskeisimpiä teemoja ovat taloudellinen voitto, kasvu ja kilpailu* (Koistinen 1998, 55). Markkinatalous on talousjournalismiin sisäänrakennettu ajattelumalli, eikä sitä pyritä millään tavalla peittelemään, päinvastoin. Muun muassa Talouselämä-lehti linjasi 50-vuotisnumerossaan tehtäväkseen markkinatalouden puolustamisen (Hujanen 1990, 50).

5.1. Johtaja myy kannessa

Talouskeskeisestä maailmankuvasta huolimatta talouslehtien sivuilla näkyy runsaasti henkilöhaastatteluja. *Riittää kun kävelee toimituksen lehtihyllyn luo varmistuakseen, että ihminen on tämän päivän talousjournalismin ehtymätön myynnin ja lukemisen edistäjä (...)* Ihminen kiinnostaa ihmistä. Tunnetut kasvot vangitsevat lukijan toteaa taloustoimittaja Antti Mikkonen talousjournalismin historiikissa. Hänen mukaansa ihmisiä käsittelevät jutut ovat lehtien oman tutkimustiedon perusteella kaikkein luetuinta aineistoa (Mikkonen 1998, 258). Talousjournalismin henkilöiminen sai Mikkosen mukaan Suomessa alkunsa Talouselämä-lehden ulkoasu-uudistuksen yhteydessä 1960-luvun loppupuolella. Tosin jo vuonna 1938 sama lehti oli julkaissut viikottaista palstaa "Talouselämän miesten merkkipäivistä". Lisää vauhtia talouslehtien henkilöjournalismi sai 1980-luvulla Kauppalehden ryhdyttyä julkaisemaan Option edeltäjää, värillistä Business Weekend-liitettä (Mikkonen 1998).

Journalismin lajeista talousjournalismi on ehkä kaikkein vahvimmin edelleen miesten hallitsemaa aluetta. Jo pienikin talouslehtien selailu kertoo, että haastatellut ovat pääasiassa miehiä. Muun muassa kolumnisti Seppo Roth onkin joskus vitsailnut mittailemalla eri talouslehtien keskinäistä arvovaltaa "kravatti-indeksillä", eli vertailemalla kuinka paljon kravatteja kunkin lehden numerosta löytyy (Mikkonen 1998).

Johdanto-osuudessa viittaisin Ilona Ylirukan pro gradun tuloksiin nais- ja mieshaastateltavien osuudesta Talouselämä-lehden haastatteluissa. Samantyyppisiä tuloksia on saanut muun muassa Kirsti Lehtinen tarkastellessaan seitsemän lehden talousuutisviikkoa helmikuussa 1994. Kauppalehdestä hän löysi viikon aikana kolme naista esittävää kuvaa, joista vain yhdessä nainen oli asiantuntijahaastateltavan roolissa (Lehtinen 1994, 211). Kun kuitenkin tilastojen perusteella yksityissektorin johtoportaan sentään neljännes on naisia, on erikoista ettei nainen pääse talousjournalismin julkisuuteen.

Osittain naisten vähäisyys selittynee erilaisilla työtehtävillä: Naiset sijoittuvat useimmiten keskijohtoon, kun taas talousjournalistit etsivät juttuhinsa kommentaattoreiksi ja auktoriteeteiksi vallan huippuja. Toisaalta keskusteluntutkijat ovat usein esittäneet, että naisen sanomaa ei pidetä uskottavana, vaan sille haetaan yleensä vahvistus mieheltä. Ja koska talousjournalismin kannalta tärkeintä on nimenomaan uskottavuus, ohjaavat journalistiset käytännöt toimittajan suoraan varmana pidetyn lähteen luokse.

Henkilökeskeisyys tekee talousjournalismista kiinnostavaa ja ymmärrettävää. Yritykset ja talouden näkymät tuodaan lähelle lukijaa henkilöimisen kautta, vaikka sitten kuvittamalla juttu

lähikuvalla kravattikaulaisesta miehestä. Lehtisen mukaan *henkilölähteinen teksti yhdessä kuvan kanssa korostaa puhujaa asiaan nähden. Kiireiselle lukijalle, joka monesti katsoo lehdestä vain otsikon, kuvan ja kuvatekstin, jää ensisijaisesti mieleen henkilö, ei asia* (Lehtinen 1994, 211).

Henkilöimiseen liittyvät myös talousjournalismin pulmat. Journalismin lajeista nimenomaan talousjournalismia (politiikan ohella) moititaan liian läheisistä suhteista valtaeliittiin. *Ehkä erityisen vaikeaksi asian tekee se, että joidenkin arvioiden mukaan kyse ei ole siitä, että toimittajia olisi helppo jymäyttää, vaan pikemminkin siitä, että toimittajat itse haluavat olla kaveria päättäjien kanssa* (Heinonen 1996, 97). Vaikka pitkät, kosteat lounaat ja ylitsepursuava alkoholitarjoilu eivät enää kuulukaan taloustoimittajien arkeen kuten 1960-70-luvulla (mm. Mikkonen 1998), yritysten kustantamat Lapin-reissut, ulkomaanmatkat, golf- ja metsästysretket ovat edelleen osa taloustoimittajien elämää. Vaikka journalistien eettiset säännöt kieltävät korruption, perustellaan rientoihin osallistumista kontaktien luomisen tarpeella. Samalla talousjournalismin henkilökeskeisyys aiheuttaa kuitenkin toimittajille suurta riippuvuutta lähteistään, sillä *eläähän moni talousuutinen asiantuntijahaastattelujen varassa* (Lehtinen 1994, 212). Toisaalta Lehtinen myös epäilee, että henkilölähteisiin nojautuminen saattaa aiheuttaa myös sen, ettei todella suuria uutisia havaita.

5.2. Henkilöhaastattelut genrenä

Haastatteluiden tekeminen sinänsä on osa toimittajien jokapäiväistä työtä; useimmat uutiset pohjautuvat jonkun henkilölähteen haastatteluun, vaikka tämän nimeä ei aina kirjoitettaisikaan näkyviin. Rajaan oman tarkasteluni kuitenkin yksinomaan henkilöhaastatteluihin. Henkilöhaastattelulla tarkoitan juttutyyppejä, jossa koko teksti rakentuu yhden haastateltavan suoraan tai epäsuoraan referointiin. Henkilöhaastatteluun liittyy myös kuvitus: juttuun on liitetty henkilökuva haastateltavasta.

Vaikka henkilöhaastattelu tuntuu itsestäänselvältä journalismin lajityypiltä, toteaa naisten henkilökuvia ruotsinkielisissä aamulehdissä tarkastellut Jonita Siivonen että henkilöhaastattelu on pikemminkin sekoitus eri genreistä (Siivonen 1999, 58). Näin on myös talousjournalismin kohdalla. Yleensä henkilöjuttuihinkin pyritään löytämään jokin uutiskärki, tekemään siitä ajankohtainen ja kiinnostava. Koska henkilöhaastattelut tehdään pääasiassa kasvotusten haastateltavan kanssa, sisältyy juttuihin usein myös reportaasinomaisia, ympäristöä kuvailevia piirteitä. Toisin kuin uutisissa, henkilöhaastatteluissa myös toimittajan omat mielipiteet saattavat olla jutussa läsnä. Hän saattaa esimerkiksi kuvailla omia reaktiotaan

ja tuntemuksiaan haastateltavan sanomisiin tai käytökseen. Henkilöhaastatteluihin sisältyy tavanomaista suurempi journalistinen vapaus. Jonita Siivonen sijoittaaakin henkilöhaastattelut lähemmäs kaunokirjallisuutta kuin faktapohjaista journalismia. Kuinka pitkälle journalistisen vapauden rajaa voi sitten kohti kaunokirjallista ilmaisua venyttää? Henkilökuvista pro gradunsa tehnyt Taina Salomaa luonnehtii näin:

Henkilökuvan pitäisi aina näyttää siltä, että kuvauksen kohde voi siitä itsensä tunnistaa ilman, että hän kokee näkemyksiään vääristellyn tai itseään kohdellun epäkunnioittavasti. Kaikesta lukemastaan hänen ei silti tarvitse pitää (Salomaa 1999, 68). Toimittajalla on siis varsin suuri vapaus kirjoittaa ja luoda haastattelemastaan henkilöstä omasta mielestään osuvaa luonnehdintaa. Laajempaa henkilöhaastattelua tehtäessä haastateltava tavataan usein moneen otteeseen, mutta varsinaiseen juttuun tapahtumien näyttämöksi nostetaan yleensä vain yksi, korkeintaan kaksi kohtaamispaikkaa. Lukija ei näinollen yleensä tiedä, missä yhteydessä ja milloin haastateltava on minkäkin kommentin sanonut. Jutussa ei tavallisesti kerrota, onko haastattelu tehty kasvotusten, vai mahdollisesti tiedotustilaisuudessa, puhelimitse tai jopa sähköpostilla.

Talousjournalismin kannalta mielenkiintoista on uuden sähköisen journalismin tuoma muutos, jossa lähes reaaliaikaiset internet-lehtien uutiset saattavat suoraan vaikuttaa yritysten pörssikursseihin. Muutamissa talouden verkkojulkaisuissa jutut onkin jo standardoitu niin, että heti alussa on ehdottomasti mainittava missä yhteydessä ja milloin haastateltava on kyseisen lausunnon antanut. Tiina Huokunan pro graduunsa haastattelema Kauppalehti Onlinen uutispäällikkö Ilkka Virtanen toteaa: *Vasta tällaista sijoittajille suunnattua nettijournalismia tehdessäni olen oppinut arvostamaan haastateltavien suoria sitaatteja niin, että sitaattien sisään laitan juuri sen tekstin, jonka haastateltava sanoi. Ennen oli taipumusta keksiä itse sopivia sitaatteja.* (Huokuna 1999, 49)

5.3. Naiset henkilöhaastatteluissa

Naisten henkilöhaastatteluja lisensiaatintyössään tutkinut Jonita Siivonen (1999) havaitsi, että runsas matkustelu näyttää edesauttavan naisen pääsyä haastateltavaksi. Siivosen tutkimista 12:sta henkilöhaastattelusta kaikissa matkustettiin yhtä lukuunottamatta. Tuo ainoa matkustamaton nainen oli tekemässä dokumenttia omasta sairaudestaan. Kaikki muut sen sijaan lentelivät paikasta toiseen, vaihtoivat ammattia, muuttuivat äidistä uranaiseksi tai tavallisesta työstä kauneuskuningattareksi. Siivonen kysyykin, onko niin että vain matkustavat naiset ovat jutun arvoisia? Muissa ei ole mitään kirjoittamista. (Siivonen 1999,

158-160). Matkat näyttivät samalla symboloivan naisten elämän käännekohtia. Naisten menestystä omalla urallaan selitettiin haastatteluissa usein sattumalla tai jollakin ulkopuolisella johdatuksella enemmän kuin omilla pyrkimyksellä.

Naisjohtajien henkilöhaastatteluja on tarkastellut omassa pro gradussaan Ilona Yliruka (1997). Hänen aineistonaan oli sekä nais- että miesjohtajien henkilöhaastatteluja *Talouselämä*-lehdessä 1930-luvulta nykypäivään. Ylirukan työn tavoitteena oli sekä kuvata henkilökuvauksen muutosta vuosikymmenten aikana että tarkastella eroja naisten ja miesten kuvaamistapojen välillä. Ylirukalla oli mukana myös aineiston määrällistä vertailua. *Talouselämä*-lehdessä vuosina 1938 ja 1960 naisia ei näkynyt lainkaan. Vuonna 1975 haastatteluista 7 prosenttia käsitteli naisia ja vuonna 1995 määrä oli noussut 14 prosenttiin (Yliruka 1997, 94).

Henkilökuvia Yliruka lähestyy laadullisen semanttisen analyysin avulla. Tarkastelun perusteella miehet kuvattiin *Talouselämä*-lehdessä naisia aktiivisempina ja määrätietoisempina toimijoina. Referoinnin yhteydessä miehiin liitettiin moni-ilmeisempiä verbi-ilmaisuja kuin naisiin, he saivat tekstissä enemmän omaa puhetilaa sitaattien sisälle ja puhuivat myös enemmän taloudesta kuin naiset. Naisia sen sijaan kuvailtiin ja referoitiin muutoin, esimerkiksi ulkoisen olemuksen kautta (Yliruka 1997, 94).

Samantapaisia tuloksia ovat saaneet myös Minna Aslama ja Maiju Lehmusvirta tarkastellessaan nais- ja miesjohtajien kuvaamista *Kauppalehti Optiossa* (Aslama & Lehmusvirta 1994, 218-227). Optiosta naisten haastatteluja löytyi puolen vuoden aikana vuonna 1994 keskimäärin yksi lehden numeroa kohden. Kartoituksen perusteella miehet esiintyvät haastatteluissa useammin vahvan toimijan roolissa, kun taas nainen on kokija tai toiminnan kohde. Aslama ja Lehmusvirta toteavatkin että: *Tällainen tutkimustulos herättää kysymyksen siitä, rakentavatko semanttiset roolierot osaltaan laajempaa yhteiskunnallista lasikattoa, johon naiset törmäävät. Vaikuttaako se, miten naiset puhuvat ja kirjoittavat itsestään sekä toisaalta se, miten heistä puhutaan ja kirjoitetaan, naisten asemaan työelämässä?* (Aslama & Lehmusvirta 1994, 224)

Yhteenvedon aikaisemmasta sukupuolen ja median tutkimuksesta voi todeta, että naiset ovat journalismin kentällä määrällisesti aliedustettuja. Onkin mielenkiintoista nähdä, kuinka tilanne on viime vuosina muuttunut. Näkyykö nainen omassa aineistossani vuodelta 2000 yhtään paremmin? Pelkkä määrällinen analyysi ei johda pitkälle, korkeintaan jonkinlaiseen "kiintiöajatteluun". Yhtä tärkeää on kuitenkin tutkia sitä, kuinka sukupuolia kuvataan.

Itse uskon, että se miten naiset puhuvat itsestään ja miten heistä puhutaan, muokkaa ja uusintaa käsitystämme sukupuolesta. Naisjohtajuuden representaatioilla on merkitystä myös naisjohtajien itsensä kannalta. Kuten Stuart Hall on todennut, identiteetti ei rakennu

representaation ulko- vaan sisäpuolella. Tärkeä osa representaatiota on itse-representaatio - itsensä esittäminen tietyllä diskurssiin sopivalla tavalla. Kyse on kuitenkin enemmästä kuin esittämisestä, sillä kukaan ei voi elää representaatioiden ulkopuolella. Ne vaikuttavat meissä jokaisessa.

6. Aineiston määrällistä tarkastelua

Työni empiirisen osuuden aloitan nais- ja miesjohtajien henkilöhaastattelujen määrällisellä kartoituksella. Feministisessä tutkimuksessa tällaisella ”päiden laskemisella” on pitkät perinteet: Alkuvaiheessa feministinen mediatutkimus kohdistui yleensä naisten esiintymisen määrälliseen tilastointiin ja roolien tarkasteluun. Naisten havaittiin näkyvän julkisuudessa vähemmän ja erilaisissa rooleissa kuin miesten (Liljeström 1994, 111).

Aiemppaa feminististä mediatutkimusta ja sukupuolen määrällisten analyysien tuloksia olen kuvannut tarkemmin luvuissa 4 ja 5. Vaikka oman työni mielenkiinnon kohteena on selvittää *miten* nais- ja miesjohtajia kuvataan talouslehdissä, yleiskuvan luomiseksi on kuitenkin tärkeää tietää, kuinka paljon henkilöhaastatteluja talouslehdissä ylipäättään esiintyy, miten palstatila sukupuolten kesken jakaantuu ja onko toimialalla julkisuuteen pääsyn kannalta merkitystä.

Jo aiemmat tutkimustulokset (mm. Aslama & Lehmusvirta 1994; Yliruka 1997) ovat osoittaneet että talousjournalismi on edelleen vahvasti miesten hallitsemää aluetta. Suomessa yksityissektorin johtajista neljännes on naisia, mikä antaa aiheen olettaa, että henkilöhaastatteluistakin vähintään neljännes käsittelee naisia. Tosin työelämässä naisia on mukana yhtä paljon kuin miehiäkin, mutta talouslehtien haastattelut keskittyvät yleensä yritysten korkeimpaan johtoon.

6.1. Käsiteltävät lehdet

Määrällisessä analyysissäni kävin läpi Talouselämän, Taloussanomien ja Kauppalehti Option tammi-helmikuussa 2000 ilmestyneet numerot. Yhteensä aineistossa oli mukana 19 lehteä: seitsemän Talouselämän numeroa, kahdeksan Taloussanomien lauantainumeroa ja neljä Kauppalehti Optiota. Kaikilla kolmella talouslehdellä on hiukan erilainen rooli. Talouselämä (Talentum Oy) on oma itsenäinen talouslehtensä, joka ilmestyy viikottain ja käsittelee talouselämän aiheita aikakauslehtimäiseen, taustoittavaan tapaan. Kauppalehti Optio (Alma Media Oyj) puolestaan ilmestyy talouden päivittäislehti Kauppalehden liitteenä joka toinen viikko. Optio sisältää pääasiassa yritysesityksiä ja henkilöhaastatteluja, kun varsinaisen

uutismateriaali on keskitetty Kauppalehden puolelle. Taloussanomien (SanomaWSOY Oy) on suomalaisilla talouslehtimarkkinoilla tuorein tulokas. Sanoma-konserni perusti sen vuonna 1997 kilpailemaan talouden päivittäislehti Kauppalehden kanssa. Päivittäisenä talouden uutislehtenä Taloussanomien on selkeästi erilainen kuin aikakauslehdet Talouselämä ja Kauppalehti Optio. Aamulla jaettavana uutislehtenä se käsittelee pääasiassa talouden tuoreita uutisia, lukuja ja kannanottoja, eikä niinkään esittele talouden henkilöitä tai taustoja. Taloussanomien lauantainnumero on kuitenkin profiililtaan hiukan erilainen, sen keskiaukeamalla on aina henkilöhaastattelu. Siksi otin omaan työhöni mukaan kahden talouden aikakauslehden ohella Taloussanomien kahden kuukauden lauantainnumerot. Kaikki kolme lehteä ovat eri kustantajien omistuksessa.

6.2. Henkilöhaastattelujen rajaaminen aineistosta

Henkilöhaastattelujen määrällinen tarkastelu osoittautui hankalammaksi tehtäväksi kuin olin etukäteen ajatellut. Henkilöhaastattelu ei ole genrenä mitenkään itsestäänselvä, sillä haastattelut ovat olennainen osa toimittajan työtä ja lähes kaikki jutut perustuvat jonkun henkilön haastatteluun (henkilöhaastatteluista lajityyppinä luvussa 5.2.). Yksi mahdollisuus olisi ollut laskea lehdistä kaikki jutut, joissa oli haastateltavien sitaatteja ja kuvia. Itse päädyin kuitenkin rajaamaan henkilöhaastattelut hyvin tiukasti.

Taloussanomien lehdissä jutut ovat melko työ- ja rahakeskeisiä, useimmissa haastatteluissa kuvataan vain yritystä ja toimialan kehitysnäkymiä, eikä haastateltavana olevaa ihmistä. Koska itse olen kiinnostunut nimenomaan henkilökuvauksista, otin määrälliseen analyysiin mukaan ainoastaan jutut, jotka olivat selkeästi henkilökuvia. En esimerkiksi luokitellut henkilöhaastatteluksi analyytikon haastattelua, joissa parin sivun verran ruodittiin rahoitusmarkkinoiden kehitystä. En myöskään katsonut henkilöhaastatteluksi juttua, jossa pelkästään esiteltiin perheyrittäjästä, vaikka haastateltavat olivatkin itse kuvissa ja tekstissä läsnä.

Tässä tapauksessa luokittelin henkilöhaastatteluiksi vain jutut, jossa haastateltava itse oli tekstissä suurimman mielenkiinnon kohteena. Siten omassa työssäni henkilöhaastatteluja ovat jutut joissa a) koko teksti rakentuu yhden haastateltavan suoraan tai epäsuoraan referointiin b) juttuun on liitetty henkilökuva haastateltavasta c) haastateltava itse on jutussa selkeästi suurimman mielenkiinnon kohteena eli tekstissä viitataan jollakin tapaa haastateltavaan henkilöön: hänen uraansa, perheeseensä, harrastuksiinsa, ulkonäkönsä tai luonteeseensa. Kohdasta a tein muutamia poikkeuksia. Se että henkilöhaastatteluun oli otettu sitaatti myös haastateltavan työtoverilta, puolisoilta tai lapselta, ei automaattisesti pudottanut

juttua pois henkilöhaastattelujen joukosta. Pääsääntöisesti jutut kuitenkin rakentuvat yhden haastateltavan referoinnille.

6.3. Henkilöhaastatteluissa miehet enemmistönä

Määrällinen analyysi osoitti talouslehtien henkilöhaastattelujen tammi-helmikuussa 2000 painottuneen odotetusti jonkin verran miehiin. Kuitenkaan sukupuolten välinen epäsuhde ei ollut yhtä suuri kuin aiemmissa talouslehtien tutkimuksissa.

Talouselämässä henkilökuvauksia oli ylipäätään sen aikakauslehtimäisyyteen nähden melko vähän. Kokoamani aineisto muodostuu pääasiassa lehden vuoden 2000 alussa käynnistämästä Uratie-osiosta, joka koostuu pienehköistä kuvallisista nimityshaastatteluista. Talouselämän seitsemässä numerossa oli yhteensä 37 henkilöhaastattelua, joissa haastateltavina oli 27 miestä ja 10 naista. Prosentuaalisesti henkilökuvauksen kohteista 27 prosenttia oli naisia ja 73 prosenttia miehiä.

Kauppalehti Optio painottuu huomattavasti Talouselämää vahvemmin henkilökuvauksiin. Ehkä tarpeettomankin tiukan rajaukseni seurauksena neljästä numerosta seuloutui samana ajanjaksona 26 henkilöhaastattelua, joissa haastateltavina oli 17 miestä ja 9 naista. Prosentuaalisesti se tarkoittaa 65 prosenttia miehiä ja 35 prosenttia naisia.

Taloussanomista henkilökuvauksia löytyi kaikkein vähiten. Käyttämistäni lauantainnumeroista löytyi keskiaukeaman henkilöhaastattelun lisäksi viikottain yksi kuvallinen nimityshaastattelu, sekä vuoroviikoin henkilökuvauksen sisältävä ”Ensimmäinen kymppini” tai ”Uraputki”-palsta. Kahdeksassa numerossa henkilökuvauksia oli kaikkiaan 20, joista 15 käsitteli miestä ja 5 naista. Prosentuaalinen jakauma oli miesten hyväksi 75-25. Taloussanomien keskiaukeaman henkilöjuttuun nainen pääsi haastateltavaksi kahden kuukauden aikana vain kerran. Tutkijahaastattelun aiheena oli ”miksi naiset eivät etene urallaan”.

Kolmen talouslehden tutkituissa numeroissa tammi-helmikuussa 2000 oli kaikkiaan 83 oman määritelmäni mukaan henkilökuvaukseksi tulkittavaa haastattelua. Näistä 59 käsitteli miestä ja 24 naista, eli prosentuaalisesti 71 prosenttia miehiä ja 29 prosenttia naisia (lista kaikista henkilöhaastatteluista toimialoineen liitteenä).

Taulukko 1. Henkilöhaastattelujen määrä ja jakauma sukupuolittain

	Yht.	Naisia		Miehiä	
	Lukum.	Lukum.	%	Lukum.	%
Talouselämä	47	10	27	37	73
Kauppalehti Optio	26	9	35	17	65
Taloussanommat	20	5	25	15	75
Yhteensä	83	24	29	59	71

Naisten osalta määrällinen tulos on huomattavasti parempi kuin aiemmat Kauppalehti Option ja Talouselämän sukupuolijakaumaa tarkastelleet tutkimukset antoivat odottaa. Vielä viisi vuotta aiemmin vuonna 1995 Ilona Yliruka löysi pro gradussaan Talouselämän henkilöhaastatteluista vain 14 prosenttia naisia. Samoihin aikoihin Minna Aslama ja Maiju Lehmusvirta rekisteröivät Kauppalehti Optiosta puolen vuoden aikana vuonna 1994 keskimäärin yhden naisen haastattelun numeroa kohden. Vuonna 2000 neljästä numerosta löytyi jo viiden naisen haastattelu.

Määrällinen jakauma on kuitenkin vain osa totuutta. Oma tarkasteluni saattaa antaa talouslehtien yleisilmeestä naisten kannalta jopa liiankin valoisan kuvan, sillä rajatessani määrällisen tarkastelun koskemaan ainoastaan henkilökeskeisiä henkilökuvauksia, naisten prosentuaalinen esiintymistiheys nousi. Talouslehdissä henkilökuvaukset ovat nimenomaan sitä viihdyttävää aineistoa, joissa naiset voidaan eräänlaisena human interestinä tuoda esille. Mikäli olisin tulkinnut henkilöhaastattelut väljästi koskemaan kaikkia juttuja, jossa haastateltava esiintyi kasvoillaan ja siteerattuna, miesten osuus olisi ollut suurempi. Pääosa lehdissä asiantuntijoina haastatelluista analyytikoista, työmarkkinajohtajista, rahoituslaitosten edustajista ja konsernijohtajista oli miehiä.

6.4. Sukupuolten jakaantuminen toimialoittain

Nyt tarkastelussa olivat siis ainoastaan henkilökuvaukset. Määrällisen aineiston perusteella näyttää siltä, että talouslehdet ovat tietoisesti pyrkineet lisäämään naisten näkyvyyttä lehden sivuilla. Kun käytännössä kaikki henkilökuvauksen kohteena olleet miehet olivat lehdestä riippumatta statukseltaan toimitusjohtajia, naisten julkisuuskyynystä oli madallettu.

Talouselämän Uratie-palstalla pääsivät esiintymään naispuolinen henkilöstöjohtaja ja osuuskuntatoimintaan osallistuva tutkija, Kauppalehti Optiossa miesjohtajien väliin olivat

henkilökuvan aiheeksi nousseet muun muassa naispuolinen viulisti-malli ja kulttuurikonsultti. Myöskään Taloussanomissa henkilöhaastatteluissa esiintyneet naiset eivät olleet välttämättä johtajia kuten mieshaastateltavat, vaan mukana oli muun muassa galleristi, suutari ja sosiologi. Kyse lienee osittain samasta ilmiöstä, joka Suomessa havaittiin vuonna 1995 kansainvälisen MediaWatch-tutkimuksen aikana: miehet esiintyivät mediassa politiikan, elinkeinoelämän ja talouden johtohenkilöinä, kun taas naisten puhe oli enimmäkseen *elävöittämässä uutislähetystä kuin tuottamassa informaatiota* (Halonen 1999, 289; Sana 1996, 119).

Toimialoittain jaoteltuna kaikkein eniten henkilöhaastateltavia oli teollisuuden ja kaupan aloilta. Näillä kahdella yleisimmällä toimialalla naishaastateltavat olivat vähemmistönä. Sen sijaan yhteiskunnallisten palvelujen toimialalta naishaastateltavia oli enemmän kuin miehiä. Yhteiskunnallisiksi palveluiksi luokitellaan julkisen sektorin ohella juuri mm. kulttuuriammatit, joiden edustajia monet talouslehdissä haastatellut naiset olivat. Toisaalta naiset näyttivät pääsevän hyvin esiin myös aloilta, joissa naisia on perinteisesti vähän, kuten mineraalien kaivussa tai sähkö-, kaasu- ja vesihuollossa. Näin pienestä aineistomäärästä ei voi vetää kovin pitkälle meneviä johtopäätöksiä, mutta henkilöhaastateltavien toimialoittainen tarkastelu näyttäisi tukevan luvussa 4.1. esittämäni Irma Kaarina Halosen luomaa naisten uutisjulkisuuden subjektipositiomallia..

Taulukko 2. Henkilöhaastattelujen jakautuminen toimialoittain ja sukupuolittain

	Yht.	Naisia		Miehiä	
		Lukum.	%	Lukum.	%
Maatalous, riistatalous					
ja metsätalous	1	1	100	-	0
Mineraalien kaivu	1	1	100	-	0
Teollisuus	32	5	16	27	84
Sähkö-, kaasu- ja vesihuolto	1	1	100	-	0
Rakentaminen	-	-	-	-	-
Kauppa	17	6	35	11	65
Majoitus- ja ravitsemistoiminta	1	-	0	1	100
Kuljetus, varastointi ja tietoliikenne	2	1	50	1	50
Rahoitus ja vakuutustoiminta	9	2	22	7	78
Kiinteistö-, vuokraus- ja tutkimuspalvelut; liike-elämän palvelut	6	-	0	6	100
Yhteiskunnalliset palvelut	13	7	54	6	46
Yhteensä	83	24		59	

Toimialaluokitus tilastokeskuksen mukaan

7. Aineiston valinta ja kysymyksenasettelu

Aineiston laadulliseen tarkasteluun poimin kymmenen johtajan henkilöhaastattelut tammi-helmikuun 2000 talouslehdistä. Haastatelluista viisi oli miehiä ja viisi naisia. Haastatteluista neljä on laajoja henkilöhaastatteluja, ja kuusi tiiviimpää nimityshaastattelua. Naisten kohdalla sopivien haastattelujen löytäminen oli hankalaa, sillä vertailtavuuden vuoksi halusin kaikkien henkilökuvien käsittelevän nimenomaan johtavassa asemassa olevia liike-elämän henkilöitä. Siksi jouduin hylkäämään esimerkiksi naispuolisen tutkijan haastattelun, viulisti-mallin haastattelun ja analyytikoksi siirtyneen urheilija-mallin haastattelun, vaikka ne muutoin olisivat tarjonneet mielenkiintoisen vertailupohjan ja huomattavasti laajemman tekstiaineiston kuin nyt käyttämäni tiiviit liike-elämän johtajanaisten haastattelut.

Useissa aiemmissa tutkimuksissa on todettu naisten ja miesten esiintyvän julkisuudessa keskenään varsin erilaisissa rooleissa. Tarkasteluissani halusin selvittää, eroavatko naisten ja miesten representaatiot enää silloin, kun molemmat ovat johtavassa asemassa ja ikäänkuin hierarkkisesti tasavertaisia. Ennako-oletukseni oli, ettei nais- ja miesjohtajien haastatteluista ole löydettävissä yhtä merkittäviä eroja kuin sukupuolten mediajulkisuudesta yleensä, sillä naisjohtajat ovat jo valmiiksi onnistuneet murtautumaan valtakurssiin ja puhuvat siten vallan kielellä (mm. Halonen, Vanhala).

Esiintyessään talouslehden henkilöhaastattelussa he ovat jo ylittäneet median kynnyksen ja astuneet julkiselle areenalle keskelle kulttuurissamme risteilevien diskurssien kamppailua. Näiden samojen diskurssien puitteissa yksilöt jäsentävät omia kokemuksiaan ja tuottavat diskurssin mukaista itse-representaatiota. Tutkimukseni tavoitteena oli tarkastella nais- ja miesjohtajien representaatiota taluslehtien henkilöhaastatteluissa. Koska tutkimuksen taustalla on oma ihmetykseni naisten heikosta urakehityksestä ja johtajuuden esteistä, kiinnittyi kysymyksenasetteluni pitkälti niihin kulttuurisiin oletuksiin, joilla naisten heikkoa urakehitystä selitetään ja luonnollistetaan. Lähestyin tutkittavaa ainestoa kuuden peruskysymyksen kautta.

7.1. Olennainen tiivistyy otsikkoon

Ensinnäkin olen kiinnostunut juttujen otsikoinnista. Otsikkorivi on yleensä vain muutama sana, mutta silti otsikkojen tarkastelu on perusteltua silloin kun tekstianalyysin avulla pyritään tavoittamaan kulttuurisia käsityksiä ja arvostuksia. Journalismin kannalta otsikot ovat merkityksellisiä, sillä näihin muutamaan sanaan on tiivistetty tekstin olennainen sisältö.

Otsikon tarkoitus on myydä juttu lukijalle houkuttelevasti, mutta samalla sen tulee myös vastata jutun tekstisisältöä niin, ettei lukija tunne itseään petetyksi. Toisaalta monet kiireiset lukijat lukevat pelkästään otsikot, joten näillä muutamalla sanallakin on merkitystä mielikuvien muokkaajina.

Journalistit kritisoivat usein otsikkojen tekstianalyyseja sillä perusteella, etteivät he itse välttämättä edes vastaa lopullisesta otsikosta, vaan toimitusprosessin aikana esimerkiksi toimitussihteeri saattaa vaihtaa otsikon myyvämmäksi tai lyhentää tai pidentää sitä julkaisun lay-outiin sopivaksi. Diskurssianalyysin kannalta vastaus on, että siitä huolimatta otsikkoteksti perustuu väistämättä joihinkin kulttuurisiin käsityksiin, sillä ei otsikkokaan voi olla mitä tahansa sanoja jotka mitan puolesta sopivat lehden sivulle.

Sanavalinnoilla voidaan luoda melkoisesti toisistaan poikkeavia käsityksiä samasta asiasta. Sari Pietikäinen on kuvannut asiaa lausella *X valtasivat lentokentän*. Jos X korvataan vaihtoehtoisesti sanoilla *sissit, sotilaat, terroristit, vapaustaistelijat, palkkasoturit, aseelliset miehet*, jokaisen vaihtoehdon kohdalla muodostuu erilainen kuva tapahtumasta (Pietikäinen 2000, 197). Samalla sanavalinta rakentaa omaa suhdettamme kyseiseen ryhmään. Voimme olla joko eri mieltä tai samaa mieltä tekstin kanssa ja se puolestaan vaikuttaa näkemykseemme tekstin kirjoittajasta tai julkaisijasta.

Suomessa viime vuosina on käyty kiivasta väittelyä siitä, ovatko turkiseläimiä irti päästävät eläinaktivistit *aktivisteja, eläinsuojelijoita vai terroristeja*. Heistä julkisuudessa käytävä keskustelu ja nimitykset eivät voi olla pieneltä osin vaikuttamatta ryhmän omaan identiteettiin, sillä kukaan ei voi elää representaatioiden ulkopuolella. Pietikäinen kuitenkin huomauttaa, ettei yksittäisen sanavalinnan sosiaalinen vaikutus ole mitenkään järjestyttävä, mutta pitemmällä aikajaksolla kyllä, *sillä kielenkäytön vaikutukset liittyvät yhden kielellisen vaihtoehdon systemaattiseen ja usein julkiseen käyttöön* (Pietikäinen 2000, 198).

7.2. Puhuttelun tarjoamat kategoriat

Sanavalintojen merkitykseen liittyen olen kiinnostunut siitä, miten haastateltavaa tekstissä puhutellaan? Esiintyykö hän auktoriteettina ja asiantuntijana, vai puhutellaanko häntä läheisesti ja tuttavallisesti. Puhuttelujen kautta pyrin hakemaan sitä diskurssin tasoa, missä milloinkin liikutaan ja millaista suhdetta lukijalle haastateltavan tarjotaan. Puhuttelu on samalla keino kategorisoida haastateltava. Puhujakategorioilla oikeuttamisessa on kyse siitä, että *joihinkin kategorioihin sijoitetaan oikeus tietynlaiseen tietoon ja tietämykseen* (Jokinen 1999, 135). Arvostetusta kategoriasta lausuttu puhe saa helpommin vakuuttavan statuksen kuin vähemmän arvostetusta kategoriasta lausuttu puhe, sisällöstä riippumatta.

Journalistiset käytännöt ovat erityisen riippuvaisia asiantuntijoiden kategoriaan liitettävistä puheenvuoroista, koska ne tuovat tekstille ja journalistiselle sanomalle uskottavuutta. Talouslehdessä arvostettuja *tietäjän* kategorioita ovat esimerkiksi taloustieteilijän, pääjohtajan, analyytikon, it-gurun ja vuorineuvoksen kategoriat, kun taas myyntineuvottelijalla tai kotiäidillä ei ole vastaavaa statusta.

Kategoriat ja niiden arvostukset eivät kuitenkaan ole pysyviä, vaan muuttuvat ja toimivat osittain myös päällekkäin. Samakin puhuja voi puhua useista eri kategoriasta. Samassa haastattelussa hän voi esiintyä vaikkapa lääkärinä, kauppa- ja teollisuusministerinä, vaimona, kansanedustajana ja äitinä. Kategorioiden käyttö on osa retoriikkaa, ja tekstissä niiden avulla voidaan joko horjuttaa tai vahvistaa puhujan sanomaa.

Kun kauppa- ja teollisuusministeri Sinikka Mönkäre ottaa kantaa energiaratkaisuihin lausumalla *sen voin sanoa, että lääkärinä minä en pelkää ydinvoimaa* (Kauppalehti Optio 4/2000) hän tukeutuu lääketieteellisen diskurssiin valitsemalla itselleen lääkärin puhujakategorian. Kun lääkäri ei pelkää ydinvoimaa, on sanoma tulkittavissa siten, ettei ydinvoima ole terveydelle vaarallista. Yhtä hyvin kauppa- ja teollisuusministeri olisi voinut lähestyä ydinvoimakysymystä energiatalouden tai ympäristödiskurssin kautta, mutta tässä tilanteessa lääkärin puhujakategorian valitseminen oli retorisesti käyttökelpoisin ja ainakin ydinvoimavastaista lukijaa ehkä hämmentäväkin veto.

7.3. Miten urakehitystä selitetään?

Kolmanneksi tarkastelen, kuinka haastateltavan urakehitystä selitetään? Aiemmat tutkimukset osoittavat (mm. Karento, Siivonen), että naiset selittävät menestystään yleensä kohtalolla, sattumalla tai jollakin ulkopuolisella johdatuksella enemmän kuin omilla pyrkimyksellä. Sen sijaan miehet näyttävät rakentavan uraansa tietoisemmin. Vaikka läheskään kaikki miehetkään eivät halua johtotehtäviin, sukupuolena kulttuuri kannustaa heitä siihen enemmän kuin naisia. Miesten ei tarvitse selittää johtajuuttaan tai urahakuisuuttaan, mutta naisten täytyy.

Dorothy Smithin mukaan naisten tulkinta urakehityksen sattumanvaraisuudesta johtuu heidän alisteista asemastaan yhteiskunnassa, ja siitä, ettei heillä välttämättä ole täyttä valtaa edes omaan elämäänsä (Smith 1987, 65-67, viite Karennon).

Miehet pitävät itseään toimijoina, joilla on selvät päämäärät. Heille asiat eivät tapahdu sattumalta (Karento 1999, 105). Julkishallinnon johtajanaisten urakehitystä tutkinut Karento toteaa, että työorganisaatioissa kilpaillaan rajallisista asemista ja uramahdollisuuksista. *Kilpailua käydään myös sukupuoliperustalta. Organisaatiot ensisijaistavat tiettyjä ryhmiä säilyttääkseen homogeenisyytensä* (Karento 1999, 109). Jokaisessa työorganisaatiossa on

omat portinvartijansa, jotka mahdollistavat rekrytoitumisen tai estävät sen. Miesten ylivallasta johtuen portinvartijat ovat yleensä miehiä.

7.4. Aktiivinen toimija vai toiminnan kohde?

Edelliseen liittyen olen kiinnostunut siitä, kuinka teksteissä haastateltavan toimintaa kuvataan ja mitä verbivalintoja häneen liitetään? Aiemmassa talouslehtien henkilöhaastattelujen tutkimuksessa on todettu, että miehet esitetään teksteissä naisia aktiivisempina ja määrätietoisempina toimijoina. Nainen on yleisemmin kokija tai toiminnan kohde. Samoin miehet puhuivat talouslehtien haastatteluissa naisia enemmän taloudesta (Yliruka; Aslama & Lehmusvirta).

Feministitutkija Helene Cixous on kuvannut sukupuoliin liitettyjä ominaisuuksia oppositiopareilla, jossa kaikki oppositiot kiinnittyvät mies-nainen vastakohtaan hierarkkisesti niin, että mies edustaa myönteistä aktiivisuutta vastakohtana naisen passiivisuudelle.

<i>passiivisuus</i>	<i>aktiivisuus</i>
<i>kuu</i>	<i>aurinko</i>
<i>luonto</i>	<i>kulttuuri</i>
<i>yö</i>	<i>päivä</i>
<i>äiti</i>	<i>isä</i>
<i>sydän</i>	<i>pää</i>
<i>herkkyys</i>	<i>äly</i>
<i>tunne</i>	<i>järki</i>

(Helene Cixous, viite Tuohimaan, 1994, 126)

Vaikka naisia ei sukupuolena kulttuurisesti kannusteta määrätietoiseen ja aktiiviseen toimintaan, oletan että kun haastateltavana on muodollisesti tasaveroisia johtajia, myös naiset esiintyvät teksteissä jonkin verran aktiivisempina toimijoina kuin julkisuudessa yleensä. Verbivalintojen ja toiminnan kuvaamisen ohella olen kiinnostunut myös siitä, kuinka haastateltavan suhdetta työhön kuvataan ja mitä motiiveja hänen toiminnalleen tekstissä esitetään. Koska kyse on talouslehtien henkilöhaastatteluista, oletan että mahdollisia motiiveja toiminnalle ovat ainakin raha ja taloudellinen hyöty.

7.5. Työn ja yksityiselämän yhteensovittaminen

Lopuksi kiinnitän tarkasteluni haastateltavan yksityiseen puoleen. Omassa pro gradussaan Ilona Yliruka totesi, että naisten henkilöhaastattelussa perhe-elämä nousi useammin esiin kuin miehillä. Se on oletettavaa, etenkin kun yhtenä naisten uran esteenä pidetään yleensä perheen ja työelämän yhteensovittamisen hankaluutta (Karento; Petäjaniemi). Muutama vuosi sitten Keskon pääjohtaja sai Suomessa aikaan julkisen hälyn selittäessään naisjohtajien vähäisyyttä yhtiön hallinnossa ”perheen naisille aiheuttamalla handicapilla”. Suomessa handicap tulkittiin vammaksi, vaikka jälkikäteen pääjohtaja täsmensi tarkoittaneensa handicapilla golftermiä ”tasoitus”.

Näkemykset naisen työn ja perheen yhteensovittamisen mahdollisuuksista ovat vaihdelleet tutkimuksissa eri aikakausina. Välillä perhettä on pidetty rasitteena, toiset taas katsovat sen voimavaraksi. Olennaista lieneekin kuinka perheen sisällä vastuunjako toimii. Joka tapauksessa Suomessa tehdyt tutkimukset osoittavat, että menestyneet naiset ovat vastaavassa asemassa toimivia miehiä useammin perheettömiä (Karento 1999, 140). Erityisen ongelmalliseksi tilanne näyttää muodostuneen nuorilla akateemisesti koulutetuilla naisilla, jotka eivät saa vakinaisia työsuhteita työnantajien ”pelätessä” heidän mahdollisia äitiyslomiaan ja niiden tuomia kustannuksia.

Edellä kuvaamani kysymyksenasettelun kautta käyn läpi neljä laajaa henkilöhaastattelua, jossa haastateltavina ovat:

Toimitusjohtaja Eija Malmivirta, 58, Merei Energy Oy (mineraalien kaivu)

Toimitusjohtaja Mika Sohlberg, 31, M.A.L.K. Promotion Oy (kauppa)

Hallituksen jäsen Ulla Tillander-Godenhien, 56, A.Tillander Oy (kauppa)

Toimitusjohtaja Jukka Ylitalo, 35, FIM Pankkiiriliike (rahoitus- ja vakuutustoiminta)

8. Suomen öljyleidi ja suuret suhteet

Ensimmäinen tutkimani haastattelu on öljyalan konsulttiyritys Merei Energy Oy:n toimitusjohtajan, diplomi-insinööri Eija Malmivirran henkilökuva Talouselämän (2/2000) Uratie-osiosta. Malmivirta, 58, on työskennellyt kansainvälisessä öljykaupassa 30 vuotta ja toiminut ennen yrittäjäksi ryhtymistään Neste Oy:n öljytradingin toimialajohtajana. Malmivirta edustaa naisille melko epätyypillistä alaa: Vuonna 1995 Suomessa mineraalien kaivun toimialalla johtajista 16 prosenttia oli naisia (Veikkola 1999, 22).

8.1. Leidin näkökulma öljybisnekseen

Malmivirran haastattelu on otsikoitu *Suomen öljyleidi ja suuret suhteet*. Otsikon *Suomen* asemoi Eija Malmivirran Suomen edustajaksi maailman öljymarkkinoilla. Hän ei ole pelkästään yksityinen konsultti ja asiantuntija, vaan edustaa samalla myös Suomea kansakuntana. Suomesta mieluusti ylläpidetään myyttiä ”tasa-arvon mallimaana”, jossa naistenkin on helppo edetä miesvaltaisten alojen johtotehtäviin. Otsikon voi katsoa osittain viittavan myös tähän; työskennellessään kansainvälisillä foorumeilla Eija Malmivirta ei edusta pelkästään itseään ja yritystään, vaan koko Suomea ja osoittaa samalla, että Suomessa naiset voivat edetä merkittäviksi vaikuttajiksi miesvaltaisilla aloilla.

Öljyleidi on kiinnostava sanavalinta, sillä se yhdistää kaksi toisilleen vastakkaista elementtiä: öljyn ja leidin. Vahvasti maailmantalouteen vaikuttava öljy on talouslehdille vakavasti otettava asia, mutta tässä otsikossa siihen yhdistyy puhekielinen ilmaisu *leidi*. Haastateltavan kategorisoimisen *leidiksi* voi katsoa rakentavan tästä epäuskottavaa kuvaa. Haastateltavaa tuskin voi ottaa yhtä vakavasti, jos hän puhuu kansainvälisestä öljykaupasta leidin positiosta käsin, eikä esimerkiksi öljykaupan asiantuntijana tai kokeneena johtajana. Tähän viittaa myös otsikko *Suomen öljyleidi ja suuret suhteet*. Suurten suhteiden voi katsoa viittaavaan sekä Suomeen, että öljyleidiin. Suomi ei ole maailman öljymarkkinoilla suuri tekijä, mutta on Malmivirran ansiosta mukana merkittävillä kansainvälisillä alan foorumeilla.

Suuret suhteet voisi täten tulkita myös kehuksi, ellei sitä edeltäisi haastateltavan kategorisointi leidiksi. Nyt lukijassa herää pikemminkin epäily, että suhteet ovat ehkä liiankin suuret. Retorisessa diskurssitutkimuksessa tällaista kvantifioimista pidetään tärkeänä vakuuttamisen keinona. Se voi olla joko numeerista tai sanallista määrällistämistä kuten *pieni, suuri, pienempi, suurin, marginaalinen tai valtava* (Potter ym. 1991; viite Juhilan 1993, 168-172).

8.2. Rouva, isöäiti ja neito samassa persoonassa

Otsikkoon nostettu määrittely *öljyleidi* toistuu myös tekstissä. Haastattelutekstissä haastateltavaa puhutellaan seuraavasti: *Suomen öljyleidi, Eija Malmivirta, öljyleidi, diplomi-insinööri Eija Malmivirta, Malmivirran, isoäidin, Eija Malmivirta, Malmivirran, Malmivirran, Eija Malmivirta, toimialajohtajana, Malmivirralla, ainoana suomalaisena, Malmivirta, Malmivirta from Finland, Malmivirta, Suomi-neito, öljyrouvasta, -hän, elegantti Malmivirta, Malmivirran, Malmivirralla, hän, ainoa hallitusnainen, hän, Malmivirta, Eija Malmivirran, hänen, öljyleidi, Eija Malmivirta, haastateltava, Malmivirran, Eija Malmivirta.*

Pääsääntöisesti haastateltavaa puhutellaan hänen sukunimellään, mikä onkin henkilöhaastatteluille tyypillistä. Haastateltavan koko nimi tuodaan tekstissä yleensä esiin jutun alussa, kun haastateltava ”esitellään” lukijalle ja uudelleen jutun lopussa, jolloin se tuo tiettyä painokkuutta lopetukseen ja muistuttaa vielä uudestaan lukijan mieleen, kuka haastateltava oli. Niin myös tässä Eija Malmivirran haastattelussa. Liiallisen toiston välttämiseksi ja kiinnostavuuden lisäämiseksi toimittajat yleensä pyrkivät puhuttelemaan haastateltavaa muutenkin kuin pelkällä nimellä.

Eija Malmivirrasta käytetään nimen ohella muun muassa määritelmiä *isoäiti*, *öljyleidi*, *öljyrouva*, *Suomi-neito ja ainoa hallitusnainen*. Määritelmiä ei voi pitää haastateltavan arvovaltaa tai asiantuntijuutta korostavina, pikemminkin päinvastoin. Kansainvälisillä öljymarkkinoilla toimivaa leidiä tai rouvaa, puhumattakaan Suomi-neidosta, ei voi ottaa kovin vakavasti. Suomi-neito määritelmänä viittaa pikemminkin maailmalla liikkuvaan nuoreen, kokemattomaan tyttöön, kuin rautaiseen bisnesammattilaiseen. Mm. Helena Karento katsoo väitöskirjassaan, että *työelämässä työttöly on suomalainen halveksivan ja vähättelevän kielenkäytön muoto, samoin rouvittelu ja neidittely. Suomalainen korrekti puhetapa työyhteisissä edellyttää joko virka-aseman tai koulutuksen mainintaa liitettyinä nimeen. Mahdollista on myös henkilön puhutteleminen nimeltä* (Rautala 1990, 234-239; myös Silius 1992, 151-152, viite Karennon 1999, 156.)

Toisaalta Suomi-neito puhutteluna voi viitata symbolisesti myös koko Suomeen, eli jo otsikossa esitettyyn näkökohtaan, että Eija Malmivirta edustaisikin öljymiesten pöydässä jollakin tapaa Suomea valtiona, eikä itseään ja omaa yhtiötään.

8.3. Hauskuus työn määrittäjänä

Eija Malmivirran haastattelu keskittyy pääasiassa kuvailemaan hänen kansainvälisiä tehtäviään ja hallituspaikkojaan. Tekstissä ei kerrota hänen aiemmasta urakehityksestään, eikä siitä, kuinka Malmivirta alunperin hakeutui öljyalalle. Tekstin yhtenä juonteena on kuitenkin haastateltavan uranvaihdos ja sen tuoma elämänmuutos, kun Malmivirta neljä vuotta aiemmin vaihtoi työnsä Nesteen öljytradingissa omaan konsulttiyritykseen.

Ingressissä Malmivirta kuitenkin *kiittää rohkeutta, joka sai hänet ”urakehityksen loppuvaiheessa” ryhtymään yrittäjäksi*. Kysymyksenasettelussa (luku 7) viittasin tutkimuksiin, joiden mukaan naiset usein selittävät omaa urakehitystään enemmän sattumalla kuin omalla tietoisella pyrkimyksellään. Sama piirre on löydettävissä Eija Malmivirran haastattelutekstistä, jossa hän *kiittää rohkeutta*, ei esimerkiksi itseään tai omaa rohkeuttaan, vaan ylipäänsä rohkeutta. Rohkeus esittäytyy ikäänkuin ulkopuolisena voimana, joka *sai*

hänet ryhtymään yrittäjäksi.

Myöhemmin hän toteaa että *yrittäjäksi ryhtyminen on ollut hauska kokemus*. Haastateltavan suhde uraan ja työhön ei näyttäydykään tekstissä esimerkiksi intohimona, menestyksen tavoitteluna tai pakkona, vaan pikemminkin hauskuutena.

Hauskuus tarkoittaa sitäkin, että on aikaa ystäville, Helsingin kaupunginorkesterissa pasuunaa soittavalle pojalle Valtteri Malmivirralle, isoäidin velvollisuuksille, maastohiihdolle, laskettelulle, vatsatanssille ja kulttuuriharrastuksille.

”Suuressa organisaatiossa ei ole oman aikansa herra. Siellä saa juosta 24 tuntia vuorokaudessa, että pysyy edes paikallaan. Paineet olivat tavattoman kovat”, Eija Malmivirta muistelee.

Sosiaalisten suhteiden, perheen ja harrastusten korostaminen on epätyypillistä talouslehtien henkilöhaastatteluille, jotka yleensä ovat varsin työ- ja rahakeskeisiä. Malmivirran haastattelussa yksityiselämän viittaukset on lisäksi nostettu jutun ensimmäiseen kappaleeseen, kun tyypillisesti perhesuhteet ja harrastukset mainitaan henkilöhaastatteluissa vasta lopussa (mm. Siivonen 2000). Vaikka henkilöhaastatteluja ei voi tarkastella perinteisen kärjelleen käännetyn uutiskolmiomallin mukaisesti, jossa tärkeimmät asiat nostetaan jutun kärkeen ja vähämerkityksisemmät asiat jätetään loppuun, on asioiden esittämisjärjestyksellä myös henkilöhaastattelussa merkitystä.

Toimittaja nostaa jutun alkuun haastattelun juonen kannalta oleellisena pitämänsä asiat, ne ulottuvuudet joiden ympärille hän alkaa henkilökuva tekstissään kutoa. Harrastusten ja perheen nostaminen esiin aivan Malmivirran haastattelun alussa luo vaikutelman, että hän nostaa ne työnsä edelle: Pitää vatsatanssia tärkeämpänä kuin kansainvälistä öljykauppaa. Naisten urakehityksen esteeksi mainitaan usein sitoutumisen puute. Se että he eivät halua tai voi omistautua pelkästään työlleen, nähdään yleensä negatiivisena piirteenä, joka johtaa siihen, ettei naisia valita johtotehtäviin.

Sen sijaan miesten suusta kuultuna sama sanoma saattaa saada päinvastaisen merkityksen. Miesjohtaja joka korostaa sosiaalisten suhteiden ja riittävän levon merkitystä työn vastapainona, koetaan poikkeuksellisen sitoutuneeksi ja vastuulliseksi henkilöksi: Hän pitää itsestään huolta, jotta yrityskin voisi hyvin ja hänellä olisi sille enemmän annettavaa. Kiirettä ja paineita pidetään yleensä johtajan elämään kuuluvina itsestäänselvinä asioina. Eija Malmivirran haastattelussa ne kuitenkin esittäytyvät kielteisinä piirteinä: *saa juosta 24 tuntia vuorokaudessa, että pysyy edes paikallaan. Paineet olivat tavattoman kovat.*

Se että paineet *olivat* tavattoman kovat, viittaa siihen ettei haastateltavalla enää ole

samanlaisia paineita, vaan yrittäjänä hän on nyt oman aikansa herra. Työn kannalta keskeisiksi motivoiviksi elementeiksi Malmivirran haastattelussa nousevat hauskuus ja vapaus. Sen sijaan raha ei esittäydy merkittävänä toiminnan motiivina: *Merein kaksikko saa yhtiöstä hyvän toimeentulon - ja se riittää. Ambitioita yhtiön kasvattamiseen ei Malmivirran mukaan ole.* Toisen kerran raha otetaan tekstissä esiin puhuttaessa hallitustyöskentelystä maksettavista kokouspalkkiosta. Haastateltava kuitenkin kieltäytyy vastaamasta kysymykseen.

Kysymys hallitustyöskentelystä maksettavista palkkioista osoittautuu hankalaksi.

”Ehkä nämä asiat eivät kuulu lehden palstoille. Ne ovat beside the point, öljyleidi toteaa napakasti ja vaikenee odottamaan parempaa kysymystä.”

Kiinnostavaa on, että molemmat rahaa käsittelevät tekstikohdat liitetään haastateltavan yksityisiin ja henkilökohtaisiin raha-asioihin. Kokouspalkkioiden ohella myös Malmivirran johtaman yhtiön kasvutavoite kytketään tämän henkilökohtaiseen toimeentuloon. Sen sijaan esimerkiksi öljybisneksen rahataloutta, öljyn maailmanmarkkinahintoja tai haastateltavan oman yhtiön liikevaihtoa tekstissä ei oteta esiin.

Haastateltavan uranvaihdoksen syyt tekstissä ei suoraan käsitellä. Maininnat kiireestä ja paineesta on kuitenkin tulkittavissa yhdeksi syyksi: Haastateltava haluaa olla oman aikansa herra ja on siksi siirtynyt yksityisyrittäjäksi. Vaikka teksti toisaalta luo kuvaa vapaasta toimijasta, joka omana valintanaan on halunnut jättää suuren öljyorganisaation ja perustaa yrityksen, näyttäytyy ratkaisu toisaalla tekstissä osittain pakon sanelemana:

Syksyllä 1996, jolloin Nesteen öljytrading-organisaatiota litistettiin yli puolen miljardin markan tappioiden varjossa suppuun, Eija Malmivirta antoi lehdille rohkeita jäähyväishaastatteluja. Niissä hän muun muassa röykytti Suomen yritysmaailman patriarkaalisia asenteita. ”Antaa menneiden olla menneitä. En halua siitä vaiheesta antaa enää mihinkään kommentteja”, haastateltava torjuu jälkilämmittelyt.

Teksti antaa kuvan, ettei Malmivirran lähtö Nesteeltä ollut aivan vapaaehtoinen valinta. Se että organisaatiota litistettiin tappioiden varjossa suppuun, on tulkittavissa etteivät tappiot olleet todellinen syy organisaation pienentämiseen. Organisaatiomuutoksen oli ehkä muita syitä. Eija Malmivirran antamat rohkeat jäähyväishaastattelut, joissa hän röykytti Suomen yritysmaailman patriarkaalisia asenteita nostaa epäilyksen, että organisaatiomuutoksen takana olisivatkin pohjimmiltaan olleet patriarkaaliset asenteet.

Rohkeat jäähyväishaastattelut tuovat tilanteeseen dramatiikkaa ja saavat eron kuulostamaan paitsi riitaisalta, myös lopulliselta. Jäähyväishaastattelu on johtajan uralla

dramaattisempi käänne, kuin tavanomainen talouslehdissä nähtävä lähtöhaastattelu, jossa hän tekee julkisen ”tilinpäätöksen” kyseisestä työvaiheestaan. Se että jäähyväishaastattelut olivat *rohkeita*, kertoo että niissä oli jotakin epätavallista: Niissä ei pelkästään kritisoitu, vaan suorastaan *röykytettiin* Suomen yritysmaailman patriarkaalisia asenteita.

Suomalaisessa yhteiskunnassa ei ole tavallista, että yrityselämän johtotehtävissä työskentelevät naiset kritisoisivat työympäristönsä patriarkaalisia asenteita. Päinvastoin, suomalaisessa yhteiskunnassa sukupuoli ja sukupuolittuneet rakenteet mieluummin häivytetään ja korostetaan yksilön omia ominaisuuksia. Uralla edetäkseen naiset tarvitsevat miesten tukea ja miesvallan kritisoiminen tuskin edistää kenenkään omaa urakehitystä. Malmivirran haastattelussa teemaan ei päästä syvemmin sisään, sillä haastateltava ei halua puhua aiheesta: ”*Antaa menneiden olla menneitä. En halua siitä vaiheesta antaa enää mihinkään kommentteja*”, haastateltava torjuu jälkilämmittelyt.

Lukijalle näkyviin kirjoitettu torjunta jättää mielikuvan, että Malmivirta on erehtynyt. Hän on joko erehtynyt röykyttäessään *aiheesta* Suomen yritysmaailman patriarkaalisia asenteita (jolloin yritysmaailmasta on seurannut vastaisku) tai erehtynyt röykyttäessään *aiheetta* Suomen yritysmaailman patriarkaalisia asenteita (jolloin hän onkin myöhemmin havainnut ettei patriarkaalisia asenteita olekaan).

Kommentti *en halua siitä vaiheesta antaa enää mihinkään kommentteja*, antaa vaikutelman että kyse oli tosiaankin vain tuosta yhdestä vaiheesta. Oli vaihe, jolloin hän erehtyi organisaatiolitistuksen keskellä syyttämään tilanteesta patriarkaalisia asenteita, mutta se vaihe on nyt ohi, eikä hän enää kritisoi.

8.4. Kokijana kansainvälisissä kokouksissa

Pääosa Malmivirran haastattelutekstistä keskittyy hänen hallituspaikkoihinsa. Haastateltava ei kuitenkaan näyttäydy tekstissä aktiivisena toimijana, vaan pikemminkin entisten aikojen muistelijana ja kokijana. Haastattelutekstissä Malmivirran tekemistä kuvaavat verbit *kiittää, eronnut, viettää, muistelee, muistelee, viettää, matkustaa, vierähtää, pääsee, istuu, kutsuttu, hämmästelee, käväisee, istuu, toteaa napakasti, vaikenee odottamaan, antoi, röykytti, torjuu, sanoo*.

Malmivirta *muistelee* saksalaisilta liiketuttaviltaan saamaansa Oscar-patsasta ja *muistelee* Nesteen aikaista kiirettään. Hänen nykyistä työtään kuvataan Merei-yhtiön kautta, joka *konsultoi, laatii analyyseja ja ”treidaa hiukan omaan lukuunsa öljypörsseissä*”. Tässä toimijana esitetetään yhtiö, eikä haastateltavaa itseään. Verbivalinnoissa mielenkiintoista on tekemisen kepeys. Silloin kun haastateltava ei muistelee, hän *käväisee* noutamassa kehystetyn

valokuvan, häneltä *vierähtää* kaksi viikonloppua vuodessa Oxford Energy Policy Clubissa tai hän *viettää* työvuodestaan ulkomailla 30 päivää.

Tekemisen tapa vaikuttaa verbivalintojen vuoksi huomattavasti kevyemmältä ja sattumavaraisemmalta verrattuna siihen, jos haastateltava *kävisi* noutamassa valokuvan, *osallistuisi* kahtena viikonloppuna vuodessa Oxford Energy Policy Clubiin tai *työskentelisi* 30 päivää vuodessa ulkomailla. Tekstissä kepeillä verbivalinnoilla haetaan ehkä eräänlaista feminiinistä puhetapaa, koska haastateltava on nainen, eikä siis niin vakavasti otettava, vaan pikemminkin kohtalon kuljettama. Esimerkkinä tästä on jutun ensimmäinen virke:

Diplomi-insinööri Eija Malmivirta, 58, olisi viime syksynä voinut viettää 30-vuotisurajuhlaa kansainvälisessä öljykaupassa, jos... hupsista sentään, miten aika rientää...olisi huomannut.

Kertojanääni aloittaa virkkeen talouslehdille tyypilliseen vakavaan puhetapaan, mutta katkaisee lauseen ”naisellisella huudahduksella” *hupsista sentään, miten aika rientää*. Jos ajankulun päivittely olisi haastateltavan puhetta, se olisi normaalisti laitettu lainausmerkkeihin, mutta nyt se näyttäytyy kertojan omana puheena, jolla hän pyrkii jäljittelemään naisellisena pidettyä reaktiotapaa *hupsista sentään*. Myös haastateltavan omasta puheesta löytyy huudahtelun ja päivittelyn merkkejä, jotka on merkitty tekstiin kysymys- ja huutomerkkeillä: *Ai että vielä 40-vuotistaiteilijajuhlat? Ihan mahdollista!*

Lehtitekstissä huutomerkkejä näkee ylipäänsä käytettävän melko harvoin, ja silloinkin lähinnä urheilujutuissa kannustustavina elementteinä. Huutomerkkin käyttö suorassa sitaatissa antaa vaikutelman, että tämä haastateltava todella huudahtelee. Kysymysmerkki osoittaa hänen sitä ennen hakeneen vahvistusta sanomalleen kertojalta. Kepeän tekemisen ohella verbivalinnoista on löydettävissä toinenkin mielenkiintoinen ulottuvuus: Ne pitävät haastateltavan kokijan roolissa. Haastateltavan kerrotaan kuuluvan jäsenenä kolmeen arvovaltaiseen kansainväliseen öljyalan foorumiin. Hallitustyöskentelyn osalta Malmivirta määrittyy kuitenkin tekstissä pikemminkin ulkopuoliseksi tarkkailijaksi, kuin täysivaltaiseksi kokousedustajaksi ja hallituksen jäseneksi.

Malmivirta hämmästelee Toscon kokouksien nopeatempoisuutta.

.... toinen mielenkiintoinen foorumi mihin minut on kutsuttu mukaan

...toinen mielenkiintoinen havainto on ollut..

Toscon hallitus käy rutiiniasioiden jälkeen aina mielenkiintoisia keskusteluja...

Haastateltava pääsee ainoastaan kertomaan havaintojaan kokoustyöskentelystä, mutta ei saavuta tekstissä asiantuntijan roolia, jossa esittäisi omia näkemyksiään esimerkiksi maailman

öljymarkkinatilanteesta. Havainnoinnin ohella toinen Malmivirran kansainväliseen kokoustyöskentelyyn liittyvä ulottuvuus on matkustaminen. Malmivirran haastattelussa kokouksiin matkustamiseen kiinnitetään niin paljon huomiota, että se voisi olla hyvin kokousten pääasia.

*Eija Malmivirta viettää nykyisin noin 30 vuorokautta työvuodestaan ulkomailla.
... kaksi viikonloppua vuodessa vierähtää The Oxford Energy Policy Clubissa.
...joka toinen kuukausi Malmivirta matkustaa Yhdysvaltoihin..*

Tämä on erityisen mielenkiintoista siksi, että naisten henkilöhaastatteluja käsittelevässä liseniaatintyössään Jonita Siivonen havaitsi kaikissa kuudessa tutkimassaan haastattelussa naisten matkustavan runsaasti (Siivonen 2000).

Kiinnostavaa on, että aktiivisia verbejä Malmivirran toimintaan liitetään lähinnä silloin, kun hän on ”hankala”.

*Kysymys hallitustyöskentelystä maksettavista palkkioista osoittautuu hankalaksi.
”Ehkä nämä asiat eivät kuulu lehden palstoille. Ne ovat beside the point, öljyleidi toteaa napakasti ja vaikenee odottamaan parempaa kysymystä.”*

Se että hän ei pelkästään toteaa, vaan toteaa napakasti, on tulkittavissa aktiiviseksi, joskin myös hiukan töykeäksi tekemisen tavaksi. Yleensä haastateltavat vastaavat toimittajien kysymyksiin. Tässä yhteydessä häntä myös puhutellaan öljyleidiksi, mikä liitetynä napakkaan toteamiseen ja vaikenemiseen antaa kuvan hankalasta tempuilleivasta leidistä, joka ei suostu vastaamaan toimittajan kysymyksiin. Joistakin asioista haastateltavat eivät halua haastatteluissa puhua ja toimittaja monesti jättää ne kohdat tekstistään pois. Tässä tekstissä haastateltavan kieltäytyminen on kuitenkin otettu tekstiin mukaan.

Toisen kerran Malmivirta toimii aktiivisesti, kun tekstissä muistellaan syksyä 1996 jolloin Malmivirta lähti Nesteestä ja antoi lehdille rohkeita jäähyväishaastatteluja. Niissä hän muun muassa röykytti Suomen yritysmaailman patriarkaalisia asenteita. ”Antaa menneiden olla menneitä. En halua siitä vaiheesta antaa enää mihinkään kommentteja”, haastateltava torjuu jälkilämmittelyt. Myös röykyttäminen on tulkittavissa aktiiviseksi, mutta ei kovin positiiviseksi tekemisen tavaksi. Etenkään kun haastateltava itsekään ei halua siitä puhua: ikäänkuin hän katuisi aktiivista toimintaansa.

8.5. Saako Suomi-neito suunvuoron?

Jo aiemmin viittaisin siihen, ettei Malmivirta pitkästä kokemuksestaan huolimatta saavuta tekstissä asiantuntijan asemaa. Enemmänkin hän on kokijan roolissa, mutta kahteen otteeseen tekstissä myös suoraan asetetaan kyseenalaiseksi hänen pätevyytensä. Kansainvälisten kokousten työskentelystä puhuttaessa tekstiin on liitetty suora kysymys:

”Ehtiikö Suomi-neito saada suunvuoroa lainkaan?”

Kysymys irrottaa öljyrouvasta lyhyen, kirkkaan naurun. Hän käväisee noutamassa kehystetyn valokuvan Toscon hallituksesta: elegantti Malmivirta istuu siinä arvokkaiden herrojen saartamana.” Kokouskuri toimii. Jos puheenvuoron pyytää, sen myös saa.”

Tekstikatkelmassa haastateltavaa puhutellaan Suomi-neidoksi, mikä määritelmänä viittaa pikemminkin maailmalla liikkuvaan nuoreen, kokemattomaan tyttöön, kuin rautaiseen bisnesammattilaiseen jolla on alalta 30 vuoden kansainvälinen kokemus. Jos Malmivirtaa puhuteltaisiin kysymyksessä asiallisesti omalla nimellään ”ehtiikö Malmivirta saada suunvuoroa lainkaan”, siinä viitattaisiin hänen henkilöönsä ja herätettäisiin lukijan mielessä kysymys, onko Malmivirta henkilönä jollakin tapaa niin tuppisuu, ettei saa suutaan auki hallituksen kokouksissa.

Nimittämällä häntä Suomi-neidoksi epäily saadaan puettua vitsin muotoon. Hänen hallitustyöskentelynsä voidaan asettaa kyseenalaiseksi kysymättä sitä suoraan. *Kysymys irrottaa öljyrouvasta lyhyen, kirkkaan naurun.* Haastateltava nauraa kysymykselle, joten hänkin ymmärsi vitsin. Nyt hänet määritellään taas öljyrouvaksi ja kumotaan samalla aiemmin käytetty neidon kategoria.

Toiseen otteeseen kertoja nostaa Malmivirran pätevyyden kyseenalaiseksi kirjoittaessaan tämän suomalaista hallituspaikoista.

”Malmivirta on VR-Yhtymän ja Kemiran ainoa hallitusnainen. Kiistattomasta pätevydestään huolimatta hän edustaa kummassakin valtionyhtiössä myös sukupuoltaan, sillä tasa-arvolaki säättää, että valtion omistamien yhtiöiden hallintoelimiin on otettava tasapuolisesti miehiä ja naisia.

Kemiran hallintoneuvoston puheenjohtaja, kansanedustaja Timo Kalli kertoo hallituksen keskustelleen muistakin naisnimistä. Valituksi tuli kuitenkin Malmivirta.

Ensin teksti painottaa haastateltavan *kiistatonta pätevyyttä*, mutta muistuttaa tämän edustavan

yhtä lailla *myös* sukupuoltaan. Kertoja ei tyydy pelkästään haastateltavan omiin kommentteihin, vaan hakee vahvistusta Kemiran hallintoneuvoston puheenjohtaja, kansanedustaja Timo Kallilta, joka *kertoo hallintoneuvoston keskustelleen muistakin naisnimistä. Valituksi tuli kuitenkin Malmivirta.*

Aiemman feministisen tutkimuksen perusteella on tyypillistä, että naisen sanaan ei uskota, vaan vahvistus haetaan mieheltä. Tässä tapauksessa auktoriteettina toimii kansanedustaja Timo Kalli, jonka pätevyyttä ei millään tavalla kyseenalaisesta. Mielenkiintoista on myös se, että hallintoneuvosto on keskustellut muistakin *naisnimistä*. Vaikka edellä todettiin Malmivirran *kiistaton pätevyys*, esitetään hänet kuitenkin lopulta yhtenä naisnimenä muiden joukossa. Hän tuli nimistä valituksi, mutta teksti ei kerro miksi. Ikäänkuin lopulta olisi kuitenkin ollut samantekevää, kuka *naisnimistä* tuli valituksi.

8.6. Öljymarkkinat sivuutetaan tekstissä

Eija Malmivirtaa puhuteltiin tekstissä paitsi tittelillä ja nimellä, myös öljyleidiksi ja -rouvaksi sekä Suomi-neidoksi. Totesin ettei määritelmiä voi pitää haastateltavan arvovaltaa korostavina, pikemminkin päinvastoin: Suomalaisessa työelämässä rouvittelu ja neidittely on halveksivan ja vähättelevän kielenkäytön muoto.

Verbivalintojen vuoksi haastateltava ei esiintynyt tekstissä aktiivisen toimijan roolissa. Häneen liitettiin tuntemuksia ja vaikutelmia ilmentäviä verbejä, joiden kautta haastateltava määrittyi enemmänkin kokijaksi. Haastateltava ei määrittynyt tekstissä asiantuntijaksi, hän ei kertonut esimerkiksi näkemyksiään Suomen energiatilanteesta tai öljymarkkinoiden kehitysnäkymistä. Talouselämä ja bisnes puuttuivat tekstistä kokonaan, vaikka ne talouslehtien arvomaailmassa ja haastatteluissa yleensä ovat keskeisellä sijalla.

Erityisen kiinnostavaa öljymarkkinakeskustelun puuttuminen tekstistä on haastattelun ajankohtaa ajattelen. Raakaöljyn maailmanmarkkinahinta oli noususuunnassa koko tammikuun ajan (haastattelu julkaistiin 21.1) jopa niin, että maaliskuuhun mennessä raakaöljyn maailmanmarkkinahinta oli kolminkertaistunut edellisvuoteen nähden (Ölly- ja kaasualan keskusliitto 2000). Kun talouslehtien tekstit yleensä ovat varsin tulevaisuuteen suuntautuneita ja toisaalta kun tietää, kuinka paljon raakaöljyn hinta vaikuttaa koko maailman talousliikkeisiin, on yllättävää että koko teema on sivuutettu kansainvälisen öljykaupiaan haastattelussa.

Toisaalta on muistettava, että toimittajan on välttämätöntä rajata tekstiä, yhdessä jutussa ei voi käsitellä kaikkia mahdollisia asioita monesta eri näkökulmasta. Kuitenkin oma arvioni on, että öljymarkkinoiden ja talouden puuttuminen tekstistä saattaa olla oire

laajemmasta ilmiöstä: Kun haastateltava on nainen, tekstissä ei haetakaan arvioita talouden kehitysnäkymistä, vaan keskitytään naiseen henkilöinä.

Malmivirran haastattelussa molemmat talouteen liittyvät tekstikohdat liitetään hänen omaan henkilökohtaiseen toimeentuloonsa. Hallituspaikkojen suhteen puolestaan hämmästellään, kuinka hän pärjää kokouksissa ja kuinka hän on paikalle tullut ylipäättään valituksi. Toiminnan motiivina tekstissä ei esiinny taloudellinen toimeentulo, vaan hauskuus ja vapaus.

9. Hynää, Mika, hynää

Toinen tutkimani haastattelu on M.A.L.K Promotion Oy:n toimitusjohtaja Mika Sohlbergin, 31, haastattelu Talouselämän Uratie-osiossa (Talouselämä 3/2000). Haastateltava kertoo jutussa urheilumanageroinnistaan ja tulevaisuuden uratavoitteistaan Sohlbergin perheyriyksessä.

9.1. Naapurinpoika urheilee

Mika Sohlbergin haastattelun otsikko *Hynää, Mika, hynää* on humoristinen sanaleikki. Siinä urheiluselostajien käyttämä kannustushuuto ”Hanaa, Mika, hanaa” formulakuljettaja Mika Häkkinen on muutettu hynäksi - rahaksi. Yhtäältä otsikko kannustaa haastateltavaa eteenpäin urheiluselostajan tavoin *Hynää, Mika, hynää*. Toisaalta sen voi tulkita myös vaatimukseksi tai käskyksi: Hanki hynää. Sohlberg toimii urheilijamanagerina ja hänen tavoitteenaan on kerätä urheilijoilleen rahaa.

Haastateltavan puhuttelemisen pelkällä etunimellä Mikaksi otsikossa on talouslehdille epätavallista. Etunimellä puhuttelu liittyy tuttavalliseen diskurssiin, eikä näin kuulu journalismin perustyökaluihin, sillä kriittisen vaikutelman aikaansaamiseksi journalismi pyrkii yleensä etäännyttämään itseään haastateltavasta ja puhuttelemaan tätä melko virallisesti. Journalistisissa teksteissä yleensä näkeekin puhuteltavan etunimellä ainostaan lapsia - ja urheilijoita. Lasten lausumaa kohtaan journalismin ei tarvitse olla kriittinen, vaan se voi pikemminkin kannustaa heitä. Sama pätee usein myös urheilujournalismiin, jossa läheskään aina ei katsota tarpeelliseksi ottaa etäisyyttä käsiteltävään aiheeseen, vaan urheilijoita voidaan heittäytyä jännittyneenä kannustamaan tekstissä: *Hanaa, Mika, hanaa*.

Talouselämän otsikon voi katsoa liittyvän osaltaan urheilujournalismin perinteeseen, jossa haastateltavaa on luvallista puhutella tuttavallisesti ja jopa kannustaa. Toisaalta tuttavallinen puhuttelu perustuu osaltaan myös siihen, että Mika Sohlbergin suku ja perhe on talouslehtiä lukeville tuttu. Hän esittäytyy ikäänkuin läheisen perheen vesana, jota tuleekin

rohkaista ja kannustaa urallaan eteenpäin. Otsikkona *Hynää, Mika, hynää* luo lukijalle vaikutelman, että raha on keskeisenä pontimina haastateltavan, Mikan, toiminnassa. Tässä se on kuitenkin puettu humoristiseen, lähinnä teini-ikäisten puhekielessään viljelemään hynää, hynää- muotoon, joka antaa toiminnasta myönteisemmän ja harmittomamman vaikutelman kuin suora ilmaisu - Rahaa, Mika, rahaa - antaisi.

9.2. Juniorista toimitusjohtajaksi

Varsinaisessa tekstissä haastateltavaa puhutellaan sekä virallisesti koko nimellä tai sukunimellä, että tuttavallisesti etunimellä. Tekstissä hänestä käytetään puhutteluja: *Mika, Mika Sohlberg, Mika Sohlberg, Mika, sissivänrikki Sohlberg Jr., Mika Sohlberg, Mika, Mika Sohlberg, hänellä, Mika, Mikan, Mika Sohlbergin, Mikan, Mika, Mika Sohlberg, omistajana, Sohlbergin, Sohlberg, hän, Sohlberg, Mika Sohlbergin, Sohlbergin, Sohlberg, Mikan, Mikan, Mikan, Sohlbergin, Ralli-Mika, Mika Sohlberg.*

Haastateltavaa puhutellaan tuttavallisesti etunimellä (11) lähes yhtä usein kuin virallisesti koko nimellä tai sukunimellä (15). Tuttavallinen läheisyyttä ilmentävä diskurssi liittyy tekstissä tilanteisiin, joissa käsitellään Sohlbergin perhettä, sukua tai ystäviä. Tekstissä esiintyy sukunimillään kaikkiaan kuusi muutakin Sohlberg-nimistä henkilöä. Osittain haastateltavan nimeäminen Mikaksi näissä tilanteissa toimii erotuksena toisesta käsiteltävästä Sohlbergista, mutta toisaalta häntä oltaisiin yhtä hyvin voitu puhutella koko nimellä, jos oltaisiin haluttu pysyä virallisesessa diskurssissa.

Tuttavallinen puhuttelu etunimellä liittyy haastateltavan asemaan Sohlbergin lapsena, tuttavaperheen vesana, jota koulitaan liike-elämän vaatimuksiin.

Mika haluaa nousta johtotehtäviin GWS:ssä, sen tytäryhtiöissä tai osakkuusyhtiöissä, esimerkiksi Perloksessa.

Mikan setä, GWS:n hallituksen puheenjohtaja...

Mika ja viisi muuta viidennen polven Sohlbergia...

Kykypankin muita nuoria lupauksia ovat esimerkiksi Mikan serkut...

Haastattelun puolivälissä puhuttelu muuttuu viralliseksi, kun teksti siirtyy pois sukuyhtiöistä ja alkaa käsitellä haastateltavan omaa liiketoimintaa.

GWS:n toimintaan Mika osallistuu jyvaskyläläisen tytäryhtiön GWS Systems Oy:n hallituksen jäsenenä. Espoolaiset tuntevat Mika Sohlbergin Länsiväylä-lehden palstoilta Hongan miesten koripallojoukkueen omistajana.

Ensimmäisessä virkkeessä käsitellään vielä haastateltavan toimintaa sukuyhtiössä. *GWS:n toimintaan Mika osallistuu* kertoo, että hän on sukuyhtiössä lapsen asemassa, Mikana. *Osallistuu* osoittaa aktiivista toiminnan tapaa, hän ei esimerkiksi istu hallituksessa tai kuulu hallitukseen, vaan *osallistuu toimintaan*, vaikka onkin vielä lapsi. Tämän jälkeen teksti siirtyy haastateltavan omaan liiketoimintaan, ja diskurssi muuttuu viralliseksi.

Espoolaiset tuntevat Mika Sohlbergin Länsiväylä-lehden palstoilta Hongan miesten koripallojoukkueen omistajana. Hän ei esiinny enää sukuyhtiön lapsiperillisenä, vaan itsenäisenä toimijana ja koripallojoukkueen omistajana. Haastateltavan omaa liiketoimintaa käsittelevässä tekstiosuudessa häntä puhutellaan virallisen diskurssin mukaisesti koko nimellä tai sukunimellä.

Sohlberg aikoo nostaa Hongan budjetin nykyisestä neljästä miljoonasta 20 miljoonaan markkaan viidessä vuodessa.

Mika Sohlbergin tavoitteena on luoda Pohjois-Euroopan liigassa ja Euroliigassa menestyvä koripallojoukkue.

Puhuttelu muuttuu kuitenkin uudelleen tuttavalliseen diskurssiin, kun tekstissä käsitellään hänen sisaruksiaan.

Rallimaailmassa Sohlberg etsii töitä pitkäaikaiselle suojatilleen Jarmo Kytölehdolle.

Lisäksi Mikan tallissa on neljä nuorta rallikuskia, joista yksi on pikkuveli Kristian Sohlberg, 21.

Etu- ja sukunimivaihtelun lisäksi tekstissä esiintyvät myös puhuttelut sissivänrikki Sohlberg Jr., 31 ja ralli-Mika. *Sissivänrikki Sohlberg Jr., 31, ja sissiluutnantti Leskinen, 56, istuvat epäsäännöllisin välein alas nenät vastakkain.* Haastateltavan puhuttelemisen sissivänrikiksi ja junioriksi korostaa tämän oppipojan asemaa. Sotilasarvojen esiintuominen antaa kuvan jaetuista, yhteisistä arvoista. Sekä mentor, että oppipoika ovat kovan koulun käyneitä sissejä, toinen on edennyt luutnantiksi ja kasvattaa nyt vänrikkiä seuraamaan jalanjälkiään talouselämän kovassa ytimessä. Käsitystä jaetuista arvoista vahvistaa sissien istuminen alas nenät vastakkain. Ja kun tapaamiset ovat *epäsäännöllisin välein*, luo se kuvaa vapaasta valinnasta. Aikoja ei tarvitse merkitä säännöllisesti kalenteriin, vaan he tapaavat molemminpuolisesta halusta. Tekstin loppupuolella haastateltavaa puhutellaan ralli-Mikaksi erotuksena formulakuljettaja Mika Häkkisestä. Ralli-Mika puhutteluna liittyy-harmittomaan ja leikkisään diskurssiin.

Ralli-Mika ja McLaren-Mika ovat puhelinyhteydessä viikottain. Keimolan

mikroautoradalta kauan sitten käynnistyneen kaveruuden syvyydestä kertoo sekin, että Mika Sohlberg oli Mika Häkkisen best man.

9.3. Suvun vesa näyttää kykynsä

Haastateltava on talouslehden näkökulmasta vielä nuori ja uransa alussa. Tekstissä hän esiintyy määrätietoisena toimijana, joka rakentaa ja suunnittelee uraansa liike-elämässä järjestelmällisesti. Hän on pyytänyt mentorikseen Jouko K. Leskisen.

Mika sai idean isältään Kari O. Sohlbergilta, jota KOP:in maineikas pääjohtaja Matti Virkkunen aikanaan koulutti liike-elämän vaatimuksiin.

Isän jälkien seuraaminen koetaan kulttuurisesti myönteiseksi asiaksi. Se vahvistaa ja pitää yllä perinteistä liike-elämän toimintatapaa, jossa liiketoiminta siirtyy aikanaan isältä pojalle. Etenkin kun lasta ei painosteta, vaan hän oma-aloitteisesti saa idean isältään eikä esimerkiksi isänsä vaatimuksesta tai ehdotuksesta ryhdy seuraamaan tämän jalanjalkia. Liike-elämä esittäytyy haastavana elämän areenana, jonka vaatimuksiin on koulutauduttava kokeneemman pääjohtajan - sissiluutnantin - opissa. Tähän viittaa luonnehdinta jonka mukaan kouluttaminen tapahtuu liike-elämän vaatimuksiin, eikä vaikkapa liike-elämän tehtäviin tai liike-elämän pariin.

Usein nais- ja miesjohtajien vertailuissa on tiedettu, että miehet rakentavat uraansa naisia järjestelmällisemmin. Mika Sohlbergin haastattelu luo kuvaa pitkälle viedystä urasuunnittelusta, joka avoimuudessaan antaa kriittiselle lukijalle hiukan naiivinkin kuvan.

Olemme rakentaneet minulle kahdeksan vuoden urasuunnitelman. Siinä on asetettu tavoitteita liike-elämään, yhteiskunnalliseen toimintaan ja koulutuksen. Jouko K. Leskinen toimii neuvonantajana ja kaitsijana, jos olen menossa väärään suuntaan. Mika haluaa nousta johtotehtäviin GWS:ssä, sen tytäryhtiössä tai osakkuusyhtiöissä, esimerkiksi Perloksessa. Sitä ennen hän aikoo itsenäisenä yrittäjänä kerätä mahdollisimman paljon kokemusta ja luoda kansainvälistä kontaktiverkkoa. ”Aion myös opiskella työn ohessa mba-tutkinnon.”

Kun Sohlbergin haastattelu on hyvin sukukeskeinen, järjestelmällinen urasuunnitelmien esittely toisaalta osaltaan häivyttää kuvaa siitä, että perheyhtiöissä perheenjäsenet automaattisesti siirtyisivät aikoinaan yritysjohtoon.

Päätavoite on kuitenkin osoittaa, että omat eväät riittävät sukuyhtiö GWS:n johtotehtäviin.

”Tämä on kuitenkin niin suuri yritys, että olisi järjetöntä valita toimitusjohtajaksi suvusta ihminen, joka mokaa koko homman. Siinähan menisi suvun omaisuus!”

Teksti rakentaa kuvaa liike-elämän vaativuudesta, jossa on näytettävä kykynsä, vaikka olisi kuinka tunnetun suvun vesa. Teksti vetoaa vastuuseen – toimitusjohtajan on kyettävä huolehtimaan suvun omaisuudesta. Viittaus suvun omaisuudesta huolehtimiseen saa myös tarkan urasuunnittelun näyttämään perustellulta ja vastuulliselta toiminnalta.

9.4. Hyökkäävä johtaja

Vaikka haastateltava esiintyy tekstissä pääasiassa suvun vesan roolissa, häneen liitetään kuitenkin aktiivisia ja toiminnallisuutta kuvaavia verbejä. Hän ei ole pelkästään toiveikas lapsi, joka seuraa sivusta vanhempien toimintaa, vaan esiintyy määrätietoisesti. Haastateltavan toimintaa kuvataan tekstissä verbeillä: *hyökkää, osoittaa, pyysi, sai, istuvat, kertoo, haluaa, aikoo, kerätä, luoda, hätkähti, kuuluvat, ovat, osallistuu, aikoo, kertoo, lievitti, luoda, etsii, otti, oli.*

Verbivalinnat suuntaavat tekstin painopistettä tulevaisuuteen ja luovat kuvaa määrätietoisesta, aktiivisesta toimijasta. *Mika haluaa, hän aikoo, Mika Sohlbergin tavoitteena on...* Vahva tulevaisuuteen suuntautuminen on talousjournalismille ominainen piirre. Mika Sohlbergin haastattelussa ei esimerkiksi käydä lainkaan läpi hänen taustaansa, koulutustaan tai tähänastista urakehitystään, vaan näkökulma on painottunut pelkästään tulevaisuuteen. Sohlbergin oman liiketoiminnan esittely käsittelee talousjournalismille ominaiseen tapaan rahoitusta, liikevaihtoa ja tulevaisuuden tavoitteita.

Sohlberg aikoo nostaa Hongan budjetin nykyisestä neljästä miljoonasta 20 miljoonaan markkaan viidessä vuodessa. Hän kertoo neuvottelevansa yhden suomalaisen ja yhden ulkomaalaisen sijoittajaryhmän kanssa.

Liikevaihtotavoitteet ja rahoitussuunnitelmat kuuluvat keskeisesti talouselämän diskurssiin ja tuovat tässä vakuuttavuutta haastateltavan sanomalle. Myös se ettei rahoitusneuvotteluja käydä sijoittajan, vaan sijoittajaryhmän kanssa, lisää sanoman uskottavuutta. Yrityksen toimialaa ja toimintaa kuvataan tekstissä positiiviseen sävyyn.

M.A.L.K. Promotion omistaa kahdeksan prosenttia unelmamatkoja järjestävästä matkatoimisto Select Travel Oy:stä ja 26 äänivallatonta prosenttia hurjasti kasvavasta VTG Worldwide Oy:stä, jonka hittituote ovat maalatut kännykänkuoret.

Yrityksen toimialaa kuvaavat sanat kuten unelmamatkat, hurjasti kasvava ja hittituote ovat myönteisesti latautuneita. Omaa liiketoimintaansa kuvaavassa osuudessa haastateltava pääsee kuvaamaan paitsi omaa toimintatapaansa, myös esittämään näkemyksiään koko toimialasta. Haastateltavan puheeksi merkitty lause: *Koripallobisnestä ei saa rakentaa pelkästään yleisötulojen varaan, sillä aina tulee vuosia, jolloin yleisö hylkää joukkueen*, on tulkittavissa neuvoksi laajemminkin. Näin haastateltava saavuttaa eräänlaisen asiantuntijan roolin, jossa hän voi neuvoa muitakin.

9.5. Lisää liikevaihtoa

Haastateltavan suhde työhön määrittyy tekstissä rahan kautta. Tavoitteena on kasvattaa omien yritysten liikevaihtoa ja näyttää suvulle kykynsä, jotta voi jatkossa päästä kasvattamaan myös suvun omaisuutta. Työn ja liiketoiminnan yhteydessä ei tuoda esiin muita arvoja kuin raha. Myös ihmiset ostetaan: *Torpan Poikien rahavaikeuksia Sohlberg lievitti ostamalla 201-senttisen Sakari Pehkosen.*

Haastattelutekstissä esiintyy haastateltavan lisäksi nimeltä runsaasti muitakin henkilöitä, yhteensä 29 henkilöä. Tunnettujen urheilijoiden ja yritysjohtajien nimien mainitseminen tekstissä tuo haastateltavalle ja tämän yritystoiminnalle lisää uskottavuutta. Tunnetut nimet liittävät hänet osaksi talouselämän ja urheilubisneksen sisäpiiriä. Tunnettuihin yritysjohtajiin tai urheilumanagereihin nähden haastateltava määrittyy oppipojaksi. Näissä yhteyksissä haastateltavaa myös puhutellaan tuttavallisuutta ja läheisyyttä ilmentävällä tavalla pelkällä etunimellä Mikaksi: *Idean Mika sai isältään Kari O. Sohlbergilta.*

Tekstissä välittyy myös ihailu ja arvostus kokeneempia toimijoita kohtaan. Haastateltavan puheeksi merkitty virke ”*Kunnioitan Kekeä, Hjallista ja Timo Jouhkia. Heihin verrattuna olen alussa*” luo kuvaa vanhempien jalanjalkia seuraavasta pojasta, joka vertaa suorituksiaan isompiin poikiin ja haluaa joskus tulla yhtä hyväksi kuin nämä. Sen sijaan oman tallinsa urheilijoista puhuttaessa Sohlberg määrittyy näiden auttajaksi ja isähahmoksi.

Rallimaailmassa Sohlberg etsii töitä pitkäaikaiselle suojatilleen Jarmo Kytölehdolle.

Sohlbergin jännittävin urheilijaprojekti lienee kuitenkin 21-vuotias rata-autoilija Kimmo Liimatainen, jonka hän otti siipiensä suojaan Keke Rosbergin vinkistä.

Kokenut kilpa-autoilija esiintyy tekstissä Sohlbergin pitkäaikaisena suojoittina. Nuoren autoilijan hän on puolestaan ottanut siipiensä suojaan. Jälkimmäisessä lauseessa tulee esiin myös haastateltavan tuttavuussuhde Keke Rosbergiin, joka nimenä antaa vakuuttavuutta paitsi Sohlbergin urheilumanageroinnille, myös tämän suojoitille Kimmo Liimataiselle.

9.6. Ihmissuhteet osana liiketoimintaa

Haastateltavan yksityiselämä tulee tekstissä esiin lähinnä suvun ja ystävien kautta. Tosin yksityiselämää ei eroteta liiketoiminnasta, vaan liiketoiminta esittäytyy osana ystävyys- ja sukulaisuussuhteita. Sohlbergin suvussa yritykset ovat perheyrityksiä. Myös Mika Sohlbergin vaimo ja lapset esittäytyvät osana liiketoimintaa.

Mika Sohlbergin käyntikortista lyö silmään M.A.L.K. Promotion Oy. Se on yhtä kuin Mikan, Annika-vaimon sekä Linda- ja Kira-tytärten nimikkoyhtiö, joka markkinoi urheilijoita ja tuottaa tv-ohjelmia, kuten koripallon uuden lauantailähetyksen. Kohta yhtiönimeen täytyy lisätä S-kirjain, sillä ”muuten perheemme kolmas, vuoden vanha Sanni-tyttö saa kauheita traumoja.”

Jutun loppupuolella esiin nostetaan formulakuljettaja Mika Häkkinen, joka esitellään haastateltavan lapsuudenystävänä ja eräänlaisena perheenjäsenenä.

Ralli-Mika ja McLaren-Mika ovat puhelinyhteydessä viikottain. Keimolan mikroautoradalta kauan sitten käynnistyneen kaveruuden syvyydestä kertoo sekin, että Mika Sohlberg oli Mika Häkkisen best man.

Vaikka tekstikatkelma kuvaa haastateltavan yksityistä puolta, se kuitenkin osaltaan on myös tukemassa ja antamassa uskottavuutta tämän liiketoiminnalle, urheilumanageroinnille. Samalla se tiivistää koko jutun olennaista juonta, sisäpiiriläisyyttä. Kuitenkaan teksti ei ankkuroi ihmissuhteita työn motiiviksi, vaan liiketoiminnan motiivina tuodaan esiin kasvu, voitto ja kilpailu, eikä esimerkiksi mielenkiintoisia kansainvälisiä ystävyysuhteita.

Haastateltavan oma perhe, vaimo ja lapset mainittiin tekstissä vain etunimeltä, eikä vaimon ammattia tuotu esiin. Havainto saattaa olla kiinnostava laajemminkin. Talouslehtiä selatessa tarttuu silmään, ettei miesjohtajien vaimoista mainita yleensä muuta kuin vaimon etunimi, ei välttämättä sitäkään. Sen sijaan naisjohtajien miehet esitellään koko nimellä ja ammatilla. Määrittäykö naisen asema edelleen hänen aviomiehensä aseman kautta?

9.7. Suvun miesten kunnia

Mika Sohlbergin haastattelutekstissä hänelle muotoutui puhuttelujen kautta tekstissä kaksi eri identiteettiä: Suhteessa perheeseensä ja suvun yritykseen häntä puhuteltiin tekstissä tuttavallisesti Mikaksi. Mikana hän esiintyi tekstissä aktiivisena ja määrätietoisena toimijana, joka suunnitteli uraansa sukuyhtiön tehtäviä silmälläpitäen. Samalla hänelle muodostui

eränlainen roolin noudattajan rooli - toiminnassaan hän pyrki seuraamaan sukunsa miesten ja erityisesti isänsä jalanjalkia.

Haastateltavan nykyistä omaa liiketoimintaa käsittelevissä osuuksissa häntä puhuteltiin virallisesti sukunimellä ja toimijalle muotoutui suunnannäyttäjän ja tietävän yritysjohtajan identiteetti. Yritysjohtajana hän saavutti tekstissä myös isähahmon ja asiantuntijan aseman. Toiminnan motiiveina tekstissä nousivat esiin raha, ja siihen liittyen velvollisuus. Sukuyhtiön johtajan velvollisuus huolehtia vastuullisesti koko suvun omaisuudesta esiintyy vaativana ja ylevänä päämääränä, jota kohti ponnisteleminen on perusteltua.

10. Kohtalona korut

Kolmas tutkimani haastattelu on A.Tillanderin entisen toimitusjohtajan Ulla Tillander-Godenhieimin haastattelu Kauppalehti Option (3/2000) Lifestyle-osiossa. Haastateltava on jättänyt perheyrityksen toimitusjohtajan tehtävät seitsemän vuotta sitten ja ryhtynyt tutkimaan kultasepäntaidetta ja kirjoittamaan väitöskirjaa. Sitä ennen hän ehti toimia perheyrityksessä 30 vuotta, mistä ajasta puolet toimitusjohtajana. Nykyään haastateltava on mukana A.Tillanderissa vähemmistöosakkaana ja hallituksen jäsenenä.

10.1. Ulkoisen voiman johdatusta

Haastattelun pääotsikkona on *Kohtalona korut*. Sitä täydentää yläotsikko *Ulla Tillander-Godenhieimin uranvaihto*. Otsikossa haastateltavan työ, korut, näyttävät määrittävän hänen kohtalokseen. Sanavalintana kohtalo on kiinnostava, sillä kuten kysymyksenasettelussa (kappale 7.3) mainitsin, useissa tutkimuksissa on todettu, että naiset selittävät omaa urakehitystään usein juuri kohtalolla pikemmin kuin omalla tietoisella pyrkimyksellään. Otsikon sanavalinta ohjaa tulkitsemaan koko haastattelua kohtalopertuaarin kautta, ikäänkuin korut olisivat todella jokin kohtalon määräämä asia, joiden pariin haastateltava olisi ajautunut. Tämänkaltaista viittausta ei kuitenkaan varsinaisesta tekstistä löydy. Yläotsikko *Ulla Tillander-Godenhieimin uranvaihto* täsmentää varsinaista otsikkoa. Juttu on tehty uranvaihdoksen näkökulmasta, vaikkakin siitä on aikaa jo seitsemän vuotta. Otsikko antaa myös kuvan, että uranvaihdosta huolimatta haastateltava ei ole päässyt koruista eroon, koska ne ovat hänen kohtalonsa.

10.2. Sano Ulla vaan

Haastateltavaa puhutellaan tekstissä pääasiassa etunimellä. Epämuodollinen puhuttelu poikkeaa talouslehtien normaalista käytännöstä, sillä yleensä journalismi pyrkii ottamaan etäisyyttä haastateltavaan puhuttelemalla tätä virallisesti koko nimellä tai tittelillä ja nimellä. Toisaalta talouslehdissä virallisen puhuttelun tavoitteena on myös korostaa haastateltavan asemaa, sekä lisätä näin tekstin uskottavuutta. Kauppalehti Option haastattelussa Ulla Tillander-Godenhielmia puhutellaan nimillä: *Ulla Tillander-Godenhielmin, Ulla Tillander-Godenhielmin, Ulla, Ulla, Ullan, Ulla, hän, Ullan, Ulla, hän, Ullan, Ulla, Ullan, Ullan, vähemmistöosakkaana Ulla, Ulla, Ulla, Ullan, Ullan, Ullan, kansainvälisesti arvostettuna kultasepäntaiteen tuntijana Ulla, Ullan, hänen, hänelle, Ulla, Ulla.*

Koko nimellä haastateltava esiintyy vain yläotsikossa ja ensimmäisessä lauseessa, sen jälkeen hän muuttuu tuttavallisesti Ullaksi. Tyypillisesti talouslehtien haastatteluissa tuodaan heti ensimmäisissä lauseissa esiin haastateltavan tehtävä, titteli tai asema, mutta Ulla Tillander-Godenhielmin haastattelutekstissä häntä puhutellaan pelkästään nimellä. Mahdollisesti lukijan oletetaan tunnistavan Tillander nimen perusteella ja liittävän tämä tunnettuun kultasepäntaiteen yritykseen ilman että hänen asemaansa tuodaan tekstin alkuvaiheessa esiin. Myöhemmin tekstissä haastateltava kertoo itse ekonominopinnoistaan, tuoreesta opiskelustaan filosofian maisteriksi ja tekeillä olevasta väitöskirjastaan. Häntä olisi siis ollut mahdollista puhutella esimerkiksi ekonomi, filosofian maisteri Ulla Tillander-Godenhielmiksi, mutta sen sijaan häntä puhutellaan Ullaksi, kun taas haastateltavan aviomies esitellään tekstissä paljon virallisemmin: *Ullan aviomies, diplomi-insinööri Lars-Petter Godenhielm johtaa kolme vuotta sitten Loimaalta hankkimaansa metalli-alan yritystä Dino Lift Oy:tä.*

Aikuiset tyttäret esitellään pelkästään etunimellä, Evana ja Karinina.. Kun haastateltava esiintyy tekstissä pelkästään Ullana, tämän aviomiehen virallinen ja asemaa korostava esittely tuntuu jopa vähän irvokkaalta. Onkin mielenkiintoista kysyä, miksi kultasepäntaiteen huippuasiantuntija, kokenut toimitusjohtaja esiintyy tekstissä pelkkänä Ullana. Usein on todettu, että naisia, samoin kuin lapsia puhutellaan herkemmin tuttavallisen diskurssin kautta. Sen voi toisaalta katsoa liittyvän näiden ryhmien alisteiseen asemaan yhteiskunnassa, toisaalta myös siihen, ettei naisilla ole tarvetta korostaa hierarkkista asemaansa, eli kansanomaisesti sanottuna naiset eivät ole ”tittelinkipeitä”.

Tuttavallisen diskurssin kautta tekstiä voidaan pyrkiä myös lähentämään lukijaansa. Voisi ajatella, että Tillanderin maineikasta ja arvokasta kultaseppäsukua edustava

haastateltava pyritään esittämään yhtenä meistä, Ullana, eikä hänen asemaansa tai arvovaltaansa haluta siksi korostaa. Talouslehdessä tällainen asema on kuitenkin outo, kun lähtökohtaisestikin lukijat ovat talouselämän sisäpiiriläisiä ja vaikuttajia, joilla ei niinkään ole tarvetta samaistua haastateltavien kokemusmaailmaan, kuin hankkia itselleen tarpeellista tietoa talouselämän tilanteesta. Keskeiseksi sisällön määrittelijäksi nousee tällöin uskottavuus. On vaikea nähdä, että talouslehdessä pelkällä etunimellä puhuteltu henkilö voisi olla vakavasti otettava informaation lähde tai alansa asiantuntija. Yhdessä tekstissä menettely näyttää lähinnä epäkunnioitusta ilmentävältä muotovirheeltä ja antaa kornin kuvan koko tekstistä, mutta laajemmin käytettynä tapa saattaa vaikuttaa kulttuuriseen käsitykseen naisen asemasta ja arvovallasta.

10.3. Johtajuus rasitteena

Haastateltavan alkuperäinen uravalinta ei näyntydy tekstissä vapaana valintana, vaan pikemminkin pakkona, johon hän ajautui perheen perinteiden vuoksi. Hänellä olisi ollut omiakin toiveita uravalinnan suhteen, mutta isänsä vaatimuksesta haastateltava taipui seuraamaan perheensä viitoittamaa tietä.

”Kolmenkymmenen vuoden työskentely samassa yrityksessä tuo tiettyä väsymystä ja ehkä kyllästymistäkin. Ajattelin, että nyt olisi jo aika tehdä jotain aivan muuta. Olin jo nuorena tyttönä ekonomin opintojen jälkeen haaveillut jatko-opiskelusta taidehistorian alalla, mutta isälläni oli minulle silloin muita suunnitelmia. Elämäntilanteeni mahdollisti viisikymppisenä nuoruuden unelmieni toteuttamisen.”

Perheyriksessä työskentely ja sen johtotehtävät näyntytyvät tekstissä ikävänä velvollisuuteena. Unelmien hylkäämisestä seurauksena oli kolmenkymmen vuoden väsyttävä työrupeama ja vasta sen jälkeen oli mahdollisuus toteuttaa omat nuoruuden haaveensa. Haastateltavan urakehityksen kuvauksessa määritetty perinteiden noudattajan identiteetti. Hän joutui, ehkä vastoin tahtoaankin toimimaan kuten suvussa ja kultaseppälällä on aina toimittu.

Ullan ura perheyriksessä alkoi vanhoja perinteitä noudattaen. Alaa piti opiskella ruohonjuuritasolta alkaen niin kotimaassa kuin ulkomailla. Näin olivat tehneet myös Ullan isä, vuoteen 1977 asti yrityksen toimitusjohtajana ollut Herbert Tillander sekä hänen edeltäjänsä.

Ala on sekä konservatiivinen että sisänpäinlämpiävä. Timanttialalla työskentelevät henkilöt ovat yleensä, jollei sukua toisilleen, niin ainakin vanhoja ystäviä monessa sukupolvessa. Yritysten johtotehtävissä poika seuraa yleensä isäänsä, erittäin harvoin tytär.

Perinteiden noudattaminen perheyriyksissä koetaan yleensä kulttuurisesti myönteisenä asiana. On kunniakasta seurata isänsä jälkiä yrityksessä, joka on toiminut samalla nimellä toistasataa vuotta. Tässä tekstissä perinteiden noudattaminen ei kuitenkaan näyttäyty ylväänä velvollisuutena ja tehtävänä, vaan pikemminkin alistumisena olemassaolevaan kaavaan. Voisiko ajatella että vastaavassa asemassa olevan miehen representaatio olisi samanlainen? Miehen, joka isänsä painostuksesta olisi johtanut perheyriytystä aikansa, kunnes lopulta viisikymppisenä helpotukseen pääsisi siitä eroon ja saisi toteuttaa itseään. Vaikea kuvitella, että teksti rakentuisi näin. Henkilö, joka tekee itselleen epäkiitollisia valintoja pelkästä velvollisuudentunnosta näyttäisi tahdottomalta ja toisten käskyttävissä olevalta lallulta. Paitsi jos hän on nainen.

Jo kulttuurisestikin odotetaan, että naiset tekevät ”uhrauksia”, eikä heillä välttämättä ole päätäntävaltaa omaan elämäänsä. Haastateltavan urakehitys on näin luonnollista esittää kohtalopertuaarin kautta. Vaikka haastateltavan urakehitys ja oma kohtalo näyttää kietoutuvan tiiviisti perheyriytykseen, tekstissä ei kuitenkaan kerrota mitä hän perheyriytykselle teki, vaan pikemminkin mitä yritys teki hänelle: Pakotti luopumaan haaveista ja puurtamaan työssä väsymykseen ja kyllästymiseen asti. Kun hän 15 vuoden sinnittelyn jälkeen jättää perheyriytyksen toimitusjohtajuuden, luonnehtii kertojanääni sitä tekstissä rohkeaksi tempuksi. *Viisikymppiseltä on rohkea tempu jättää opiskelun takia perheyriytys ja hyväpalkkainen työ.*

Haastateltavan urakehitys näyttääkin määrittyvän kohtalon kautta viisikymppiseksi asti, jolloin hän lopulta ottaa ohjat omiin käsiinsä, jättää toimitusjohtajuuden ja ryhtyy opiskelemaan.

Seitsemän vuotta sitten Ulla jätti isoisänsä isän Alexander Tillanderin vuonna 1860 Pietariin perustaman ja myöhemmin Helsinkiin muuttaneen Jalokiviseppä A. Tillanderin toimitusjohtajan paikan. Hän alkoi opiskella taidehistoriaa Helsingin yliopistossa.

Liikkeenjohdosta luopuminen näyttäytyy tekstissä uutena vapautena ja itsenäisenä elämänä, johon A.Tillanderin toimitusjohtajana ei ollut mahdollisuutta. Kuitenkin myös naisen perussyllisyys omasta vapaudestaan nousee esiin.

”Tunnen tosin itseni erittäin etuoikeutetuksi, kun voin työskennellä sellaisten asioiden parissa, jotka minua todella kiinnostavat. Eläminen asiantuntijan luentopalkkioilla askarrutti kuitenkin minua hieman alussa. Suomalaisena naisena olin tottunut siihen, että minulla on säännöllinen työ ja palkka.”

Tekstikatkelmassa yhtäältä kertautuu suomalaisen tasa-arvoihanteen sisältö, *naisen säännöllinen työ ja palkka*, mutta toisaalta tulee esiin myös se, ettei työn sisältö välttämättä ole sitä mitä naiset itse toivoisivat. Onko niin, että riittää kun naisella on oma toimeentulo, eikä silloin ole oikeutta enää kyseenalaistaa työn mielekkyyttä tai työelämään sisäänrakennettuja valtarakenteita? Palaan uudelleen mies - nainen vertailuun ja kuvittelen miesjohtajaa kiittelemässä sitä, että hän on etuoikeutettu saadessaan työskennellä itseään kiinnostavien asioiden parissa. On vaikeaa nähdä miestä samassa asemassa. On ikäänkuin itsestäänselvää, että miehellä on oikeus itseään kiinnostaviin asioihin. Sen sijaan naiselle on kulttuurisesti odotetumpaa alistua itselleen epämieluisaankin elämään ja jättää omat tarpeensa taka-alalle.

10.4. Johtaja yrityksen vietävänä

Jo aiemmin viittasin siihen, ettei tekstissä kerrota haastateltavan toiminnasta yrityksen toimitusjohtajana, vaan pikemminkin kuvaillaan hänen tuntemuksiaan. Yrityksessä tehdyt strategiset ratkaisut, kuten liiketoimintojen myynnit eivät näyttäyty toimitusjohtajan toimintana, vaan tekijä on häivytetty passiivin taakse.

Ullan päätös jättää perheyritys syntyi vähitellen. Sitä vauhditti kuitenkin yrityksen osake-enemmistön myynti toiselle kultasepäalan yritykselle Westerback Oy:lle vuonna 1993. Emoyrityksestä vuonna 1977 erotettu teollisesti valmistettuihin tuotteisiin keskittynyt Oy Tillander Ab oli myyty jo aiemmin turkulaiselle Puolimatka-yhtymälle.

Voisi olettaa, että talouslehdessä käsiteltäisiin A.Tillanderin omistajan haastattelun yhteydessä esimerkiksi korualan markkinanäkymiä, toimintaympäristön muutoksia tai A.Tillanderin liikevaihdon kehitystä. Taloudellista näkökulmaa jutusta ei kuitenkaan löydy muutoin kuin viittauksessa haastateltavan omaan henkilökohtaiseen toimeentuloon: *suomalaisena naisena olin tottunut siihen, että minulla on säännöllinen työ ja palkka*. Tosin haastateltava viittaa omassa puheessaan yrityksen taloudellisiin vaikeuksiin, mutta teksti pysyy hänen henkilökohtaisissa tuntemuksissaan, eikä lähde erittelemään korualan talousnäkömiä, kuten se hyvin voisi tehdä.

”Kultasepänalalla työskenteleminen oli mielestäni hyvin antoisaa ja olenkin iloinen saamastani kokemuksesta, vaikka urani viimeiset viisitoista vuotta yrityksen toimitusjohtajana eivät olleet elämäni parasta aikaa. Monena vuonna oli yrityksessä taloudellisesti hyvin vaikeaa. Käsintehtyjen korkeatasoisten korujen menekki on Suomessa varsin rajattua.”

Suhteessa yrityksen toimitusjohtajuuteen haastateltava esiintyykin lähinnä kokijan ja muistelijan roolissa.

Haastateltavan toimintaa kuvataan tekstissä melko rauhallisilla verbeillä: hän lähinnä toimii, on ja opiskelee. Kertojanäni kuvaa haastateltavan toimintaa tekstissä: *kertoo ihastuneensa, on nähnyt, jätti, alkoi opiskella, tutkii, kirjoittaa, järjestää, istuu, ei osallistu, vastaa, työskentelee, alkoi, toimi, opiskeli, toimi, palasi, kiinnostui, on, on, kertoo*. Ehkäpä aggressiivisin toimintaa kuvaava kohta on juuri perheyriksen jättäminen, Ulla *jätti* perheyriksen toimitusjohtajuuden. Vaikka uudessa elämässään haastateltava esiintyy vahvemmin oman elämänsä päähenkilönä, hän määrittyy myös toiminnan kohteeksi.

Uusimmasta haasteellisesta ja mielenkiintoisesta tehtävästään Ulla on hyvin iloinen.

Häntä on pyydetty kirjoittamaan kansainvälistä teosta Tammisaaresta kotoisin olevasta kultaseppä Henrik Wigströmistä, jolla oli työpaja Pietarissa vuosina 1904-1917.

Se että haastateltavaa *on pyydetty kirjoittamaan* ja hän on siitä *hyvin iloinen*, luo hiukan lapsekasta kuvaa kärkitason koraamattilaisesta. Jos sama asia olisi ilmaistu vaikkapa *häneltä on tilattu kansainvälinen teos* tai *artikkeli kansainväliseen teokseen*, tekstin antama vaikutelma haastateltavan asiantuntemuksesta olisi ollut toinen. Haastateltavan asema toiminnan kohteena tulee esiin myös hänen kansainvälisen tehtävänsä yhteydessä.

Kansainvälisesti arvostettuna kultasepäntaiteen tuntijana Ulla on hyväksytty mukaan maailmanlaajuiseen verkostoon, jossa tutkijat perehtyvät eri näkökulmista Pietarin historiaan.

Se että hänet on *hyväksytty*, eikä esimerkiksi *kutsuttu* mukaan johdattaa feministisen lukijan tulkintaan, jonka mukaan ei ole ollenkaan itsestäänselvää että naisia tällaisiin verkostoihin hyväksytään ja saavutetusta asemasta pitäisi olla kiitollinen. Toisaalta *hyväksyminen* voi viitata myös verkoston korkeatasoisuuteen – jokainen jäsen on valittu tarkan seulan läpi.

10.5. Kauneus työn motiivina

Mielenkiintoista on, että vaikka timantti- ja korualaa yleensä pidetään hyvin rahakkaana alana, ei raha, taloudellinen voitto, kasvu tai kilpailu näyttäyty tekstissä minkäänlaisessa roolissa. Taloudellisen hyödyn ja menestyksen sijasta haastateltavan suhde toimialaan määrittyy kauneuden ja ystävyysuhteiden kautta.

”Kun minulle näytettiin kauniista piirroksista koostuva kansio, tiesin heti että edessäni on todella harvinainen löytö.”

Työskenteleminen tässä kansainvälisessä verkostossa on Ullan mukaan antanut hänen työlleen aivan uusia ulottuvuuksia. Se on lisäksi tuonut hänelle monta uutta ystävää niin idästä kuin lännestä.

Esteettisten arvojen merkitystä tekstissä korostavat muutamat toistuvasti kultasepäntaloon liitetyt adjektiivit, kuten kiehtova, upea ja kukoistava. Työn tekemiseen ja opiskeluun tekstissä liitetään sellaisia myönteisiä ominaisuuksia kuin hauskuus, piristävyys, monipuolisuus, mielenkiintoisuus ja haasteellisuus.

”Aikuisopiskelusta minulla on vaan myönteisiä kokemuksia. Se on ollut sekä hauskaa että piristävää. Filosofian maisteriksi valmistumiseni jälkeen tuntuikin luonnolliselta jatkaa opiskelua väitöskirjaan asti.”

Myös kiire esiintyy positiivisessa merkityksessä.

”Olin luullut, että tulisin kaipaamaan entistä arkipäiväistä työtäni, mutta näin ei ole käynyt. Uudet kansainväliset tehtäväni ovat olleet todella mielenkiintoisia. Koskaan aiemmin en ole ollut yhtä kiireinen kuin nykyään.”

10.6. Liikevaihdosta ei puhuta

Haastateltavan urakehitystä tarkastellessani kiinnitin huomioni siihen, että teksti esittää hänen joutuneen uralleen vastoin tahtoaan, isän vaatimuksesta, perheen perinteiden ja kohtalon kuljettamana. Teksti puhuttelee haastateltavaa tuttavallisesti etunimellä, mikä poikkeaa journalistisesta käytännöstä ja antaa haastateltavan toiminnasta hiukan naiivin vaikutelman.

Haastateltavaa ei esitetä aktiivisena ja määrätietoisena johtajana, vaan yrityksessä tehdyt ratkaisut (liiketoimintojen myynnit) esitetään passiivimuodossa, ikäänkuin tekijä ei olisi tiedossa. Suhteessa johtajuuteensa haastateltava ei esiinny tekijänä vaan kokijana, joka

erittelee tuntemuksiaan, väsymistään ja kyllästymistään.

Liiketoiminnan kehittämisen tai taloudellisella voitolla ei ole tekstissä mitään roolia. Liikevaihtoista tai alan kehitysnäkymistä teksti ei kerro, rahaan viitataan ainostaan haastateltavan yksityiselämässä ”*suomalaisena naisena olin tottunut siihen, että minulla on säännöllinen työ ja palkka*”. Rahan sijasta keskeisinä työnteon motiiveina näyttäytyivät kultasepäalan esteettiset arvot ja kansainvälisten suhdeverkostojen tuomat ystävyysuhteet. Myös hauskuus ja kiinnostavuus esitettiin toiminnan motiiveina.

11. Finanssimarkkinoilta perheen pariin

Neljäs tarkastelemani haastattelu on FIM Pankkiiriliikkeen toimitusjohtaja Jukka Ylitalon, 35, henkilöhaastattelu Optio Yrittäjäyys-osastossa (Kauppalehti Optio 4/2000). Viikkoa ennen haastattelua Ylitalo oli kertonut jättävänsä toimitusjohtajuuden ja jäävänsä kotiin perheen pariin.

11.1. Vieraaksi kotiinsa

Jukka Ylitalon haastattelu on otsikoitu Finanssimarkkinoilta perheen pariin. Ensisilmäyksellä varsin neutraali ja toteava otsikko pitää sisällään ajatuksen, että haastateltava siirtyy nykyisestä työstään uuteen tilanteeseen – perheen pariin. Siirtyminen perheen pariin on tulkittavissa, ettei hän aiemmin ole ollut perheensä parissa, vaan tilanne on uusi. Sukupuolirooleja ja perheenjäsenten vastuita ajatellessa on mielenkiintoista pohtia, voisiko perheestä joku muu henkilö kuin isä siirtyä perheen pariin. Ainakaan lapsiin ei voitaisi liittää ajatusta siitä, että he siirtyisivät vaikkapa *koulusta perheen pariin*, koska he ovat osa perhettä ja sisällä jo perheen ideassa. Naisen voisi sanoa siirtyvän perheen pariin, vaikka oletus onkin, että hän on jo perheen parissa. Naisen kohdalla vastaavassa tilanteessa käytettäisiin ehkäpä luontavimmin ilmaisua *finanssimarkkinoilta kotiäidiksi*. Sen sijaan perheen isään voidaan luontevasti liittää määritelmä *perheen pariin*, koska kulttuurisesti on odotettua että mies ei varsinaisesti ole perheen käsitteessä sisällä, vaan ikäänkuin vieraillee kotonaan.

11.2. Toimitusjohtajan virallinen puhuttelu

Haastateltavaa puhutellaan tekstissä aluksi esittelyvaiheessa tittelillä ja koko nimellä, tämän jälkeen lähes yksinomaan sukunimellä. Tekstissä esiintyvät puhuttelut: *Toimitusjohtaja Jukka*

Ylitalo, Ylitalo, Ylitalon, Ylitalo, Ylitalo, Ylitalonkin, Ylitalo, Ylitalo, omistaja, Ylitalo, hän, Ylitalon, Ylitalon, Ylitalo, Ylitalolla, Ylitalon, Ylitaloa, Ylitalolla, Ylitalo, Ylitalo, Ylitalo, Ylitalo, Ylitalo, Ylitalolla, Ylitalo, Ylitalon, hän, esteetikko Ylitalo, hän, Ylitalo, Ylitalo, Ylitalo.

Käytäntö vastaa yleistä journalistista tapaa. Haastateltava esiintyy virallisessa asemassa, häntä haastatellaan työasioista, joten puhuttelukin on etäisen muodollista ja korostaa tämän asemaa toimitusjohtajana. Vaikka talouslehdet yleensä pyrkivät nimenomaan tällaiseen uskottavuutta ja haastateltavan statusta korostavaan puhutteluun, toisenlainenkin menettely olisi ollut mahdollinen. Haastateltavasta olisi voitu tehdä ”pullantuoksuinen koti-isä” ja puhutella tätä tuttavallisesti etunimellä ja kuvailla häntä kotiaskareissaan. Nyt teksti pitää kuitenkin muodollisen ja virallisen otteen haastateltavaan, eikä pyri tuomaan tätä tuttavallisesti lukijan lähelle. Asiallinen, virallinen puhuttelu antaa haastateltavasta uskottavan ja vakavastiotettavan kuvan. Vaikka hän vapaa-aikanaan ajaa formuloilla, hän ei ole esimerkiksi ralli-Jukka tai formulapankkiiri, vaan neutraalin virallisesti Ylitalo.

11.3. Kymmenen vuoden historiallinen ura

Haastateltavan urakehityksestä teksti luo menestyksekkään kuvan. Hänen kokemustaan korostetaan ja väliotsikossa hänet nostetaan *alan veteraaniksi* 35-vuotiaana.

Vaikka Ylitalo on vasta 35-vuotias, hän on ehtinyt elää koko arvopaperimaailman nykyl historian Arctosissa ja FIMissä. Arctosia Ylitalolla edelsi puolen vuoden jakso Kauppalehden toimittajana. Ylitalon työhistoriaan mahtuvat siten kasinokauden viltteimmät vuodet, lama ja markkinoiden uusi nousu.

Työuran kuvaaminen historiaksi antaa haastateltavasta kokeneen kuvan. Käytännössä hän on ehtinyt olla työelämässä noin kymmenen vuotta, mikä ei ajanjaksona tuntuisi kovin vakuuttavalta, ellei teksti kuvaisi tuota aikaa *koko arvopaperimaailman nykyl historiaksi*. Lisää uskottavutta kokemukselle tuovat *työhistorian* aikana tapahtuneet toimintaympäristön suuret muutokset, villit kasinovuodet ja lama. Uravalintaa selittäviksi ja toimialaa määritteleviksi tekijöiksi tekstissä nousevat raha ja ahneus.

*Nuoria ammattilaisia ajaa jaksamisen rajoille saakka ahneus, halu saada hilloa. Ylitalo sanoo saman ahneuden vetäneen hänetkin pääomamarkkinoiden pariin.
- Tässä ammatissa ahneus on välttämätön ominaisuus.*

Kulttuurisena käsitteenä ahneus ei ehkä ole kovin arvostettu ominaisuus, mutta tässä yhteydessä sitä perustellaan välttämättömyytenä ja siten se nousee hyveeksi. Ellei tekijöitä

määriteltäisi *nuoriksi ammattilaisiksi*, vaan pelkästään nuoriksi, joita ajaa jaksamisen rajoille ahneus, toiminnasta saisi ehkä vähän holtittoman ja vastuuttomankin kuvan. Mutta kun kyseessä ovat ammattilaiset, jotka uurastavat kaikkensa toteuttaaksen toimialan perustehtävää, jaksamisen rajoille vievä ahneus näyttäytyy lähes positiivisena työskentelytapana.

Jutun otsikossa ja tekstin kärjessä haastateltavan yllättävää työurasta luopumista perustellaan perheellä:

FIM Pankkiiriliikkeen 35-vuotias toimitusjohtaja Jukka Ylitalo yllätti viikko sitten ympäristönsä kertomalla jättävänsä tehtävänsä.

”Päätin vain vaihtaa toimitusjohtajuuden perheeseeni ja kiireettömämpään elämään”, Ylitalo perusteli yhteistyökumppaneilleen.

Haastateltava esiintyy itse oman elämänsä päähenkilönä, joka tekee päätöksen elämänmuutoksesta. Se että asiaa on täytynyt perustella yhteistyökumppaneille, antaa kuvan ettei toimitusjohtajuuden jättäminen tällä tavalla ole tavanomaista. Kun toimitusjohtajuus *vaihdetaan* perheeseen, perhe esiintyy ikäänkuin työn vastakohtana, eikä osana aiempaa elämää. Myöhemmin tekstissä nousee uranvaihdokselle esiin myös muita syitä.

Työtahti pankkiiriliikkeissä on varsinkin viime vuosien aikana ollut armottoman kova. Se pisti Ylitalonkin kypsyttelämänsä tekemäänsä päätöstä puolisen vuotta.

– Huomasin asenteeni muuttuneen flegmaattisemmaksi. En enää jaksanut innostua uusista asioista samalla tavoin kuin aikaisemmin. Työnteko ei ollut nastaa, vaan muuttui velvollisuudeksi.

– Jatkaminen entiseen tapaan ei olisi ollut lojaalia organisaatiota kohtaan.

Tätä tekstikatkelmaa voisi luonnehtia talouselämän kulttuurirakenteeseen paremmin sopivaksi kuin perheestä puhumista. Vaikka teksti käsittelee haastateltavan omia tuntemuksia, niitä lähestytään analyttisesti ulkopuolisen tarkkailijan silmin *huomasin asenteeni muuttuneen flegmaattisemmaksi*. Omia tunteita ei peilata itsen, vaan organisaation kautta: *jatkaminen entiseen tapaan ei olisi ollut lojaalia organisaatiota kohtaan*. Uran vaihtaminen perheeseen näyttäytyykin näin ei omana valintana, vaan uhrauksena organisaation edun vuoksi. Flegmaattinen työntekijä, joka tekee työtä velvollisuudesta, ei olisi ollut organisaation edun mukainen.

Jos työnteko olisi edelleen ollut nastaa, toimitusjohtaja ei ehkä olisi jättänytään työtään. Tämän jälkeen teksti siirtyy käsittelemään rahoitusalan yleisiä näkymiä ja Ylitalon

käsityksiä niistä, kunnes aivan jutun lopussa nostetaan esiin alkuperäisenä uranvaihdoksen motiivina esitetty perhe. Tekstissä mainitaan, ketä perheeseen kuuluu ja sen jälkeen esitetään uranvaihdoksen peruste:

Ylitalo ei halua herätä joku päivä kysymään itseltään, tunteeko lapsiaan ollenkaan.

Maaliskuusta lähtien suhde lapsiin ei ole ainakaan hänen töistään kiinni.

Haastateltava esiintyy perheensä osalta aktiivisena toimijana, joka *ei halua herätä kysymään itseltään tunteeko lapsiaan*. Muun perheen toiveita, mielipiteitä tai tarpeita uranvaihdoksen suhteen ei tuoda esiin. Isyys esiintyy tekstissä *suhteena lapsiin*, mikä määritelmänä antaa hieman etäisen kuvan vanhemmuudesta, mutta sopii ehkä talousjournalismin ajatusmaailmaan. Teksti luo kuvaa, jonka mukaan työnteko ja perhe-elämä eivät olisi yhteensovittavissa muutoin kuin luopumalla toisesta. Kun *maaliskuusta lähtien suhde lapsiin ei ole ainakaan hänen töistään kiinni*, voisi sanoman tulkita siten että maaliskuuhun asti suhde lapsiin on kuitenkin vielä töistä kiinni: Siihen asti työ on lasten edellä. Toisaalta kertojanäänen teksti antaa myös hiukan itsekeskeisen kuvan ylipäänsä suhtautumisesta perheeseen, jos suhde lapsiin ei ole *ainakaan hänen töistään kiinni*, niin kenen töistä se sitten voisi olla kiinni? Vaimonko töistä? Vai lasten omista menoista?

11.4. Kaikki on kiinni rahasta

Teksti esittää haastateltavan aktiivisena toimijana, joka tekee jopa hiukan sankarillisiakin ratkaisuja toisten hyväksi. Hän jättää toimitusjohtajuuden, koska *jatkaminen entiseen tapaan ei olisi ollut lojaalia organisaatiota kohtaan* ja siksi ettei *maaliskuusta lähtien suhde lapsiin ole ainakaan hänen töistään kiinni*. Ylitalon tekemistä kuvataan tekstissä verbeillä: *yllätti, perusteli, toivoo, ei halua puhua, antoi, on ollut, luopuu, jää, pitää, elää, on, suosisi, muistuttaa, sanoo, vetäytyi, sanoo, ei halua, ei halunnut, haluaa, aikoo, hankki, aikoo, ei suunnittele*.

Verbivalinnat luovat haastateltavasta määrätietoista kuvaa. Hän haluaa, aikoo ja suunnittelee, ja vaikuttaa tämän vuoksi päämäärätietoiselta toimijalta, joka tietää, mitä aikoo seuraavaksi tehdä ja tekee ratkaisunsa sen mukaan. Yrityksen kehitystä Ylitalon aikana kuvataan positiivisesti.

FIM on viime vuosien aikana kasvanut ja siitä on tullut tunnettu ja tunnustettu pankkiiriliike. Pörssivälittäjänä sen osuus on runsaan prosentin luokkaa, -mutta menestys on kasvattanut sen hallinoimia rahastoja, joiden yhteinen koko on jo suurempi kuin Mandatumin ja selvästi suurempi kuin Conventumin rahastojen koko.

Teksti käsittelee talouslehdille ominaiseen tapaan yrityksen omistusta, toimintaympäristön muutosta ja kilpailijoita. Haastateltavalle muotoutuu tekstissä asiantuntijan rooli, josta käsin hän analysoi osakemarkkinoiden tilannetta ja antaa sijoitusohjeita.

– Meneillään on silakkaparviefekti, jonka vaara on se että ihmiset ostavat hyvänä aikana liikaa kalliita osakkeita ja kurssien pudotessa he sitten hankkiutuvat niistä halvalla eroon.

– Riskejä pitää hajoittaa, ja rahastot ovat siihen helpoin tapa.

Haastateltavan omaa toimintaa yrityksessä käsitellään henkilöstöjohtamisen kautta, jossa hän esittelee omaa linjaansa. Vaikka pankkiiriliikkeen johtamiseen liittyvä tekstikatkelma kuvaa haastateltavan omaa johtamislinjaa, se on tulkittavaksi neuvoksi ja ohjeeksi laajemminkin.

Pankkiiriliikkeen kaltaisessa organisaatiossa henkilöstöjohtaminen ei ole aivan tavanomaista.

– Työntekijät ovat korkean tason asiantuntijoita ja motivoituneita tekemään työnsä.

Johtajan velvollisuus on valvoa, että he pitävät myös lomansa ja vapaa-aikaansa.

– Työntekijöillä pitää olla taiteellista vapautta ja sen tuomia mahdollisuuksia nauttia työstään, mutta heille pitää myös tarjota joustavia ratkaisuja, jotta esimerkiksi yhteydet perheisiin säilyvät.

Jaksamisen ja motivaation ylläpito on tällaisessa organisaatiossa tärkeää. Nuoria ammattilaisia ajaa jaksamisen rajoille ahneus, halu saada hilloa.

Pankkiiriliikkeen erikoislaatuista teksti perustelee sillä, että työntekijät ovat korkean tason asiantuntijoita ja motivoituneita työhönsä. On vaikea kuvitella nykytilanteessa organisaatiota, joissa työntekijät eivät tuntisi omaa alaansa, eivätkä olisi motivoituneita työstään. Teksti kuitenkin rakentaa pankkiiriliikkeestä jotakin erityistä ja poikkeavaa toimialaa, mikä osittain selittynee kevään 2000 teknologiahuumaisella ilmapiirillä, jossa pörssikurssit jatkoivat nousuaan ja teknologiaosakkeita jopa jonotettiin.

Pankkiiriliikkeen työntekijöiden asiantuntijuuden korostaminen liittyy osittain myös tähän. Osakediilereitä pidetään helposti kokemattomina rahanahneina juppeina, jotka ottavat toisten rahoilla isoja riskejä. Alasta saa uskottavamman kuvan, jos heidät esitetäänkin motivoituneina korkean tason asiantuntijoina. Tekstiin sisältyvä perhekäsitys on jälleen mielenkiintoinen: Työntekijöille on tarjottava joustavia ratkaisuja, *jotta esimerkiksi yhteydet perheisiin säilyvät*. Työ näyttäytyy tässä elämän pääasiallisena sisältönä, johon on tehtävä jotakin poikkeuksellisia ratkaisuja, jotta perheisiin säilyisi edes yhteys.

Tekstissä esitetyn perhemallin, jossa perheeseen pidetään yhteyttä ja lapsiin suhdetta, voisikin kuvitella helposti kuvaavan yhtä yhteistyökumppania. Perhe esiintyy ikäänkuin

yhtenä yhteistyötahona, johon säilytetään yhteys, eikä osana laajempaa elämänmallia. Haastateltavan asiantuntijan rooli ulottuu myös perhe-elämän puolelle, sillä hän kannustaa tekstissä myös muita ihmisiä tekemään saman ratkaisun kuin itse on tehnyt.

Kun ero tuli julkisuuteen, täytyi Ylitalon sähköposti.

– Puolet viesteistä sisälsi sanoman: olen itekin ajatellut tehdä näin.

Ylitalo toivoo, että moni viestin lähettäjä uskaltautuisi tekemään saman ratkaisun kuin hänkin. Yhä useammalla siihen on myös varaa.

Myöhemmin tekstissä hän suosittelee ihmisille myös sapattivapaata, jonka itse käytti vuonna 1995 ennen nimitystään FIMin toimitusjohtajaksi.

Sen ajan perhe asui Yhdysvalloissa.

– Sapattivapaalta löytyi uusi kipinä työntekoon. Tätä ratkaisua olen valmis suosittelemaan kaikille. Sen toteuttaminen ei lopulta ole niin kallista.

Kiinnostavaa on, että molemmat neuvot perustellaan rahalla. Yhä useammalla on varaa jättää työnsä, eikä sapattivapaankaan toteuttaminen ole lopulta niin kallista. Teksti ikäänkuin arvottaa elämän valintoja rahan kautta: Yhä useammalla on varaa perheeseen ja elämään työn ulkopuolella.

11.5. Kilpailuhenkinen perheenisä

Raha näyttäytyy tekstissä keskeisimpänä arvona ja motivaation lähteenä. Vaikka jutun otsikosta voisi päätellä, että teksti käsittelee perheen pariin siirtymistä, suurin osa tekstistä analysoi rahoitusmarkkinoiden tilannetta ja pankkiiriliikkeiden toimintaa. Perhettä ja haastateltavan yksityiselämää käsitellään vasta jutun viimeisessä kappaleessa, jossa esitellään hänen perheensä:

Ylitalolla on kolme tytärtä: 10-vuotias Jade, 7-vuotias Elena ja 2-vuotias Lala. Hänen vaimonsa Satu Väkiparta valittiin viime kunnallisvaaleissa nuorsuomalaisten listoilta Helsingin kaupunginvaltuustoon.

Puolison ammattia ei tekstissä mainita, eikä hänen työhönsä tai elämäntilanteeseensa viitata muutenkaan, vaikka yhdeksi haastateltavan uranvaihdoksen syyksi on mainittu tarve olla enemmän lasten kanssa. Tekstin voi katsoa rakentuvan perinteisen henkilöhaastattelumallin mukaisesti niin, että työasiat käsitellään ensin ja vasta lopussa otetaan esiin yksityiselämä; perhe ja harrastukset.

Perheen lisäksi esteetikko Ylitalo haluaa omistaa aikaansa arkkitehtuurille.

Kilpailuhenkisyttään hän aikoo toteuttaa formulan ratissa.

– Nautin kilpailemisesta, vaikka huipulle ei enää tämän ikäisenä kannatakaan ryhtyä yrittämään.

Rahan ja sijoitusten markkinoilla toimivilla on omat harrastuksensa ja kokoontumisensa. Näihin piireihin Ylitalo aikoo säilyttää tuntumansa mm. Casino RAY:n pokeri-illoissa.

Harrastusten kautta tuodaan esiin haastateltavan kilpailuhenkisyttä, joka talouselämässä on arvostettu ominaisuus. Vaikka haastateltava jää työelämästä pois, se ei tarkoita etteikö hän kilpailisi ja pelailisi rahapiireissä edelleen. Kilpailuhenkisyys esitetään ominaisuutena, jota on päästävä toteuttamaan, vaikka sitten formulan ratissa.

11.6. Kolmen alan asiantuntija

Toimitusjohtaja Jukka Ylitalon haastatteluteksti kietoutui vahvasti rahan ympärille. Haastateltava esiintyy tekstissä pankkiiriliikkeen toimitusjohtajana ja rahamarkkinoiden asiantuntijana. Hänen asiantuntija-asemaansa korostetaan esittämällä 35-vuotiaan haastateltavan työura *koko arvopaperimaailman nykyhistoriana* ja painottamalla tämän monipuolista kokemusta eri markkinatilanteissa. Haastateltavaa puhutellaan tekstissä virallisesti sukunimellä, mikä antaa sanomalle toisenlaista uskottavuutta kuin etunimellä puhuttelu olisi antanut.

Asiantuntija-asemastaan käsin haastateltava esittää neuvoksi tulkittavia näkemyksiään kolmesta eri näkökohdasta: osakemarkkinatilanteesta yleensä, pankkiiriliikkeiden henkilöstöjohtamisesta ja perhe-elämän merkityksestä. Tärkeimpinä motivaation lähteinä tekstissä esiintyvät raha, kilpailu ja jaksamisen rajoille vetävä ahneus. Omia tunteitaan haastateltava peilaa ikäänkuin ulkopuolisen silmin: *Huomasin asenteeni muuttuneen flegmaattisemmaksi. En enää jaksanut innostua uusista asioista samalla tavoin kuin aiemmin.* Merkittäväksi elämänmuutoksen syyksi nousee lojaliteetti omaa organisaatiota kohtaan, ei siis esimerkiksi lasten tai perheen tarpeet, vaikka uranvaihdosta kuvataankin siirtymiseksi perheen pariin. Haastateltava esiintyy tekstissä aktiivisena ja määrätietoisena toimijana, joka tekee tietoisia ratkaisuja omien halujensa perusteella. Häneen liitetään usein määrätietoisia ja tulevaisuuteen suuntautuvia verbi-ilmaisuja kuten *haluta, aikoa ja suunnitella.*

12 Työura etenee - nimityshaastattelut johtajuuden kuvaajana

Neljän laajan henkilöhaastattelun lisäksi analysoin kuusi tekstimäärältään pienempää nimityshaastattelua. Nimityshaastattelujen analyysissä tavoitteeni on tarkastella vielä uudelleen neljässä analysoimassani johtajahaastatteluissa havaitsemiani mielestäni selvästi sukupuolittuneita piirteitä:

- 1) Esiintyvätkö naiset tekstissä toiminnan kohteena, mutta miehet aktiivisina toimijoina?
- 2) Käsitelläänkö naisten haastatteluissa rahaa ja liiketoiminnan tavoitteita lainkaan?
- 3) Esitetäänkö miehet toimialan asiantuntijoina, naiset sukupuolensa edustajina?

Nimitysuutiset ovat talouslehtien perusaineistoa. Osa uuteen työhön siirtyvistä mainitaan vain tekstissä, mielenkiintoisemmista uranvaihtajista talouslehdet tekevät kuvallisen pienen haastattelun. Käytännössä haastateltavat ovat joko korkeassa johtavassa asemassa olevia henkilöitä, tai muuten ennestään julkisuudessa tunnettuja kasvoja, esimerkiksi entisiä ammattiurheilijoita jotka siirtyvät siviilityöhön.

Nimityshaastattelut ovat työni kannalta erityisen mielenkiintoisia siksi, että niissä kuvataan työuran kehitystä, eli juuri sitä osa-aluetta, jossa naisilla näyttää olevan vaikeuksia. Nimityshaastattelut ovat tekstimäärältään tiiviitä, joten niihin on kiteytetty toimittajan mielestä olennaiset asiat. Taloussanomien jokaisessa lauantainnumeroissa on yksi nimityshaastattelu *Työ vaihtuu* -palstalla. Talouselämässä puolestaan nimityshaastatteluita voi olla 3-5 numeroa kohden *Nimestä nimeen* -sivuilla, lisäksi on pienempiä kuvattomia uutisia. Kauppalehti Optiossa ei nimityshaastatteluille ole varsinaista palstaa.

Aineistooni poimin yhteensä kuusi nimityshaastattelua: neljä Taloussanomista ja kaksi Talouselämästä. Kolme haastateltavista on naisia, kolme miehiä. Molemmissa lehdissä naispuolisten johtajien nimityshaastatteluja oli vaikea löytää kahden kuukauden otannasta. Taloussanomissa kahden kuukauden lauantainnumeroista vain yhdessä *Työ vaihtuu*-osastossa haastateltiin naista, Leonia-pankin uutta henkilöstön kehittämisjohtajaa. Talouselämän *Nimestä nimeen*-palstalla naisia esiintyi yleensä yksi numeroa kohden, mutta hekään eivät usein olleet toimitusjohtajia. Niinpä jouduin tekemään myönnytyksen alkuperäisestä tavoittestani, että kaikki haastateltavat olisivat olleet toimitusjohtajia: Mukana on myös miespuolinen yritys suunnittelujohtaja ja naispuolinen henkilöstön kehittämisjohtaja. Molemmat ovat kuitenkin johtavissa asemissa. Analysoimissani nimityshaastatteluissa haastateltavina ovat uudesta työpaikastaan:

Yrityssuunnittelujohtaja Vesa Silaskivi, 33, Elisa Communications Oy (tietoliikenne)
Edustuston päällikkö Lea Viinamäki, 33, VR-Yhtymä (kuljetus)
Toimitusjohtaja Jan-Henrik von Herzen, 41, Oy City Forum Ab (kiinteistöpalvelut)
Toimitusjohtaja Maija-Liisa Friman, 48, Vattenfall Oy (sähkö-, kaasu- ja vesihuolto)
Henkilöstön kehittämisjohtaja Sari Leskinen, 38, Leonia Pankki (rahoitus- ja vakuutus)
Toimitusjohtaja Jan Forsbom, 35, FIM Pankkiiriliike (rahoitus- ja vakuutus)

Taloussanomien nimityshaastattelut on kirjoitettu siten, että toimittajan kysymykset on kirjoitettu tekstiin ja haastateltavan vastaukset joka kysymyksen perään. Luultavasti kyseessä ovat siis puhelinhaastattelut. Näennäisestä avoimuudestaan huolimatta tekstiä on kuitenkin muokattu normaalin toimituksellisen prosessin mukaisesti, eli se ei ole ”koko totuus”. Haastateltavan ja toimittajan puhe on toimitettu sujuvaksi kirjakieleksi ja mahdollisesti joitakin kysymyksiä on jätetty lopullisesta versioista pois. Talouselämässä nimityshaastattelut on kirjoitettu perinteisen haastattelun tapaan, mutta joskus myös Talouselämässä toimittajan kysymyksiä on kirjoitettu suoraan tekstiin.

12.1. Tarjolla strategisen visionäärin rooli

Vesa Silaskiven nimitysuutinen Taloussanomissa (24/2000) on otsikoitu pääotsikolla *Strategi rikkoo rajojaan*. Yläotsikko selittää tarkemmin *Elisa Communications saa uuden yrityssuunnittelujohtajansa Valiolta*. Haastateltavan uutta työpaikkaa Elisa Communications Oy:tä kuvataan *raskaansarjan edustajaksi, joka on valmisutunut kiristyvään kotimaiseen kilpailutilanteeseen strategisilla yhteistyösuhteilla*. Haastateltavan uudesta työpaikasta luodaan tekstissä näin vakuuttavaa ja tulevaisuuteen hyvin varustautunutta kuvaa. Talousmaailmassa arvostetaan *raskaansarjan* yritystä, jolla on *strategia*. Silaskivelle on asetettu tekstissä viisi suoraa kysymystä, joihin hän vastaa.

Millaisena pidät telekommunikaatioalan kasvunäkymiä?

Millä keinoilla Elisa Communications ottaa ykkössijan Suomessa?

Mitä pidät tärkeimpänä haasteena 2000-luvun suuryrityksen strategian suunnittelussa?

Miten Elisa Communications valloittaa kansainvälisiä markkinoita?

Siirryt Valion palveluksesta telekommunikaatioalan huippupaikalle. Millä mielellä ja millä eväillä?

Kysymyssarjan voi katsoa edustavan talousmaailman kiinnostuksen kohteita puhtaimmillaan:

taloudellista kasvua, kilpailua ja voittoa. Ainoastaan viimeisessä kysymyksessä lähestytään haastateltavaa yksityisenä henkilönä, muut kysymykset suuntautuvat analysoimaan koko toimialan tulevaisuutta, yrityksen omaa kilpailukykyä ja siihen tähtäviä strategioita. Kysymysten kautta haastateltavalle rakennetaan asiantuntijan asemaa. Häneltä kysytään hänen näkemyksiään *millaisena pidät kasvunäkymiä, mitä pidät tärkeimpänä haasteena*. Haastateltavan olisi kysymyksenasettelujen perusteella mahdollista ottaa suuri visionäärin ja linjanvetäjän rooli. Hän myös vastaa kysymyksiin ja esittää näkemyksiään, mutta pyrkii vetämään profiiliaan vähän alemmaksi.

Millaisena pidät telekommunikaatioalan kasvunäkymiä?

– Toistaiseksi olen katsellut asioita vielä vähän sivusta, mutta esimerkiksi Elisan 30 prosentin vuosikasvua ei voi katsoa kuin kunnioituksella.

Haastateltava ei lähde hänelle tarjottuun suuren näkijän positioon, vaan luokittelee itsensä vielä vähän sivustaseuraajaksi. Elisan vuosikasvun kunnioittamista ei sen sijaan voi pitää nöyryyden merkinä, koska se on häivytetty passiivin muotoon *ei voi katsoa kuin kunnioituksella*. Jos pelkästään haastateltava ilmoittaisi kunnioittavansa tuollaista kasvua, voitaisiin se tulkita merkiksi siitä, ettei hän entisenä valiolaisena tunne kykenevänsä takaamaan vastaavaa kasvua jatkossa. Mutta kielteinen passiivimuoto vetää myös lukijan mukaan kunnioitukseen ja kasvattaa Elisan gloriaa entisestään – ei voi muuta kuin kunnioittaa. Sama osittainen ”jarrujen veto” toistuu haastattelussa myöhemminkin.

Mitä pidät tärkeimpänä haasteena 2000-luvun suuryrityksen strategian suunnittelussa?

– Oleellisinta on se, että jäykillä suunnittelumekanismilla, ja linjauksilla ei voi enää toimia, pitää olla herkkyyttä siirtyä suuntaan jos toiseenkin. Toimialaakin pitää pystyä tarvittaessa täsmentämään.

– Se taas asettaa melkoiset paineet suunnitteluprosessille. Mutta yhden ihmisen rooli tässä kaikessa on tietysti aika pieni.

Haastateltavalle tarjottiin taas kysymyksessä strategisen suunnannäyttäjän roolia. Hän esitti ensin näkemyksiään muuttuneesta tilanteesta tulevaisuuden suunnittelun suhteen, mutta palautti puheen maan pinnalle toteamalla *mutta yhden ihmisen rooli tässä kaikessa on tietysti aika pieni*. Toteamuksen voi tulkita pelkästään realistiseksi. Jos tekstissä todettaisiin *mutta yhden ihmisen rooli tässä kaikessa on pieni*, voitaisiin se tulkita avuttomuudeksi – hän ei voi vaikuttaa. Sen sijaan ilmaisu *mutta yhden ihmisen rooli tässä kaikessa on tietysti aika pieni*, korostaa pikemminkin yhteistyön merkitystä yritysjohtossa ja sen tekemissä linjaratkaisuissa.

Kysymysten kautta haastateltavalle rakennetaan tekstissä asiantuntijan roolia. Hän analysoi toimialan näkymiä, yrityksen kilpailijoita, kansainvälistymismahdollisuuksia ja tulevaisuuden strategioita. Kaikki yritysmaailman kannalta aivan keskeisiä kysymyksiä. Ainoastaan viimeinen kysymys *Siirryt Valion palveluksesta telekommunikaatioalan huippupaikalle. Millä mielellä ja millä eväillä?* lähestyy haastateltavaa henkilönä. Siihen hän ottaa kuitenkin osittain ulkopuolisen näkemyksen.

– Alan vaihto ei kauhistuta. Yrityssuunnittelijoiksi tullaan perinteisesti kahta väylää: joko ollaan alan asiantuntijoita tai sitten ollaan yrityssuunnittelun asiantuntijoita ja tutustutaan alaan. Itse edustan jälkimmäisiä.

Haastateltava ei ryhdy analysoimaan omaa mielialaansa ja tuntemuksiaan erityisen syvästi, vaan ottaa laajemman näkökulman siihen, kuinka yleensä ihmisen työura voi kehittyä. Tämän jälkeen hän liittää itsensä yrityssuunnittelun asiantuntijoiden ryhmään. Haastateltava on suhteellisen nuori, 33-vuotias. Hänen ikäänsä ei tekstissä kiinnitetä kuitenkaan huomiota, eikä sitä nosteta esimerkiksi kokemattomuuden merkiksi.

12.2. Kielitaito selittää menestystä

Sen sijaan Talouselämän (3/2000) Nimestä nimeen-palstalla on viikkoa aikaisemmin ollut VR:n Moskovan edustuston päälliköksi siirtyneen Vesa Silaskiven ikätoverin Lea Viinamäen, 33, nimityshaastattelu otsikolla *Venäjän taito avaa uran*. Hänet on tekstissä luokiteltu nuoreksi. Viinamäen haastattelutekstin alkaa:

Suomalaisyritykset ovat havainneet nuoret, kielitaitoiset naiset hyviksi Venäjän-toimintojen vetäjiksi. VR jatkaa tuttua linjaa: Moskovan edustuston päällikkönä aloittaa Tiina Mäkisen jälkeen filosofian maisteri Lea Viinämäki, 33.

Naiset on niputettu tekstissä mielenkiintoisella tavalla yhdeksi joukoksi. Suomalaisyritykset ovat tehneet naisista havaintoja, joiden perusteella nämä ovat Venäjällä hyviä kielitaitonsa vuoksi. Naiset esitetään passiivisesti toiminnan kohteena, ja yritykset aktiivisina toimijoina. Jostakin syystä työssään eteneviin nuoriin naisiin liitetään nykyisessä suomalaisessa diskurssissa lähes aina kielitaito. Nuorista, kielitaitoisista naisista puhutaan yhtenä ryhmänä. Hokema muistuttaa toista naiseen ja työelämään liittyvää tuttua nykypäivän luonnehdintaa *pätevä nainen*. Itse en muista kenenkään luonnehtineen miehiä päteviksi tai *nuoriksi, kielitaitoisiksi miehiksi*. Oletetaanko, että miehet puhuvat kieliä ilman muuta, vai etteivät he tarvitse niitä?

Näyttää siltä, että naiset sukupuolena niputetaan herkemmin. Kielitaidon korostaminen antaa vaikutelman, että se on käytännössä ainoa peruste palkata nainen. Se on naisten ainoa ”ase”. Ainakin Lea Viinamäen nimityshaastattelussa, jossa kielitaito esitetään hänen urakehitystään selittävävä tekijänä.

Venäjää pääaineenaan opiskellut Viinamäki on tehnyt uraa idänkaupassa valmistumisestaan lähtien. Viimeksi hän toimi idän liikenteen myyntipäällikkönä VR Cargon Itä-Suomen alueella. Nyt tehtäväksi tulee valvoa VR:n etuja IVY-markkinoilla ja syventää suhdetoimintaa esimerkiksi Venäjän rautatieministeriön kanssa.

Otsikko *Venäjän taito avaa uran* ja maininta venäjän pääaineopinnoista luovat kuvaa, että Viinamäki todellakin etensi työssään pelkästään kielitaidon ansiosta. Silloinhan kuka tahansa venäjäntaitoinen olisi voinut saada paikan. Tai pikemminkin venäjäntaitoinen nainen, sillä tekstin alussahan todettiin, että kun VR on kerran todennut naiset hyväksi Venäjän -toimintojen vetäjiksi, se valitsee taas naisen. Kielitaidon korostaminen ei välttämättä liity yksinomaan Viinamäen sukupuoleen, vaan johtunee osaltaan myös suomalaisten suhtautumisesta Venäjään ja venäjänkieleen. Harva Suomessa viitsii opetella venäjää, eikä se työskentely-ympäristönäkään ole kaikkein suosituin.

”Naiset ovat energisiä, jaksavat taistella täkäläisen byrokratian kanssa”, tarjoaa Viinamäki selitykseksi sukupuolensa menestykselle itänaapurissa.

Haastatteluteksti antaa vaikutelman, että suomalaiset naiset menestyisivät Venäjällä jotenkin erityisen hyvin. Ilmeisesti käsitys perustuu siihen, että samaan asemaan tulee nyt toinen nainen peräkkäin. Haastateltava on työskennellyt jo aiemmin idänliikenteen parissa. Silti häneltä ei nimityshaastattelussa kysytä mitään VR:n liiketoimintoihin liittyvää. Ei rahdin tai matkustajamäärien kehitystä tai niihin liittyviä tavoitteita. Haastateltava ei ylipäättään näyttäydy määrätietoisena toimijana, kun hänen uutta työtehtäväänsä kuvataan *Nyt tehtäväksi tulee valvoa VR:n etuja IVY-markkinoilla ja syventää suhdetoimintaa esimerkiksi Venäjän rautatieministeriön kanssa.*

Työ esitetään ikäänkuin ulkoapäin annettuna, mitä se tietysti tavallaan onkin *tehtäväksi tulee valvoa VR:n etuja*. Kuitenkin myös haastateltava olisi voinut kertoa jotakin siitä, mitä tavoitteita hänellä itsellään tai yrityksellä on tässä etujenvälvoonnassa. Haastateltavan työn motiiviksi ei kuitenkaan jutussa esitetä liikennemäärien kasvua ja taloudellista tulosta, vaan pikemminkin tutustuminen uuteen kulttuuriin. Teksti päättyy haastateltavan sitaattiin: *Päinvastoin, olen intoa täynnä, kun pääsen haasteelliseen työhön ja kunnolla tutustumaan uuteen kulttuuriin*. Osittain kulttuuriin tutustumisen merkityksen voi tulkita liittyvän

haastateltavan aiempaan puheeseen, jossa hän kritisoi tiedotusvälineiden Venäjistä antamaa yksipuolista kuvaa. Kuitenkin kulttuuriin tutustuminen esiintyy tekstissä ainoana työn motiivina, eikä siksi ole merkityksetön.

12.3. Kauppakeskus varustautuu kilpailuun

Sen sijaan Forumin kauppakeskuksen uuden toimitusjohtajan Jan-Henrik von Herzenin nimityshaastattelussa Taloussanomissa (13/2000) päästään taas asiaan, eli rahaan. Otsikkona on *Kauppakeskuksen uusi isäntä*, ja alaotsikko täsmentää *Jan-Erik von Herzen johtaa Forumin seuraaviin uudistuksiin*. Otsikosta alkaen haastateltavasta luodaan jämäkkää *isännän* kuvaa. On tulossa myös uudistuksia ja hän *johtaa* niitä. Uranvaihdosta kuvataan

Von Herzen siirtyi kymmenien tuhansien ihmisten kulkereitillä sijaitsevan kauppakeskuksen isännäksi paljon näkymättömämmältä alalta. Viimeksi hän johti Merck-konserniin kuuluvaa laboratorioalan jakeluyritystä Kebo Labia ja sitä ennen lääkeyhtiö SmithKline Beechamin Suomen-yhtiötä.

Sen että uusi työpaikka on *kymmenien tuhansien ihmisten kulkereitillä*, voi tulkita positiiviseksi luonnehdinnaksi, jonka tarkoitus on vakuuttaa että kysessä on kovan luokan kauppapaikka. Haastateltavan aiempaa toimintaa kuvataan verbillä *johti*, mikä antaa kokeneen ja määrätietoisien vaikutelman. Haastateltavalle esitetään tekstissä kahdeksan suoraa kysymystä. von Herzeniltä kysytään:

Miksi lähdit Forumiin?

Forum 70 miljoonaa markkaa maksanut laajennus valmistui syksyllä. Miten teillä menee?

Näkykö laajennuksen valmistuminen jo myyntiluvuissa?

Millaista myyntiä odotat tältä vuodelta?

Mitä pidät Forumin pahimpina kilpailijoina?

Ainakaan ulospäin Forum ei voi kasvaa, sillä tontti on täyteen rakennettu. Miten aiotte pärjätä kilpailussa kuluttajien rahoista?

Mikä liike Forumista vielä puuttuu?

Mitä kuuluu omaan vapaa-aikaasi?

Ainoastaan ensimmäinen ja viimeinen kysymys liittyvät haastateltavaan henkilöönä. Muut kysymykset käsittelevät liiketoiminnan tavoitteita: Forumin myyntiä, kasvumahdollisuuksia ja varustautumista kilpailuun. Varsin tyypillisiä ja odetettavissa olevia kysymyksiä

talouslehden nimityshaastattelussa. Vai ovatko sittenkään?

12.4. Energiamarkkina väistyy sukupuolen tieltä

Kun mennään niinkään kokeneen toimitusjohtajan Maija-Liisa Frimanin nimityshaastatteluun Talouselämässä (1/2000), liiketoiminta loistaa poissaolollaan. Friman siirtyy energiayhtiö Vattenfall Oy:n toimitusjohtajaksi rakennusmateriaalivalmistaja Gyproc Oy:n toimitusjohtajan paikalta. Haastattelu on otsikoitu *Friman pani itsensä likoon*. Hänen nimityshaastattelussaan ei kysytä tai kerrota mitään sen enempää Gyprocin kuin Vattenfallinkaan tuloksesta tai tavoitteista. Friman nimettiin energiayhtiö Vattenfalliin ensimmäiseksi suomalaisjohtajaksi samaan aikaan kun energiayhtiöiden omistus oli Suomessa kovassa myllerryksessä. Mutta häneltä ei kysytä mitään energiemarkkinoiden kehitysnäkymistä tai Vattenfallin omistusstrategioista. Sen sijaan Frimanilta kysytään:

Onkohan sukupuolesta haittaa vai etua?

”Olen koko ikäni ollut nainen, paremmasta tai huonommasta en tiedä”, kuittaa Friman suostumatta pohtimaan sukupuolirooleja.

Teksti ei tyydy tähän, vaan jatkaa teemaa edelleen esittämällä omia arvioitaan haastateltavan sukupuolikäsityksistä.

Frimanin käsitystä naisten urakehityksestä selittää kuitenkin ehkä hänen yleinen

kommenttinsa: ”Olisi hyvä, että ihmiset panisivat itseään enemmän likoon näkymällä ulospäin ja samaistumalla yritykseensä”.

Kertojanäänen tulkinnan taustalla lienee oletus siitä, että nimenomaan naiset eivät sitoudu yrityksiin, eivät laita itseään likoon, eivätkä samaistu yrityksensä tavoitteisiin. Vaikka Friman ei näin tekstissä sano, kertoja haluaa kuitenkin esittää hänen sanomansa moitteena omaa sukupuoltaan kohtaan. Teksti jatkuu Frimanin aiemman työuran kuvailuna.

Lannoitteiden ja pigmenttien parista hän hyppäsi kipsilevyjä valmistavaan Gyprociin, josta huhtikuun alussa - Gyprocin tilikauden päätyttyä; tyypillistä Frimania – siirtyy Vattenfalliin.

Väliin sujautettu luonnehdinta *tyypillistä Frimania* on kiinnostava. Sen voisi tulkita yleensä kuvaavan hänen tunnollista luonnettaan (kulttuurisesti naisiin liitetty piirre), tai sen voisi tulkita liittyvän aiempaan kommenttiin, jossa haastateltava peräsi ihmisiltä (kertojan tulkinnan mukaan naisilta) lisää samaistumista yritykseensä. Jälkimmäisen tulkinnan puolesta puhuu

tekstin jatko:

Muutokseen sopeutumista, muutoksen hallintaa ja kokemustaustansa monipuolisuutta Friman pitää vahvuutenaan työelämässä.

”Vaikka ei työtä ja elämää pitäisi yrittää erottaa. Aika on ainut demokraattinen hyödyke ja sitä on aivan tarpeeksi siihen, mihin sitä haluaa käyttää.”

Aiemman tekstin valossa viimeinen sitaatti on edelleen ymmärrettävissä jatkokeskusteluksi naiset johtajina-teemaan. Talvella 2000 julkisuudessa käytiin kiivasta keskustelua työn ja perheen yhteensovittamisesta, jossa etenkin naisilla on vaikeuksia. Niinpä viimeisessä sitaatissa esitetty näkemys elämästä *aika on ainut demokraattinen hyödyke ja sitä on aivan tarpeeksi siihen, mihin sitä haluaa käyttää* vaikuttaa edelleen naisten uraongelmien torppaamiselta. Aikaa on jokaisella juuri siihen mihin haluaa sen käyttää.

Lause saattaa yhtä hyvin kuvata varsin viattomasti vain haastateltavan omaa suhdetta ajankäyttöön, mutta tekstissä aiemmin esitetty ajatusrakennelma siitä, että haastateltavan yleiset kommentit olisi tulkittavissa samalla hänen käsityksekseen naisten urakehityksestä, johdattaa lukijan myös tässä samaan päätelmään. Nimityshaastattelu päättyi haastateltavan harrastusten ja aviomiehen, Kemiran finanssi- ja viestintäjohtaja Kaj Frimanin esittelyyn. Tämä olikin ensimmäinen käsittelemäni nimityshaastattelu, jossa puoliso mainittiin nimeltä.

12.5. Pankin kallis kouluttaja

Myös viidennessä käsittelemässäni nimityshaastattelussa juttu päättyi harrastusten ja perheen (jos koiraa voidaan sellaiseksi laskea) esittelyyn. Kysessä on Taloussanomien (19/2000) Työ vaihtuu-osasto ja Leonian henkilönkehittämispäällikkö Sari Leskisen haastattelu otsikolla *Valtionpankin valmentaja* ja alaotsikolla *Sari Leskinen johtaa Leonian henkilöstön kehittämisestä* (po. kehittämistä). Alaotsikon *johtaa* saa näin loppumetreillä piristymään: Olen tätä ennen käynyt läpi neljän naisjohtajan haastattelut ja tämä on ensimmäinen teksti missä naispuoliseen haastateltavaan liitetään johtaa-verbi. Aiemmin haastateltava on toiminnut erilaisissa päällikkötehtävissä Leoniassa, hänen uusi työnsä on koko pankissakin uusi. Haastateltavalle esitetään tekstissä kuusi suoraa kysymystä:

Vaihdot numerot ja rahat ihmisiin. Miltä maisemavaihdos tuntui?

Leonia on hiljattain palkannut 200 uutta työntekijää. Mitä tämä merkitsee henkilöstön kehittäjälle?

Mitä uusien työntekijöiden valmennus maksaa pankille?

Mihin suuntaan haluaisit pankin henkilöstön kehitystä viedä?

Miten pankkihenkilöiltä vaadittavat valmiudet ovat viime vuosina muuttuneet?

Miten henkilöstön kehitysjohdajalla on tapana kehittää itseään?

Kysymyksistä kaksi ensimmäistä ja viimeinen kohdistuvat haastateltavan henkilöön itseensä: Miltä tuntui, mitä se sinulle merkitsee, kuinka itse kehität itseäsi. Kolme muuta kysymystä koskevat työtä yleensä. Toinen kysymys *mitä tämä merkitsee henkilöstön kehittäjälle* on kiinnostava. Eija Malmivirran ja Ulla Tillander-Godenhielmin haastattelussa (kappaleet 8.4. ja 10.4.) havaitsin, että naisen ja työn suhteessa työ näyttää olevan se ulkoinen määrittäjä, joka kohdistuu naiseen. Sen sijaan että nainen omalla toiminnallaan veisi työtä ja yritystä haluamaansa suuntaan, suhde kääntyykin naisen sisimmän pohdiskeluksi: Työsi on tuollaista, miten koit sen, mitä se sinulle merkitsee. Kysytään siis, mitä työ tekee sinulle, eikä mitä sinä teet työlle.

Aiemmissa teksteissä olen kritisoinut sitä, ettei naisilta kysytä mitään työstä. Nyt kysytään, mutta kysymykset eivät ole niin viattomia miltä päältä päin näyttävät. Kysymyksessä *Mitä uusien työntekijöiden valmennus maksaa pankille?* päästään lopulta naisen kanssa puhumaan rahasta, mitä aiemmissa teksteissä ei ole tapahtunut. Mutta sen sijaan, että talouslehtien tavalliseen tapaan ruodittaisiin tulosta ja kasvunäkymiä, kysytäänkin mitä se maksaa. Kuinka kalliiksi työsi tulee, paljonko kulutat pankin rahaa. Ajatuksessa voi nähdä yhtymäkohtia luvussa 4.1. esittelemäni Allenin, Heinosen ja Pantzarin näkemykseen talouskeskustelun dualistisesta, sukupuolittuneesta ajatuksesta, jonka mukaan yksityinen sektori tuottaa ja julkinen sektori tuhlaa rahat. Sen sijaan että kysyttäisiin, kuinka paljon koulutus teille henkilöstön osaamisena tuottaa, mitä rahallisia tuloksia siltä odotatte, kysytään mitä se maksaa.

Kun haastateltavalta kysytään *Mihin suuntaan haluaisit pankin henkilöstön kehitystä viedä?* voi sen käsittää strategiseksi linjanvedoksi. Mutta miksi haastateltavalta ei kysytä mihin suuntaan *haluat* kehitystä viedä, vaan ehdollisesti mihin suuntaan *haluaisit*. Onko niin, että nainen ei voi samaan tapaan aktiivisesti haluta toimia tiettyyn suuntaan kuin mies. Vaan häneltä täytyy kysyä kuin lottokansalta: ”Mitä tekisit jos voittaisit miljoonan?” Mihin suuntaan haluaisit kehittää henkilöstöä, jos olisit henkilöstön kehitysjohdaja? Palatakseni tekstiin, Sari Leskiseltä kysytään ja hän vastaa:

Mihin suuntaan haluaisit pankin henkilöstön kehitystä viedä?

– Henkilöstön kehittäminen pitää nähdä osana pankin liiketoimintastrategian toteuttamista. Keskeistä on tarvittavan ydinosaamisen määrittely sekä henkilökohtaisten osaamistavoitteiden sopiminen osana kehityskeskustelua.

Eli myöskään haastateltava ei sano suoraan, mihin suuntaan hän haluaisi kehittämistä viedä,

vaan toteaa että se pitää nähdä osana liikestrategiaa. Perustelun voi tulkita liittyvän edelliseen kysymykseen, jossa kysyttiin valmennuksesta aiheutuvia kuluja. Tässä kysymyksessä ikäänkuin jatketaan edelliseen kysymykseen vastaamista, jossa puhuttiin ainoastaan kuluista, mutta ei perusteltu niitä. Haastateltavalta ei kuitenkaan kysytä mitään liiketoimintastrategioihin tai pankin kilpailukykyyn liittyvää. Hän ei myöskään pääse kertomaan pankkitoimialan muutoksista tai tulevaisuudenhaasteista yleensä, vaan teksti keskittyy Leonian seinien sisälle.

12.6. Pankkiiriliikkeen tavoitteellinen johtaja

Viimeinen tarkastelemani haastattelu liikkuu niinikään rahan maailmassa. Pörssin toimitusjohtaja Jan Forsbom siirtyy FIM Pankkiiriliikkeen toimitusjohtajaksi. Muutosta kuvataan otsikolla *Tori-isännästä kauppiaksi*, jota selventää alaotsikko *Jan Forsbom siirtyy pörssistä pankkiiriliikkeeseen*. Hänen urakehityksensä kuvaaminen antaa vaikutelman aikaansaavasta ja menestyneestä johtajasta. *Oikeustieteen kandidaatti on ehtinyt hyödyntää sekä juristinkoulutustaan että MBA-tutkintoaan myös Ruotsin pörssissä ja parissa pankkiiriliikessä. Uransa aikana Forsbom on rakentanut parikin uutta markkinapaikkaa. Pari pankkiiriliikettä ja pari uutta markkinapaikkaa luo keveätä vaikutelmaa: Tälle miehelle kaikki on helppoa, häneltä onnistuu. Forsbomille esitetään tekstissä kymmenen suoraa kysymystä:*

Miksi lähdet pörssistä?

Turhauduitko Helsingin ja Frankfurtin välisen yhteistyön takkuamiseen?

Koska myös käteiskauppayhteistyö toteutuu?

Hex on viime aikoina menettänyt useita keskeisiä osajia. Miksi ihmiset haluavat sieltä pois?

Miten aiot FIMiä kehittää?

Onko FIMin internet-välityksen perustaminen siis ensimmäinen päätöksesi?

FIM on suomalaisilla markkinoilla pieni tekijä...

... pärjääkö se itsenäisenä?

Tuleeko sinusta FIMin omistaja?

Miltä oma salkkusi nykyään näyttää?

Haastattelukysymykset ovat edelliseen Leonian henkilöstön kehittämispäällikön haastatteluun verrattuna suoria ja aggressiivisiakin. Jan Forsbomilta kysytään suoraan *miksi*

lähdet pörssistä?, kun taas Sari Leskiselä esitetty samantyyppinen kysymys pehmenettiin kohdistumaan hänen tunteisiinsa – *miltä maisemanvaihdos tuntui?* Forsbomille esitetyt, varsin suorasukaiset kysymykset vaativat häneltä selityksiä ja linjanvetoja – *miksi lähdet, turhautitko, koska käteiskauppa toteutuu?* Kysymyksiin on samalla sisäänrakennettuna oletus siitä, että haastateltavalla on tieto ja mahdollisuus vastata kysymyksiin. Näen Forsbomin haastattelussa yhtäläisyyksiä ensimmäiseen Elisa Communicationsin yrityssuunnittelujohtajan nimityshaastatteluun (luku 12.1.), jossa kysymyksissä hänelle rakennettiin niin vahvaa tietäjän positiota, että haastateltava joutui itse vetämään jarruja.

Turhauduitko Helsingin ja Frankfurtin yhteistyön takkuamiseen?

– *Ei minulla ole turhaumia. Luulen, että prosessia voi arvioida vasta vuoden lopulla, kun esimerkiksi likviditeetti on saatu Eurexiin.*

Koska myös käteiskauppayhteistyö toteutuu?

– *Luulen, että kuvio selkeytyy olennaisesti tämän vuoden aikana.*

Vaikka haastateltava esiintyy tekstissä asiantuntijan roolissa ja kommentoi pörssin näkymiä, hän pehmentää arvioitaan määrittelemällä ne luuloiksi. *Luulen, että kuvio selkeytyy ja luulen, että prosessia voidaan arvioida* tuovat esiin näkemyksiin liittyvät epävarmuustekijät ja antavat vaikutelman, ettei haastateltava usko kuitenkaan välttämättä näin tapahtuvan. Nimityshaastattelu esittää haastateltavan aktiivisena toimijana, joka vetää linjoja ja tekee päätöksiä. Hänen epäillään *turhautuneen* nykyisen työpaikan takkuiluihin, eikä esimerkiksi pettyneen. Pettymys ilmentäisi turhia toiveita ja liiallisia optimismia, kun taas turhautuminen luo kuvaa eteenpäin menevästä, dynaamisesta johtajasta, joka ei halua jäädä takkuilemaan.

Forsbomille esitetty kysymys *miten aiot FIM:iä kehittää?* tuntuu aivan luonteelta kysymykseltä uudelle toimitusjohtajalle. Johtajan tehtävä on kehittää yritystä. Kuitenkin Sari Leskiselä (luku 12.5.) esitettynä kysymys kääntyi toisin päin: Leoniaan oli palkattu 200 uutta työntekijää ja kysyttiin, *mitä tämä merkitsee henkilöstön kehittäjälle?* Samalla tavoin ajateltuna Forsbomilta olisi voinut kysyä vaikkapa että: *sijoitusmarkkinat ovat muuttuneet rajusti, mitä tämä merkitsee pankkiiriliikkeen toimitusjohtajalle?* Ajatuskulku näyttää kuitenkin etenevän siten, että tässä tapauksessa toimitusjohtaja johtaa muutosta, eikä muutos toimitusjohtajaa. Haastateltava kuvailee FIMin strategioita ja kumoaa epäilyt pankkiiriliikkeen markkinaosuuden pienuudesta.

FIM on suomalaisille markkinoilla pieni tekijä...

– *Käteiskaupassa meillä on kyllä vain prosentin markkinaosuus, mutta komissioista suurempi.*

... pärjäkö se itsenäisenä?

– FIMin strateginen tavoite on ollut orgaaninen kasvu. Omaisuudenhoidossa ja rahastoissa yhtiö on jo keskisuuri osapuoli. Luulen, että markkinoilla on tarvetta kotimaiselle toimijalle, jolla on hyvä paikallistuntemus. Kasvu on tietenkin tavoite myös välitystoiminnassa, mutta volyymin kasvu ja kannattavuus ovat kiinnostavampia lukuja kuin välitystoiminnan markkinosuus.

Ensinnäkin haastateltava antaa pankkiiriliikkeestä suuremman kuvan miltä se markkinaosuuksien perusteella näyttää – komissioissa yritys on suurempi. Hän ei kuitenkaan tuo esiin kuinka suuri. Luultavasti luku olisi ollut prosentteina vain muutama prosentti, joten sen mainitseminen olisi heikentänyt uskottavuutta. Hän perustelee toimintaa valitulla strategialla, orgaanisella kasvulla, joka tehnyt yrityksestä jo keskisuuren osapuolen muutamissa toiminnoissa. Kilpailuvaltteina hän mainitsee kotimaisuuden tuoman paikallistuntemuksen. Vasta näiden perustelujen jälkeen tuodaan esiin että kasvu on tavoitteena, mutta sen jälkeen vielä painotetaan ettei markkinaosuus lopulta olekaan niin kiinnostava luku, kuin volyymi ja kannattavuus. Haastattelu antaa yrityksestä uskottavan ja luotettavan kuvan. Yrityksen pienuutta perustellaan strategioilla ja muilla paremmilla luvuilla, joita ei kuitenkaan tuoda esiin.

Kiinnostavaa on, että ainoa Forsbomille esitetty yksityiselämään liittyvä kysymys kohdistuu hänen omaan sijoitussalkkuunsa ja sen sisältöön. FIM pankkiiriliikkeen edellinen toimitusjohtaja, Forsbomin 35-vuotias ikätoveri Jukka Ylitalo (luku 11) erosi tehtävästään perhesyiden takia. Tähän ei viitata nimityshaastattelussa kertaakaan, vaikka Ylitalon ero herätti paljon huomiota ja se nähtiin suomalaisessa yhteiskunnassa jonkinlaisena muutoksen merkinä. Siitä ei kuitenkaan ollut seurauksena laajamittaista isien kotiinpaluuta, vaan Ylitalo jäi ”yksittäistapaukseksi”. Voisi myös ajatella, että pörssin ja pankkiiriliikkeiden arvomaailmaan perhekeskustelu sopii huonosti, eikä sitä sen vuoksi ole haluttu seuraajan nimityshaastattelussa ottaa lainkaan esille, vaan tema ”haudataan” kaikessa hiljaisuudessa.

13. Aineiston yhteenveto

Talouslehtien johtajahaastattelujen tekstien analyysi osoitti, että naiset ja miehet eivät ole haastateltavina pelkästään määrällisesti eriarvoisia – heitä myös käsitellään teksteissä eri tavalla. Talouslehtien arvomaailmalle keskeistä on oma uskottavuus. Siksi haastateltavaksi pyritään löytämään arvovaltaisia kommentaattoreita ja suunnannäyttäjiä, joiden tehtävä on kertoa talouselämän tulevaisuuden näkymistä oman toimialansa perspektiivistä.

13.1. Asiantuntijan viitta miesten harteilla

Omassa aineistossani viidestä johtavassa asemassa olevasta naisesta kuitenkin yksikään ei päässyt haastattelussa asiantuntijan rooliin, jossa hän olisi voinut kertoa toimialansa näkymistä. Kokeneen kansainvälisen öljykaupan ammattilaisen Eija Malmivirran (luku 8) haastattelussa ei viitattu kertaakaan kansainvälisen öljykaupan näkymiin tai öljyn hintoihin, jotka haastattelun julkaisuajankohtana (tammikuu 2000) olivat jo rajussa nousussa. Vattenfall Oy:n uuden toimitusjohtajan Maija-Liisa Frimanin (12.4.) nimityshaastattelussa ei myöskään sanallakaan mainittu energiamarkkinoita, vaikka ne Suomessa sähkökilpailun vapauduttua olivat rajussa myllerryksessä ja monopolin purkautuminen oli saanut monet kunnat myymään omistuksensa nimenomaan Vattenfallille. VR:n Moskovan edustuston päällikön Lea Viinamäen (12.2.) nimityshaastattelussa ei kerrottu mitään matkustaja- tai rahtiliikenteen näkymistä, eikä A.Tillander Oy:n yhden omistajan ja entisen toimitusjohtajan Ulla Godenhiem-Tillanderin (10.) haastattelussa korumarkkinoista. Myöskään Leonian henkilöstön kehittämispäällikkö Sari Leskisen (12.5.) nimityshaastattelussa ei käsitelty pankkitoimialan kehitysnäkymiä, vaikka tekstissä kerrottiin kuinka pankkitoimihenkilöiltä vaadittavat valmiudet ovat viime vuosina muuttuneet. Kyseessä ei kuitenkaan ollut tulevaisuuden linjaus tai edes tämänhetkisen tilanteen analyysi, vaan lähinnä tapahtuneen kertaaminen.

Sen sijaan miespuolisille haastateltaville asiantuntijan ja näkijän viittaa istutettiin herkemmin: Kaikki viisi miespuolista johtajaa kertoivat tekstissä näkemyksiään omasta toimialastaan. Esimerkiksi pankkiiriliikkeen toimitusjohtajuuden perhe-elämäänsä vaihtaneen Jukka Ylitalon (11.) haastattelu keskittyi miltei yksinomaan rahoitusmarkkinoiden tämänhetken tilanteen ja siihen sisältyvien riskien analyysiin: *Riskejä pitää hajoittaa ja rahastot ovat paras tapa siihen*. Hänen perhe-elämäänsä käsiteltiin lyhyesti vasta aivan haastattelun lopussa, vaikka hän oli ilmoittanut jäävänsä työstään sapattivapaalle nimenomaan perheen takia. Elisa Communications Oy:n yrityssuunnittelujohtajan nimityshaastattelu keskittyi yrityksen strategoihin ja kansainvälistymiseen, Forumin toimitusjohtajan haastattelu kaupan kilpailuun, pankkiiriliikkeen toimitusjohtajan haastattelu sijoitusmarkkinoihin ja urheilumanagerin haastattelu urheilubisnekseen.

Näiden kymmenen haastattelun perusteella kahtiajako on ällistytävän selvä: Naisten haastatteluissa toimialan markkinanäkymään ei kiinnitetä mitään huomiota, miesten haastatteluissa se on päähuomion kohteena. Vaikka jo useissa aiemmissa sukupuolten julkisuuskuvaa tarkastelleissa tutkimuksissa on todettu että naiset ovat julkisuudessa pikemmin viihdyttämässä, kuin tuottamassa informaatiota, on mielestäni yllättävää, että

myös johtajanaiset näyttävät julkisuudessa olevan yhtä heikossa asemassa. Huolimatta siitä, että he ovat jo onnistuneet murtautumaan valtakurssiin, heitä ei kuitenkaan esitetä asiantuntijana tai muutoksen johtajina, vaan pikemminkin sukupuolensa edustajina.

13.2. Tuttavallinen puhuttelu tekee epäuskottavaksi

Asiantuntija-aseman rakentumisessa ei ole olennaista pelkästään se, mistä haastateltava puhuu, vaan myös kuinka häntä puhutellaan. Suomalaisessa työelämässä korrektiin puhuttelutapaan kuuluu henkilön puhuttelu koko nimellä tai tittelillä ja nimellä. Samaa käytäntöä noudatetaan yleensä myös journalismissa: Virallinen puhujakategoria antaa toisaalta uskottavuutta haastateltavalle ja on kunnioittavaa, mutta osoittaa myös tiettyä etäisyyttä tekstin kertojan, lukijan ja haastateltavan kesken. Tarkastelemisani lehtihaastatteluissa käytännöstä kuitenkin poikettiin kahden naishaastateltavan kohdalla. Haastateltavaa saatettiin kutsua öljyleidiksi, Suomi-neidoksi tai öljyrouvaksi. Toista haastateltavaa puhuteltiin tuttavallisesti Ullaksi koko haastattelun ajan. Pelkällä etunimellä puhuttelu arvovaltaisen talouslehden haastattelussa tekee haastateltavan epäuskottavaksi ja antaa tästä jopa hiukan naiivin kuvan. Rouvittelu, samoin kuin työttöly tai leidittelykään ei ole omiaan luomaan haastateltavasta vakavastiotettavaa kuvaa, vaan osoittaa Suomessa pikemminkin halveksuntaa.

Tuttavallinen puhuttelu ei kuitenkaan näytä liittyvän pelkästään naisiin, sillä myös yhtä nuorta miespuolista haastateltavaa kutsuttiin tekstissä toisinaan etunimellä Mikaksi. Hänen kohdallaan puhuttelu oli kuitenkin tilannesidonnaista: Suhteessa omaan liiketoimintaansa haastateltavaa puhuteltiin virallisesti sukunimellä ja käsiteltäessä sukuyhtiötä hänet esitettiin suvun vesana ja siihen liitettiin tuttavallinen puhuttelu etunimellä. Arvovallan ja asiantuntija-aseman vahvistamiseen voi liittyä myös henkilön työuran tai työpaikan kuvailua. Esimerkiksi 35-vuotiaan mieshaastateltavan asiantuntijuutta saatettiin korostaa kuvaamalla hänen työuransa *koko arvopaperimaailman nykyyhistoriana* tai haastateltavan uutta työnantajaa saatettiin luonnehtia *telealan raskaansarjan edustajaksi* ja hänen asemaansa *telekommunikaatioalan huippupaikaksi*. Toisaalta asiantuntijuutta saatettiin myös vähätellä luonnehtimalla haastateltavan olevan yksi *naisnimistä* tai hänen määriteltiin edustavan niitä *nuoria, kielitaitoisia naisia, jotka suomalaisyritykset ovat havainneet hyviksi Venäjän-toimintojen vetäjiksi*.

Henkilöiden puhutteluun liittyvänä mielenkiintoisena piirteenä havaitsin, että naispuolisten haastateltavien yhteydessä heidän puolisonsa mainittiin koko nimellä ja tittelillä, kun taas miesten haastatteluissa saatettiin vain todeta että heillä on perhe.

Kenenkään miehen kohdalla ei mainittu vaimon ammattia. Mitään laajoja yleistyksiä näin pienen aineiston kohdalla ei voi tehdä, mutta uskon että naisjohtajien aviomiesten esittely liittyy osaltaan naisen asemaan suomalaisessa yhteiskunnassa. Aviomiehen mainitseminen saattaa toisaalta liittyä käsitykseen siitä, ettei naisjohtajalla voi olla perhettä ja jopa siihenkin, että naisen asemaa yhteiskunnassa pyritään edelleen määrittämään aviomiehen kautta.

13.3. Naiset eivät puhu rahasta

Naisten ja miesten suhdetta työhön selitettiin teksteissä aivan eri tavalla. Yhdelläkään naisella työn pontimena tai toiminnan päämääränä ei näyttänyt olevan sen enempää raha kuin menestyminenkään. Sen sijaan miesten haastatteluissa oman toiminnan motiiviksi saatettiin suoraan esittää ahneus: *tässä ammatissa ahneus on välttämätön ominaisuus*. Myös kilpailu, näyttämisen halu ja liikevaihdon tai markkinaosuuksien kasvattaminen esitettiin eteenpäin vievinä ajatuksina: *Sohlberg aikoo nostaa Hongan budjetin nykyisestä neljästä miljoonasta 20 miljoonaan markkaan viidessä vuodessa*.

Naisten arvomaailmaan ahneus tai kilpailu eivät näyttäneet sopivan. Naisjohtajien työtä selitettiin muilla pontimilla, esimerkiksi uusilla ystävyysuhteilla tai esteettisillä arvoilla: *”Kun minulle esitettiin kauniista piirroksista koostuva kansio, tiesin heti että edessäni on harvinainen löytö”*. Myös hauskuus ja vapaus, tai kansainväliset kontaktit ja uuteen kulttuuriin tutustuminen ilmensivät suhdetta työhön: *”Yrittäjäksi ryhtyminen on ollut hauska kokemus”*. *”Päinvastoin, olen intoa täynnä kun pääsen haasteelliseen työhön ja kunnolla tutustumaan uuteen kulttuuriin.”* Ilmeisesti rahaa ja taloudellista menestystä avoimesti tavoitteleva, kilpailunhaluinen nainen ei sovi kulttuuriseen käsityksemme naisesta, vaan hänet koettaisiin negatiivisesti jonkinlaiseksi syöjättäreksi.

Vaikka miesten toimintaa kilpailuhengessään ja ahneudessaan kuvattiin avoimen positiivisesti, esiintyi niiden taustalla myös jonkinlaisena selittävänä tekijänä lojaalisuus ja velvollisuus. Oma pyrkyryys saatettiin kytkeä osaksi suurempaa tehtävää ja vastuuta: *”Tämä on kuitenkin niin suuri yritys, että olisi järjetöntä valita toimitusjohtajaksi suvusta ihminen, joka mokaa koko homman. Siinähan menisi suvun omaisuus!”*. *”Jatkaminen entiseen tapaan ei olisi ollut lojaalia organisaatiota kohtaan.”* Lojaalisuuden osoitukset ja vastuuntunnon osoittaminen tekstissä on kiinnostavaa, koska se herättää kysymyksiä hyvä veli -verkostoa ylläpitävistä voimista. Kun miesten keskinäinen lojaalisuus on koettu yhtä naisten etenemisen mahdollisuuksia murentavaksi voimaksi, olisi kiinnostavaa tutkia enemmän kuinka keskinäistä lojaliteettia ylläpidetään ja rakennetaan johtajapuheessa.

Sen lisäksi ettei raha näyttänyt olevan naisten henkilökohtaisen toiminnan motiivi, ei se näyttänyt olevan edes heidän yrityksensä toiminnan motiivi. Yhdenkään viiden naisen haastattelussa ei mainittu yrityksen markkinaosuuksista tai liikevaihdosta mitään. Jos rahasta puhuttiin, se käännettiin naisen omaa taloutta koskevaksi: ”*Suomalaisena naisena olin tottunut siihen, että minulla on säännöllinen työ ja palkka*” tai ”*Merein kaksikko saa yhtiöstä hyvän toimeentulon - ja se riittää*”. Kun kuitenkin talouselämän sisäänrakennetut arvot kulminoituvat kasvuun, voittoon ja kilpailuun, naisten haastattelut näyttivät olevan aivan eri planeetalta. Miesten haastatteluissa yritysten markkinaosuudet, liikevaihtotavoitteet ja kilpailunäkymät olivat luonnollisesti keskeinen osa tekstiä: ”*Nykyinen kasvuvauhti on pari, kolme prosenttia viime vuoden vertailukelpoiseen myyntiin verrattuna*”. ”*Kasvu on tietenkin tavoite myös välitystoiminnassa, mutta volyymin kasvu ja kannattavuus ovat kiinnostavampia lukuja kuin välitystoiminnan markkinaosuus*”. *Sohlberg aikoo nostaa Hongan budjetin nykyisestä neljästä miljoonasta 20 miljoonaan markkaan viidessä vuodessa.*

13.4. Miehet näkevät, naiset kokevat

Naisia ei ylipäättäen esitetty aktiivisina toimijoina, jotka olisivat toiminnassaan määrätietoisesti pyrkineet johonkin, vaan heidät esitettiin useammin kokijana tai toiminnan kohteena.

Uusimmasta haasteellisesta ja mielenkiintoisesta tehtävästä Ulla on hyvin iloinen.

Häntä on pyydetty kirjoittamaan kansainvälistä teosta...

”Toinen mielenkiintoinen foorumi, johon minut on kutsuttu mukaan...”

”Toinen mielenkiintoinen havainto on ollut se, että...”

Kansainvälisesti arvostettuna kultasepäntaiteen tuntijana Ulla on hyväksytty mukaan maailmanlaajuiseen verkostoon...

Sen sijaan miehet esitettiin huomattavasti aktiivisempina toimijoina, jotka tekstin verbivalinnoissa sekä aikoivat, hyökkäsivät, pyrkivät että halusivat.

Mika haluaa nousta johtotehtäviin GWS:ssä, sen tytäryhtiöissä tai osakkuusyhtiöissä, esimerkiksi Perloksessa.

Euroopan koriskentille Sohlberg hyökkää Hongalla.

Kilpailuhenkisyttään hän aikoo toteuttaa formulan ratissa.

Haastateltavan toiminnan kuvaamisella on merkitystä hänen johtajarepresentaationsa kannalta. Passiivinen, sivustaseuraava johtaja, jolle asiat näyttävät vain tapahtuvan, ei anna

kuvaa järin määrätietoisesta ja dynaamisesta henkilöstä. Oletuksena kuitenkin on, että johtajalla on ohjat käsissään ja hän tietää mitä tekee. Tähän liittyikin yksi mielestäni työni keskeisimmistä havainnoista. Tarkastelemieni haastattelutekstien perusteella näyttää, etteivät naiset varsinaisesti johda yritystä, vaan teksti kääntää asetelman toisin päin: Yritys johtaa naista. Naiset näyttävät toimivan ikäänkuin ulkoapäin ohjattuna ja teksti kääntyy ruotimaan sitä, kuinka yritys vaikuttaa naiseen itseensä ja kuinka he kokevat sen.

Kultasepänalalla työskenteleminen oli mielestäni hyvin antoisaa ja olenkin iloinen saamastani kokemuksesta, vaikka urani viimeiset viisitoista vuotta eivät oleet elämäni parasta aikaa.

Suuressa organisaatiossa ei ole oman aikansa herra. Siellä saa juosta 24 tuntia vuorokaudessa että pysyy edes paikallaan.

Leonia on hiljattain palkannut 200 uutta työntekijää. Mitä tämä merkitsee henkilöstön kehittäjälle?

Miesten kohdalla samanlaista havaintoa ei voi tehdä, sillä miehet näyttävät ilman muuta aikovan kehittää yritystä ja tehdä siellä haluamiaan päätöksiä. Se on myös tekstin lähtökohtana:

Mika Sohlbergin tavoitteena on luoda Pohjois-Euroopan liigassa ja Euroliigassa menestyvä koripallojoukkue.

Miten aiot FIMiä kehittää?

Miten Elisa Communications valloittaa kansainvälisiä markkinoita?

Miksi naisten kohdalla johtaminen näyttää kulkevan ”akanvirtaan”, väärään suuntaan? Koira ei heiluta häntää, vaan häntä koiraa. Osaksi varmasti siksi, että naiset kuvataan jatkuvasti objekteina ja kokijoina, eikä aktiivisina tekijöinä. Tämä osaltaan liitynee nykyiseen kulttuuriseen ajatukseemme järjen ja tunteen kahtiajaosta. Jos naiseen sukupuolena liitetään tunne ja passiivisuus, yhtä loogista on peilata myös yrityksen johtamista hänen tuntemuksiinsa. Sen sijaan järjellä ja aktiivisuudella varustettu (mies) johtaja vie luonnollisesti yritystä, eikä yritys häntä.

13.5. Työ elämän sisältönä

Alunperin tavoitteenani oli tarkastella myös työn ja yksityselämän yhteensovittamisen käsittelyä johtajahaastatteluissa. Koska olin kerännyt haastatteluaineiston tammi-helmikuussa 2000, jolloin Suomessa käytiin presidentinvaaleja ja ehdokkaana oli ensimmäistä kertaa useita

naisehdokkaita, sukupuolten yhteiskunnallisesta asemasta käytiin julkisuudessa tavallista enemmän keskustelua. Oletukseni oli, että keskustelu olisi näkynyt myös talouslehtien johtajahaastatteluisissa. Teema ei kuitenkaan noussut merkittävästi esiin. Eniten aihetta käsiteltiin finanssimarkkinoilta perheensä pariin siirtyvän Jukka Ylitalon haastattelussa. Vaikka julkisuudessa Ylitalo nostettiin ratkaisunsa ansiosta jonkinlaiseksi ”ennakkotapaukseksi”, perhe sinänsä ei tekstissä näyttäytynyt hänen sapattivapaalle siitymisensä perusteena. Pikemminkin muutosta selitettiin yleisellä kyllästymisellä työhön, vaikka kertojanaani toteasikin jutun lopussa että *Ylitalo ei halua joku päivä herätä kysymään itseltään, tunteeko lapsiaan ollenkaan. Maaliskuusta lähtien suhde lapsiin ei ole ainakaan hänen töistään kiinni.* Maaliskuuhun asti työ kuitenkin näytti näin asettuvan perheen edelle.

Muissa haastatteluteksteissä työn ja yksityiselämän yhteensovittamista ei varsinaisesti käsitelty, vaikka Eija Malmivirran haastattelussa kertojanaani määritteleekin tämän suhdetta työhön riittävän vapaa-ajan tuomalla hauskuudella: *Hauskuus tarkoittaa sitäkin, että on aikaa ystäville, Helsingin kaupunginorkesterissa pasuunaa soittavalle pojalle Valtteri Malmivirralle, isoäidin velvollisuuksille, maastohiihdolle, laskettelulle, vatsatanssille ja kulttuuriharrastuksille.* Useissa aiemmissä tutkimuksissa on todettu, että naisten haastatteluissa perhe ja harrastukset esiintyvät useammin kuin miesten haastatteluissa. Tämän voin todeta myös oman aineistoni kohdalla, viidestä naisjohtajan haastattelusta neljässä käsiteltiin perhettä ja harrastuksia, miesten kohdalla kolmessa viidestä. Mitään tilastollisia johtopäätöksiä näin pienen aineiston kohdalla ei luonnollisesti voi kuitenkaan tehdä.

13. 6. Kiistatta pätevä sukupuolensa edustaja

Perheen ja harrastusten ohella naisten yksityisyyttä käsiteltiin heidän sukupuolensa kautta. Viidestä haastattelusta vain yhdessä ei takerruttu haastateltavan sukupuoleen: Sari Leskisen valinta Leonian henkilön kehitysjohtajaksi nähtiin luonnollisena mahdollisesti siksi, että henkilöstöjohtajina on paljon naisia (koska naisten uskotaan olevan hyviä ihmissuhteissa) ja pankkitoimihenkilöistä valtaosa on naisia.

Tekstien perusteella näyttää siltä, että naiset niputetaan helposti sukupuolena ja tällöin henkilöitä käsitellään sukupuolensa edustajina. Kun sama yhtiö valitsee samaan tehtävään jo toisen naisen peräkkäin, tekstissä valintaa saatetaan perustella alentavaan sävyyn *suomalaisyrietykset ovat havainneet nuoret, kielitaitoiset naiset hyviksi Venäjän-toimintojen vetäjiksi.* Valittu johtaja ikäänkuin niputetaan ilman omia ansioitaan yhteen valmiseen kategoriaan, joka on hyväksi havaittu ja josta kuka tahansa voitaisiin valita. Vaikka naisen henkilökohtaistakin pätevyyttä saatetaan painottaa, se ei kuitenkaan mene sukupuolen edelle.

Malmivirta on VR-Yhtymän ja Kemiran ainoa hallitusnainen. Kiistattomasta pätevyystään huolimatta hän edustaa kummassakin valtionyhtiössä myös sukupuoltaan, sillä tasa-arvolaki säättää, että valtion omistamien yhtiöiden hallintoelimiin on otettava tasapuolisesti miehiä ja naisia.

Kemiran hallintoneuvoston puheenjohtaja, kansanedustaja Timo Kalli kertoo hallintoneuvoston keskustelleen muistakin naisnimistä. Valituksi tuli kuitenkin Malmivirta.

Vaikka ensin painotetaan *kiistatonta pätevyyttä*, heti perään muistutetaan henkilön edustavan yhtä lailla *myös* sukupuoltaan. Tämän jälkeen mieshaastateltava kertoo että kyse olikin lopulta yhdestä naisnimestä joka tuli valituksi muiden joukosta. Ikäänkuin lopulta olisi ollut samantekevää, kuka *naisnimistä* tuli valituksi.

Aiemmissä tutkimuksissa on todettu, että naisjohtajat ottavat mieluusti etäisyyttä omaan sukupuoleensa, eivätkä halua esiintyä vahvasti oman sukupuolensa edustajina, vaan mieluummin yksilöinä. Kuitenkin haastatteluteksteissä sukupuoli nousee esille ja se halutaan myös kirjoittaa esiin. Esimerkiksi Maija-Liisa Frimanin nimityshaastattelu keskittyy lähes kokonaan hänen sukupuolensa ruotimiseen, vaikka talouslehden lukijoita luulisi enemmänkin kiinnostavan Suomen markkinoiden haastajan Vattenfallin uuden toimitusjohtajan näkemykset energiamarkkinoista:

Onkohan sukupuolesta haittaa vai etua?

”Olen koko ikäni ollut nainen, paremmasta tai huonommasta en tiedä”, kuittaa Friman suostumatta pohtimaan sukupuolirooleja.

Yhtenä naisten alistamisen strategiana voi nähdä naisten käännättämisen toisiaan vastaan sen sijaan, että pohdittaisiin niitä kulttuurisia käsityksiä ja yhteiskunnallisia rakenteita, jotka heikentävät naisten uramahdollisuuksia. Vaikka naiset eivät avoimesti kritisoisikaan omaa sukupuoltaan, heidän sanomaansa voidaan tulkita näin ja vahvistaa siten olemassaolevaa käsitystä keskenään riitelevistä naisista.

Frimanin käsitystä naisten urakehityksestä selittää kuitenkin ehkä hänen yleinen kommenttinsa: ”Olisi hyvä, että ihmiset panisivat itseään enemmän likoon näkymällä ulospäin ja samaistumalla yritykseensä”.

Kertojanäänänen tulkinnan taustalla näyttäisi olevan oletus siitä, että nimenomaan naiset eivät sitoudu yrityksiin, eivät laita itseään likoon, eivätkä samaistu yrityksensä tavoitteisiin. Vaikka Friman ei näin tekstissä sano, kertoja haluaa kuitenkin esittää hänen sanomansa

moitteena omaa sukupuoltaan kohtaan.

14. Johtopäätökset

Työni tavoitteena oli tarkastella, voidaanko nais- ja miesjohtajien representaatiosta löytää sellaisia eroja, joilla voisi olla jotakin vaikutusta naisten urakehitykseen ja sen esteisiin. Työni aineistona olivat talouslehdissä tammi-helmikuussa 2000 ilmestyneet johtajien henkilöhaastattelut. Yhteensä aineistossa oli mukana 19 lehteä: Seitsemän Talouselämän numeroa, kahdeksan Taloussanomien lauantainnumeroa ja neljä Kauppalehti Optiota.

Yleiskuvan luomiseksi selvitin ensin, kuinka paljon nais- ja miesjohtajien henkilöhaastatteluja talouslehdissä ylipäättään tuona ajanjaksona esiintyi ja mitä toimialoja haastateltavat edustivat. Kolmen talouslehden tutkituissa numeroissa oli kaikkiaan 83 oman määritelmäni mukaan henkilökuvaukseksi tulkittavaa haastattelua. Näistä 59 käsitteli miestä ja 24 naista, eli prosentuaalisesti henkilöhaastateltavina esiintyi 71 prosenttia miehiä ja 29 prosenttia naisia. Naisten haastatteluja oli lehdissä aiempiin tutkimuksiin nähden yllättävänkin paljon, mutta se selittynee osaksi omalla henkilöhaastattelujen rajauksellani. Luokittelin henkilöhaastatteluiksi ainoastaan jutut, joissa henkilö itse oli suurimman mielenkiinnon kohteena. Samalla naisten esiintymistiheys haastateltavana nousi, sillä talouslehdissä henkilökuvaukset ovat nimenomaan sitä viihdyttävää aineistoa, joissa naiset voidaan eräänlaisena human interestinä tuoda esille.

Aineiston laadulliseen tarkasteluun poimin kymmenen johtajan henkilöhaastattelut tammi-helmikuun 2000 talouslehdistä. Haastatelluista viisi oli miehiä ja viisi naisia. Haastatteluista neljä on laajoja henkilöhaastatteluja, ja kuusi tiiviimpää nimityshaastattelua. Naisten kohdalla sopivien haastattelujen löytäminen oli hankalaa, sillä vertailtavuuden vuoksi halusin kaikkien henkilökuvien käsittelevän nimenomaan johtavassa asemassa olevia liike-elämän henkilöitä.

Laadullisen analyysini tavoitteena oli selvittää, löytyykö nais- ja miesjohtajien representaatiosta sellaisia eroja, joilla voisi olla jotakin vaikutusta naisten urakehitykseen ja sen esteisiin. Tarkastelemani aineiston perusteella uskon, että on.

Naisista ja miehistä puhutaan eri tavalla, näennäisesti tasavertaisessa asemassa olevien henkilöiden kanssa puhutaan teksteissä eri asioista ja heidän esitetään keskenään erilaisina toimijoina. Aineistoni perusteella suurimmat erot ja naisten kannalta myös suurimmat ongelmat on kiteytettävissä viiteen kohtaan:

- 1) Naiset eivät saa tekstissä asiantuntijan roolia. He eivät pääse puhumaan sen enempää oman yrityksensä tavoitteista, toimialansa näkymistä kuin markkinan kehittymisestääkään.
- 2) Naisia ei esitetä arvovaltaisessa tai edes uskottavassa roolissa, heitä saatetaan puhutella tekstissä tuttavallisesti tai halventavasti.
- 3) Verbivalintojen kautta naiset esitetään passiivisina toimijoina, kokijoina tai toiminnan kohteina. Sen sijaan että naiset johtaisivat yritystä, se näyttääkin johtavan heitä. Miehiin liitetään aktiivisuutta ja määrätietoisuutta ilmentäviä verbejä.
- 4) Naiset eivät pääse puhumaan rahasta lainkaan. Talouselämän kulmakivi, raha, ei näyttäydy sen enempää naisten oman toiminnan motiivina kuin heidän johtamansa yrityksenkään toiminnan motiivina.
- 5) Naiset niputetaan herkästi oman sukupuolensa edustajiksi ja heitä kohdellaan yhtenä sukupuolensa edustajana, eikä omana yksilönään.

En kuitenkaan tarkoita, että aineistossani haastatellut naiset tai miehet oikeasti olisivat tällaisia, enkä pyri myöskään esittämään, mitä he teksteissä oikeasti ovat tarkoittaneet tai mitä tekstin kirjoittaja on tarkoittanut. Kuvaan vain yhteenvedonomaaisesti sitä tulkintaa, johon olen aineistoni perusteella itse päätenyt. Vaikka olen pyrkinyt tarkastelemaan sekä miesten että naisten haastatteluja saman kysymyksenasettelun kautta, on oma feministinen lähtökohtani ohjannut omaa ajatus- ja tulkintaprosessiani. En ole pyrkinyt esittämään tekstistä oikeaa totuutta, vaan tuomaan esiin vain yhden tulkinnan, joka asettuu osaksi jatkuvaa diskurssien ketjua.

Vaikka olen itse jonkin verran tyrmistynyt siitä, ettei edes johtavassa asemassa olevaa naista pidetä niin vakuuttavana, että hän voisi esittää näkemyksiään talouselämästä, olen myös toiveikas. Kriittisen perinteen mukaisesti uskon tietoisuuden kasvattavan ymmärrystä ja vaikuttavan ihmisten toimintaan. Niinpä uskon, että jos talousjournalistien huomio saataisiin kiinnittymään heidän teksteissä käyttämiinsä johtajuuden rakennuspuihin, niiden asentoa voitaisiin tietoisesti muuttaa ja antaa naisille tilaa käyttää kykyjään.

Lähteet:

- Allen, Tuovi, Heinonen, Visa, Panzar, Mika (1992) Sukupuolinen työnjako talouspoliittisessa keskustelussa - isä tuo rahat kotiin ja äiti tuhlaa ne. Talous ja kieli I-seminaarin raportti. Helsingin kauppakorkeakoulun julkaisu D-169.
- Aslama, Minna ja Lehmusvirta, Maija (1994) "Kuinkas tällaiset tytöt tarvitsevat miestä taluttajakseen". Nais- ja miesjohtajien kuvaamisesta lehdistössä. Talous ja kieli II-seminaarin raportti. Helsingin kauppakorkeakoulun julkaisu D-211.
- Bird Elisabeth S., Dardanne Robert W. (1988) Myth, Chronicle and Story, Exploring the Narrative Qualities of News. Artikkelikirjassa Social Meanings of News, Berkowitz (toim.) 1997.
- Butler, Judith (1990) Gender Trouble. Feminism and the subversion of identity. New York: Routledge.
- Cameron Deborah (1996) Sukupuoli ja kieli. Feminismi ja kielentutkimus, Vastapaino.
- Connell, R.W. (1987) Gender and Power. Cambridge: Polity press.
- Diskurssianalyysin aakkoset (1993). Arja Jokinen, Kirsi Juhila & Eero Suoninen (toim.) Vastapaino.
- Diskurssianalyysi liikkeessä (1999). Vuorovaikutus, toimijuus ja kulttuuri empiirisen tutkimuksen haasteina. Arja Jokinen, Kirsi Juhila & Eero Suoninen (toim.) Vastapaino.
- Fairclough, Norman (1997) Miten media puhuu. Tampere: Vastapaino.
- Hall, Stuart (1992) Kulttuurin ja politiikan murroksia. Tampere: Vastapaino.
- Hall, Stuart (1999) Identiteetti. Tampere: Vastapaino.
- Hall, Stuart toim. (1999) Representation. Cultural Representations and Signifying Practices. London: Sage Publications Ltd.
- Halonen, Irma Kaarina (1999) Matka journalismin sukupuolittumisen strategisille alueille. Tiedotusopin väitöskirja, Tampereen yliopisto.
- Heinonen, Ari (1996) Ihanteet ja arki - journalistien itsekritiikki. Teoksessa Sopulisilppuri, mediakritiikin näkökulmia. Luostarinen Heikki, Kivikuru Ullamaija, Ukkola Merja toim. Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus.
- Hiltunen, Pekka (1998) "Miehen esittäminen". Julkaisematon tiedotusopin pro gradu, Tampereen yliopisto.

Hole, J. & Levine, E (1979) *Rebirth of Feminism*. New York: Quadrangle.

Hujanen, Taisto (1990) *Avauksia talousjournalismin kritiikkiin*. Teoksessa *Avauksia journalismikritiikkiin*. Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos.

Huokuna, Tiina (1999) *Talousjournalismin murroskausia paperista bittien siirtoon*. Julkaisematon tiedotusopin pro gradu, Tampereen yliopisto.

Images of Women in the Media. Report on existing research in the European Union (1999). Equality between women and men. European Commission. Employment & social affairs. Luxemburg: EU.

Jokinen Arja (1999) *Diskurssianalyysin suhde sukulaistraditioihin*. Teoksessa *Diskurssianalyysi liikkeessä. Vuorovaikutus, toimijuus ja kulttuuri empiirisen tutkimuksen haasteina*. Jokinen Arja, Juhila Kirsi & Suoninen Eero (toim.) *Vastapaino*.

Jokinen Arja & Juhila Kirsi (1999) *Diskurssianalyttisen tutkimuksen kartta*. Teoksessa *Diskurssianalyysi liikkeessä*. Jokinen Arja, Juhila Kirsi & Suoninen Eero (toim.) *Vuorovaikutus, toimijuus ja kulttuuri empiirisen tutkimuksen haasteina*. *Vastapaino*.

Juhila Kirsi (1999) *Tutkijan positiot*. Teoksessa *Diskurssianalyysi liikkeessä. Vuorovaikutus, toimijuus ja kulttuuri empiirisen tutkimuksen haasteina*. Jokinen Arja, Juhila Kirsi & Suoninen Eero (toim.) *Vastapaino*.

Julkunen, Raija (1994) *Suomalainen sukupuolisota?* Teoksessa *Pahan tyttäret, sukupuolitettu pelko, viha ja ja valta*. Gaudeamus, Tampere.

Karento, Helena (1999) *"Olen tehnyt parhaani"*. Tutkimus naisista valtion ja kuntien johtajina ja vaativissa asiantuntijatehtävissä. *Hallintotieteen väitöskirja*, Tampereen yliopisto.

Karvonen Erkki (1991) *Sukupuolen representaatio. Itse- representaatio ja representaation politiikka*. Teoksessa *Fantasma ja banaali*. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen julkaisuja.

Kieli, diskurssi & yhteisö (2000) Kari Sajavaara ja Arja Piirainen-Marsh (toim.)

Kinnunen Merja: *Luokiteltu sukupuoli (2001)* *Vastapaino*, Tampere. Väitöskirja.

Kinnunen, Merja & Korvajärvi, Päivi toim. (1996) *Työelämän sukupuolistavat käytännöt*. *Vastapaino*, Tampere.

Koivunen Anu (1996) *Sorto*, teoksessa *Avainsanat. 10 askelta feministiseen tutkimukseen*. *Vastapaino*. Tampere.

Koivunen Anu & Liljeström Marianne toim. (1996) *Avainsanat. 10 askelta feministiseen tutkimukseen*. *Vastapaino*. Tampere.

- Kunelius, Risto (1997) Viestinnän vallassa. Johdatusta joukkoviestinnän kysymyksiin. WSOY.
- Laiho, Marianne & Ruoho, Iiris toim. (1996) Naisen naamio, miehen maski. Katse ja sukupuoli mediakuvassa. Tampere: KSL.
- Lauretis, Teresa de (1987) Technologies of Gender. Essays on theory, Film and Fiction. Bloomington: Indiana University Press.
- Lehtinen, Kirsti (1994) Talousuutisten keinot kilpailla lukijoista. Talous ja kieli II -seminaarin raportti. Helsingin kauppakorkeakoulun julkaisuja D-211.
- Liljeström, Marianne (1996) Sukupuolijärjestelmä, teoksessa Avainsanat. 10 askelta feministiseen tutkimukseen. Vastapaino. Tampere.
- Luostarinen, Heikki & Väliverronen, Esa (1991) Tekstinsyöjät. Yhteiskuntatieteellisen kirjallisuuden lukutaidosta. Tampere: Vastapaino.
- Luukka Minna-Riitta: Näkökulma luo kohteen: diskurssintutkimuksen taustaoletukset (2000). Teoksessa Kieli, diskurssi & yhteisö. Kari Sajavaara ja Arja Piirainen-Marsh (toim.)
- McDonald, Myra (1995) Representing Women: Myths of Femininity in the Popular Media. London: Edward Arnold.
- Mikkonen, Antti (1998) Rahavallan rakkikoirat. Tositarinoita talousjournalismista. Taloustoimittajat ry ja WSOY, Porvoo.
- Moi, Toril (1990) Sukupuoli/teksti/valta. Feministinen kirjallisuusteoria. Vastapaino, Tampere.
- Möra, Tuomo ((1996) Journalistit rutiinien verkossa. Teoksessa Sopulisilppuri, mediakritiikin näkökulmia. Luostarinen Heikki, Kivikuru Ullamaija, Ukkola Merja toim. Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus.
- Nikunen, Kaarina (1996) Naisellisuuden naamiot. Kuva, katse ja representaation politiikka. Tiedotusopin pro gradu, Tampereen yliopisto.
- Oksala, Johanna (1999) Ollako vai eikö olla. Kysymyksiä identiteetistä. Naistutkimus-Kvinnoforsning 2/99 s. 2-13.
- Petäjaniemi, Tuulikki (1998) Naisten ja miesten tasa-arvo - yhteinen etu. Kirjassa Tasa-arvo, saavutuksia ja haasteita. Atena Kustannus, Jyväskylä.
- Pietikäinen Sari: Kriittinen diskurssintutkimus (2000). Teoksessa Kieli, diskurssi & yhteisö. Kari Sajavaara ja Arja Piirainen-Marsh (toim.)
- Pietilä, Veikko (1997) Joukkoviestintätutkimuksen valtateillä. Tutkimusalan kehitystä

jäljittämässä. Tampere: Vastapaino.

Pirnes, Unto (1997) Kehittyvä johtajuus. Johtamisen dynamiikka. Aavaranta- sarja. Keuruu.

Pulkkinen, Tuija (2000) Judith Butler - Sukupuolen suorittamisen teoreetikko. Kirjassa Feministejä, aikamme ajattelijoina. Anttonen, Anneli, Lempiäinen Kirsti ja Liljeström Marianne toim. Tampere: Vastapaino.

Rossi, Leena-Maija toim. (1995) Kuva ja vastakuvat. Sukupuolen esittämisen ja katseen politiikkaa. Tampere: Gaudeamus.

Sana, Elina (1996) "Riittää kun et vastusta". Tasa-arvotyö muutosvälineenä Yleisradiossa. Teoksessa Sopulisiippuri, mediakritiikin näkökulmia. Luostarinen Heikki, Kivikuru Ullamaija, Ukkola Merja toim. Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus.

Salomaa, Taiina (1999) Journalistinen henkilökuva - kohtaamisesta kerrontaan. Esimerkkinä Yksin-kokonaisuus: henkilökuvia yksineläjästä. Julkaisematon tiedotusopin pro gradu, Tampereen yliopisto.

Savolainen, Tarja (1995) Paikkoja feministisen mediatutkimuksen kartalla. Julkaisematon viestinnän lisensiaatintutkimus, Helsingin yliopisto.

Siivonen Jonita (1999) Stor Anna, liten Anna och tio andra personporträtt. Oma inneshållsliga och språkliga mönster i en mediegenre kvinnobeskrivningar. Lisensiatavhandling, Svenska social- och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet.

Silius, Harriet (1995) Sukupuolitetun ammatillisuuden julkisuus ja yksityisyys. Teoksessa Naiset yksityisen ja julkisen rajalla. Vastapaino, Jyväskylä.

Sipilä, Jorma (1994) Miestutkimus - säröjä hegemonisessa maskuliinisuudessa. Teoksessa Miestä rakennetaan, maskuliinisuuksia puretaan. Sipilä, Jorma & Tiihonen, Arto toim. Tampere: Vastapaino.

Sipilä, Jorma & Tiihonen, Arto toim. (1994) Miestä rakennetaan, maskuliinisuuksia puretaan. Tampere: Vastapaino.

Tuohimaa Sinikka (1994) Kapina kielessä, Tutkimus feminismin ilmenemisestä kirjallisuudessa, Gaudeamus.

Vanhala, Sinikka (1997) Liiketoiminta ja johtaminen. 2. uud. p. KY-palvelu, Keuruu: Otava

Veikkola, Eeva-Sisko (1999) Onko huipulla tyyntynyt. Helsinki, Tilastokeskus.

Yliruka, Ilona (1997) Talouselämä-lehden henkilökuvaus 1930-luvulta nykypäivään. Suomen kielen ja viestinnän pro gradu, Helsingin kauppakorkeakoulu. Julkaisematon.

Zilliacus-Tikkanen, Henriikka (1997) Journalistikens essens i ett könsperspektiv. Yleisradion

tasa-arvotoimikunnan julkaisuja.

Zoonen, Liesbeth van (1994) *Feminist Media Studies*. London: Sage Publications.

Liite 1

Luettelo tammi-helmikuussa 2000 talouslehdissä julkaistuista henkilöhaastatteluista ja haastateltavista toimialoineen. Toimialaluokitus perustuu Tilastokeskuksen luokitteluun 1995.

Talouselämän vuoden 2000 seitsemän ensimmäistä numeroa

Talouselämä 1/00

- | | |
|--|------------------------------|
| 1. Ilkka Kylmä, toimitusjohtaja | teollisuus |
| 2. Maija-Liisa Friman, toimitusjohtaja | sähkö-, kaasu- ja vesihuolto |
| 3. Markku Kangas, toimitusjohtaja | teollisuus |
| 4. Risto Parjanne, toimitusjohtaja | yhteiskunnalliset palvelut |
| 5. Keijo Väkiparta, toimitusjohtaja | teollisuus |

Talouselämä 2/00

- | | |
|---|---------------------------------|
| 1. Eija Malmivirta, toimitusjohtaja, yrittäjä | mineraalien kaivu |
| 2. Kerttu Tuomas, henkilöstöjohtaja | teollisuus |
| 3. Henri Juva, toimitusjohtaja | kiinteistö-, vuokraus- ja tutk. |
| 4. Markku Waltari, toimitusjohtaja | rahoitus- ja vakuutus |

Talouselämä 3/00

- | | |
|---|-----------------------------------|
| 1. Mika Sohlberg, toimitusjohtaja, yrittäjä | kauppa |
| 2. Lea Viinamäki, johtaja | kuljetus-, varastointi ja tietol. |
| 3. Henrik Winberg, kaupallinen johtaja | kiinteistö-, vuokraus ja tutk. |
| 4. Jan Heino, toimitusjohtaja | teollisuus |
| 5. Christer Haglund, viestintäjohtaja | kuljetus-, varastointi ja tietol. |
| 6. Eliisa Troberg, yrittäjä, tutkija | yhteiskunn.palvelut |

Talouselämä 4/00

- | | |
|---|-----------------------|
| 1. Hans Dahlborg, toimitusjohtaja | rahoitus- ja vakuutus |
| 2. Olli Erkamo, toimitusjohtaja, yrittäjä | kauppa |
| 3. Hallsten Mork, henkilöstöjohtaja | teollisuus |
| 4. Ilkka Salonen, yrityssuunnittelija | teollisuus |
| 6. Teemu Tunkelo, toimitusjohtaja | teollisuus |
| 7. Jouko Klemola, toimitusjohtaja | rahoitus- ja vakuutus |
| 8. Sinikka Luttinen, toimitusjohtaja | kauppa |
| 9. Osmo Harju, toimitusjohtaja | kauppa |

Talouselämä 5/00

- | | |
|---------------------------------------|---------------------------------|
| 1. Pekka Seppänen, päätoimittaja | teollisuus |
| 2. Timo Peltola, toimitusjohtaja | teollisuus |
| 3. Jukka Kaijala, toimitusjohtaja | teollisuus |
| Heli Kaijala, taloushallinto | kauppa |
| 4. Mika Luukkanen, myyntipäällikkö | kauppa |
| 5. Jaakko Visuri, varatoimitusjohtaja | kiinteistö-, vuokraus- ja tutk. |
| 6. Reima Blomqvist, toimitusjohtaja | teollisuus |
| 7. Leena Kärkkäinen, toimitusjohtaja | teollisuus |

Talouselämä 6/00

- | | |
|--|-----------------------|
| 1. Katariina Laakkonen, analyytikko | rahoitus- ja vakuutus |
| 2. Reijo Paajanen, toimitusjohtaja, yrittäjä | teollisuus |
| 3. Kati Tötterman, toimitusjohtaja | kauppa |
| 4. Heikki Koskimies, johtaja | kauppa |

Talouselämä 7/00

- | | |
|--|------------|
| 1. Patrik Lindfors, päätoimittaja | teollisuus |
| 2. Hans Olof Danielsson, toimitusjohtaja | teollisuus |
| 3. Tiina Immonen, toimitusjohtaja | teollisuus |

Talouselämässä yhteensä 38 henkilöhaastattelua, joista haastateltavina 28 miestä ja 11 naista

Taloussanomien vuoden 2000 kahdeksan ensimmäistä lauantainumeroa

Taloussanomien 4/00

- | | |
|-----------------------------------|------------|
| 1. Markku Kangas, toimitusjohtaja | teollisuus |
|-----------------------------------|------------|

Taloussanomien 9/00

- | | |
|-------------------------------------|------------|
| 1. Hannu Olkinuora, päätoimittaja | teollisuus |
| 2. Harri Erämetsä, toimitusjohtaja | teollisuus |
| 3. Cecil Hagelstam, toimitusjohtaja | kauppa |

Taloussanomien 13/00

- | | |
|-------------------------------------|--------------------------------|
| 1. Göran Ennerfelt, toimitusjohtaja | kauppa |
| 2. Jan-Erik von Herzen | kiinteistö-, vuokraus ja tutk. |

Taloussanomien 19/00

- | | |
|--|--------------------------------|
| 1. Risto Siilasmaa, toimitusjohtaja | kiinteistö, vuokr. liike-elämä |
| 2. Sari Leskinen, henkilöstön kehityspäällikkö | rahoitus- ja vakuutus |
| 3. Kiira Valtanen, toimitusjohtaja | kauppa |

Taloussanomien 24/00

- | | |
|---|--------------------------|
| 1. Riitta Jallinoja, professori | yht.kunnalliset palvelut |
| 2. Vesa Silaskivi, yrityssuunnittelujohtaja | teollisuus |

Taloussanomien 29/00

- | | |
|--|------------|
| 1. Antti Piippo, hallituksen puheenjohtaja | teollisuus |
| 2. Pekka Seppänen, päätoimittaja | teollisuus |
| 3. Harri Sjöberg, toimitusjohtaja | kauppa |

Taloussanomien 34/00

- | | |
|--|------------|
| 1. Nora Harald, yrittäjä | teollisuus |
| 2. Hans Olof Danielsson, toimitusjohtaja | teollisuus |

3. Jan Forsbom, toimitusjohtaja

rahoitus- ja vakuutus

Taloussanommat 39/00

1. Edward Andersson, professori, hallituksen jäsen, sijoittaja
2. Jaakko Harno, toimitusjohtaja
3. Marjukka Uusitalo, galleristi

kiint.vuokr. ja liike-elämä
teollisuus
kauppa

Yhteensä 20 henkilöhaastattelua, joista 15 miestä ja 5 naista.

Kauppalehti Option neljä ensimmäistä numeroa 2000

Kauppalehti Optio 1/2000

1. Pirkko Rantanen-Kervinen, toimitusjohtaja
2. Klaus Sohlberg, hallituksen pj.
3. Eero Ylä-Soininmäki, toimitusjohtaja
4. Terhi Nieminen-Mäkynen, kaupunginjohtaja
5. Jorma Halonen, toimitusjohtaja
6. Tapio Virtanen, yrittäjä
7. Johanna Salminen, yrittäjä
8. Tiina Alvesalo, kulttuurikonsultti
9. Taina Hyytiäinen, kirjailija, ex-diileri

maa-, riista- ja metsätal.
teollisuus
rahoitus- ja vakuutus
yhteiskunn.palvelut
teollisuus
kauppa
teollisuus
liike-elämän palvelut
yhteiskunn.palvelut

Kauppalehti Optio 2/2000

1. Mikko Mäenpää, puheenjohtaja
2. Vesa Luhtanen, toimitusjohtaja
3. Jukka Saastamoinen, toimitusjohtaja
4. Bror Bäckström, parturimestari
5. Rabbe Grönholm, toimitusjohtaja
6. Matti K. Suojanen, professori

yht.kunnall.palvelut
teollisuus
yht.kunnalliset palvelut
kauppa
majoitus- ja ravitsemist.
yht.kunnall.palvelut

Kauppalehti Optio 3/2000

1. Maria-Kaisa Aula, kansanedustaja
2. Matti Kavetvuo, toimitusjohtaja
3. Esa Niemelä, toimitusjohtaja
4. Eino Tenhunen, kauppaneuvos
5. Ulla Tillander-Godenhjelm, kultaseppä

yht.kunnall.palvelut
rahoitus- ja vakuutus
teollisuus
kauppa
kauppa

Kauppalehti Optio 4/2000

1. Jean-Pierre Chauvarie, toimitusjohtaja
2. Sinikka Mönkäre, kauppa- ja teollisuusministeri
3. Jorma Hämäläinen, kunnanjohtaja
4. Linda Lampenius, viulisti
5. Jukka Ylitalo, toimitusjohtaja

teollisuus
yhteiskunn.palvelut
yhteiskunn.palvelut
yhteiskunn.palvelut
rahoitus- ja vakuutus

6. Kalle Raski, lehtimies, näytelmäkirjailija

yhteiskunn.palvelut

Yhteensä 26 henkilöhaastattelua, joissa haastateltavina 17 miestä ja 9 naista.

Tilastokeskuksen toimialaluokitus 1995

Maatalous, riistatalous ja metsätalous

Mineraalien kaivu

Teollisuus

Sähkö-, kaasu- ja vesihuolto

Rakentaminen

Kauppa

Majoitus- ja ravitsemistoiminta

Kuljetus-, varastointi- ja tietoliikenne

Rahoitus- ja vakuutustoiminta

Kiinteistö-, vuokraus- ja tutkimuspalvelut; liike-elämän palvelut

Yhteiskunnalliset palvelut

Suomen öljyleidi ja suuret suhteet



MATTI NIEMI

Diplomi-insinööri Eija Malmivirta, 58, olisi viime syksynä voinut viettää 30-vuotisarajuhlaa kansainvälisessä öljykaupassa, jos... hupsista sentään, miten aika rientää... olisi huomannut.

"Kun 25 vuotta tuli täyteen, sain saksalaisilta liiketuttaviltani Oscar-patsaan", Malmivirta muistelee Meri Energy Oy Ltd:n avarassa katutasen toimistossa Helsingin Pasilassa. Malmivirran partnerina on työskennellyt siellä alusta (1996) asti varatuomari Merja Mannerkoski, joka lähti samassa organisaatioryhtymässä Neste Oy:stä.

"Ai että vielä 40-vuotistaitelija-juhlat? Ihan mahdollista! Eihän yksityisyrityksillä ole mitään pakkoa lopettaa. Yrittäjäksi ryhtyminen on ollut hauska kokemus."

Hauskuus tarkoittaa sitäkin, että on aikaa ystäville, Helsingin kaupunginorkesterissa pasuunaa soittavalle pojalle Valtteri Malmivirralle, isoäidin velvollisuuksille, maastohiihdolle, laskettelulle, vatsatanssille ja kulttuuriharrastuksille.

"Suuressa organisaatiossa ei ole oman aikansa herra. Siellä saa juosta 24 tuntia vuorokaudessa, että pysyy edes paikallaan. Paineet olivat tavattoman kovat", Eija Malmivirta muistelee.

Malmivirran ja Mannerkosken omistama Meri-yhtiö konsultoi koti- ja ulkomaisia asiakasyrityksiä energian hintariskeiltä suojaautumisessa. Se myös laatii analyysejä öljymarkkinoista ja "treidaa hiukan omaan lukuun öljypörssissä".

Merein kaksikko saa yhtiöstä hyvän toimeentulon – ja se riittää. Ambitioita yhtiön kasvattamiseen ei Malmivirran mukaan ole.

Eija Malmivirta viettää nykyisin noin 30 vuorokautta työvuodestaan ulkomailla. Se tuntuu sopivammalta määrältä kuin Neste Oy:n toimialajohtajana kertyneet sata ulkomaanpäivää.

Kaksi viikonloppua vuodesta Malmivirralla vierähtää The Oxford Energy Policy Clubissa. Viimeksi hänen viereensä istahti Shell-yhtymän pääjohtaja Mark Moody-Stuart. Ainoana suomalaisena Malmivirta pääsee Oxfordin energiaklu-

"Suuressa organisaatiossa ei ole oman aikansa herra. Siellä saa juosta 24 tuntia vuorokaudessa, että pysyy edes paikallaan."

Eija Malmivirta

bin "luotettavassa ilmapiirissä" keskustelemaan öljymarkkinoista Opec-maiden öljyministerien ja suurten öljy-yhtiöiden pääjohtajien kanssa.

"Toinen mielenkiintoinen foorumi, johon minut on kutsuttu mukaan, on riippumattomista seniorieksperteistä koostuva The Advisory Committee of Energy Intelligence Group. Se julkaisee yli kymmentä öljyalan lehteä ja järjestää Oil and Money -konferenssin."

Joka toinen kuukausi Malmivirta matkustaa Yhdysvaltoihin osallistua pörssi-yhtiö Tosco Corporationin hallituksen kokoukseen. Tosco on USA:n suurin riippumaton öljy-yhtiö. Sen 10-jäsenisessä hallituksessa istuu kahdeksan jenkkiä, yksi portugalilainen ja Malmivirta from Finland.

Malmivirta hämmästelee Toscon kokouksien nopeatempoisuutta.

"Jokainen sekunti tuntuu olevan arvokas. Hotkaistaan sämpylät lounaaksi ja jatketaan töitä. Toinen mielenkiintoinen havainto on ollut se, että asioita esittelevät johtajat ovat reippaita poikia puhumaan: jos he ovat eri mieltä pomonsa kanssa, he sanovat sen."

Ehtiikö Suomi-neito saada suunvuoroa lainkaan?

Kysymys irrottaa öljyrouvasta lyhyen, kirkkaan naurun. Hän käväisee noutamassa kehystetyn valokuvan Toscon hallituksesta: elegantti

Malmivirta istuu siinä arvokkaiden herrojen saartamana.

"Kokouskuri toimii. Jos puheenpuoron pyytää, sen myös saa."

Malmivirran mukaan Toscon hallitus käy rutiiniasioiden jälkeen aina mielenkiintoisia keskusteluja yhtiön strategiasta.

"Strategioita mietitään paljon enemmän kuin Suomessa. Myös turvallisuuteen kiinnitetään suurta huomiota, sillä USA:ssa yhteiskunta rankaisee kovasti laiminlyönneistä."

Suomalaisesta hallitustyöskentelystä Malmivirralla on kokemusta muun muassa VR-Yhtymä Oy:stä ja Suomen Kansallisteatterin Osakeyhtiöstä. Tämän vuoden alusta lukien, yhden kokouksen verran, hän on kuulunut myös Kemira Oyj:n uudistettuun hallitukseen.

Malmivirta on VR-Yhtymän ja Kemiran ainoa hallitusnainen. Kiistattomasta pätevyystään huolimatta hän edustaa kummassakin valtionyhtiössä myös sukupuoltaan, sillä tasa-arvolaki säättää, että valtion omistamien yhtiöiden hallintoon otettava tasapuolisesti miehiä ja naisia.

Kemiran hallintoneuvoston puheenjohtaja, kansanedustaja Timo Kalli kertoo hallintoneuvoston keskustelleen muistakin naisnimistä. Valituksi tuli kuitenkin Malmivirta.

VR:ää on Eija Malmivirran mielestä muokattu hänen vuonna 1995 alkaneen hallitusuransa aikana koko ajan tehokkaammaksi. Siirtymä liikelaitoksesta osakeyhtiöksi oli valtava muutos. Viime vuosina sattuneet junaturmat ovat puolestaan johtaneet siihen, että VR:n hallitus aloittaa jokaisen kokouksen käynnillä läpi turvallisuusasiat.

"Koko organisaatio tietää, että hallitus seuraa turvallisuutta ja ettei se ole pelkkää juhlapuhetta."

Kysymys hallitustyöskentelystä maksettavista palkkioista osoittautuu hankalaksi.

"Ehkä nämä asiat eivät kuulu lehdien palstoille. Ne ovat *beside the point*", öljyleidi toteaa napakasti ja vaikenee odottamaan parempaa kysymystä.

... No, onko kapasiteettinne hallitustyöskentelyn osalta täyskäytössä?

"Ehkei siihenkään tarvitse ottaa kantaa ennen kuin uusia ehdotuksia tulee. Yrittäjän täytyy olla sita omasta ajastaan. Meri Energy on keskeinen työni."

Syksyllä 1996, jolloin Nesteen öljytrading-organisaatiota lististettiin yli puolen miljardin markan tappioiden varjossa suppuun, Eija Malmivirta antoi lehdistölle rohkeita jäähyväishaastatteluja. Niissä hän muun muassa röykytti Suomen yritysmaailman patriarkaalisia asenteita.

"Antaa menneiden olla menneitä. En halua siitä vaiheesta antaa enää mihinkään kommentteja", haastateltava torjuu jälkilämmittelyt.

Nykyisessä Fortunissa öljylastien välityskauppa eli trading on enää neljäsosa Malmivirran ajan volyymeistä. Toimintaa johtaa hollantilainen Wouter Boomsma Lontoosta esimiehenään Espoossa istuva Jarmo Honkamaa.

Eija Malmivirta sanoo olevansa ylpeä siitä, että hänen entiset alaisensa Nesteeltä ovat sijoittuneet erittäin hyvin oman alansa töihin.

Nimiäkin voi mainita: Jaakko Ahmala (Morgan Stanley), Martti Kaurinkoski (Statoil), Ilkka Kokko (Enron) ja Talouselämän numerossa 43/1999 esittäytynyt Mikka Anttonen (Greenery Baltic).

ANTTI MIKKONEN

► Hynää, Mika, hynää



■ Mentori Jouko K. Leskinen (vasemmalla), "perheenjäsen" Mika Häkkinen ja manageridoli Keke Rosberg ovat Mika Sohlbergin tukihenkilöitä.



MATTI NIEMI

Runas vuosi sitten **Mika Sohlberg** pyysi Sampo-Leonian pääjohtajaa **Jouko K. Leskistä** mentoriin. Leskinen suostui. Mika sai idean isältään **Kari O. Sohlbergilta**, jota KOP:n maineikas pääjohtaja **Matti Virkkunen** aikanaan koulutti liike-elämän vaatimuksiin.

Sissivänrikki Sohlberg Jr., 31, ja sissilutnantti Leskinen, 56, istuvat epäsäännöllisin välein alas nenät vastakkain.

"Olemme rakentaneet minulle kahdeksan vuoden urasuunnitelman. Siinä on asetettu tavoitteita liike-elämään, yhteiskunnalliseen toimintaan ja koulutukseen. Jouko K. Leskinen toimii neuvonantajana ja kaitsijana, jos olen menossa väärään suuntaan", Mika Sohlberg kertoo työhuoneessaan GWS:n talossa korkealla Länsiväylän yläpuolella.

Mika haluaa nousta johtotehtäviin GWS:ssä, sen tytäryhtiössä tai osakkuusyhtiössä, esimerkiksi Perloksessa. Sitä ennen hän aikoo itsenäisenä yrittäjänä kerätä mahdollisimman paljon kokemusta ja luoda kansainvälistä kontaktiverkkoa.

"Aion myös opiskella työn ohessa mba-tutkinnon."

Parhailaan GWS hakee seuraajaa toimitusjohtaja Kari O. Sohlbergille, 59, joka väistyy kevään 2001 yhtiökokouksessa.

Mikan setä, GWS:n hallituksen puheenjohtaja **Klaus Sohlberg** kertoi äskettäin Kauppalehti Optiossa, että haussa on noin 50-vuotias suomalainen teollisuusjohtaja suvun ulkopuolelta, koska suvussa ei ole sopivan ikäisiä ehdokkaita. Mika Sohlberg hätkähti lukiessaan, että "sopiva toimitusjohtajakausi on noin 15 vuotta". Eihän hänellä enää liki viisikymppisenä olisi mahdollisuuksia!

"Siinä oli toimittajan väärinkäsitys. Tarkistin isältä, että ulkopuolisen toimitusjohtajan kausi on noin kahdeksan vuotta. Sen jälkeen katsotaan, löytyykö suvusta tarpeeksi pätevä toimitusjohtaja."

Mika ja puolen tusinaa muuta viidennen polven Sohlbergia kuuluvat sukuneuvoston alaiseen *skill pooliin* eli kykypankkiin.

"Jokainen meistä on asettanut mahdolliseksi tavoitteeksi GWS:n johtotehtävät. Tämä on kuitenkin niin suuri yritys, että olisi järjetöntä valita toimitusjohtajaksi suvusta ihminen, joka mokkaa koko homman. Siinähän menisi suvun omaisuus!"

Kykypankin muita nuoria lupauksia ovat esimerkiksi Mikan serkut **Patrik Sohlberg**, 26, **Sara Vähäpassi**, 29, ja **Tua Lidman**, 35.

Mika Sohlbergin nimen alta käyntikortista lyö silmään M.A.L.K. Promotion Oy. Se on yhtä kuin Mikan, **Annika**-vaimon sekä **Linda**- ja **Kira**-tytärten nimikkoyhtiö, joka markkinoi urheilijoita ja tuottaa tv-ohjelmia, kuten koripallon uuden lauantaillähetyksen. Kohta yhtiönimeen täytyy lisätä S-kirjain, sillä "muuten perheemme kolmas, vuoden vanha **Sanni**-tyttö saa kauheita traumoja".

M.A.L.K. Promotion omistaa kahdeksan prosenttia unelmamatkoja järjestävästä matkatoimisto Select Travel Oy:stä ja 26 äänivallantonta prosenttia hurjasti kasvavasta VTG Worldwide Oy:stä, jonka hittituotteet ovat maalatut kännykänkuoret.

GWS:n toimintaan Mika osallistuu jyväsyläläisen tytäryhtiön GWS Systems Oy:n hallituksen jäsenenä.

Espoolaiset tuntevat Mika Sohlbergin Länsiväylä-lehden palstoilta Hongan miesten koripallojoukkueen omistajana. Hongan taustalta ovat poistuneet **Renny Harlin**, **Jari Ko-**

mulainen ja **Mikko Marttinen**. Sohlbergin töissä on sen sijaan yhä värikäs manageri **Paavo Koskivaara**.

Sohlberg aikoo nostaa Hongan budjetin nykyisestä neljästä miljoonasta 20 miljoonaan markkaan viidessä vuodessa. Hän kertoo neuvottelevansa yhden suomalaisen ja yhden ulkomaisen sijoittajaryhmän kanssa. "He ovat kiinnostuneet ostamaan tulevasta *Honka Oy:stä* 30–40 prosenttia."

Torpan Poikien rahavaikeuksia Sohlberg lievitti ostamalla 201-senttisen **Sakari Pehkosen**. Sen jälkeen Hongan riveihin liittyi Topon ja maajoukkueen päävalmentaja **Aaron McCarthy**.

"Koripallobisnestä ei saa rakentaa ainoastaan yleisötulojen varaan, sillä aina tulee vuosia, jolloin yleisö hylkää joukkueen."

Mika Sohlbergin tavoitteena on luoda Pohjois-Euroopan liigassa ja Euroliigassa menestyvä koripallojoukkue. Taloudellisesti Hongan pitää tänä vuonna tehdä nollatulos ja sen jälkeen joka vuosi vähän edellisvuotta enemmän voittoa.

Sohlbergin tähtiuurheilijoita ovat mäkihyppyn olympiavoittaja **Jani Soininen**, suurpujottelussa maailman kärkeä kolkuttelussa **Sami Uotila** ja Volkswagenin tehdaskuljettaja **Tapio Laukanen**.

"Kunnioitan Kekeä, Hjallista ja Timo Jouhkia. Heihin verrattuna olen alussa."

"Haen pojille yhteistyökumppaneita sekä kotimaasta että Keski-Euroopasta. Järjestämme asiakastilaisuuksia ja promootioita ja rakennamme mainosnäkyvyyttä."

Rallimaailmassa Sohlberg etsii töitä pitkäaikaiselle suojatilleen **Jarmo Kytölehdolle**. Lisäksi Mikan tallissa on neljä nuorta rallikuskaa, joista yksi on pikkuveli **Kristian Sohlberg**, 21.

"Kristian on ajajana selvästi lahjakaampi kuin minä. Hän pyrkii ralliammattilaiseksi, mutta opiskelee ajamisen ohessa auton asentajaksi ja sitä kautta autoinsinööriksi."

Toinen perheenjäsen Mikan tallissa on Ranskassa asuva **Marika Sohlberg**, 29, nuorin Mikan kolmesta sisaresta. Marika tähtää ratsastajana vuoden 2004 olympialaisiin.

Sohlbergin jännittävin urheilija-projekti lienee kuitenkin 21-vuotias rata-autoilija **Kimmo Liimatainen**, jonka hän otti siipiensä suojaan **Keke Rosbergin** vinkistä.

"Kimmo on mielestäni lahjakain suomalainen rata-autoilija sitten **Mika Häkkinen**. Uskon, että hän ajaa kolmen vuoden päästä formula ykkösissä."

Ainakin vertailukohde on läpituettu, sillä koko Kari O. ja **Tutu Sohlbergin** perhe pitää Häkkistä perheenjäsenenä. Ralli-Mika ja **McLaren**-Mika ovat puhelinyhteydessä viikoittain. Keimolan mikroautotalta kauan sitten käynnistyneen kaveruuden syvyydestä kertoo sekin, että Mika Sohlberg oli **Mika Häkkinen** *best man*.

Toimintatapani on lähempänä **Hjallis Harkimoa** kuin **Timo Jouhkia** tai Kekeä, jotka ovat investoineet urheilijoihinsa runsaasti omaa pääomaa. Jokainen projektini lähtee siitä, että 100 prosenttia rahoituksesta tulee yhteistyökumppaneilta."

ANTTI MIKKONEN

Ulla Tillander-Godenhielmin uranvaihto

KOHTALONA KORUT

MARIKA ZETTER
PEKKA KARHUNEN, KUVA

Matkalla kohti **Ulla Tillander-Godenhielmin** ja hänen perheensä kakkoskotiä, Ollaksen tilaa Pernajassa, Ulla kertoo ihastuneensa kapeaan, kiemurtelevaan maalaistiehen, jota ajamme.

Tiellä on pitkä ja kiehtova historia. Se on osa Turusta Viipuriin kulkevaa keskiaikaista Kuninkaantietä, jota pitkin Katarina Suuri, Aleksanteri I ja Kustaa III matkasivat aikoinaan useita kertoja.

Kun saavumme päämääräämme, valtavien tammien ja saarnien varjostamaan vaaleankeltaiseen kaksikerroksiseen empiretyyliseen puurakennukseen, kuulen miten suuren vaivan Ulla on nähnyt löytääkseen tietoja tilan menneisyydestä. Valtionarkisto ja Pernajan pitäjän arkisto ovat tulleet hyvin tutuiksi, tilan entisten omistajien sukulaisia on etsitty Amerikkaa myöten.

Alkuperän ja taustojen tutkiminen ovat aina olleet tärkeitä myös Ullan työssä. Mutta tällöin tutkiminen on kohdistunut vanhoihin koruihin ja arvoesineisiin sekä niiden historiaan.

Seitsemän vuotta sitten Ulla jätti isoisänsä isän **Alexander Tillanderin** vuonna 1860 Pietariin perustaman ja myöhemmin Helsinkiin muuttaneen Jalokiviseppä A. Tillanderin toimitusjohtajan paikan. Hän alkoi opiskella taidehistoriaa Helsingin yliopistossa.

Nykyään hän tutkii Pietarin kultasepäntaidetta, kirjoittaa aiheesta kirjoja ja järjestää näyttelyitä. Työn alla on taidehistorian alaan kuuluva väitöskirja Pietarissa 1800-luvun lopulla toimineista kultasepistä sekä tietoteos maineikkaan pietarilaisen hovijalokiviseppä **Fabergén** suomalaisyntyisestä kultaseppämestari-
sta **Henrik Wigströmistä**.

Viisikymppiseltä on rohkea tempu jättää opiskelun takia perheyri-
tytys ja hyväpalkkainen työ. Mutta opiskelun kautta löytyi uusi mielenkiintoinen, kansainvälinen ura.

KOLME VUOSIKYMMENTÄ PERHEYRITYKSESSÄ

Ullan päätös jättää perheyriytytys syntyi vähitellen. Sitä vauhditti kuitenkin yrityksen osake-enemmistön myynti toiselle kultasepänalan yritykselle Westerback Oy:lle vuonna 1993. Emoyrityksestä vuonna 1977 erotettu teollisesti valmistettuihin tuotteisiin keskittynyt Oy Tillander Ab oli myyty jo aiemmin turkulaiselle Puolimatka-yhtymälle.

Vähemmistöosakkaana Ulla istuu edelleen A. Tillanderin hallituksessa, mutta ei osallistu enää yrityksen operatiiviseen työskentelyyn. Nykyisin hän vastaa yrityksessä järjestettävistä näyttelyistä sekä antiikkiesineiden, erityisesti pietarilaisen korujen arvioinneista.

Tänä päivänä helsinkiläisen kultasepäsuvun perinteitä jatkavat kaksi nuorta naista, **Annette** ja **Tina Tillander** Kluuvinkadulla, Jalokiviseppä Torbjörn Tillanderilla. Sisarukset ovat ensimmäisen yrityksen perustajan Alexander Tillanderin

pojanpojan tyttäriä.

– Kultasepänalalla työskenteleminen oli mielestäni hyvin antoisaa ja olenkin iloinen saamastani kokemuksesta, vaikka urani viimeiset viisitoista vuotta yrityksen toimitusjohtajana eivät olleet elämäni parasta aikaa. Monena vuonna oli yrityksessä taloudellisesti hyvin vaikeaa. Käsintehtyjen, korkeatasoisten korujen menekki on Suomessa varsin rajattua.

– Kolmenkymmen vuoden työskentely samassa yrityksessä tuo tiettyä väsymystä ja ehkä kyllästymistäkin. Ajattelin, että nyt olisi jo aika tehdä jotain aivan muuta. Olin jo nuorena tyttönä ekonomin opintojen jälkeen haaveillut jatko-opiskelusta taidehistorian alalla, mutta isälläni oli minulle silloin muita suunnitelmia. Elämäntilanteeni mahdollisti viisikymppisenä nuoruuden unelmieni toteuttamisen. Opiskelukavereina tosin ovat olleet lasteni ystävät.

URANVAIHDOSTA ALKOI UUSI ELÄMÄ

– Olin luullut, että tulisin kaipaamaan entistä arkipäiväistä työtäni, mutta näin ei ole käynyt. Uudet kansainväliset tehtäväni ovat olleet todella mielenkiintoisia. Koskaan aiemmin en ole ollut yhtä kiireinen kuin nykyään.

– Aikuisopiskelusta minulla on vaan myönteisiä kokemuksia. Se on ollut sekä hauskaa että piristävää. Filosofian maisteriksi valmistumiseni jälkeen tuntuikin luonnolliselta jatkaa opiskelua väitöskirjaan asti. Tunnen tosin itseni erittäin etuoikeutetuksi, kun voin työskennellä sellaisten asioiden parissa, jotka minua todella kiinnostavat. Eläminen asiantuntijan luontopalkkioilla askarrutti kuitenkin minua hieman alussa. Suomalaisena naisena olin totunut siihen, että minulla on säännöllinen työ ja palkka.

Ullan aviomies, diplomi-insinööri **Lars-Petter Godenhielm** johtaa kolme vuotta sitten Loimaalta hankkimaansa metalli-

► teollisuusyritystä Dino Lift Oy:tä. Perhe elää nykyään niin monelle tuttua usean kodin elämää. Lars-Petter tekee viikot töitä Loimaalla, Ulla työskentelee kirjansa ja väitöskirjansa kanssa joko perheen Kauniaisten kodissa tai maalaistilan rauhassa Pernajalla. Viikonlopun vietetään yleensä miehen kanssa maalla. Perheen aikuiset tyttäret **Eva** ja **Karin** ovat jo muuttaneet pois kotoa.

Ullan ura perheyrittäjäksessä alkoi vanhoja perinteitä noudattaen. Alaa piti opiskella ruohonjuuritasolta alkaen niin kotimaassa kuin ulkomailla. Näin olivat tehneet myös Ullan isä, vuoteen 1977 asti yrityksen toimitusjohtajana ollut **Herbert Tillander** sekä hänen edeltäjänsä.

Kolmen vuoden ajan Ulla toimi perheyrittäjien jalometallien, jalokivien ja antiikkikorujen sisäänostajana Lontooseen perustetussa Tillander London -nimisessä yrityksessä. Timanttien lajittelua hän opiskeli taas lontoolaisessa timanttihomossa, jossa hän toimi myös maata kiertävänä timanttikauppiaina.

– Minulle annettiin pienehkö timantivarasto ja laukku. Sitten lähdin matkaan myymään timantteja ympäri Englantia, Skotlantia ja Irlantia.

TIMANTTIALA AIVAN OMA MAAILMANSÄ

– Lontoossa kuten muissakin eurooppalaisissa suurkaupungeissa timanttialan yritykset ovat keskittyneet tiettyihin kortteleihin ja tietyille kaduille. Lontoossa alan yrityksiä on esimerkiksi Hatton Gardenissa, Antwerpenissa Pelikaan Straatilla ja Pariisissa Rue du Chateau d'Unilla.

Ala on sekä konservatiivinen että sisäänpäinlämpiävä. Timanttialalla työskentelevät henkilöt ovat yleensä, jollei sukua toisilleen, niin ainakin vanhoja ystäviä monessa sukupolvessa. Yritysten johtotehtävissä poika seuraa yleensä isäänsä, erittäin harvoin tytär.

Lontoon vuosien jälkeen Ulla palasi Suomeen ja perheyrittäjyys. Vuonna 1977 hänet nimitettiin A. Tillanderin toimitusjohtajaksi vastaamaan Aleksanterinkadun liikkeestä sekä talon yhdeksännessä kerroksessa toimivasta timanttiosastosta ja työpajasta, jossa edelleenkin valmistetaan käsintehtyjä koruja.

PIETARIN MAINEIKKAAT KULTASEPÄT

Vanhoista pietarilaisista koruista Ulla kiinnostui jo uransa alussa.

– Pietarilaisella kultasepänitaiteella on pitkät perinteet. Se alkoi kukoistaa jo 1700-luvulla, jolloin Venäjällä tehtiin valtavasti suuria kulta- sekä jalokivilöytöjä ja maata johtivat enimmäkseen naispuoliset hallitsijat. Pietarissa on myös kautta aikojen käytetty paljon koruja ja lahjaesineitäkin, jotka ovat perinteisesti olleet kultasepänitaiteen.

Pietarin kukoistava timanttiala houkutti

Timantti- alalle pyrkiviä tulokkaita katsotaan karsaasti.

teli kaupunkiin ulkomaalaisia kultaseppiä. Heistä parhaiten menestyi **Carl Fabergé**, jonka työpajoissa työskenteli parhaimmillaan noin 500 taiteilijaa ja käsityöläistä. Vuoteen 1917 mennessä Fabergén työpajoissa oli valmistettu arviolta noin 126 000 korua ja arvo-esinettä pelkästään Venäjän markkinoita varten.

Fabergén suursiakkaita olivat Venäjän tsaariperhe, hovi ja yläluokka. Heille myytiin tuotteita myös Ullan isoisän isä Alexander Tillander, jonka kultasepänliike ja työpaja sijaitsivat Pietarin hienostokadulla Bolshaja Morskajalla. Siellä toimi myös Fabergén yritys.

Tillanderin yrityksen kasvetta se muutti edustavampaan liiketilaan, joka sijaitsi Suomen Pankin talossa Nevskij prospektilla. Yritys harjoitti myös vientiä muun muassa Keski-Eurooppaan ja Arabimaihin. Ullan mukaan siltä ajalta peräisin olevia koruja ilmestyy aika ajoin myyntiin kansainvälisissä koruhuutokaupoissa Lontoossa, Genevessä ja New Yorkissa. Suomessa näitä koruja näkee myynnissä harvemmin.

Ne ovat Ullan mukaan edelleen enimmäkseen alkuperäisten ostajien sukulaisten hallussa eikä näitä sukukalleuksia haluta myydä. Tillanderin yritys lopetti toimintansa Pietarissa vuonna 1917, jolloin Venäjän vallankumouksen myötä yksityisyrittäjäys kävi mahdottomaksi.

– Uskon, että tämän päivän upeasta kultasepänitaiteestamme ja muotoilustamme meidän on paljolti kiittäminen Pietaria. Olenkin ilokseni pannut merkille, että Lahden ammattikorkeakouluun kuuluva kultaseppiä valmistava Muotoiluinstituutti on ottanut tehtäväkseen viedä myös näitä vanhoja periaatteita eteenpäin ja korostaa huolella tehdyn työn merkitystä.

Tulokset ovat olleet hyvin rohkaisevia. Esimerkiksi viime vuonna instituutista mestariksi valmistuneen, nykyisin A. Tillanderin suunnittelijana toimivan **Kristian**

Saarikorven lopputyötä mestarilautakunta piti yhtenä 1900-luvun merkittävimmistä suomalaisista kultasepänitaiteista.

KANSAINVÄLISIÄ TEHTÄVIÄ JA UUSIA ULOTTUVUUKSIA

Kansainvälisesti arvostettuna kultasepänitaiteen tuntijana Ulla on hyväksytty mukaan maailmanlaajuiseen verkostoon, jossa tutkijat perehtyvät eri näkökulmista Pietarin historiaan.

– Kun perestroika teki Pietarin menneisyyden tutkimisen mahdolliseksi noin 70 vuoden pimennossapidon jälkeen, alkoi kaupunkiin suorastaan tulla kansainvälisiä tutkijoita. He edustavat niin yliopistoja, museota ja taidesäätiötä kuin antiikkiliikkeitä ja huutokauppayrityksiä.

– Yksi on kiinnostunut Pietarin arkkitehtuurista, toinen kuvataiteesta, kolmas sotilashistoriasta, joku taas korutaiteesta niinkuin minä. Jokaisella tutkijalla on oma projektinsa, mutta teemme myös yhteistyötä.

Työskenteleminen tässä kansainvälisessä verkostossa on Ullan mukaan antanut hänen työnsä aivan uusia ulottuvuuksia. Se on lisäksi tuonut hänelle monta uutta ystävää niin idästä kuin lännestä. Vieraanvaraisuus on suvun omaa pietarilaista perintöä.

Uusimmasta haasteellisesta ja mielenkiintoisesta tehtävästään Ulla on hyvin iloinen. Häntä on pyydetty kirjoittamaan kansainvälistä teosta Tammissaaresta kotoisin olevasta kultaseppä **Henrik Wigströmistä**, jolla oli työpaja Pietarissa vuosina 1904-1917.

Työpajassa valmistettiin alihankintoina koruja ja arvoesineitä Fabergén-liikkeelle. Muutamia vuosia sitten löytyi sattumalta suomalaisesta yksityiskodista Wigströmin yli tuhannen esineen mallipiirroksia, jotka olivat olleet vuosikymmeniä kadoksissa.

– Kun minulle näytettiin kauniista piirroksista koostuva kansio, tiesin heti, että edessäni on todella harvinainen löytö. Fabergén omasta toiminnasta on meidän päiviimme asti säilynyt aika paljon materiaalia, mutta alihankkijoiden työpajoista ei ole tiedetty juuri mitään. Erittäin monta Fabergén työpajoissa työskennelleistä mestareista, kultasepistä, käsilleistä ja oppipojista oli peräisin Suomesta.

Mallipiirroksia ilmestyyvät huhtikuussa upean kirjan muodossa. Teoksen "Golden years of Fabergé, Drawings and Objects from the Wigström Workshop" kustantaa ranskalainen Alain de Gourcuff.

Ulla kertoo, että esineiden jäljittäminen on ollut oikea kansainvälinen salapoliisityö, johon on ottanut osaa koko kansainvälinen verkosto. Esineitä on löydetty sata, joista neljä Suomesta. Näyttely pidetään venäläisiin antiikkiesineisiin ja koruihin erikoistuneessa A La Vieille Russie -nimisessä liikkeessä New Yorkissa. Kesäksi näyttely siirtyy New Orleans Museum of Artsiin. □



Jukka Ylitalo
ja 2-vuotias
tytär Lala.

Finanssi- markkinoilta perheen pariin

TAPANI MÄKINEN
PEKKA KARHUNEN, KUVAT

FIM Pankkiiriliikkeen 35-vuotias toimitusjohtaja **Jukka Ylitalo** ylätti runsas viikko sitten ympäristönsä kertomalla jättävänsä tehtävänsä. "Päätin vain vaihtaa toimitusjohtajuuden perheeseeni ja kii-reettömämpään elämään", Ylitalo perusteli yhteistyökumppaneilleen.

Kun ero tuli julkisuuteen, täytyi Ylitalon

*Päätin vain
vaihtaa
toimitus-
johtajuuden
perheeseeni.*

sähköposti.

–Puolet viesteistä sisälsi sanoman: olen itsekkin ajatellut tehdä näin.

Ylitalo toivoo, että moni viestin lähettäjä uskaltautuisi tekemään saman ratkaisun kuin hänkin. Yhä useammalla siihen on myös varaa.

Ylitalo ei halua puhua siitä, paljonko hän FIMin osuudesta sai. Valistuneet markkina-arviot lähtevät 20 miljoonasta markasta ylöspäin.

Työtahti pankkiiriliikkeissä on varsinkin

"MENEILLÄN ON SILAKKAPARVIEFECTI, JONKA VAARA ON SE, ETTÄ IHMISET OSTAVAT HYVÄNÄ AIKANA LIKAA KALLIITA OSAKKEITA."

► viime vuosien aikana ollut armottoman kova. Se pisti Ylitalonkin kypsyttelemään tekemäänsä päätöstä puolisen vuotta sitten.

– Huomasin asenteeni muuttuneen flegmaattisemmaksi. En enää jaksanut innostua uusista asioista samalla tavoin kuin aiemmin. Työnteko ei ollut nastaa, vaan se muuttui velvollisuudeksi.

– Jatkaminen entiseen tapaan ei olisi ollut lojaalia organisaatiota kohtaan.

Ylitalo antoi FIMin pääomistajalle ja hallituksen puheenjohtajalle **Seppo Sairaselle** ensimmäisen varoituksen aikeistaan jo kesällä. Syksyn aikana hänen päätöksensä kypsyi valmiiksi.

OMISTUS SÄILYY HENKILÖSTÖLLÄ

FIM on viime vuosien aikana kasvanut ja siitä on tullut tunnettu ja tunnustettu pankkiiriliike. Pörssivälittäjänä sen osuus on runsaan prosentin luokkaa, mutta menestys on kasvattanut sen hallinnoimia rahastoja, joiden yhteinen koko on jo suurempi kuin Mandatumin ja selvästi suurempi kuin Conventumin rahastojen koko.

FIMin edeltäjästä, nurkanvaltauksissa ryvettyneestä Finanssimeklareista ei nykyisin ole jäljellä oikeastaan mitään, ellei sellaisena pidä sitä, että FIM on ollut aktiivinen välittäjä noteeraamattomissa yrityksissä.

Ylitalo on ollut FIMin toiseksi suurin omistaja yli 28 prosentin omistusosuudella. Loppukin pankkiiriliikkeen omistuksesta on jakaantunut talon sisälle.

Toimitusjohtajuuden jättäessään Ylitalo luopuu myös suurimmasta osasta osakkeitaan. Hän jää hallituksen jäseneksi ja

pitää edelleen runsaan neljän prosentin osuuden.

Ylitalon osuudelle ei talon ulkopuolisia ostajia olisi kauan tarvinnut etsiä. Hyvin menestynyt FIM kävisi helpostikin kaupaksi kokonaisuutenakin, mutta ulos vapautuvia osakkeita ei myydä.

– FIM pidetään edelleen yhtenä harvoista kotimaisessa omistuksessa olevista pankkiiriliikkeistä.

Pörssin ulkopuolella kotimaisessa omistuksessa ovat pysyneet FIMin lisäksi ainoastaan Evli, UB, Sofi ja FSB.

Ylitalon osakkeet jäävät FIMin työntekijöille, joten selvästi nykyistä suurempi osa pankkiiriliikkeen työntekijöistä muuttuu partnereiksi. Tätä kirjoitettaessa eivät lopulliset jakopäätökset vielä olleet valmiita.

– Tällainen ratkaisu kuuluu nykyaikaan. Rekrytoidessamme uusia työntekijöitä mahdollisuus osakkuuteen nousee yleensä esiin jo alkuvaiheessa.

ALAN VETERAANI 35-VUOTIAANA

Vaikka Ylitalo on vasta 35 -vuotias, hän on on ehtinyt elää koko arvopaperimaailman nykyyhistorian Arctosissa ja FIMissä. Arctosia Ylitalolla edelsi puolen vuoden jakso Kauppalehden toimittajana.

Ylitalon työhistoriaan mahtuvat siten kasinokauden viltimmät vuodet,

lama ja markkinoiden uusi nousu. Sijoitusrahastojen historia Suomessa mahtuu tuohon ajanjaksoon kokonaan.

Osakkeiden omistajien määrä oli kymmenkunta vuotta sitten vain kymmenes osa nykyisistä puolesta miljoonasta. Kehitys on huipentunut nykyiseen, teknologiavetoiseen humokseen, jossa ihmiset tungeksivat yleisötilaisuuksiin, jonottavat teknologiaosakkeita.

Monelta osin nykyinen meno hirvittää Ylitaloa, mutta ei hän silti pessimistiksi tunnustaudu.

– Osakkeiden arvot kasvavat rahavetoisesti. Rahastoissa on jo pitkään ihmetelty tilannetta, mutta onhan rahastoihminen aina sijoitettava rahastoihin tuleva raha.

– Meneillään on silakkaparviefecti, jonka vaara on se, että ihmiset ostavat hyvänä aikana liikaa kalliita osakkeita, ja kurssien pudotessa he sitten hankkiutuvat niistä halvalla eroon.

– Toivon, että sijoittajat ovat tasanneet riskejä. Voi olla, että joiden osakkeiden hinnat eivät putoa ainoastaan muutamia prosenteja vaan ehkä kymmenenteen osaan arvostaan.

– Riskejä pitää hajoitaa, ja rahastot ovat siihen helpoin tapa.

Uusi talous on sotkenut perinteisiä tapoja arvioida yhtiöitä. Niihin sijoittava sijoittaa yrityk-

Riskejä pitää hajoitaa, ja rahastot ovat siihen helpoin tapa.

Sovitusti ajallaan



At Your Service

DSV Merikiidon johtajatuksena on, että tavarantoimitukset tapahtuvat täsmällisesti ja ajallaan. Se mitä luovataan pyritään myös pitämään. Näin on ollut jo reilut 59 vuotta.

Nyt DSV Merikiito on DSV Samson Transport Oy Ab. Vaihdoimme osittain nimeä ja väriä tehostaaksemme kansainvälisen

konsernimme yhdenmukaista näkymistä monipuolisten logistiikkapalveluitten kokonaisvaltaisena tarjoajana ja osaajana sekä helpottaaksemme palveluitemme nopeaa sujumista.

Myös taloudelliset ja tietotekniset resurssimme kasvoivat. Näin kansainväliset yhteytemme ja palvelumme

pyörivät jatkossakin täysillä. Pidetään yhteyttä, nyt yhteisellä nimellä!

Dick Bäckström
Toimitusjohtaja



www.dsvsamson.fi

Helsinki
p. (09) 70 901
f. (09) 709 0367

Helsinki/Lento-Meri
p. (09) 70 901
f. (09) 870 1985

Tampere
p. (03) 357 4710
f. (03) 357 4720

Turku
p. (02) 6517 7100
f. (02) 6517 7170



DSV samson transport
DSV Samson Transport Oy Ab
Honkanummentie 3, 01260 VANTAA
dsvsamson@dsvsamson.fi

"PARAS TAPA HANKKIA OSAKKEITA ON OSTAA NIITÄ SÄÄNNÖLLESTI JOKA KUUKAUSI 500 MARKALLA."

► sen näkyymiin. Perinteiseen teollisuuteen tehdyllä sijoituksella on takana ainakin omaisuuspatja.

Ylitalolla itselläänkin on salkussa teknologiaosakkeita, mutta nyt hän suosisi yhdistelmärahastoja, jotka voivat joustavasti siirtyä osakesijoituksista korkoinstrumentteihin.

Ylitalo muistuttaa kuitenkin, että pitkällä aikavälillä osakesijoittaminen on kannattavaa.

– Amerikkalaisten tutkimusten mukaan paras tapa hankkia osakkeita on ostaa niitä esimerkiksi säännöllisesti joka kuukausi 500 markalla. Markkamääräisesti sijoitus pysyy aina samana, mutta saatujen osak-

keiden määrä vaihtelee suhdanteiden mukaan.

Tällaisen strategian mukaan toimiva välttää trendien vaarat.

JAKSAMINEN TULEVAISUUDEN SUURI ONGELMA

Pankkiiriliikkeen kaltaisessa organisaatiossa henkilöstöjohtaminen ei ole aivan tavanomaista.

– Työntekijät ovat korkean tason asiantuntijoita ja motivoituneita tekemään työnsä. Johtajan velvollisuus on valvoa, että he pitävät myös lomansa ja vapaa-aikansa.

– Työntekijöillä pitää olla taiteellista va-

pautta ja sen tuomia mahdollisuuksia nauttia työstään, mutta heille pitää myös tarjota joustavia ratkaisuja, jotta esimerkiksi yhteydet perheisiin säilyvät.

Jaksaminen ja motivaation ylläpito on tällaisessa organisaatiossa tärkeää. Nuoria ammattilaisia ajaa jaksamisen rajoille saakka ahneus, halu saada hilloa.

Ylitalo sanoo saman ahneuden vetäneen hänetkin pääomamarkkinoiden pariin.

– Tässä ammatissa ahneus on välttämätön ominaisuus.

1995, ennen nimitystään FIMin toimitusjohtajaksi, Ylitalo vetäytyi puolen vuoden sapattivapaalle. Sen ajan perhe asui

RAHOITUS JA VAKUUTUS CapMan MUUTOKSEN JA KASVUN RAHOITAJA www.capman.fi	INTERNET-PALVELUITA LogbyE.com instant webshop http://logbye.com	OHJELMISTOTALO mySAP.com www.sap.com/finland	PALVELU taloustutkimus oy WWW.TUJY.FI	TEOLLISUUS Fortum www.fortum.fi
FIM SIIJOITUSRAHASTOT (09) 613 46 250 www.fimi.fi	JULKISHALLINTO Oulun kaupunki www.ouka.fi	PALVELU Asiantuntijapalvelut verkosta ADVO.NET www.advonet.fi	STORAENSO www.storaenso.com	metso www.metsocorporation.com
FINNVERA Asiantunteva riskirahoittaja. www.finnvera.fi	KAUPPA Alko www.alko.fi	Finnforest www.finnforest.com	SysOpen www.sysopen.fi	METSASERLA www.metsaserla.com
Fennia Vahinko-, eläke- ja henkivakuutus Internet: www.fennia.fi	INEX www.inex.fi	www.kymppivoima.fi	Työvoimatoimisto www.mol.fi	AA MetsäTissue www.metsatissue.com
ILMARINEN Ilmarinen pitää huolta huomisesta. www.ilmarinen.fi	k-netti.com www.k-netti.com	McDonald's	TÖÖLÖ www.toolonmatkatoimisto.fi	Lambi KATRIN www.lambi.com www.katrin.com
VARMA-SAMPO www.varma-sampo.fi	Puukeskus www.puukeskus.fi	NumeroNetti Koko Suomen puhelinnumerot.	RAKENTAMINEN JA TOIMITILAT ISOVER www.isover.fi	PARTEK www.partekcorp.com
INTERNET-PALVELUITA THK WWW.YRITYS.FI 100 mk/kk Suomen laajin ja edullisin datanala palvelu WWW.THK.NET	S-kanava.net www.s-kanava.net	GSM 050 RADIOLINJA www.radiolinja.fi	RAKENTAJA-FOORUMI Rakennusalan markkinapaikka www.rakentaja-foorum.fi	YRITYSHAKEMISTOT V+ Yritystele+
WWW.TOTHEPOINT.FI	MONITOIMIALA ALGOL www.algol.fi	SOL Aurinkoa arkipäivän, hyyntä huomisesta www.solpalvelut.fi	PUUMERKKI OY RAKENTAJAN ASIAKUNTIALUKE www.puumerkki.fi	
ABB www.abb.fi www.abb.com	oy suomenmyyntitieto ab www.suomenmyyntitieto.fi			

ILMOITUSVARAUKSET (09) 774 2330



Yhdysvalloissa.

- Sapattivapaalta löytyi uusi kipinä työntekoon. Tätä ratkaisua olen valmis suosittamaan kaikille. Sen toteuttamienkaan ei lopulta ole niin kallista.

Kulttuuriin Ylitalo kaipaisi pysähtymishetkiä, jolloin jokainen voisi tehdä tilinpäätöksiä omasta elämästään.

- Uskonnolliset juhlapyhät voisivat olla pysähtymiskohtia, mutta nykyisin nekin täyttyvät toiminnalla, Ylitalo sanoo huomauttaen, ettei itse ole edes kirkon jäsen.

AIKAA PERHEELLE JA HARRASTUKSILLE

Ylitalolla on kolme tytärtä: 10-vuotias **Jade**, 7-vuotias **Elena** ja 2-vuotias **Lala**. Hänen vaimonsa **Satu Väkiparta** valittiin viime kunnallisvaaleissa Nuorsuomalaisten listoilta Helsingin kaupunginvaltuustoon.

Ylitalo ei halua herätä joku päivä kysymään itseltään, tunteeo lapsiaan olenkaan. Maaliskuusta lähtien suhde lapsiin ei ole ainakaan hänen töistään kiinni.

- Moni korostaa, miten tärkeää on viettää aikaa lasten lasten kanssa. Sitä edistävien päätösten tekeminen tuntuu vain olevan kauhean vaikeaa.

Aikaa pitää Ylitalon mielestä löytyä myös omalle itselle.

- Usein ajatellaan, että otan sen ajan sitten myöhemmin. Minä kannatan enemmän sitä periaatetta, että asiat tehdään siinä hetkessä. Carpe diem!

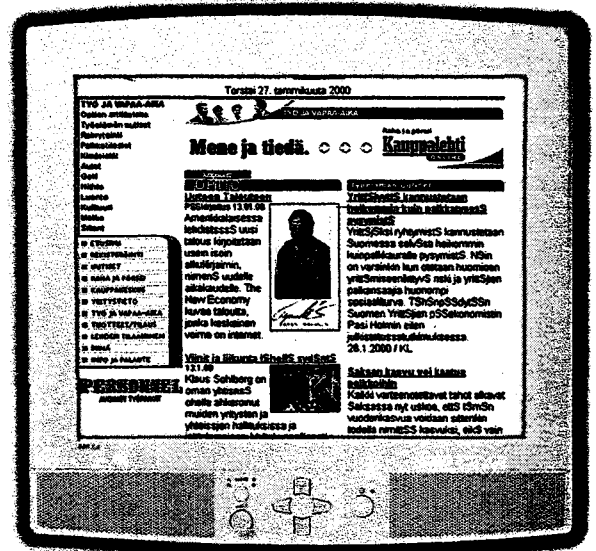
Hän ei halunnut jäädä odottamaan sitä hetkeä, että esimerkiksi heikentynyt terveys olisi pakottanut hänet työn jättämiseen.

Perheen lisäksi esteetikko Ylitalo haluaa omistaa aikaansa arkkitehtuurille. Kilpailuhenkisyttään hän aikoo toteuttaa formulan ratissa. Ylitalo hankki ratalisenssin viisi vuotta sitten ja hän on sen jälkeen ajanut mm. Formula Fordeja. Ensi kesänä vuorossa on Formula kolmosten kotimainen sarja.

- Nautin kilpailemisesta, vaikka huipulle ei enää tämän ikäisenä kannatakaan ryhtyä yrittämään.

Rahan ja sijoitusten markkinoilla toimivilla on omat harrastuksensa ja kokoon-tumisensa. Näihin piireihin Ylitalo aikoo säilyttää tuntumaansa mm. Casino RAY:n pokeri-illoissa. Työelämään palaamista Ylitalo ei tällä hetkellä suunnittele. □

Mene ja tiedä.



Kauppalehti
OPTIO

**Nyt myös
osoitteessa:**

<http://kauppalehti.fi/tva/>

Kauppalehti Onlinen Työ- ja Vapaa-aika -osastosta löydät nyt myös herkkupaloja Kauppalehti Optios-ta. Osastosta löydät myös muuta työelämään liitty-vää uutisointia ja vapaa-ajan klubeja: sikari-, golf-, hiihto-, matkailu-, kulttuuri- ja luontoklubit.

Elisa Communications saa uuden yrityssuunnittelujohtajansa Valiolta

Strategi rikkoo rajojaan

JANNE YLÄJOKI
janne.ylajoki@sanoma.fi



Kauppatieteiden lisensiaatti, oikeustieteen kandidaatti Vesa Silaskiveä, 33, voi kutsua mieheksi, joka on pian kaikkialla, kaiken aikaa ja kaikkien kanssa. Silaskivi siirtyy maaliskuun alussa Valion palveluksesta uuden Elisa Communications -konsernin yrityssuunnittelujohtajaksi Jukka Ruuskan siirryttyä Helsingin Pörssin toimitusjohtajaksi.

Helsingin Puhelin Oyj:n ja HPY:n fuusion myötä heinäkuussa juridisesti syntyvä Elisa Communications on telealan raskaansarjan edustaja, joka on valmistautunut kiristyvään kotimaiseen kilpailutilanteeseen strategisilla yhteistyösuhteilla muun muassa useiden alueellisten puhelin-yhtiöiden kanssa.

Millaisena pidät telekommunikaatioalan kasvunäkymiä?

– Toistaiseksi olen katsellut asioita vielä vähän sivusta, mutta esimerkiksi Elisan 30 prosentin vuosikasvu ei voi katsoa kuin kunnioituksella.

Muun muassa HPY:n toimitusjohtaja on todennut, että Suomessa on edelleen vapaana "vetovoimainen positio vahvalle tietoliikenneyhtiölle". Millä keinoilla Elisa Communications ottaa ykkössijan Suomessa?

– Nykyisellä strategialla – eli Suomen korkealla teknologiatasolla ja erityisesti puhelinpuolen osaamisella. Kilpailijoista Sonera on itsestään selvä, mutta Suomi on edelläkävijänä mielenkiintoinen markkina-alue myös ulkomaisille teleyhtiöille. Sen on osoittanut esimerkiksi Telian viimeaikainen toiminta.

Mitä pidät tärkeimpänä haasteena 2000-luvun suuryrityksen strategian suunnittelussa?

– Oleellista on se, että jäykällä suunnittelumeکانismeilla ja linjauksilla ei voi enää toimia, pitää olla herkkyyttä siirtyä suuntaan jos toiseenkin. Toimialaakin pitää pystyä tarvittaessa tämentämään.

– Se taas asettaa melkoiset paineet



Elisa Communications -konsernin näköalapaikalle siirtyvä Vesa Silaskivi uskoo, että tulevaisuudessa yritysten on uudistettava strategisia linjauksiaan entistä useammin

suunnitteluprosessille. Mutta yhden ihmisen rooli tässä kaikessa on tietysti aika pieni.

Miten Elisa Communications valoittaa kansainvälisiä markkinoita?

– Konsernilla on jo nyt toimintaa Saksassa ja Baltiassa, ja ne pysyvät myös jatkossa painopistealueina. Saksassa konsulttitoimintaan keskittyneet asiakassuhteet ovat kehittyneet konkreettisesti yhteistyöhankkeiksi jo useammassa kaupungeissa. Puhelintoimintaa on kehitetty suomalaisvoimin esimerkiksi Bremenissä ja Hannoverissa. Elisan omistusosuus on ollut hankkeesta riippuen 20–50 prosenttia. Siihen, millaisilla omistusjärjestelyillä yhteistyötä tullaan jatkossa harjoittamaan, en tässä vaiheessa ota kantaa.

– Sen määrittelemisen, mikä on kansainvälistä toimintaa, on kuitenkin vaikeaa, koska alan yhteistyökuviointiin liittyy lähes aina myös kansainvälisiä toimijoita. Esimerkiksi joku Radiolinja voi avata melkoisia kansainvälisiä näkymiä ryhtyessään yhteistyöhän Yahoo!n kanssa.

Siirryt Valion palveluksesta telekommunikaatioalan huippupaikalle. Millä mielellä ja millä eväillä?

– Alan vaihto ei kauhistuta. Yrityssuunnittelijoiksi tullaan perinteisesti kahta väylää: joko ollaan alan asiantuntijoita ja tutustutaan sen jälkeen yrityssuunnitteluun tai sitten ollaan yrityssuunnittelun asiantuntijoita ja tutustutaan alaan. Itse edustan jälkimmäisiä. ■

Venäjäntaito avaa uran

I T A M A A N T I E T Ä J Ä

Suomalaisyhtykset ovat havainneet nuoret, kielitaitoiset naiset hyväksi Venäjän-toimintojen vetäjiksi. VR jatkaa tuttua linjaa: Moskovan edustuston pääliikikönä aloittaa **Tiina Mäkilin** jälkeen filosofian maisteri **Lea Viinamäki**, 33.

Venäjää pääaineenaan opiskellut Viinamäki on tehnyt uraa idänkaupassa valmistumisestaan lähtien. Viimeksi hän toimi idän liikenteen myyntipäällikkönä VR Cargon Itä-Suomen alueella. Nyt tehtäväksi tulee valvoo VR:n etuja IVY-markkinoilla ja syventää suhdetoimintaa esimerkiksi Venäjän rautatieministeriön kanssa. "Naiset ovat energisiä, jaksavat

taistella täkäläisen byrokratian kanssa", tarjoaa Viinamäki selitykseksi sukupuolensa menestykselle itänaapurissa.

Heitto sisältää ilmeisesti jonkin verran ironiaa, sillä tarkemmin tiedusteltuna Viinamäki ei suostu valitusvirteen siitä, miten ankeaa, hankalaa ja vaarallista elämä itänaapurissa on.

"Tiedotusvälineet antavat elämästä Venäjällä kärjistetyn ja yksipuolisen kuvan: esiin nousevat vain ongelmat ja kriisit, mutta eihän tavallinen arki sellaista ole. Päinvastoin, olen intoa täynnä, kun pääsen haasteelliseen työhön ja kunnolla tutustumaan uuteen kulttuuriin."

HEIDI HAMMARSTEN



■ Lea Viinamäki aloittaa uudessa tehtävässään Moskovassa virallisesti ensi tiistai

Miljoonat

U K K O H E R R A

Metsänhoitaja **Jan Hein** 52, aloittaa tiistaina Metuksen uutena toimitusjohtajanaan **Penntti Tak** silosärmäisempi Heino saa johdettavakseen 2 200 alaista ja 12 miljoonaa hehtaaria pohjoista metsää, maati ja vettä.

Omistatteko itse metsää?

"En, vaikka vuosien varrella olisin voinut sitä hankkia. Joku olisi sanoa, että tuokin ryökä metsää ammattinsa sivu

Metsänhoitajamatrikke mukaan *synnyitte maani heeseen Lijendalissa ja ylioppilaaksi Loviisan ruc* sestä yhteistyöseosta. - K nykyisin kotitilaa?

YURI GRIPAS



TIMO PYHÄLÄINEN

Finnair viestii diplomaattisesti

R E N T O V I R K A M I E S

Suomen EU-puheenjohtajuusih-teeristön toimisto on sekaisin. Ulkkoministeriön mediayksikön näällikkö **Christer Hanlund**

Hukkuivatko laskukoneet?

J U M B O J E N H A A S T A J A

"Joiltakin taitavat olla laskuko-neet hukassa", arvioi kaupallinen johtaja **Monni Minkem** 43

omistaa Myyrmannin, Isomyyrin, Lippulaivan, Espoontorin ja Tikkurin eli joukon isoimpien kaupakeskusten haastajia. Monnere maabuntakaununtiree

Kauppakeskuksen uusi isäntä

Jan-Henrik von Hertzen johtaa Forumin seuraaviin uudistuksiin

MARI PAALOSALO
mari.paalosalos@sanoma.fi



Forumia Mannerheimintieellä on vuoden alusta hallinnut uusi isäntä. Jan-Henrik von Hertzen, 41, aloitti kauppakeskuksen ja sen omistajan Oy City Forum Ab:n toimitusjohtajana tammikuun alussa. City Forum puolestaan on Konstsamfundetin ja Hufvudstadsbladetin omistama yhtiö.

Von Hertzen siirtyi kymmenien tuhansien ihmisten kulkureitillä sijaitsevan kauppakeskuksen isännäksi paljon näkymättömämmältä alalta. Viimeksi hän johti Merck-konserniin kuuluvaa laboratorioalan jakeluyritystä Kebo Labia ja sitä ennen lääkeyhtiö SmithKline Beechamin Suomen-yhtiötä. Von Hertzen on ehtinyt myös toimia useissa tehtävissä Fazer-konsernissa.

Miksi lähdit Forumiin?

- Kyllähän tämä on houkutteleva haaste. Saan yhdistää myynti- ja markkinointikokemukseni kiinteistöyhtiön johtoon ja hallintoon.

Forumin 70 miljoonaa markkaa maksanut laajennus valmistui syksyllä. Miten teillä menee?

- Erittäin hyvin. Saimme neljänneksen lisää myymäläpinta-alaa ja parikymmentä uutta liikettä. Laajennus oli oikea kasvojenkohotus.

- Simonkadun ali Espoon-bussien terminaalia kohti kulkevan tunnelin pitäisi vielä valmistua juhannukseksi. Se lisää varmasti aikanaan selvästi Forumin läpi kulkevaa ihmisvirtaa, vaikka lisäystä on etukäteen vaikea arvioida.

Näkykö laajennuksen valmistumisen jo myyntiluvuissa?

- Uudet liikkeet ovat tuoneet selvää lisämyyntiä, mutta toisaalta rakennustöiden aikana kesällä oli tiettyjä häiriöitäkin. Vertailukelpoista pohjaa ei vielä oikein ole, emmekä ole vielä saaneet tarkkoja lukuja kaikilta liikkeiltä, mutta viime vuoden myynti näyttää pysyneen edellisvuotisella tasolla eli yli 800 miljoonassa markassa. Myynti on siis suunnitelmien mukaista ja vähän ylikin.

Millaista myyntiä odotat tältä vuo-



Jan-Henrik von Hertzenin mukaan Forumin myynti pysyi viime vuonna edellisvuotisella tasolla remontin aiheuttamista häiriöistä huolimatta.

delta?

- Vaikea sanoa vielä. Nykyinen kasvuvauhti on pari, kolme prosenttia viime vuoden vertailukelpoiseen myyntiin verrattuna. Toisaalta keskustan ulkopuolella sijaitsevat uudet kauppakeskukset saattavat vaikuttaa myyntiin.

Mitä pidät Forumin pahimpina kilpailijoina?

- Keskustassa suurimpia tavarataloja, mutta myös maaseudulla ja periferiassa sijaitsevat kauppakeskukset ovat kuluttajan vaihtoehtoja.

Ainakaan ulospäin Forum ei enää voi kasvaa, sillä tontti on täyteen ra-

kennettu. Miten aiotte pärjätä kilpailussa kuluttajien rahoista?

- Yksi keino on jo näkyvässä eli uudistuminen. Se jatkuu edelleen, vaikka suunnitelmia ei vielä ole ole keskusteltavaksi asti.

Mikä liike Forumista vielä puuttuu?

- Kokonaisuus on aika täynnä. Paletti on hyvin koottu edeltäjäni Henrik Winbergin aikana.

Mitä kuuluu omaan vapaa-aikaasi?

- Lähinnä se kuluu perheen parissa. Lisäksi ulkoillen: harrastan saunakävelyä, lenkkeilyä, hiihtoa, laskettelua ja pikkaisen golfiakin. ■

■ "Urakehityksessä persoonakohtaiset erot ovat olennaisempia kuin sukupuolierot", uskoo Maija-Liisa Friman.

Friman pani itsensä

HARVINAINEN

Rakennusmateriaaleja valmistavan Gyproc Oy:n toimitusjohtaja **Maija-Liisa Friman**, eilen 48, on valittu Vattenfall Oy:n toimitusjohtajaksi. Rakennusalan yrityksissä, niiden johtotehtävistä puhumattakaan, naisia on ollut vähän. Yhtä vähän naisia on energiayhtiöiden johdossa. *Onko-han sukupuolesta häittää vai etua?*

"Olen koko ikäni ollut nainen; paremmasta tai huonommasta en tiedä", kuittaa Friman suostumatta pohtimaan sukupuolirooleja.

Frimanin käsitystä naisten urakehityksestä selittää kuitenkin ehkä hänen yleinen kommenttinsa: "Olisi hyvä, että ihmiset panisivat itseään enemmän likoon näkymällä ulospäin ja samastamalla omaan yritykseensä."

Työuransa diplomi-insinööri Maija-Liisa Friman aloitti Kemirassa, jossa toimi myös kansainvälisissä tehtävissä. Lannoitteiden ja pigmenttien parista hän hypäsi kipsilevyjä valmistavaan Gyprociin, josta huhtikuun alussa – Gyprocin tilikauden päätyttyä; tyypillistä Frimania – siirtyy Vattenfalliin.

Muutokseen sopeutumista, muutoksen hallintaa ja kokemustaustansa monipuolisuutta Friman pitää vahvuutenaan työelämässä.

"Vaikka ei työtä ja elämää pitäisi yrittää erottaa. Aika on ainut demokraattinen hyödyke ja sitä on aivan tarpeeksi siihen, mihin sitä haluaa käyttää."

Maija-Liisa Friman käyttää aikaansa mieluusti myös kirjallisuuteen, liikuntaan ja vallankin musiikkiin. Joulun tienoossa hän katsoi yhdessä puolisonsa kanssa kaksi oopperaa. Maija-Liisa Frimanin puoliso **Kaj Friman** on pysynyt Kemirassa ja toimii nyt yhtiön finanssi- ja viestintäjohtajana.

JOUNI LUOTONEN



MATTI NIEMI

Harmaahapsi nörttien

KOKEMUS VOITTI

Huipputekniikan maailmallevienissä eivät kokemattomat pärjää. Tämän on nyt tunnustanut SSH Communications Securityn perustaja-omistaja **Tatu Ylönen**, 32.

Vuosi sitten SSH:n toimitusjohtajana käväisi **Jani Hursti**, 25, mutta hän siirtyi kesällä johtamaan WOW Verkko-brandit-yhtiötä. Ylönen otti ensin itse toimitusjohtajan ohjat, mutta palkkasi vuoden lopulla tilalleen **Markku Kankaan**, 52.

"Luulenpa, että meitä harmaapäitä kävelee pian vastaan useamman ohjelmistoyrityksen käytävillä. Yhdysvalloissa se on jo tavallista", Kangas sanoo. Yhdysvalloissa SSH:n tytäryhtiötä johtaa toinen harmaantunut, **George Adams**, 51.

Kangas oli aiemmin Valmet Automationin toimitusjohtaja. Valmetissa Kankaan paikka oli yksi niistä 700:sta, jonka Valmetin ja Rauman yhdistyminen Metsoksi söi. Neles Automationia johtaa **Arto Aaltonen**.

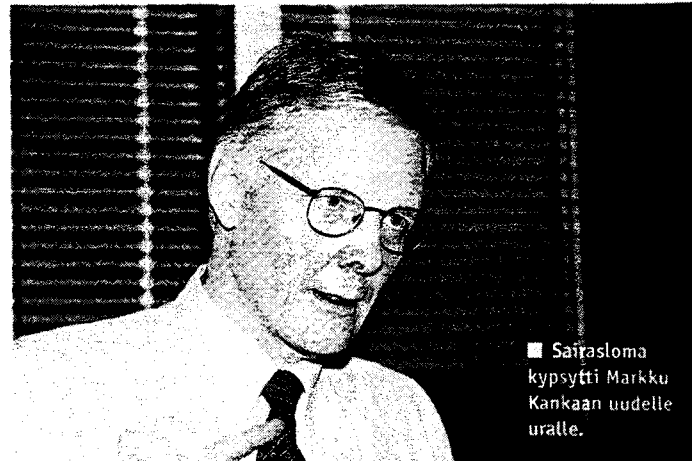
"Lähdin haikeana, mutta minusta tuli kakkosjohtaja. Jouduin selän välilevyn leikkaukseen kesällä. Sairaslomalla oli aikaa miettiä, mitä vielä haluan tehdä."

Kankaan ohjelmistoalan kokemus on vankka: hän on johtanut

muun muassa Typlania, Davaa ja Valmet Data Systemsiä.

Hallituksen puheenjohtaja Tatu Ylönen pysyy yhä SSH:n keulahahmona. Amerikkalaisten guruksi nostama *Mister Ylönen* keskittyy tutkimiseen ja tuotekehitykseen.

TUULA LAATIKAINEN



■ Sairasloma kypsytti Markku Kankaan uudelle uralle.

HARNU VIERULA

Valtionpankin valmentaja

Outi Järvinen/Taloussanommat

Sari Leskinen johtaa Leonian henkilöstön kehittämisestä

TOMMI ELO
tommi.elo@sanoma.fi



Vastuu Leonia Pankin henkilöstön valmentamisesta uuden ajan vaatimuksiin siirtyi vuoden vaihtuessa tuoreisiin käsiin. Kauppätieteiden maisteri Sari Leskinen, 38, siirtyi tuolloin tilit ja maksaminen -yksikön tuotepäällikön paikalta henkilöstön kehittämisjohtajaksi.

Työkenttä on Leskiselä jo entuudestaan tuttu, sillä hän on aiemmin toiminut muun muassa kehittämispäällikkönä Leonian henkilöasiakaspuolen koulutuksessa sekä koulutuspäällikkönä säästöpankkiryhmässä.

Leskisen nykyinen posti on sijoitettu suoraan konsernin taloushallintojohtajan alaisuuteen, itsenäiseksi muista henkilöstöasioista.

Vaihdot numerot ja rahat ihmisiin. Miltä maisemanvaihdos tuntui?

- Tätä voisi luonnehtia paluuksi vanhaan. Olen aina työskennellyt erilaisissa kehittämis tehtävissä. Tuotepäällikkönäkin vastasin paitsi tuotteen ja prosessien kehittämisestä, myös sitä myyvän henkilöstön valmentamisesta. Leoniaassa kukin tuoteyksikkö vastaa ensisijaisesti itse omaan tuotealueeseensa liittyvästä koulutuksesta.

Leonia on hiljattain palkannut 200 uutta työntekijää. Mitä tämä merkitsee henkilöstön kehittäjälle?

- Luonnollisesti suurta haastetta. Meidän täytyy lyhyessä ajassa saada uudet työntekijät perehdytettyä asiakastehtäviin. Siinä riittää projektia. Kuluvan vuoden aikana käynnistyy 8-10 perehdyttämisryhmää sitä mukaa kun uutta väkeä tulee taloon. Vanhojakaan työntekijöitä emme toki voi unohtaa, vaan myös heidän osaamisensa kehittämisestä on huolehdittava.

Mitä uusien työntekijöiden valmennus maksaa pankille?

- Perehdyttämisen tapaisessa sisäisessä koulutuksessa kustannukset muodostuvat lähinnä työajasta ja matkustamisesta, koska ulkopuolisia kouluttajia emme juurikaan käytä. Kyseessä on joka tapauksessa mittava investointi, jonka kustannukset nousevat ilman työtuntejakin noin kolmeen miljoonaan markkaan.

Mihin suuntaan haluaisit pankin



Sari Leskisen mielestä henkilöstön kehittäminen pitää nähdä osaksi yhtiön liiketoimintastrategian toteuttamista.

henkilöstön kehitystä viedä?

- Henkilöstön kehittäminen pitää nähdä osana pankin liiketoimintastrategian toteuttamista. Keskeistä on tarvittavan ydinosaamisen määrittely sekä henkilökohtaisten osaamistavoitteen sopiminen osana kehityskeskusteluja.

Miten pankkihenkilöstöltä vaadittavat valmiudet ovat viime vuosina muuttuneet?

- Taustatyöstä on siirtynyt paljon ihmisiä asiakaspalveluun, jolloin vuorovaikutus- ja palvelutaidot ovat korostuneet. Tällä vuosikymmenellä tietoverkot ja -tekniikka ovat saaneet entistä merkittävemmän aseman pankki työssä. Toimihenkilöillä täytyy olla

riittävä sovellusten, intranetin ja verkkopalveluiden tuntemus, jotta he osavat myydä uusimpia pankkipalveluita sekä hakea tarvitsemiaan tietoja intranetista.

Miten henkilöstön kehitysjohtajalla on tapana kehittää itseään?

- Kehittämistyössä on tärkeä saada välillä ulkopuolisia virikkeitä. Sen vuoksi olen yrittänyt vuosittain osallistua erilaisiin ajankohtaisiin seminaareihin ja henkilökohtaisiin kehitysohjelmiin.

- Työkyky on vahvasti sidoksissa fyysiseen kuntoon, jota olen pitänyt yllä säännöllisellä liikunnalla. Käyn aerobicissa, ja koira pitää huolen lenkeilystä kaksi kertaa päivässä. ■

Tori-isännästä kauppiaksi

Jan Forsbom
siirtyy pörssistä
pankkiiriliikkeeseen

MARI PAALOSALO
mari.paalosalos@sanoma.fi



Kun Jan Forsbom, 35, ensi kuussa siirtyy Helsingin pörssistä FIM Pankkiiriliikkeen toimitusjohtajaksi, hän jättää taakseen tutun paikan. Forsbom on työskennellyt Hexissä ja sen edeltäjässä Suomen Optiomeklareissa (SOM) 12 vuoden aikana neljään otteeseen. Oikeustieteen kandidaatti on ehtinyt hyödyntää sekä juristinkoulutustaan että MBA-tutkintoaan myös Ruotsin pörssissä ja parissa pankkiiriliikkeessä.

Uransa aikana Forsbom on rakentanut parikin uutta markkinapaikkaa. SOMin leivissä hän perusti Suomeen Elex-sähköpörssin ja Hex-konsernissa hän luotsasi pörssin yhteistyöhön Eurex-johdannaispörssin kanssa. Nyt hän siirtyy markkinapaikan isännän pallilta kauppiaksi.

Miksi lähdet pörssistä?

– Haasteen mahdollisuus tuntui vetovoimaiselta. Olen katsellut markkinoita monesta näkövinkkeleistä ja luulen, että tunnistan bisneksen aika hyvin.

Turhauditko Helsingin ja Frankfurtin yhteistyön takkuamiseen?

– Ei minulla ole turhaamia. Luulen, että prosessia voi arvioida vasta vuoden lopulla, kun esimerkiksi likviditeetti on saatu Eurexiin. Koen, että homma on saatettu osittain päätökseen, ja sikäli nyt on otollinen aika vaihtaa hommia.

Koska myös käteiskauppayhteistyö toteutuu?

– Luulen, että kuvio selkeytyy ollenaisesti tämän vuoden aikana. En pidä erityisen todennäköisenä, että Hex liitoutuu yhden yksittäisen osapuolen kanssa, mutta yhteistyöhön kyllä selvä trendi. Helsingin pörssi on viisaasti ollut toistaiseksi lukitsematta positioon: kumppanivaihtoehtoja on useita eikä mitään ole lyöty lukkoon, vaikka markkinoilta ja lehdistä joskus saa sellaisen kuvan.

Hex on viime aikoina menettänyt useita keskeisiä osaajia. Miksi ihmiset haluavat sieltä pois?

– Markkinoilla tapahtuu muutenkin paljon. Oma lähtöni ei millään lailla liity Hexin päätöksiin, strategioihin tai toimintatapoihin.

Miten aiot FIMIä kehittää?

– Sijoitus- ja välitysmarkkinat ovat kasvaneet rajusti, ja toimintaan vaikuttavat markkinan rakennemuutokset kuten nettivälitys. FIMinkin täytyy



FIM Pankkiiriliikkeen toimitusjohtajaksi pörssistä siirtyvä Jan Forsbom arvioi joutuvansa ensimmäiseksi pohtimaan internet-välitystä.

mieltä uusia palveluita ja jäsentää uuteen pakettiin välitystoiminta ja lisäarvopalvelut kuten analyysit.

Onko FIMin internet-välityksen perustaminen siis ensimmäinen päätöksesi?

– Se on ainakin asia, johon täytyy ottaa kantaa heti. Toisaalta koen niinkin, ettei välitystoiminta silmänräpäyksessä muutu. Maailmalla nettivälitysyhtiöt ovat hankkiutuneet tavallaan investointipankeiksi hankkimalla analyysia ja muita palveluita isommille asiakkailleen.

FIM on suomalaisilla markkinoilla pieni tekijä...

– Käteiskaupassa meillä on kyllä vain prosenttien markkinaosuus, mutta komissioista suurempi.

...pärjääkö se itsenäisenä?

– FIMin strateginen tavoite on ollut

orgaaninen kasvu. Omaisuudenhoidossa ja rahastoissa yhtiö on jo keskeinen osapuoli. Luulen, että markkinoilla on tarvetta kotimaiselle toimijalle, jolla on hyvä paikallistuntemus. Kasvu on tietenkin tavoite myös välitystoiminnassa, mutta volyymin kasvu ja kannattavuus ovat kiinnostavampia lukuja kuin välitystoiminnan markkinaosuus.

Tuleeko sinusta FIMin omistaja?

– Kyllä. Osuus on vielä vähän hakuksessa.

Miltä oma salkkusi nykyään näyttää?

– Lähinnä siellä on kiinteää omaisuutta eli pääasiassa sijoitukset ovat menneet kodin rakentamiseen. Velalla en ole ainakaan osakesijoittamista harjoittanut. Siellä on lähinnä tätä pakollista HPY:tä. ■