

**HAAVOITTUVAINEN JA HERKKÄ MIES –
MASKULIINISUUKSIEN RAKENTUMINEN
JÄBÄT & TUNTEET -VIDEOPODCASTIN KERRONNASSA**

Roosa Niskanen
Maisterintutkielma
Journalistiikka
Kieli- ja viestintätieteet
Jyväskylän yliopisto
Kevät 2024

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta Humanistis-yhteiskuntatieteellinen	Laitos Kieli- ja viestintätieteiden laitos
Tekijä Roosa Niskanen	
Työn nimi Haavoittuvainen ja herkkä mies – Maskuliinisuuksien rakentuminen Jäbät & tunteet -videopodcastin kerronnassa	
Oppiaine Journalistiikka	Työn laji Maisterintutkielma
Aika Kevät 2024	Sivumäärä 67
Tiivistelmä <p>Tässä maisterintutkielmassa tarkastellaan maskuliinisuuksien rakentumista Jäbät & tunteet -videopodcastin kerronnassa. Tutkielman keskiössä oleva Jäbät & tunteet on vuonna 2021 käynnistynyt podcast, jota tuotetaan sekä audio-että videomuodossa. Tässä tutkielmassa syvennytään videopodcastiin, jotta tarkasteluun voidaan ottaa myös ne kerronnan keinot, jotka eivät välity vain äänen avulla.</p> <p>Maskuliinisuuksien tarkastelu journalistisista lähtökohdista käsin on jäänyt tutkimuskentällä melko vähäiselle huomiolle, vaikka sukupuolittuneet mediaesitykset ovatkin herättäneet aika ajoin keskustelua. Tämän tutkielman tarkoituksena onkin selvittää, millaisten maskuliinisuuksien rakentamiseen videopodcastin tekijät pyrkivät ja mitä kerronnan keinoja tavoitteen saavuttamiseksi hyödynnetään. Lisäksi tutkitaan sitä, miksi maskuliinisuuksien kuvastoa rakennetaan ja mitä sillä pyritään saamaan aikaan.</p> <p>Tutkimusongelmaa lähestytään laadullisen tutkimuksen menetelmien avulla. Tutkielmaa varten haastateltiin viittä tekijää Jäbät & tunteet -videopodcastin työryhmästä. Tutkimushaastattelut olivat puolistrukturoituja teemahaastatteluja, ja ne toteutettiin ryhmäkeskusteluna ja yksilöhaastatteluinä. Haastattelut kertoivat videopodcastin suunnittelusta, sisällöstä ja tavoitteista. Sisällönanalyysin avulla tutkimushaastatteluista erottui kolme teemaa, jotka ohjaavat videopodcastin tekoprosessia ja siihen liittyviä valintoja: maskuliinisuuksien kuvasto, videopodcastin toteutus ja kerronnan keinot sekä motiivit maskuliinisuuksien rakentamisen taustalla.</p> <p>Tärkeänä pidettiin sitä, että videopodcastin avulla voidaan monipuolistaa miehiin liitettäviä mielikuvia ja haastaa maskuliinisuuksia koskevia normeja. Maskuliinisuuksien kuvastoon pyritään liittämään herkkyyttä, avoimuutta, positiivisuutta, keskeneräisyyttä ja monimuotoisuutta. Audiovisuaalisuuden koettiin olevan keskeisessä roolissa uudenlaisten käsitysten luomisessa. Videon avulla voidaan näyttää muun muassa kuvausympäristö sekä jaksossa olevat juontajat ja vieraat. Tällöin katsoja voi myös itse tehdä havaintoja jaksossa tapahtuvasta vuorovaikutuksesta. Tekijät kiinnostavat näihin seikkoihin huomiota jaksojen suunnitteluprosessissa. Tutkielman tuloksena syntyi päätelmiä myös yhteisön ja median välisestä suhteesta. Yhteisö osoittautui tärkeäksi median toimintaa ja tavoitteita ohjaavaksi tekijäksi. Yhteisöä pyritään rakentamaan ja kasvattamaan sekä digitaalisissa ympäristöissä että niiden ulkopuolella.</p> <p>Voidaan todeta, että kun media osaa tulkita yhteisöjä ja yleisöjä, löytää kuluttaja todennäköisesti itselleen mielekkäitä sisältöjä. Ymmärrys mediakuvastoista – sekä toisaalta vallasta ja vastuusta niiden tuottamisessa – auttaa mediaa vastaamaan erilaisten kuluttajien toiveisiin ja näin palvelemaan heitä. Samalla uudenlaiset kuvastot ja käsitykset sukupuolesta syventävät samaistumis pintaa, jota moni kuluttaja voi kaivata.</p>	
Asiasanat Videopodcast, kerronta, maskuliinisuus, tunnepuhe, representaatio, yhteisö	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto	

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
2	MIESTÄ JA MASKULIINISUUKSIA TUTKIMASSA.....	4
	2.1 Maskuliinisuuksien rakentuminen	6
	2.2 Sukupuolittuneet mediaesitykset.....	9
	2.3 Mies, tunteet ja media	13
3	KERRONTA VIDEOPODCASTISSA	17
	3.1 Podcast mediamuotona	19
	3.2 Videopodcastin ulottuvuudet	21
4	AINEISTO JA MENETELMÄT.....	25
	4.1 Aineiston esittely.....	25
	4.2 Haastattelu ja sisällönanalyysi	27
	4.3 Tutkimuseettiset ratkaisut	31
5	ANALYYSI JA TULOKSET.....	32
	5.1 Maskuliinisuuksien kuvasto videopodcastissa.....	33
	5.2 Maskuliinisuuksia rakentavat tekijät.....	36
	5.3 Syyt maskuliinisuuksien rakentamisen taustalla.....	42
6	POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET	47
	6.1 Miehen mallien monipuolistaminen.....	47
	6.2 Tunteet ja terapiakulttuuri mediassa	50
	6.3 Yhteisö videopodcastin ympärillä.....	52
7	LOPUKSI	55
	7.1 Tutkielman arviointia.....	55
	7.2 Jatkotutkimusaiheet.....	57
	LÄHTEET.....	59

1 JOHDANTO

Media tuottaa kuvastoja ja käsityksiä sukupuolesta. Nämä kuvastot luovat normeja siitä, millaisia piirteitä ja ominaisuuksia eri sukupuolten edustajiin tavallisesti yhdistetään (Kearney 2012, 3). Toisin sanoen medialla on valtaa luoda vaikutelmia, joissa tietynlaiset olemassaolon tavat ilmenevät toisia luonnollisempina. Vallan takana on valintoja: mitä kuvataan ja millä tavoin kuvaaminen tapahtuu.

Sukupuolittuneet mediaesitykset ovat aika ajoin herättäneet keskustelua. 1970-luvun naiskuvatu tutkimus haastoi tarkkanäköisesti valtavirran naiskuvia eli niitä kuvastoja, joita esimerkiksi elokuvat, tv-sarjat ja lehdet tuottavat. Näiden kuvastojen ajateltiin ylläpitävän haitallista sukupuoli-ideologiaa. (Paasonen 2010, 43.) Kapea ja stereotyyppisiin nojaava länsimainen ihanne koskee myös miehiä, mutta miehiä koskeviin mediakuvastoihin on alettu suhtautua kriittisesti paljon naisia myöhemmin (Kearney 2012, 12). Tämä tekeekin niistä kiinnostavan tutkimuskohteen.

Maisterintutkielmassani tutkin maskuliinisuuksien rakentumista *Jäbät & tunteet* -videopodcastin kerronnassa. Tässä tutkielmassa käytän käsitettä maskuliinisuus viitatessani ilmiöihin, asioihin ja tekoihin, joita pidetään miehisinä (Jokinen 2003, 7). Kyseessä on mielikuvia ja ominaisuuksia, jotka tavallisesti yhdistetään miehenä olemiseen. Maskuliinisuus ja sukupuoli ovat siis itsessään eri asioita. Puhun maskuliinisuuksista maskuliinisuuden sijaan, sillä haluan alleviivata maskuliinisuuden useita erilaisia muotoja ja sitä, että jokainen kokee maskuliinisuuden omalla tavallaan. Podcastilla viitataan sarjaan digitaalisia audiotiedostoja, joita voi tilata, ladata tai kuunnella erilaisissa suoratoistopalveluissa tai sovelluksissa (Berry 2019, 1201). Videopodcastissa äänen rinnalla on myös videokuva. Tällöin kerronnan voidaan ajatella rakentuvan näiden kahden – äänen ja liikkuvan kuvan – avulla.

Tavoitteenani on selvittää, miksi ja miten maskuliinisuuksien kuvastoa rakennetaan Jäbät & tunteet -videopodcastissa. Olen kiinnostunut erityisesti valinnoista, joita on tehty jaksoissa käsiteltävien aiheiden suhteen sekä tavoista, joilla aiheista videopodcastissa keskustellaan. Lisäksi tarkastelen esimerkiksi sitä, miten videopodcastin tekijät rakentavat sekä kuvailevat jaksoissa tapahtuvaa vuorovaikutusta ja audiovisuaalista kerrontaa maskuliinisuuksia muodostavina elementteinä. Tutkimuskysymykseni ovat:

- Millaisten maskuliinisuuksien rakentamiseen videopodcastin tekijät pyrkivät?
- Mitä kerronnan keinoja tavoitteen saavuttamiseksi hyödynnetään?
- Miksi videopodcastin tekijät haluavat rakentaa maskuliinisuuksien kuvastoa?

Jäbät & tunteet käynnistyi podcastina alkuvuonna 2021, ja sen perustamisen taustalla kerrotaan olleen halu lisätä keskustelua maskuliinisuuden ympärillä (Sjöholm 2021). Aluksi podcastia julkaistiin vain audiomuodossa, mutta lokakuussa 2021 podcast alkoi ilmestyä YouTubessa myös videokuvan kera eli videopodcastina. Tutkittavana kohteena Jäbät & tunteet on hedelmällinen, sillä harvat mediat tarttuvat maskuliinisuuden teemaan näkökulmasta, josta juuri kyseinen taho sisältöjä tekee: tunteiden kautta. Mukana jaksoissa on ajankohtaisia miesvieraita, jotka osaltaan liittävät keskustelua osaksi tätä hetkeä.

On todettu, että käsitykset maskuliinisuuksista muuttuvat ajasta ja paikasta riippuen. Toisin sanoen maskuliinisuudet toteutuvat, kun tietyn kulttuurin jäsenet merkityksellistävät ja representoivat tiettyjä eleitä, tekoja ja ilmiöitä maskuliinisiksi. (Jokinen 2003, 27.) Maskuliinisuuksien voidaan siis ajatella olevan jotain uusiutuvaa ja jotain sellaista, jota voidaan uudelleenrakentaa erilaisilla tavoilla. Tästä yhtenä esimerkkinä pidän tutkimaani videopodcastia.

Maskuliinisuuksien rakentumista on tutkittu aikaisemmin erityisesti populaarikulttuurin kehyksessä (esim. Sallinen 2019; Rantalainen 2021). Omassa tutkielmassani haluan keskittyä mediaesitykseen, joka on lähempänä journalistisia lähtökohtia. Tulkitsen tutkimani videopodcastin suhteen journalismiin muodostuvan erityisesti julkisen palvelun kautta. Julkista palvelua on pidetty yhtenä journalismiprofession ydinarvoista, joka mediakentän muutoksista huolimatta ohjaa edelleen vahvasti toimittajien itseymmärrystä (Pöyhtäri, Väliverronen & Ahva

2016). Julkisella palvelulla tarkoitetaan pyrkimystä taata kaikille vapaa pääsy tärkeänä pidetyn tiedon äärelle (Leino 2021, 141). Jäbät & tunteet on maksuton ja eri alustoilta löytyvä video-podcast, jonka kautta on mahdollista välittää käsityksiä erilaisista aiheista.

Näen videopodcastin yhteyden mediakenttään muodostuvan myös ymmärryksestä muodostaa yleisöjä ja erilaisia kohderyhmiä sekä keinoista rakentaa monikanavaista mediakokonaisuutta. On kuitenkin tärkeää huomata, että kyseessä ei ole objektiivista todellisuutta esittävä esitys, vaan maskuliinisuuksia esitetään valitusta näkökulmasta käsin. Tästä huolimatta sillä on mahdollisuus vaikuttaa ihmisten käsityksiin maskuliinisuuksista.

Tutkielmani taustalla vaikuttavat vahvasti sivuaineopintoni sukupuolentutkimuksen parissa sekä laaja-alainen kiinnostukseni sukupuolen kuvastoja ja niiden rakentumista kohtaan. Olen kiinnostunut erityisesti siitä, millä eri tavoin sukupuoli heijastuu vallitsevaan yhteiskuntaan ja sitä ylläpitäviin rakenteisiin sekä siitä, mitä tapahtuu, kun perinteisistä käsityksistä poiketaan. Nykykulttuuria ilmentävät mediaesitykset uudistavat osaltaan sukupuoleen ja seksuaalisuuteen liitettäviä näkemyksiä ja koenkin tärkeäksi tutkia sisältöjä, jotka haastavat normeiksi muodostuneita ajatus- ja toimintamalleja.

Yhteiskunta, jossa maskuliinisuus linkittyy valtaan poliittisesti, taloudellisesti ja fyysisesti (Kantola 2010, 82–83), vaikuttaa vahvoiksi muodostuneiden normien vuoksi asioiden luonnolliselta tilalta, joka esitetään vaihtoehdottomana. Tällöin myös maskuliinisuudesta muodostuu helposti yksipuolinen kuva. Muunlaista ”normaalia” ei välttämättä osata, uskalleta tai haluta nähdä, sillä se tarkoittaisi nykyisen järjestyksen uudelleenluomista.

Tutkielmani tavoitteena on herätellä kyseenalaistamaan totuttua ja samalla lisätä ymmärrystä miehuuden ja maskuliinisuuksien moninaisuudesta. Mielestäni on tärkeää, että keskenään erilaisia, yhtä hyväksytyinä pidettyjä kuvauksia maskuliinisuuksista tarjotaan, sillä vaihtoehtoja kyllä on. Maskuliinisuuksien rakentumisen taustalla olevia mekanismeja tunnistamalla voidaan purkaa sukupuolten välistä epätasa-arvoa ja samalla edistää maskuliinisuuksien välisiä suhteita myönteisesti.

2 MIESTÄ JA MASKULIINISUUKSIA TUTKIMASSA

Tässä luvussa tarkastelen teoreettisen katsannon kautta miestä, maskuliinisuuksia sekä suhdetta sukupuolen ja tunteiden välillä. Aluksi esittelen lyhyesti sukupuolentutkimuksen perinnettä, jonka jälkeen keskityn kriittisen mies- ja maskuliinisuustutkimuksen rooliin tutkimuskentällä. Ensimmäisessä alaluvussa tarkastelen maskuliinisuuden käsitettä sekä tunnistan sitä rakentavia tekijöitä. Sen jälkeen siirryn tarkastelemaan sukupuolittuneita mediaesityksiä. Lopuksi kiinnitän huomioni miehen ja tunteiden väliseen yhteyteen sekä siihen, miten tunteita esitetään mediassa.

Sukupuolta on tutkittu kauan ja eri näkökulmista. Se voidaan ymmärtää kulttuurisena merkitysrakenteena, jonka määrittelyyn vaikuttavat sekä yksilön eletyt todellisuudet että yhteiskunnallinen lähtökohta. Siihen, mitä pidämme sukupuolena, vaikuttaa myös konteksti eli historiallinen aika ja paikka, jossa eletään. (Karkulehto & Rossi 2017, 9.) Butler (1990) on esitellyt teorian sukupuolen performatiivisuudesta: hänen määrittelynsä ajatus on, että sukupuoli saadaan aikaan tekemällä ja toistamalla. Butler (mt.) korostaa vallan vaikutusta sukupuoleen sekä sitä, miten perinteisenä pidettyjä sukupuolijärjestelmiä tulee voida kyseenalaistaa. Jokisen (2010, 128) mukaan sukupuoli voidaan ymmärtää kategoriana, joka on normalisoitu, luonnollistettu ja rakennettu.

Ymmärrys sukupuolista sekä käsitykset näiden erilaisuudesta ja samankaltaisuudesta ovat peilautuneet feministiseen keskusteluun. Tämä näkyy niin kutsutuissa aalloissa, joiden avulla feminismin historiaa usein vaiheistetaan (Rossi 2010, 25). Ensimmäinen aalto yhdistetään liberaalifeminismiin, joka sai alkunsa 1800-luvulla. Liikkeen tavoitteena oli osoittaa, että naiset

kykenevät yhtä lailla osallistumaan yhteiskunnalliseen toimintaan. Toisen aallon alku sijoittuu 1960-luvulle, jolloin keskiössä olivat erilaiset radikaalit naisliikkeet. (Mp.) Kolmas aalto muotoutui 1980-luvulta lähtien erityisesti postmodernien ajatusten vaikutuksesta (mp.).

Feminismin neljäs aalto ajoittuu 2010-luvulta nykyhetkeen, ja se on muotoutunut erityisesti sosiaalisen median yhteisöjen ja digitaalisilla alustoilla tapahtuvan liikehdinnän avulla. Feminismin neljännen aallon yksi avainkysymyksistä koskee intersektionaalisuutta eli sitä, miten sukupuolen lisäksi myös muut ominaisuudet ja identiteetit vaikuttavat asemaan yhteiskunnassa. (Munro 2013.) Metaforaa aalloista on myös kritisoitu, sillä sitä on pidetty liian yksinkertaistavana ja tarkkarajaisena: feministisen keskustelun vaiheet eivät muodosta kronologista kehityskaarta, vaan ideat ja ajatukset limittyvät toisiinsa (Vuori 2010, 315).

Sukupuolen ja sen eri tasoihin keskittyvän tutkimuksen kattavana sateenvarjokäsitteenä on käytetty pitkään nimitystä naistutkimus. Vaikka naistutkimus onkin nimensä mukaisesti alun perin keskittynyt naisiin, on tutkimus koskenut myös esimerkiksi miehiin liittyviä kysymyksiä sekä sukupuolen seksuaalisuudesta. (Juvonen, Rossi & Saresma 2010, 11.) Vaihtoehtoisesti naistutkimuksen rinnalla on käytetty nimitystä feministinen tutkimus. Nimitys tuo selkeämmin esille tutkimuksen sisäisen kirjjon sekä sen, että huomio kiinnittyy sukupuolen lisäksi myös muihin identiteettiä ja valtasuhteita luoviin ulottuvuuksiin, kuten luokkaan, seksuaalisuuteen ja ikään (mp.).

Myöhemmin on alettu puhua sukupuolentutkimuksesta. Sukupuolentutkimuksen käsitettä on kuitenkin problematisoitu, sillä sen on koettu häivyttävän sukupuolten välisen valta-asetelman ja niiden keskinäisen suhteen epäsymmetrisyyden. Lisäksi sen on koettu korostavan kaksija-koisia normituksia. (Juvonen, Rossi & Saresma 2010, 11.) Voidaan todeta, että tutkimukseen liittyvä käsitteistö on jatkuvassa murroksessa.

Miehiin ja maskuliinisuuksiin keskittyvä tutkimus, miestutkimus, on kiinnostunut miehen sukupuolen tuottamisesta sekä essentiaalisen maskuliinisuuden kyseenalaistamisesta (Jokinen 1999, 8). Tutkimuksen pohjana oleva miehen asemaa käsittelevä akateeminen keskustelu vilkastui 1990-luvun tienoilla (Puustinen, Ruoho & Mäkelä 2006, 16). Tutkimuskentän pohjavire on poliittinen, sillä tutkimuksen olemassaolo on seurausta 1960-luvulla alkaneen toisen aallon feminismin huomattavista vaikutuksista poliittisesti ja akateemisesti (Jokinen, Ahlbäck &

Kinnarinen 2012, 183–184). Suomessa mies- ja maskuliinisuustutkimus vahvistui 2000-luvulla, ja se on nykyään kehittynyt omaksi teema-alueekseen empiirisessä ja teoreettisessa kentässä (mts. 179–182).

Miestutkimuksen feministisesti orientoitunutta aluetta on luonnehdittu kriittiseksi miestutkimukseksi. Käsite on suomennos Hearnin nimeämästä mallista *Critical studies on men and masculinities* (Jokinen 2010, 137). Feministisen tutkimuksen ja teorian lisäksi kriittinen miestutkimus on saanut vaikutteita queer-tutkimuksesta ja se nojaa keskusteluun miehen identiteetin ja seksuaalisuuden tutkimisen oleellisuudesta (mp.). Kriittisen miestutkimuksen tavoitteena on muuttaa vallalla olevaa mieskulttuuria sekä sukupuolijärjestelmää (Jokinen 1999, 9).

Kriittinen miestutkimus pyrkii siis nimensä mukaisesti tarkastelemaan miehiä kriittisesti sukupuolensa näkökulmasta. Tutkimuksessa huomioidaan esimerkiksi itsereflektio, sukupuolten välinen tasa-arvo sekä tutkijan ja aiheen väliset suhteet (Jokinen 2010, 137). Lähtökohtana on se, että miehen asemaa sukupuolistuneiden valtasuhteiden kokonaisuudessa haastetaan (Hearn 2005, 172). Keskiössä ei siis ole miesten valta-aseman puolustaminen, vaan sen tunnistaminen ja näkyväksi tekeminen.

Kyseenalaistamisen lisäksi tutkimus pyrkii toisaalta huomaamaan myös sen, että kaikki miehet eivät hyödy hallitsevasta valta-asemasta yhteiskunnassa (Sipilä 1994, 18–19). Jokinen, Ahlbäck ja Kinnarinen (2012, 177) toteavat tutkimuksen haasteen olevan nimenomaan siinä, miten miesvaltaa ja maskuliinisuutta koskeva kritiikki tulisi esittää siten, että miehiä yleistävä ja syylistävä lähestyminen vältettäisiin ja esiin kyettäisiin tuomaan myös positiivisia puolia maskuliinisuudesta. Erilaisten maskuliinisuuksien tunnistaminen palvelee tätä tarkoitusta ja mahdollistaa uudenlaisia keskustelunavauksia.

2.1 Maskuliinisuuksien rakentuminen

Miehen ja maskuliinisuuden määrittelyminen ei ole yksinkertaista. Miehen voidaan ajatella olevan henkilö, joka kokee kuuluvansa miehen sosiaaliseen ja kulttuuriseen kategoriaan (Jokinen 2010, 128). Toisin sanoen henkilön oma kokemus on määrittelyn kannalta merkityksellinen. Kriittisessä miestutkimuksessa mies ymmärretään sosiaalisesti rakentuvaksi. Tällöin

miehelle ei oleteta tietynlaista olemusta, vaan miehet ovat sekä ryhmänä että yksilöinä muuttuvia. (Hearn 2005, 172.) Usein mieheksi itsensä kokeva henkilö omaa myös niin sanotun miehen ruumiin eli tietynlaisen fyysis-anatomisen hahmon, mutta näin ei kuitenkaan aina ole (Jokinen 2010, 128).

On myös todettu, että ruumis ei ole pelkkä fyysinen keho. Ruumis voidaan tulkita välineeksi, jonka avulla on mahdollista tuoda esiin itseään ja omaa identiteettiään. Yhteiskunta puolestaan voi vaikuttaa yksilön toimintaan ja esiintymiseen ruumiillisuuden avulla. Säätely voi näyttäytyä esimerkiksi ruumiillisina rangaistuksina, pukeutumissääntöinä tai muina kulttuuriin liittyvinä tapoina. (Markkola, Östman & Lamberg 2014, 13.)

Miestä koskevassa keskustelussa käytetään useita käsitteitä, joita voidaan tulkita synonyymeinä. Näitä käsitteitä ovat esimerkiksi mieheys, maskuliinisuus ja miehisyys. Ne voidaan nähdä kulttuurissa tietynä aikana vallitsevina maskuliinisuuden muotoina. Tällöin yhdessä yhteiskunnassa on samanaikaisesti useita maskuliinisuuden ilmentymiä. (Sipilä & Tiihonen 1994, 9.) Miestutkimuksessa onkin yleistä, että maskuliinisuudesta puhutaan monikossa, maskuliinuuksina (Kahn 2009, 2). Maskuliinisuuden ei siis ajatella olevan yksi olemassa oleva ja määriteltävissä oleva ilmiö.

Maskuliinisuudet ovat tilanteisia tapoja suhtautua ja käyttäytyä, niitä tuotetaan ja niistä neuvotellaan (Wetherell & Edley 2014). Ajatus peilaa laajempaa käsitystä postmodernista subjektista ilman olemuksellista tai kiinteää, jokaisessa tilanteessa samanlaisena pysyvää identiteettiä (Suominen 2012, 36). Perinteisempää ymmärrystä maskuliinisuudesta kuvaavat puolestaan käsitteet, kuten miehuus ja miehekkyyys. Tämä ideologia viittaa käsitykseen, jossa miesihanteen oletetaan olevan jaettu ja yhteisesti hyväksytty. (Sipilä & Tiihonen 1994, 9–10.)

Kuten aiemmin johdannossa totesin, maskuliinisuus ja sukupuoli ovat eri asioita. Maskuliinisuus ei siis ole sama asia kuin mies. Sukupuolirooleista voidaan kuitenkin löytää maskuliinisia eli miehisenä pidettyjä piirteitä. Jokinen (2010, 129) toteaa, että mitä enemmän näitä piirteitä yksilö omaa, sitä todennäköisempää on, että hän mahtuu niin kutsutun miesideaalin raameihin. Maskuliinisina pidettyjä ominaisuuksia ovat esimerkiksi hallitsevuus, rationaalisuus ja fyysinen voima (mts. 128). Mosse (1996) liittää omassa tulkinnassaan maskuliiniseen stereotyyppiin esimerkiksi urheuden, itsekontrollin sekä kovan ulkomuodon.

Vallitsevat ihanteet muotoutuvat vuorovaikutuksessa kulttuuristen sekä aikaan ja paikkaan sidonnaisten näkemysten kanssa. Lisäksi ne kytkeytyvät vahvasti rakenteisiin yhteiskunnassa. Tämän osoittaa mies- ja maskuliinisuustutkimuksen kannalta keskeinen hegemonisen maskuliinisuuden käsite, jonka avulla pyritään osoittamaan, miten tietynlainen maskuliinisuus on suhteessa toisiin maskuliinisuuksiin sekä sukupuoliin ylempiarvoisessa asemassa ja samalla vakiintuneempaa kulttuurisesti. (Markkola, Östman & Lamberg 2014, 14–16.) Kyseessä on ikään kuin maskuliinisuuden ideaalimuoto. Säilyttääkseen valta-aseman, hegemonisen maskuliinisuuden ei kuitenkaan tarvitse olla maskuliinisuuden muodoista yleisin. (Connell 2000, 10–11.)

Tietyt maskuliinisuuden muodot nähdään siis arvokkaampina ja sosiaalisesti hyväksytympinä kuin toiset. Vastaavasti tästä ideaalista poikkeavat maskuliinisuudet voidaan nähdä esimerkiksi epämiehekkäinä (Connell 2000, 11). Länsimaisessa kontekstissa hegemoniseen maskuliinisuuteen liitetään ominaisuuksia, kuten heteroseksuaalisuus, valkoisuus ja keskiluokkaisuus (Walling 2017). Esimerkiksi homoseksuaalit miehet ovat kyseisen mallin mukaan sorretussa asemassa suhteessa länsimaiseen ideaaliin, mutta voivat silti, ikään kuin vastareaktiona, omaksua käyttäytymismalleja, jotka tukevat hegemonista maskuliinisuutta. Näitä käyttäytymismalleja voivat olla esimerkiksi fyysinen dominointi ja perinteisesti maskuliinisina pidettyjen roolien noudattaminen. (Fields ym. 2015, 122.)

Hegemoninen maskuliinisuus ilmentää miesten valtaa ja samalla normalisoi sitä (Rantalainen 2021, 25). Hallitseva rooli luo yhteyden hegemonisen maskuliinisuuden ja patriarkaalisen yhteiskuntajärjestyksen välille, jolla viitataan miesten dominoivaan asemaan ja etuoikeuksiin. (Kahn 2009, 23–25.) Kun ehtoja patriarkaatin puolustamiseen kyseenalaistetaan, muuttuvat myös hyväksytyt maskuliiniset hegemoniat (Connell 1995, 77). Tällöin vallalla olevan maskuliinisuuden dominoiva asema järkkyy. Oleellista onkin, että hegemoninen maskuliinisuus ei pidä sisällään muuttumatonta miestyyppeä, vaan epätasa-arvoisuutta maskuliinisuuksien ja sukupuolten välillä on mahdollista purkaa (Kultamaa 2020, 3). Jotta johtava luokka onnistuisi ylläpitämään valta-asemaansa, on sen kyettävä uusintamaan sitä ja hallitsemaan tulkintoja siitä, mitä pidetään luonnollisena (Jokinen 2010, 131).

Koska hegemoninen maskuliinisuus on patriarkaalisen järjestelmän ominaisuus, sen vaikutukset koskevat kaikkia ja sen tukemiseen osallistutaan sukupuolesta riippumatta, usein myös tiedostamatta. Hegemonisen maskuliinisuuden vaatimukseen mahtuu vain pieni osa miehistä, mutta ideaalia tuetaan, koska se tuntuu asioiden normaalilta tilalta ja siitä hyödytään. (Jokinen 2010, 132.) Ideaalin tavoittelu asettaa miehet keskinäiseen kilpailuasetelmaan, josta seuraa kamppailua vallasta ja painetta esiintyä tavalla, joka on yleisesti hyväksytty maskuliiniseksi (mts. 133). Toisin sanoen miehenä oleminen voi vaatimuksineen tuntua jopa suoritukselta.

Hegemonisen maskuliinisuuden malli ei ole välttynyt kritiikiltä. Kritiikki on koskenut muun muassa mallin yksipuolisuutta sekä sitä, että hegemonista asemaa tavoittelee useita erilaisia ryhmiä (Markkola, Östman & Lamberg 2014, 14; Sipilä 1994, 21). Hegemonisen maskuliinisuuden ylivaltaa miestutkimuksessa problematisoi myös ajatus hybridimaskuliinisuudesta, jota Hyvönen (2021) käsittelee väitöskirjassaan. Hyvönen (2021, 3) viittaa hybridimaskuliinisuudella sellaiseen miehenä olemiseen, joka sisältää myös feminiinisinä pidettyjä piirteitä. Miehet voivat tietoisesti haluta pyrkiä pois perinteisenä pidetystä maskuliinisuudesta (mts. 4).

Hybridimaskuliinisuuden rinnalla hegemonista maskuliinisuutta haastaa inklusiivinen maskuliinisuus. Inklusiivinen maskuliinisuus nojaa erilaisten maskuliinisuuksien hyväksymiseen ja siihen, että perinteisestä maskuliinisuuksien tyypittelystä on mahdollista irrottautua (Anderson 2005). Malli kritisoi hegemonista maskuliinisuutta esimerkiksi siitä, että se ei pysty kunnolla tulkitsemaan tilannetta, jossa hierarkiassa alisteisessa asemassa oleva tavoittaisikin ylimpänä olevan ideaalin edustajat (Kultamaa 2020, 15). Voidaan todeta, että hegemonisen maskuliinisuuden malli ei ole riittävä kuvaamaan ja tulkitsemaan 2020-luvun mieskäsitystä, jossa miehellä on tilaa ottaa itse etäisyyttä perinteisenä pidettyihin maskuliinisuuksiin. Seuraavaksi esitelen, miten sukupuoli ja erilaiset maskuliinisuuksien mallit heijastuvat mediakuvastoon.

2.2 Sukupuolittuneet mediaesitykset

Erilaiset mediat ja kuvallinen kulttuuri muodostavat osan eletystä ympäristöstämme: ne kuvaavat tätä todellisuutta omilla ehdoillaan. Samalla media rakentaa ja muodostaa käsityksiä sukupuolesta ja niihin liitettävistä piirteistä. Feministisellä mediatutkimuksella tarkoitetaan

tutkimusta, joka keskittyy sukupuolen analysointiin median mekanismina, joka rakentaa sekä aineellisia että symbolisia maailmoja ja kokemuksiamme niistä (Zoonen 2012, 25).

Kiinnostus sukupuolittuneita mediaesityksiä kohtaan alkoi kasvaa 1960-luvulla toisen aallon feminismiin myötä (Carter & Steiner 2004, 1). Läsä oli huoli siitä, miten median luomat sukupuoli-asetelmat vaikuttavat yleisöihin. Naisliike kritisoi median luomaa vinoutunutta naiskuvaa ja vaati kuvauksia naisista, jotka olisivat lähempänä totuutta. (Puustinen, Ruoho & Mäkelä 2006, 27.) Toiveena oli nähdä monipuolisempia naishahmoja sekä roolimalleja, joihin erilaiset katsojat pystyisivät samaistumaan (Paasonen 2010, 43).

Feministisesti orientoituneet tutkijat ja aktivistit alkoivat kiinnittää huomiota siihen, miten naisia kuvataan erilaisissa mediatuotteissa, kuten tv-sarjoissa, elokuvissa ja lehdissä (Carter & Steiner 2004, 2). Toisin sanoen tutkijoita alkoi kiinnostaa, miten media muodostaa kielellään ja kuvillaan sukupuolen representaatioita.

Representaatio on prosessi, jossa kuvataan jotakin. Samanaikaisesti representaatiolla tarkoitetaan niitä symbolisia merkkejä, joiden avulla kuvaaminen ja merkityksen antaminen tapahtuu. Representaatio on jotakin esittävää, edustavaa sekä tuottavaa (Paasonen 2010, 40.) Kulttuurintutkimuksessa korostuu myös käsitteen hahmottaminen politisoivana tekemisenä (Rossi 2015, 72). Representaatioiden huomioiminen on tärkeää, sillä niiden avulla merkityksellistetään ympäröivää maailmaa (Webb 2009). Niiden avulla on siis mahdollista ymmärtää, mutta myös tulkita todellisuutta.

Mediatutkimuksessa representaatioon liittyy ajatus siitä, että medioiden kautta välitetyt kulttuuriset kuvat sekä mielikuvat rakentuvat toistensa varaan ja toisiaan vasten. Toisin sanoen erilaiset kuvastot rinnastuvat toisiinsa ja suhteessa aiempiin kuvastoihin. (Paasonen 2010, 41–42.) Tätä lomittain rakentuvaa, rajoiltaan epämääräistä kuvastojen kokonaisuutta voidaan hahmottaa representaatiojärjestelmän käsitteen avulla (mts. 42).

Representaatiojärjestelmä koostuu vuosikymmenten ja -satojen aikana kerääntyneestä tekstien, kuvien ja oletusten massasta. Representaatioiden vastaanottajat siis tulkitsevat kuulemaansa ja näkemäänsä suhteessa aiemmin kuulemaansa ja näkemäänsä. (Paasonen 2010, 42.) Näin ollen esimerkiksi sukupuoleen liittyviä oletuksia ja normeja pitää pohtia jatkuvasti uudelleen.

Butlerin (1990) ajatusta siitä, että sukupuoli tulee näkyväksi toiston kautta, voidaan soveltaa median tuottamiin representaatioihin. Voidaan ajatella, että sukupuolen merkitykset rakennetaan representaatioissa (Luhtakallio 2016, 92). Vaikutelma esimerkiksi miehestä syntyy toistamalla kyseiseen sukupuoleen sosiaalisesti ja kulttuurisesti yhdistettyjä käytäntöjä. Kun toistoa tehdään tarpeeksi kauan, käytännöistä tulee luonnollisena pidettyjä ja normaaleja. (Jokinen 2003, 26.)

Toistamalla tietynlaista sukupuoleen liittyvää kuvastoa tai sanastoa, media siis normalisoi tietynlaista vaikutelmaa olla tietyn sukupuolen edustaja. Mediaesitykset ja journalismi muokkaavat normeja ja materialisoivat niitä esimerkiksi erilaisten kielellisten esitysten avulla (Puustinen, Ruoho & Mäkelä 2006, 21). Tutkimani *Jäbät & tunteet* -videopodcastin kohdalla tämä tapahtuu videopodcastin mahdollistamien kerronnan keinojen kautta.

Sukupuolittuneita kuvastoja voidaan luoda myös esimerkiksi lehtien kansikuvissa. Luhtakallio (2016, 94–97) on tutkinut visuaalisia sukupuolirepresentaatioita aikakauslehtien kansikuvissa 1950-luvulta nykypäivään ja todennut, että usein kansikuvaan valitaan ”kaunis nainen”. Nainen voi pysyä nimettömänä ja edustaa esimerkiksi muoti- tai meikkibrändiä. Tämä representaatio voidaan asettaa *halun* ja *katseen* kehykseen. 2010-luvulla katseen kohteena olevasta anonyymista naisrepresentaatiosta on otettu etäisyyttä (mts. 112).

Miehen ja naisen romanttinen asetelma kannessa voidaan lukea *suhteen* ja *uusintamisen* kehykseen (Luhtakallio 2016, 97). Heteroparisuhteiden representaatiot ovat vähentyneet 2010-luvulla, ja usein kannessa on nykyään nainen yksin – tosin usein parisuhteestaan tai rakkautesta yleisemmin kertoen (mts. 113). Julkkisia, usein naispuolisia sellaisia, käsittelevät kansikuvat asettuvat *kulttuurin* ja *taiteen* kehykseen (mts. 97).

Luhtakallion (2016, 97) tutkimuksesta selviää, että miehen ollessa kansikuvassa hän harvoin on ”kaunis”, vaan edustaa kuvauskontekstin puolesta mielikuvaa vallankäyttäjistä: hänet on valittu kanteen tärkeän asemansa vuoksi. Kansikuvan pääosassa voisi olla esimerkiksi poliitikko tai yritysjohtaja. Tämä representaatio voidaan sijoittaa *politiikan* ja *vallan* kehykseen. (Mts. 97–98.) Miesten representaatiot aikakauslehtien kansikuvissa ovat nykyisin harvassa, mutta silloin, kun esiintyminen kuvassa tapahtuu, toistuu siinä usein maskuliinisuuteen

liitettävät teemat: valta ja auktoriteetti (mts. 113–115). On huomattavaa, että tunteisiin liittyvää kehystä ei Luhtakallion tulosten joukosta löydy lainkaan.

Lehtien kansikuviin juurtuneet asetelmat heijastuvat juttuaiheisiin sekä niihin yhdistettäviin ajatusmalleihin. Journalismissa tärkeinä pidetyt aiheet, kuten talous ja politiikka, mielletään edelleen helposti miesten alueeksi, kun taas vähemmän tärkeinä pidetyt aiheet, kuten tunneasiat ja ihmissuhteisiin liittyvät teemat, nähdään naisten alueena (Ruoho & Torkkola 2010, 11). Maskuliinisuuden hallitseva asema näyttäytyy säännöllisesti sekä faktapohjaisissa että fiktiivisissä mediaesityksissä sekä tavoissa, miten naiset ovat mediassa edustettuina (Ross 2010, 90–91).

Kun mediakuvastot ehdottavat rationaalisuutta, itsevarmuutta ja muita perinteisesti miehiin liitettäviä normeja miehen ensisijaisiksi määrittäjiksi, monet miehet saattavat elää pelossa, että heidät paljastetaan epämiehisiksi. Lisäksi miehille suunnatut aikakauslehdet saattavat kuvastollaan aiheuttaa mieslukijalle tarpeen vertailla itseään lehdessä esiteltyihin miesjulkikkisiin tai muuten rahallisesti ja sosiaalisesti menestyneisiin. (Ross 2010, 14–15.) Miesten välinen keskinäinen kilpailuasetelma kumpuaa hegemonisen maskuliinisuuden myötäilystä.

Muutosta tasa-arvoisempia ja moninaisempia, stereotypioita välttäviä mediaesityksiä kohti on kuitenkin nähty. Tv-sarjoissa kuvataan avoimesti sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöihin kuuluvia hahmoja (Gauntlett 2002, 57; Fellner, Fernández Morales & Martausová 2017, 199), ja naisen representaatiot ovat monipuolistuneet uudenlaisten roolien ja identiteettien myötä (Milestone & Meyer 2012, 112). Myös miehet ovat tulleet mediassa kuvatuksi tavallisesti naisiin yhdistetyillä alueilla, hämärtäen perinteisenä pidettyjä rajoja (Milestone & Meyer 2012, 144). Esimerkiksi isyys on kuvattavana teemana yleistynyt (Fellner, Fernández Morales & Martausová 2017, 188).

Vaikka uudemmat esitykset ovatkin muuttaneet ja purkaneet käsityksiä sukupuolesta ja maskuliinisuudesta, voidaan todeta, että taustalla vaikuttaa edelleen olevan normi, jota vasten uutta kuvastoa peilataan (Rantalainen 2021, 34). On myös pohdittu sitä, mitkä mediayhtiöiden motiivit ovat tarjotessaan uudenlaisia sukupuolen kuvauksia: onko taustalla aito halu muuttaa valitsevia asenteita ja käsityksiä sukupuolesta, vai toimiiko kannustimena oman aseman ja julkisuuskuvan vahvistaminen, sillä nykyajan yleisön muuttuvista arvoista ollaan tietoisia (Fellner, Fernández Morales & Martausová 2017, 50)? Esittelen seuraavaksi, millaisena miehen ja

tunteiden välinen suhde näkyy mediassa ja miten asetelma suhteutuu miehenä olemisen normeihin, joita mediaesityksetkin ylläpitävät.

2.3 Mies, tunteet ja media

Tunteet ohjaavat ihmisten välisiä suhteita ja ihmisten välistä vuorovaikutusta. Kun tunteita määritellään yhteiskuntatieteellisesti, korostuu ajatus niiden moniulotteisuudesta. Tunteet voidaan käsittää kehollisena perustana. Samanaikaisesti ne peilaavat elämän merkityksellisiä tapahtumia, muokkautuvat sosiaalisesti ja ohjautuvat kulttuurisesti. (Burkitt 2014.) Onkin todettu, että kaikista tunteista on löydettävissä ainakin kolme tasoa: henkilökohtainen, sosiaalinen ja kulttuurinen (Pirskanen & Eerola 2018, 10).

Tunteiden ja sukupuolen yhteys näyttäytyy arjessa ja tutkimuksessa. Vaikka käsitystä kaksinaapaisuudesta on pyritty purkamaan queer- ja sukupuolentutkimuksessa sekä feministiajattelijoiden ja -aktivistien toimesta (Rossi 2010, 23), ajatus binäärisyydestä elää edelleen esimerkiksi tunne- ja perhetutkimuksessa. Kyseisissä tutkimuksissa sukupuoli hahmotetaan useimmiten mies/nainen-jaon kautta, ja tunteisiin liittyvät odotukset yhdistetään nimenomaan kahteen vastakkaiseen sukupuoleen. (Pirskanen & Eerola 2018, 20–21.)

Hochschildin (1979) ajatus tunnetyöstä keskittyy tunteiden käsittelyyn ja työstämiseen, johon myös sukupuolittuneet käsitykset peilautuvat. Perinteisesti tunnetyö on korostunut länsimaissa naisten arjessa sekä työnteossa. Yhteiskunnassa on totuttu ajatukseen siitä, että naiset esimerkiksi suosivat hoiva-alaa ja ottavat enemmän vastuuta yhteydenpidosta läheisiin (mt.). Hochschild (mt.) kuvaa työssä tapahtuvaa tunnetyötä käsitteellä *emotional labor*, ja arjen tunnetyötä käsitteellä *emotion work*.

Mediakentällä työssä tapahtuva tunnetyö voi olla hyvinkin konkreettista ja näkyä esimerkiksi siinä, millaisessa roolissa tunteet ovat toimituksessa. Toimittajat tekevät tunnetyötä ollessaan työarjessa vuorovaikutuksessa toistensa kanssa (Lünenborg & Medeiros 2021, 1722). Media myös toimii ikään kuin siltana yksityisten ja julkisten tunteiden välillä: median kautta ja sen avulla yksityisistä tunteista tulee julkisia, ja julkiset tunteet puolestaan muokkaavat yksityisiä tunteita (Pantti & Wahl-Jorgensen 2011, 108).

Erilaiset mediatahot siis luovat yhteiskunnalle tunnesääntöjä samalla, kun niiden oma suhde tunteisiin saattaa pysyä journalistisiin ja ammatillisiin normeihin vedoten etäisenä. Tämä voi asettaa esimerkiksi toimittajan ristiriitaan. Tunteiden näyttäminen ja empaattisuus voivat rakentaa luottamusta haastattelutilanteessa, mutta samalla läsnä saattaa olla pelko oman ammatillisen uskottavuuden kyseenalaistettavuudesta. (Lünenborg & Medeiros 2021, 1721–1722.) On kuitenkin todettu, että monet toimittajat pitävät tunteiden käsittelyä mediassa tarpeellisena, jotta todellisuutta kuvataan riittävästi (Pantti 2010).

Hochschildin (1979) esittelemän tunnetyön lisäksi miesten ja naisten odotetaan puhuvan tunteistaan eri tavoin. Tunteista puhuminen eli niin kutsuttu tunnepuhe voi sisältää esimerkiksi erilaisia tulkintoja, toiveita tai tarpeita (Virtanen 2018, 262). Tunnepuheen rinnalla naisten voidaan olettaa ilmaisevan omia tunteitaan enemmän ja avoimemmin kuin miesten (Lupton 1998). Mediassa tapahtuva tunnepuhe on perinteisesti mielletty pehmeäksi teemaksi, joka yhdistetään enemmän naisiin (Poindexter & Harp 2008, 85). Journalismin feminiinisinä pidetyt ”pehmeät uutiset” ja maskuliiniset ”kovat uutiset” linkittyvät myös ajatukseen yksityisestä ja julkisesta (Ruoho 2006, 172).

Naisten elämänaalueeksi ja kiinnostuksen kohteeksi mielletään yksityispiiri, kun taas arvostettu julkinen asema yhdistyy sävyllään miehiin. Yksityiselämän käsittely, johon voidaan tulkita kuuluvan myös tunteet ja niistä puhuminen, nostetaan usein esille journalismin ihanteita eli julkisia teemoja ravisuttavana elementtinä. (Ruoho 2006, 172.) Sitä, että nainen puhuu mediassa tunteistaan, voidaan pitää tietyllä tapaa luonnollisempana kuin mitä se on miesten kohdalla.

On kuitenkin todettu, että kaikki sukupuolet pitävät tunteista puhumista tärkeänä. Miesten on vain vaikeampaa ilmaista avoimesti tunteitaan ja niistä viestimisen keinot ovat erilaisia. (Sarter 2003.) Tämä korostuu erityisesti vuorovaikutuksessa miesten kesken (Burgoon & Bacue 2003). Tästä voi löytää yhteyksiä homososiaalisuuden käsitteeseen. Käsitteellä viitataan mies-tutkimuksessa siihen, kuinka miehet pyrkivät todistelemaan maskuliinisuuttaan erityisesti toisille miehille (Jokinen 2003, 15). Miehet siis kaipaavat kaltaistensa hyväksyntää.

Kuten Jokinen (2010, 128–129) toteaa, länsimaisessa kulttuurissa on tyypillistä, että maskuliinisiin ominaisuuksiin luetaan muun muassa tunteiden kontrollointi, kun taas feminiinisiä

piirteitä ovat esimerkiksi empaattisuus ja emotionaalisuus. Tulkitsen tämän tarkoittavan, että miehet saattavat vierastaa tunteista puhumista – yksityisesti ja julkisesti – siksi, että sen ei lueta kuuluvan perinteisenä pidettyyn maskuliinisuuden muottiin, johon on olemassa yhteiskunnan paine kuulua.

Toisin sanoen tunteistaan puhuva mies saatetaan kokea ryhmässä poikkeavana. Poikkeavuuden ajatus liittyy vahvasti käsitykseen normeista, joita vastaan asettuminen puolestaan on mielletty usein kielteiseksi ilmiöksi. Poikkeavuus ilmenee siis merkittävänä erona yhteisön keskeisiin säännöstöihin. (Henry 2009, 4–5, 10.)

Tutkimani videopodcast *Jäbät & tunteet* haastaa tätä asetelmaa. Videopodcastin työryhmä koostuu miehistä ja jaksoissa on mukana erilaisia miesvieraita. Jaksoissa miehet keskustelevat keskenään tunteista ja niihin liittyvistä teemoista. Toisin sanoen miehet tekevät media-alustansa kautta tunnetyötä käsittelemällä tunteita, minkä lisäksi he hyödyntävät tunnepuhetta ja reagoivat toistensa kokemuksiin. Jakson juontajien ja vieraiden välisen nauhoitushetkessä tapahtuvan viestinnän voidaan tulkita olevan supportiivista viestintää.

Supportiivisella viestinnällä tarkoitetaan sosiaalisen tuen erilaisia ilmiöitä ja niiden toteutumista viestinnällisesti (Virtanen 2015, 12). Herkkyys voi vahvistaa miesten välistä keskinäistä yhteyttä, jolloin myös paine ylläpitää ”maskuliinisen miehen” mallia vähenee (mts. 12–13). Toisaalta vuorovaikutuksen supportiivisuus voi kuitenkin monimutkaistua, kun sitä esitetään mediarepresentaation kautta. Kuten todettu, studiossa tapahtuva keskustelu on intiimi, mutta samalla julkinen ja tietyllä tapaa esitetty. Tietoisuus kameran läsnäolosta voi vaikuttaa valintoihin, jotka ohjaavat sitä, miten itsensä ja tunteensa haluaa muille näyttää. Tietoisuus voi näkyä myös siinä, kuinka herkkä ja haavoittuvainen yksilö tilanteessa pystyy olemaan.

On todettu, että tunteiden näyttäminen saa aikaan vaikutelman autenttisuudesta. Esimerkiksi tosi-tv-ohjelman onnistumisen kannalta on tärkeää, että osallistujat kykenevät kertomaan, mutta ennen kaikkea näyttämään, miltä heistä tuntuu (Skeggs & Wood 2012, 38). Esiintyminen sisältää puhetta, liikettä ja eleitä, jotka yhdistyvät tunteita hyödyntäväksi ilmaisuksi. Tämä kannustaa yleisöjä luomaan erilaisia yhteyksiä sisältöihin ja niiden tekijöihin. (Mts. 73.) Kiinnostavaa siis onkin, ei välttämättä autenttisuus itsessään, vaan se, miten autenttisuutta esitetään ja miten sitä rakennetaan.

Kuten todettu, tunteet ja autenttisuus liittyvät toisiinsa: vaikutelmaa autenttisuudesta voidaan tietoisesti pyrkiä luomaan tunteita näyttämällä, jolloin myös autenttisuus saa esityksellisiä piirteitä. Esimerkiksi sosiaalisessa mediassa aitouden esityksellinen luonne voi näkyä valinnoissa, joita käyttäjät tekevät vaikuttaakseen mahdollisimman ”todellisilta” muille. Nämä valinnat voivat koskea esimerkiksi oman elämän yksityiskohtien jakamista henkilökohtaisten tekstien ja kuvien muodossa (Reade 2021). Kun sisältö näyttyy autenttisenä, spontaanina ja vähemmän suodatettuna, synnyttää se helposti seuraajassa tunteen tuttuudesta (Abidin 2018, 92).

Sama ajatus toistuu myös vlogeissa eli videoblogeissa, joissa kameralle elämästään puhuva ihminen paljastaa katsojalle ”todellista” arkea (Creeber 2011). Samalla video on eräänlainen ikkuna tunteisiin, jotka ovat usein yksityisiä ja kodin sisälle piilotettuja (mt.). Vaikka ”todellisuus” onkin rakennettu ja tunteiden esittäminen kuratoitua, päästää kamera katsojan tutustumaan yhdenlaiseen esitykseen todellisuudesta (Talvitie-Lamberg 2014, 115). Seuraavassa luvussa siirryn käsittelemään kerrontaa ja sitä, miten ääni- ja videokerronnan avulla on mahdollista välittää yleisölle tunteita ja erilaisia vaikutelmia.

3 KERRONTA VIDEOPODCASTISSA

Tässä luvussa keskityn tarkastelemaan kerronnan keinoja ja tutkielmani kannalta keskeistä mediamuotoa, videopodcastia. Aluksi esittelen kerronnan käsitteen ja syvennyn kokemuksellisuuden sekä siihen, miten niin kutsuttu terapiakulttuuri näkyy kerronnan tavoissa. Ensimmäisessä alaluvussa tarkastelen podcastia mediamuotona. Olen kiinnostunut siitä, miten ääntä voidaan hyödyntää tarinnankerronnan välineenä ja millaisena podcastin ja yleisön väliset rajat näyttäytyvät. Toisessa alaluvussa lisään äänen rinnalle liikkuvan kuvan ja tarkastelen audiovisuaalisen kokonaisuuden, videopodcastin, mahdollisuuksia ja ulottuvuuksia.

Kerronnan voidaan ajatella olevan tapa, jolla maailmaa järjestetään kielellisesti (Herkman 2005, 85). Kerronnan keinot eivät kuitenkaan rajoitu vain kirjoitettuun tai puhuttuun kieleen, vaan järjestäminen voi tapahtua myös kuvan ja äänen avulla. Keskiössä on peräkkäisten tapahtumien esittäminen tietystä näkökulmasta käsin. (Bacon 2000, 18.) Todellisen merkityksensä kerronta saa, kun sen avulla voidaan ymmärtää ja selittää kuvattujen tapahtumien syvempiä sisältöjä ja tarkoituksia (mp.).

Fludernikin (2010, 20) mukaan kerronnan ydin voidaan löytää myös kokemuksellisuudesta. Tällöin kerronnan tärkeimpänä osana pidetäänkin sitä, mitä se saa ihmisen kokemaan ja tuntemaan (mp.). Toisin sanoen kerronta koostuu siitä, mitä kerrotaan, mutta myös siitä, miten kerrotaan ja mitä kerronta saa aikaan. Voidaan ajatella, että onnistunut kerronta tarjoaa emotionaalista merkitystä kerronnan vastaanottajalle, mutta myös kertojalle itselleen (mp.). Tällöin lopputulos on ikään kuin keskustelu, jossa kaikki osapuolet saavat työkaluja identiteettinsä muodostamiseen (Page 2012, 1–2).

Tunteiden ja inhimillisyyden lisäksi kerronnan muodostumiseen vaikuttaa merkittävästi se, mistä näkökulmasta kertominen tapahtuu eli kuka asioista kertoo. Kertovaa tahoa voidaan kutsua kertojaksi (Tieteen termipankki 2023, s.v. *kertoja*). Asema suhteessa kerrottuihin tapahtumiin vaihtelee, mikä mahdollistaa erilaisten kertojien tunnistamisen. Kertojat voidaan jakaa ainakin kahteen selkeään ryhmään: minä- ja hän-kertojaan (mp.).

Hän-kertoja on ulkopuolinen suhteessa kertomiinsa tapahtumiin eli kerronta tapahtuu yksikön kolmannessa persoonassa. Minäkertoja puolestaan peilaa esitettyihin tapahtumiin vahvasti omia ajatuksiaan ja havaintojaan. Kerronta tapahtuu tällöin ensimmäisessä persoonassa (Tieteen termipankki 2023, s.v. *kertoja*). Kertojalla ja kerronnalla on myös valtaa. Jotkin asiat jäävät käsittelemättä, kun taas toisia voidaan tietoisesti korostaa.

Omassa tutkielmassani keskityn erityisesti ensimmäisessä persoonassa tapahtuvaan kerrontaan. Tutkimassani videopodcastissa sekä juontajat että vieraat jakavat omia tunteitaan, muistojaan ja ajatuksiaan – eli asioita, joista heillä itsellään on kokemusta. Maailman jäsentäminen tapahtuu nykykulttuurissa yhä useammin henkilökohtaisten kokemusten kautta, mikä näkyy esimerkiksi siinä, miten terapeutin kieli ja käytännöt ovat laajentuneet osaksi jokapäiväistä arkea (Furedi 2004, 1). Terapeutin kulttuuri on osaltaan myös hämärtänyt yksityisen ja julkisen rajaa.

Ihmiset ovat tottuneet siihen, että julkisuudesta tuttu henkilö kertoo televisiossa koko maailmalle omasta sairaudestaan, riippuvuudestaan tai muista henkilökohtaisen elämänsä haasteista. Kerrontaan liittyy tällöin tunnustamisen ja jakamisen ulottuvuus: ihminen voi kokea asiasta julkisesti puhumisen, ”avautumisen”, keinoksi parantaa omaa oloaan. (Furedi 2004, 40.) Kuten usein tarinoiden tapauksessa, henkilökohtaiset kokemukset tuntuvat kokijasta itsestään tärkeiltä ja siksi jaettavan arvoisilta (Virtanen 2020, 9). Sukupuolen näkökulmasta omien tarinoiden kertominen oli osa esimerkiksi 1970-luvun feminististä liikehdintää, jolloin julkisella puheella pyrittiin jakamaan tietoa naisten kokemasta sorrosta (Skeggs & Wood 2012, 33). Julkisen kerronnan voidaan siis ajatella lisäävän tietoisuutta ja palvelevan yleisöä.

Mikäli henkilökohtaisten kokemusten kautta rakentuvaa kerrontaa halutaan hahmottaa kokonaisvaltaisesti, on syytä palata aiemmin mainitsemani kokemuksellisuuden käsitteen pariin.

Omiin kokemuksiin nojaava kerronta voidaan ajatella prosessina. Prosessin aikana kertojan menneisyydestä on ensin tallentunut kokemus, joka tulee tuotetuksi uudelleen hetkessä, jolloin kyseinen kokemus jaetaan muille (Fludernik 2010, 19). Jäbät & tunteet -videopodcastissa voidaan ajatella olevan monta minäkertojaa samanaikaisesti, jolloin useat kertojat luovat omien kokemustensa kautta yhteistä ymmärrystä aiheesta. Koska kyseessä on julkinen mediaesitys, voi kerronnan kokija tehdä siitä samalla omia tulkintojaan. Esittelen seuraavaksi tarkemmin, minkälaista kerrontaa podcastin ja äänen avulla on mahdollista tuottaa ja miten henkilökohtaisten kokemusten kuuleminen voi synnyttää yhteenkuuluvuuden tunnetta.

3.1 Podcast mediamuotona

Podcastiksi voidaan määritellä digitaaliset audiotiedostot, joita levitetään kuuntelijoiden kuunneltavaksi erilaisissa suoratoistopalveluissa jaksojen muodossa. Näitä tiedostoja voi kuuntelemisen lisäksi tilata tai ladata. (Berry 2019, 1201.) Podcastin juuret sijoitetaan yleensä vuoteen 2004 (McHugh 2016, 4), jolloin käsitettä alettiin myös käyttää vakiintuneemmin (Berry 2019, 1201). Viime vuosina podcastien kuuntelu on ollut erityisessä suosiossa. Kasvu näkyy sekä ihmisten määrässä, joka podcasteja kuuntelee, mutta myös siinä, kauanko mediamuodon parissa vietetään aikaa. (Berry 2019, 1203.)

Kerronnallisesti podcastit nojaavat siis ääneen. Äänen avulla on mahdollista luoda erityisellä tavalla tunnelmia ja mielikuvia (Vaara 2001, 5). Esimerkiksi äänen intensiteetillä, tunnelatauksella ja rytmillä voidaan saada kuuntelijassa aikaan tunteita (Kustula 2020, 3). Onkin todettu, että podcasteja kulutetaan erityisesti siksi, että niiden kerronta luo intiimin kuuntelukokemuksen. Podcast-ohjelman tarinalliset ja henkilökohtaiset piirteet voivat saada podcastin kuluttajassa aikaan samaistumisen kokemuksia ja vaikutelman vuorovaikutuksellisuudesta. (Heshmat, Yang & Neustaedter 2018, 67.) Yhteyden ja läheisyyden tunne korostuu erityisesti podcastin juontajaa ja tämän esittelemiä aiheita kohtaan (mts. 73).

Syitä podcastien kuluttamiselle on kuitenkin monia. Osa kuuntelijoista kuuntelee podcasteja viihdyttääkseen itseään (Shamburg ym. 2023, 2034), lieventääkseen tylsyyttä (Heshmat, Yang & Neustaedter 2018, 67) tai löytääkseen yhteisön yhteisen mielenkiinnon ympäriltä (Wrather 2016). Osa etsii uutisia ja uutta tietoa (Boling & Hull 2018), ja podcasteja voidaankin

hyödyntää esimerkiksi arkioppimisessa (Shamburg ym. 2023). Koska podcastien tarjonta on hyvin monipuolista, voi yksi ja sama kuuntelija löytää eri vaihtoehdoista vastinetta useisiin toiveisiinsa.

Podcastien suosiota selittänee myös vaivattomuus, joka niiden kuluttamiseen liittyy. Podcast-jaksoa voi kuluttaa milloin ja missä vain, ja audiomuodon vuoksi esimerkiksi ruutua ei tarvitse katsoa. Sisältö on niin sanotusti *on-demand*, eli se vastaa kuluttajan tarpeeseen aina vaadittaessa. (Shamburg ym. 2023, 2036.) Jos podcastia vertaa toiseen ääneen nojaavaan mediamuotoon, radioon, eroja ilmenee nimenomaan siinä, miten kyseisiä äänisisältöjä kulutetaan. Podcastin kuuntelija pystyy itse täysin päättämään, mitä kuuntelee. Samanlainen joustavuus ei ole läsnä radiota kuunnellessa. (Heshmat, Yang & Neustaedter 2018, 72.) Berry (2019, 1203) korostaa myös sitä, että on tavallista, että podcast-jakson kuuntelija kuuntelee jakson kokonaan. Kuuntelu on siis prosessi, joka alkaa ja päättyy. Voidaan todeta, että podcastit mahdollistavat uudenlaisen väylän omien mielenkiinnon kohteiden äärelle pysähtymiseen (Heshmat, Yang & Neustaedter 2018).

Poikkeuksellisen podcastista tekee sen suhde journalismiin sekä tuottamisen tavat, jotka hämärtävät median ja yleisön rajoja. Useiden podcastien viihdyttämään pyrkivästä luonteesta huolimatta, podcastin perusteet ovat journalismissa. Podcastin kehityksen alussa radiojuontajat omaksuivat uuden tavan tuottaa sisältöä ja alkoivat hyödyntää sitä sellaisten kuuntelijoiden tavoittamisessa, jotka kaipaavat kuunneltavaa aina halutessaan. (Berry 2019, 1201.) Mediamuotona podcast ei kuitenkaan omaa portinvartijuutta, vaan se tarjoaa pääsyn ja alustan sekä ammattilaisille että amatööreille (mp.). Kuka tahansa voi siis käytännössä perustaa podcastin ja tuottaa sitä kautta sisältöä.

Podcast haastaa perinteisen journalismin raameja ja antaa tilaa luoville ratkaisuille. Samalla se kuitenkin istuu mediakentällä vallitseviin trendeihin. Näistä trendeistä yksi on osallistava sisällöntuottaminen, jossa digitaaliset välineet mahdollistavat kuluttajien toimimisen samanlaisesti myös tuottajina ja kuratoijina. (Berry 2019.) Median ja yleisön välinen suhde ei siis välttämättä ole yksisuuntainen, vaan viestintä on interaktiivista eli molemminsuuntaista (Herman 2001, 147).

Sisällönkuluttajat osallistuvat entistä enemmän mediasisältöjen tekemiseen esimerkiksi jakamalla ja kommentoimalla (Merrin 2009, 24). Tämän vuoksi yleisön määrittely on jatkuvasti haastavampaa (Villi 2012, 10). Wratherin (2016, 57–58) mukaan osallistamisen ja osallistumisen tasot näkyvät myös siinä, miten podcastin tekijät ja kuuntelijat voivat syventää yhteyttään podcast-jaksojen ulkopuolelle muodostamalla yhteisöjä ja yhteisiä tiloja. Voidaankin todeta, että podcast on osaltaan muuttanut käsityksiä siitä, miten ja millaista digitaalista mediasisältöä on mahdollista tuottaa ja kuluttaa. Seuraavaksi esittelen millaisena mediamuotona ääntä ja liikkuva kuvaa yhdistävä videopodcast näyttäytyy ja millaista kerrontaa audiovisuaalisesti on mahdollista tuottaa.

3.2 Videopodcastin ulottuvuudet

On tavallista, että podcastaajilla on audiomuotoisen podcastin lisäksi jokin julkaisukanava, jolla jaksot jaetaan liikkuvan kuvan kera (Shamburg ym. 2023, 2034). Näin on myös tutkimani Jäbät & tunteet -kokonaisuuden kohdalla. Kyseinen podcast on kulutettavissa sekä audiomuodossa että videomuodossa YouTubessa, jolloin kyseessä on videopodcast. Videopodcastista voidaan puhua, kun edellisessä aluvuossa esittelemääni podcastin määritelmään liitetään audiovisuaalinen taso.

Audiovisuaalisuudella viitataan kuulo- ja näköaistimukseen eli kaikkeen siihen, mitä voidaan samanaikaisesti sekä kuulla että nähdä (Herkman 2001, 12). Termiä käytetään kuitenkin tavallisesti ääntä ja kuvaa käytettävien viestintäteknologioiden kontekstissa (mp.). Audiovisuaalisuuden voidaan siis ajatella olevan äänen ja kuvan vuoropuhelu, jossa sekä auditiivisuudella että visuaalisuudella on oma roolinsa. Audiovisuaalinen kerronta hyödyntää näitä äänen ja kuvan mahdollisuuksia. Kuvakerronta on ilmaisun kannalta keskeisessä osassa, sillä katsoja pysyy myös itse tulkitsemaan näkemäänsä sen sijaan, että ainoastaan erillinen kertoja kuvailisi tapahtumia (mts. 101).

Herkmanin (2001, 102) mukaan informaation vastaanottaminen kameralla kuvatusta audiovisuaalisesta maailmasta lähentelee reaali maailmassa tehtävää tavallista näköhavaintoa. Vertailukohdaksi voidaan ottaa esimerkiksi kirjallinen kerronta, jonka hahmottaminen on monesti monimutkaisempi tulkintaprosessi (mp.). Tulkitsemisen tämän tarkoittavan, että videomuoto voi

saada aikaan hyvinkin realistiselta tuntuva kerrontaa, jonka kokija saattaa unohtaa sen olevan jotain rakennettua. Toisaalta videomuotoisenkin sisällön ymmärtäminen vaatii ”kulttuurista lukutaitoa” ja kykyä hahmottaa siinä piileviä merkityksiä (mp.). Videon tulkitseminen vaatii siis ymmärrystä siitä, miten asiat kuvaruudulla näytetään.

Siinä missä perinteinen podcast luo kuuntelijalle intiimin ja autenttisen kokemuksen äänen avulla (Berry 2019, 1203), pyrkii videopodcast samaan videon kautta eli asioita näyttämällä. Autenttisuutta voidaan pyrkiä rakentamaan esimerkiksi kuvakulmilla ja tavoilla puhutella katsojaa. Kasvoihin keskittyvän kuvan ja katsojaan suunnatun katsekontaktin on todettu luovan vaikutelmaa siitä, että tarina halutaan kertoa nimenomaan Sinulle (Talvitie-Lamberg 2014, 120–124). Myös kameran staattisuudella voidaan luoda vaikutelmaa esitetyn tarinan todellisuudesta. Ratkaisu on yleinen esimerkiksi dokumentaarisisissa haastatteluissa, jotka pyrkivät asioiden totuudenmukaiseen esittämiseen. (Mts. 132.)

Kaikkea sitä, mitä kamerassa näkyy, voidaan hahmottaa teatteritaiteesta tutun *mise-en-scène* -ajatuksen avulla (Herkman 2001, 102). Termillä viitataan näyttämöllepanoon. Videopodcastin tapauksessa katsoja voi tehdä havaintoja studiosta tai muusta ympäristöstä, jossa jakso on nauhoitettu. Autenttisuuden tavoittelu heijastuu usein myös kuvausympäristöä koskeviin valintoihin. Esimerkiksi kodin tai sen kaltaisen ympäristön on todettu luovan vaikutelmaa autenttisuudesta: kotia pidetään henkilökohtaisena ja henkilökohtaista taas aitona (Talvitie-Lamberg 2014, 144).

Ympäristön lisäksi katsoja voi tehdä tulkintoja jaksossa esiintyvien henkilöiden olemuksesta, kuten heidän pukeutumisestaan. Henkilön ominaisuudet ja pukeutuminen viestivät myös tämän persoonasta (Kortesuo & Vehniäinen 2011, 8). Kun videolla on näkyvissä vieraan lisäksi haastattelija tai juontaja, pystyy yleisö tulkitsemaan heidän välistä vuorovaikutusta ja suhtautumista toisiinsa sekä tilanteen ilmapiiriä (Nichols 2017). Näkyvillä olevat ilmeet, eleet, asennot ja tunteet peilaavat vuorovaikutuksessa olevien henkilöiden asennoitumista käsiteltyjä aiheita kohtaan (Peräkylä 2016, 67–68).

Koska videopodcastin kerronta nojaa erityisesti näyttämiseen, on sen mahdollista luoda representaatioita ja mielikuvia usealla tasolla. Kuten alaluvussa 2.2 esittelin, representaatiolla tarkoitetaan asioiden esittämistä tai prosessia, jossa kuviin, asioihin tai ihmisiin liitetään tiettyjä

merkityksiä. Samalla nämä merkitykset yhdistyvät ympäröivään maailmaan ja sen tulkitsemiseen. (Paasonen 2010, 40.) Videopodcastin tapauksessa representaatioita voidaan rakentaa esimerkiksi sillä, miten eri aiheista päätetään keskustella. Paasonen (mts. 48) korostaa, että on hedelmällistä pohtia syitä representaatioiden rakentumisen taustalla: miten esittämisen tavat ovat valikoituneet ja mitä seurauksia niillä mahdollisesti on.

Ne elementit, mitä yleisölle näytetään, ovat siis kokonaisuudessaan tekijän valintojen tulos. Kerronta tapahtuu aina jostain näkökulmasta käsin. Näkökulma muodostuu käytetyistä kerronnan keinoista, kuten kuvakulmista, esillä olevista henkilöistä ja heidän kuvauksistaan, näyttämöllepanosta, kerrotuista tapahtumista ja kertojien välisistä hierarkioista. (Herkman 2001, 106–107.) Videopodcastin tapauksessa näkökulma vaikuttaa esimerkiksi siihen, miten haastattelutilanne esitetään. Keskeistä on, että näkökulma on aina jollain tavalla arvolutautunut. Jokin näkökulma on valittu jonkin toisen näkökulman kustannuksella. (Mp.) Audiovisuaaliseen tuotokseen päätyvät kohteet ja henkilöt voidaan nähdä myös kannanottona (Manninen 2015, 12).

Videopodcastin esittämisen suhteen tehdyt valinnat vaikuttavat siihen, kuinka hyvin sisältö onnistuu koukuttamaan katsojan ja pitämään tämän otteessaan. Videomuotoisessa sisällössä ensimmäiset sekunnit ovat ratkaisevat (Tsurriel ym. 2019, 13). Katsojan huomion voi kiinnittää esimerkiksi visuaalinen kiinnostavuus tai yllätyksellisyys (Kobre 2012, 56–57). Katsoja voi myös samaistua videolla esiintyviin henkilöihin ja eläytyä siinä esiteltäviin aiheisiin, mikä voi edesauttaa kerronnan maailmaan uppoutumista (Herkman 2001, 102). Jos video tuntuu katsojasta heti mielenkiintoiselta, pysähtyy hän todennäköisemmin sisällön äärelle (Kobre 2012, 56–57).

Mikäli katsoja katsoo videon loppuun saakka, on tavallista, että hän kokee voivansa palata sen äärelle myöhemminkin. Tällöin sisältö on onnistunut sitouttamaan katsojan. (Oh, Bellur & Sundar 2018.) Tutkimani Jäbät & tunteet -videopodcastin yhteydessä tämä voisi tarkoittaa sitä, että katsoja tallentaa jakson talteen, jotta voi katsoa sen myöhemmin uudelleen. YouTube mahdollistaa julkaisualustana myös muunlaisen osallistavuuden. Katsojat voivat tykätä videoista sekä kommentoida ja jakaa niitä (Khan 2016, 236). Villin (2011, 48) mukaan digitaalisten ympäristöjen ansiosta yleisö löytää yhä useammin erilaisten mediasisältöjen äärelle siten, että oma tuttu on jakanut niitä. Uudelleenjakamisen ansiosta sekä tekijät että yleisö saavat tietoa siitä,

millaisista sisällöistä on pidetty. Yhteisten mielenkiinnon kohteiden pariin päätyminen voi samalla luoda myös yhteisöllisyyttä.

4 AINEISTO JA MENETELMÄT

Tässä luvussa esittelen käyttämäni aineiston ja tutkimusmenetelmät sekä avaan tapoja, joilla olen aineistoa analysoinut. Lisäksi käsittelen tekemiäni tutkimuseettisiä ratkaisuja. Ensimmäisessä alaluvussa kerron taustaa tutkielmani keskiössä olevasta videopodcastista, joka on Jäbät & tunteet. Lisäksi tarkastelen sitä, mitä kaikkea muuta Jäbät & tunteet oikeastaan on. Analyysin kohteena tutkielmassani on videopodcastin tekijöiden haastattelut eli en analysoi videopodcastin sisältöjä itsessään. Olen kiinnostunut siitä, miten haastateltavat selittävät ja kuvailevat mediaesitystään. Toisessa alaluvussa esittelen tarkemmin tutkimushaastatteluita sekä haastattelumateriaalin analyysiä. Lopuksi avaan eettisiä kysymyksiä, jotka liittyvät tutkielmani tekoprosessiin.

4.1 Aineiston esittely

Jäbät & tunteet on tammikuussa 2021 käynnistynyt podcast, joka käsittelee aiheissaan keskeisimmin tunteita, hyvinvointia ja mielenterveyttä. Omalla Instagram-sivullaan projektia kuvailaan ”podcastiksi ja yhteisöksi, joka kannustaa haavoittuvaisuuteen ja tunneilmaisuun sekä pyrkii laajentamaan miehenä olemisen malleja” (@jabatjatunteet 2023). Marraskuussa 2023 ydinyöryhmään kuuluu yhdeksän jäsentä, joista kaikki ovat miehiä.

Podcast aloitti toimintansa vain audiomuotoisena sisältönä, mutta huhtikuussa 2021 YouTube-bessa julkaistiin podcastin ensimmäinen behind the scenes -tyylinen video. Noin 10 minuutin mittaiset videot esittelevät kulissien takaa jaksojen taustoja ja työryhmän arkea. Behind the

scenes -videoita julkaistiin lokakuuhun 2021 asti, jolloin podcast laajentui varsinaisesti video-podcastin muotoon. Aiemmin vain audiomuodossa julkaistut jaksot alkoivat siis ilmestyä YouTubessa myös liikkuvan kuvan kera. Kolmas tuotantokausi oli ensimmäinen, jonka jaksot julkaistiin myös videopodcastina.

Tuotantokausityylisesti jaksoja julkaistiin viiden tuotantokauden verran. Helmikuussa 2023 Jäbät & tunteet siirtyi jatkuvaan tuotantoon eli jaksot eivät ole enää sidoksissa tiettyihin tuotantokausiin. Samassa yhteydessä podcastin perustaja ja Nasim Selmanin ja Miro Olsonin kanssa vakiojuontajana toiminut Nosh A Lody jättäytyi pois juontajan roolista ja uutena juontajana aloitti jo aiemmin työryhmässä mukana ollut Jonathan Guzman Monet. Jäbät & tunteet toimii Marmori Entertainmentin alla ja YouTubessa jaksot julkaistaan Marmori Media -kanavalla. Marmori Entertainment on luova yhtiö, joka tarjoaa esimerkiksi manageripalveluita artisteille ja luovan alan tekijöille (Körkkö 2023).

Jäbät & tunteet vaikuttaa näkyvästi myös Instagramissa, jossa julkaistaan lyhyitä jaksoista leikkattuja videoklippejä sekä muuta kuvaan ja tekstiin nojaavaa sisältöä. Syyskuussa 2023 Jäbät & tunteet lanseerasi tapahtumakonsepti Conversation Clubin, jonka tarkoituksena on kohdata Jäbät & tunteet -yhteisön jäseniä, viettää aikaa yhdessä eri aktiviteettien parissa ja keskustella avoimesti vaihtelevista teemoista (@jabatjatunteet 2023). Voidaan todeta, että Jäbät & tunteet on laajentunut mediaesitysten lisäksi myös niiden ulkopuolella tapahtuvaan vuorovaikutukseen. Kokonaisuutta voisi kuvailla monimedialliseksi yhteisöksi, johon voidaan lukea videopodcastin lisäksi paljon muutakin.

Valitsin tarkasteluun juuri kyseisen tahon ja videopodcastin, sillä koen, että se tarjoaa sisällöllään alustan erilaisten maskuliinisuuksien rakentumiselle. On kiinnostavaa ja poikkeuksellista, että miesten välisiä tunnekeskusteluja tehdään ja esitetään. Keskityn tutkielmassani nimenomaan Jäbät & tunteet -videopodcastiin eli audiovisuaalisiin jaksoihin, jotka löytyvät YouTubeista. Uskon, että tutkimusongelmani kannalta videopodcast tarjoaa useita mahdollisuuksia ja kerronnan keinoja, joita maskuliinisuuksien rakentamisessa ollaan hyödynnetty. Seuraavaksi esittelemäni havainnot olen tehnyt perehtymällä videopodcastin kaikkiin jaksoihin.

Kuten todettu, videopodcastin jaksot keskittyvät tematiikaltaan erityisesti tunteisiin. Jaksoissa on käsitelty teemoja, kuten hylkäämisen pelko, rakkauden eri muodot, isyys, rasismi ja

ulkopuolisuuden kokemukset. Jaksoista välittyvä tunnelma on syvälinen, pohtiva ja reflektiivinen. Useissa jaksoissa mukana on vieras. Mukana on ollut esimerkiksi entinen kansanedustaja Jani Toivola, artisti Mikael Gabriel, kirjailija Miki Liukkonen sekä muotisuunnittelija Ervin Latimer. Jaksojen joukosta löytyy myös juontajien keskinäisiä keskusteluja. Esimerkiksi neljännessä tuotantokaudella vieraita ei ole lainkaan. Jaksot ovat kestoltaan keskimäärin 60–90 minuuttia.

Haastattelin tutkielmaani varten Nosh A Lodya, Miro Olsonia, Jonathan Guzman Monet’a, Herdian Rusmanaa sekä Aapo Rainamoa. A Lody on Jäbät & tunteet perustaja ja entinen juontaja, jonka työtehtävät keskittyvät projektissa tutkimushaastattelujen hetkellä luovaan mentoointiin. Olsoni toimii videopodcastin juontajana ja yhteisön ”leaderina”, joka vastaa kumppanuuksista, yhteistöistä ja mediasuhteista. Guzman Monet on yksi juontajista, joka on toiminut Jäbät & tunteet -kokonaisuudessa myös tuotantopuolella. Rusmana vastaa videopodcastin audiovisuaalisesta sisällöstä, konseptoinnista ja jaksojen editoinnista. Rainamo vastaa erityisesti markkinoinnista ja hän on ollut myös muutamassa jaksossa mukana keskustelemassa.

Haastattelin heitä videopodcastin tavoitteista, jaksojen suunnittelusta ja sisällöstä. Lisäksi kävimme läpi jaksoissa käytettyjä kerronnan keinoja. Seuraavassa alaluvussa esittelen tarkemmin menetelmät, joita olen hyödyntänyt tutkimusongelmani ja -kysymysten ratkaisemisessa.

4.2 Haastattelu ja sisällönanalyysi

Hyödynnän tutkielmassani laadullisen tutkimuksen menetelmiä. Laadullisen tutkimuksen keskiössä on halu ymmärtää ihmisen merkityks maailmaa ja toimintaa sekä hahmottaa tulkintoja, joita ihmiset rakentavat ollessaan toistensa kanssa vuorovaikutuksessa (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 139). Toisin sanoen laadullisen tutkimuksen menetelmät auttavat selvittämään tutkittavan ilmiön laatua. Tämä lähestymistapa on minulle hyödyllinen, sillä tutkielmassani pyrin ymmärtämään videopodcastin suhteen tehtyjä valintoja ja syy-seuraussuhteita niiden takana. Olen kiinnostunut siitä, millainen on maskuliinisuuksien kuvasto, jota videopodcastin tekijät pyrkivät jaksoillaan rakentamaan, mutta myös siitä, millä keinoilla, miten ja miksi tämä tapahtuu.

Tutkielmastani voi havaita piirteitä fenomenografiasta, joka lukeutuu laadullisen tutkimuksen tutkimussuuntausten joukkoon. Fenomenografian lähtökohta on, että todellisuutta on tutkittava tutkittavien ihmisten käsitysten kautta, eikä suoraan sellaisenaan (Paaso 2021, 95). Eli sen sijaan, että pyrkisin löytämään yksiselittäistä selitystä sille, miten asiat ovat, olen kiinnostunut siitä, mitä tutkittava ajattelee asiasta ja miten hän kokee sen olevan. Tutkittavasta ilmiöstä saadaan hahmotettua monipuolisempi kokonaiskuva, kun siitä kootaan erilaisia kokemuksia ja käsityksiä. Voidaan todeta, että tutkimussuuntauksena fenomenografia tunnustaa objektiivisen totuuden olemassaolon, mutta sen tavoittaminen täydellisesti näyttää mahdottomana. (Mts. 96.) Tutkielmassani olen kiinnostunut haastateltavien näkemyksistä videopodcastin tekijöinä, mutta myös siitä, miten he käsittävät maskuliinisuudet yleisesti sekä millaisena representaatioiden muodostamisen alustana he hahmottavat videopodcastin. Minua siis kiinnostaa, miten haastateltavat ymmärtävät ja havaitsevat tutkittavaa ilmiötä.

Toteutin tutkimushaastattelut marraskuun puolivälissä 2023. A Lodyn, Olsonin ja Guzman Monet'n haastattelun toteutin ryhmäkeskusteluna. Ryhmäkeskustelulle on ominaista, että ryhmän sisäinen vuorovaikutus korostuu: ryhmä ihmisiä kokoontuu keskustelemaan jostakin ennalta päätetystä aiheesta. Ryhmäkeskustelun vahvuutena voidaan nähdä se, että tutkija voi tehdä havaintoja myös ryhmän keskinäisistä toimintatavoista ja siitä, miten ryhmän jäsenet esittävät mielipiteitään, neuvottelevat ja ymmärtävät keskustelun aihetta. (Pietilä 2017, 111.)

Koin kiinnostavaksi toteuttaa ryhmäkeskustelun A Lodyn, Olsonin ja Guzman Monet'n kesken, sillä he kaikki ovat toimineet podcastin juontajina, olleet esillä videoilla ja täten tottuneet keskustelemaan yhdessä vaikeistakin aiheista. Ryhmäkeskustelussa keskustelu on moniäänistä ja osallistajat muodostavat yksilöllisistä käsityksistään yhteistä ymmärrystä (Wilkinson 1998, 338). Lopputuloksen ei siis tarvitse olla yksimielisyys, vaan yhteisenä koettu tiedon tuottamisen prosessi on itsessään jo tutkimuksen kannalta arvokas.

Ryhmäkeskustelussa tutkijan rooli poikkeaa hieman yksilöhaastattelusta. Siinä missä yksilöhaastattelut nojaavat usein kysymys-vastaus-formaattiin ja siihen, että tutkija ohjaa keskustelua, ryhmäkeskustelussa on enemmän tilaa myös osallistujien keskinäiselle vuorovaikutukselle (Pietilä 2017, 114). Osallistajat voivat esimerkiksi kysyä ja kommentoida toistensa ajatuksia ja täten yhdessä muodostaa näkemyksiä käsitellyistä aiheista. Tutkijan on kuitenkin muistettava pitää keskustelu olennaisessa ja seurata, että kaikkien näkökulmat tulevat yhtä

monipuolisesti esille (mts. 114–115). Aineistonkeruumenetelmänä ryhmäkeskustelussa voi ilmetä haasteita silloin, jos ryhmän keskinäinen dynamiikka ei syystä tai toisesta toimi. Joku voi olla esimerkiksi rohkeampi esittämään omia mielipiteitään, jolloin toisen osallistujan osallistuminen voi olla varovaisempaa (mts. 116). Osallistujien vuorovaikutuksella ja tilan antamisella toisille on siis suuri merkitys.

Rusmanan ja Rainamon haastattelut toteutin yksilöhaastatteluina. Yksilöhaastatteluissa vuorovaikutus on ryhmäkeskustelua enemmän tutkijan ja haastateltavan välistä pallottelua, ja tutkijan rooli on korostunut aktiivisena keskustelun ohjaajana (Pietilä 2017, 114). Kaikissa tapauksissa tutkimushaastattelua ohjaa kuitenkin tutkimuksen tavoite ja sen pohjana olevat tutkimuskysymykset. Ryhmäkeskustelun ja Rusmanan haastattelun toteutin kasvokkain, mutta Rainamon haastattelun toteutin aikataulusyistä etäyhteyksin.

Tutkimushaastattelut olivat puolistrukturoituja teemahaastatteluja. Teemahaastatteluissa haastattelu on rakennettu tutkimusongelman kannalta keskeisimpien teemojen varaan, jotka on ennalta valittu (Tuomi & Sarajärvi 2002, 77). Puolistrukturoitu luonne kuitenkin mahdollistaa sen, että myös tarkentaville kysymyksille on tilaa (mp.) Kävimme haastateltujen kanssa läpi videopodcastin tavoitteita sekä hyödynnettyjä kerronnan keinoja. Olin jaotellut kysymykset neljään teemaan: tavoitteet, ideointi ja videopodcastin toteutus, tunnemediat sekä kerronnan keinot.

Kerronnan keinoja käsittelevään teemaan olin kahden kysymyksen yhteyteen valinnut lyhyet 30 sekunnin mittaiset videoklipit videopodcastin jaksoista. Näiden kautta haastateltavien oli mahdollista antaa halutessaan konkreettisia esimerkkejä tehdyistä valinnoista koskien audiovisuaalista kerrontaa ja jaksossa tapahtuvaa vuorovaikutusta. Esimerkit valitsin videopodcastin viidenneltä tuotantokaudelta, jolloin jokaisen jakson keskustelussa oli mukana vieras. Näiden esimerkkien avulla haastateltavilla oli siis mahdollisuus reflektoida myös juontajien ja vieraiden välistä vuorovaikutusta. Klipit valitsin jaksoista *Mikael Gabriel – Isyys, Suojamuurien Murtaminen & Suomiräp | S5 E1 | Jäbät & Tunteet Podcast* (2022) sekä *Miki Liukkonen: Mielenlinterveys, Alkoholi & Häpeä | Jäbät & Tunteet* (2022). Tutkimushaastattelujen kesto vaihteli 60 minuutista 90 minuuttiin.

Litteroin haastattelumateriaalin pääosin sanatarkkuudella. Jätin kuitenkin litteroimatta kohtia, joissa keskustelu harhautui hetkellisesti asioihin, jotka eivät liittyneet tutkielmaani. Jätin litteroimatta myös täyteilmaisuja, kuten ”öö”-sanoja, sillä koin ne sisällön kannalta turhiksi. A Lodyn, Olsonin ja Guzman Monet'n haastattelusta tekstiä tuli 19 sivua, Rusmanan haastattelusta 9 sivua ja Rainamon haastattelusta 10 sivua (fontti Times New Roman, koko 12).

Käytin haastatteluvastausten analyysissä sisällönanalyysiä. Laadullisen sisällönanalyysin tavoitteena on ymmärtää tutkimuskohteen merkityksiä kokonaisvaltaisesti. Tällöin on keskeistä hahmottaa aineistokin kokonaisuutena. Tämä on tärkeää myös silloin, kun aineisto koostuu useista tutkimusyksiköistä, kuten tutkielmani kohdalla useista tutkimushaastatteluista. (Alasuutari 2011, 38.)

Voidaan ajatella, että laadullinen sisällönanalyysi koostuu kahdesta vaiheesta. Ensin havainnot pelkistetään, jonka jälkeen keskitytään tekemään merkitystulkintoja tutkittavasta ilmiöstä (Alasuutari 2011, 39). Havaintojen pelkistämällä tarkoitetaan sitä, että aineistoa tarkasteltaessa pitäydytään vain siinä materiaalissa, joka on juuri tämän tutkimuksen kannalta oleellista ja merkittävää. Tämän jälkeen havaintoja yhdistellään etsimällä niistä yhteisiä piirteitä. (Mts. 40.)

Omassa sisällönanalyysissäni valikoin ensin aineistosta eli haastattelumateriaalista tutkimusongelmaani vastaavan materiaalin. Tarkastelin materiaalia aluksi laajemmin, jonka jälkeen ryhdyin yhdistelemään tekemiäni havaintoja pienempiin joukkoihin. Luokittelin materiaalin siis edelleen teemoihin siinä ilmentyvien samankaltaisuuksien pohjalta (Alasuutari 2011, 40).

Teemoittelin haastattelumateriaalin siten, että tunnistin tapoja, miten haastatellut kuvailivat tavoitteitaan ja täten sitä, minkälaisia ominaisuuksia he pyrkivät liittämään rakentamaansa maskuliinisuuksien kuvastoon. Lisäksi tunnistin syitä, miksi videopodcastin tekijät pyrkivät rakentamaan tätä kuvastoa. Tunnistin myös haastateltujen kertoman pohjalta kerronnan keinoja, joita videopodcastissa on hyödynnetty.

Nämä teemat jaoin edelleen alaluokkiin sen mukaan minkälaisia maskuliinisuuksia materiaalista tunnistin, minkälaisia kerronnan keinoja maskuliinisuuksien kuvaston muodostamisessa on käytetty ja syitä, miksi näin on tehty. Syitä ja seurauksia oli löydettävissä useita, joten koin

alaluokat selkeäksi ja sopivaksi ratkaisuksi. Analysoin tulokset siis siten, että jaoin materiaalin ensin teemoihin, jotka jaoin edelleen alaluokkiin.

4.3 Tutkimuseettiset ratkaisut

Olin yhteydessä median edustajiin sähköpostitse. Kerroin tekeväni tutkimusta maisterintutkielmaani varten sekä avasin tutkielmani aihetta ja toteutustapaa. Tämän jälkeen toimitin heille tietosuojailmoituksen ja tutkimustiedotteen, joissa kerrottiin tarkemmin tutkimuksen kulusta ja henkilötietojen käsittelystä.

Tutustuttuaan näihin, tutkittavat vahvistivat halukkuutensa osallistua tutkimushaastatteluihin. Pidän sähköpostitse ilmaistua osallistumishalukkuutta suostumuksena, joten en pyytänyt heiltä erillistä tutkimuslupaa myöntävän vastauksen jälkeen. Tutkittavat olivat tietoisia, että halutessaan he voivat milloin tahansa perua osallistumisensa. Pyrin tekemään kaikki tutkielmani ratkaisut siten, että tutkittaville ei koidu niistä harmia. Olen noudattanut ohjeistusta hyvästä tieteellisestä käytännöstä (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2023).

Olen säilyttänyt tutkimuksessa kerättyjä tietoja ja aineistoa tietosuojalainsäädännön ja Jyväskylän yliopiston tutkimuseettisen ohjeistuksen edellyttämällä tavalla luottamuksellisesti. Tutkittavat saivat tietoa haastatteluaineiston säilytyksestä lähettämässäni tietosuojailmoituksessa. Haastatellut esiintyvät analyysissä omilla nimillään, sillä he tekevät myös videopodcastia omilla kasvoillaan ja nimillään. Tekijät ovat siis Jäbät & tunteet -alustalla yleisölle tuttuja omina itsenään. Tästä syystä ratkaisu on perusteltu.

5 ANALYYSI JA TULOKSET

Esittelen seuraavaksi teemat ja alaluokat, joihin jaoin haastattelumateriaalin. Teemojen ja niistä johdettujen alaluokkien avulla kykenin erottelemaan vastauksia tutkimuskysymyksiini, joten esittelen keräämäni aineiston tältä pohjalta. Tuon tutkimuskysymysten ja aineiston yhtymäkohdat ilmi analyysissä. Haastatellut lähestyvät aihetta omista lähtökohdistaan ja näkökulmistaan, joten tulokset voivat olla subjektiivisia. Lisäksi haastateltujen roolit ja tehtävät videopodcastin tekoprosessissa eroavat hieman toisistaan, mikä voi vaikuttaa esimerkiksi siihen, mitä asioita he vastauksissaan korostavat ja miten he refleктоivat tapaansa tehdä videopodcastia. Erilaisista painotuksista huolimatta haastateltujen vastauksissa on yhteneväisyyksiä, joten analyysi on mahdollinen. Uskon, että aineiston pohjalta tekemäni analyysi voi myös antaa viitteitä tutkimastani aiheesta yleisesti: sekä maskuliinisuuksien rakentumisen että videopodcastin kerronnan saralla.

Erottelin aineiston teemoihin: maskuliinisuuksien kuvasto, videopodcastin toteutus ja kerronnan keinot sekä motiivit. Kyseiset teemat hahmottuivat sen mukaan, millaisilla seikoilla haastatellut perustelivat tekemiään päätöksiä videopodcastin teossa. Tekemäni havainnot voivat osittain myös koskea useampaa teemaa. *Maskuliinisuuksien kuvasto* -teemaan kuuluu aineisto, jossa haastatellut kuvailevat niitä maskuliinisuuksia, joita he itse pyrkivät rakentamaan. Kyseessä on ominaisuuksia, mielikuvia ja käsityksiä, joita miehiin liitetään. Teemassa *videopodcastin toteutus ja kerronnan keinot* käsitellään tekijöiden tekemiä valintoja videopodcastin toteutuksen suhteen eli sitä, millä tavoin maskuliinisuuksien kuvastoa rakennetaan. *Motiivit*-teemassa haastatellut kertovat syitä sille, miksi he tekevät sellaisia sisältöjä kuin tekevät.

Jaettuani aineiston teemoihin ryhdyin analysoimaan teemoja tarkemmin ja jaoin ne alaluokkiin. Tarkastelun perusteella syntyivät seuraavat alaluokat:

1. *Maskuliinisuuksien kuvasto*: herkkä maskuliinisuus, avoin maskuliinisuus, positiivinen maskuliinisuus, keskeneräinen maskuliinisuus, monimuotoinen maskuliinisuus
2. *Videopodcastin toteutus ja kerronnan keinot*: audiovisuaalisuus kerronnan osana, jakson suunnittelu ja sisältö, vierasvalinnat, vuorovaikutus nauhoitushetkessä, miesten välisen tunnepuheen julkisuus
3. *Motiivit*: yhteisön luominen, representaation laajentaminen, tunteiden liittäminen osaksi mediakenttää, sisältöjen merkityksellisyys itselle

5.1 Maskuliinisuuksien kuvasto videopodcastissa

Teema *maskuliinisuuksien kuvasto* vastaa tutkimuskysymykseen: *Millaisten maskuliinisuuksien rakentamiseen videopodcastin tekijät pyrkivät?* Jaoin teeman viiteen alaluokkaan: herkkä maskuliinisuus, avoin maskuliinisuus, positiivinen maskuliinisuus, keskeneräinen maskuliinisuus ja monimuotoinen maskuliinisuus. Tutkimushaastattelujeni mukaan Jäbät & tunteet -videopodcastin tekijät pitävät tärkeänä sitä, että miehet voivat kokea tunneilmaisun ja avoimuuden olevan sallittua myös heille. Tekijät haluavat liittää positiivisuutta ja keskeneräisyyttä osaksi miehiin liitettäviä käsityksiä. Aineistossani korostuu myös monimuotoisuuden ymmärtäminen ja tavoittelu.

Herkkä maskuliinisuus

Yksi piirteistä, jonka videopodcastin tekijät pyrkivät aineistoni mukaan liittämään osaksi maskuliinisuuksien kuvastoa, on herkkyyden. Kaikki tekijöistä kertovat haluavansa viestiä, että haavoittuvaisuus on vahvuutta. He yhdistävät herkkyyden erityisesti tuntemiseen, tunteisiin ja niiden näyttämiseen.

Haastateltujen mukaan vain tunteettomien ja perinteisellä tavalla vahvoina pidettyjen, esimerkiksi fyysisesti vahvojen, mieshahmojen esittäminen esikuvina voi tuntua epärealistiselta ja eriarvoiselta. Aineistoni osoittaa, että moni mies ei välttämättä koe samaistuvansa edellä

kuvattuun vahvuuteen. Tunteet ovat kaikkia yhdistävä tekijä ja siksi niiden kokemista ja ilmaisua voimavarana tulisi aineistoni mukaan korostaa myös miehiin liitettävässä keskustelussa ja kuvastossa. Tekijät kuvailevat herkkyyttä tietynlaisena pehmeutenä ja lempeytenä, jota he toivovat enemmän esille.

Aineistoni mukaan videopodcastin tekeminen on avartanut tekijöiden ajatusmaailmaa siitä, että tunteet ovat universaaleja eivätkä esimerkiksi linkityksissä vain yhteen sukupuoleen. Haastatellut kuvailevat tunteita ja niiden näyttämistä ”osana inhimillisyyttä”. Heidän mukaansa on merkityksellistä, että he hyväksyvät herkkyyden myös miehistä koostuvan työryhmänsä sisällä.

Mä muistan sillon kolmoskaudella, kun Ima Iduzee oli vieraana, nii sitä jaksoo kun teki ja kuunteli, nii mä itkin ekaa kertaa sillee jäbien kesken. Se oli jotenki voimaannuttavaa, että kaikenlaiset tunteet sallitaan. (Rusmana)

Avoim maskuliinisuus

Aineistoni osoittaa, että varsinkin miesten keskinäisessä vuorovaikutuksessa on yleistä, ettei vallitseva ilmapiiri anna tilaa avoimuudelle tai syvälliselle keskusteluyhteydelle. Tähän saattaa tekijöiden mukaan vaikuttaa yleinen stereotypia sulkeutuneesta miehestä, jota moni mies tiedostamattaan toistaa. Aineistoni mukaan tekijät pyrkivät omalla videopodcastillaan liittämään avoimuutta osaksi maskuliinisina pidettyjä piirteitä.

Haastatellut kertovat havainneensa, että miehet kyllä keskustelevat keskenään, mutta usein eri tavoin ja eri aiheista kuin esimerkiksi naispuolisen sisaruksen, ystävän tai kumppanin kanssa. Tutkimushaastatteluistani käy ilmi tekijöiden oma kokemus siitä, että videopodcastin työryhmään liittyminen tuntui ”poikkeukselliselta ja uudelta tavolta olla miesten kesken”. Videopodcastin avulla halutaan korostaa sitä, että myös miehet voivat, saavat ja osaavat olla avoimia.

Jos mä mietin itteeni miehenä. Mä alotin keskusteleen mun siskon kaa näistä asioista [videopodcastissa käsiteltävistä aiheista], mut se on mun sisko. Sil on tietynlainen kuva musta. Mä oon sen veli. Sit kun mä aloin jutteleen teiän [videopodcastin työryhmän] kaa, ni se muuttaa asioita tosi paljon. Et miten mä nään itteni miehenä. Ei se oo aina, et think

*outside the box. Välil se on, et think inside the box. Et siellähän se on myös se ratkasu.
(A Lady)*

Positiivinen maskuliinisuus

Tutkimushaastattelujeni mukaan on tärkeää, että positiivisuus yhdistyy piirteenä miehiin ja miehenä olemiseen. Haastatellut kokevat, että maskuliinisuutta lähestytään helposti negaation kautta, minkä he näkevät ongelmallisena. Aineistostani käy ilmi, että maskuliinisuus-käsite on kenties totuttu ymmärtämään vain tietynlaisena, mikä ohjaa siitä syntyviä negatiivisia mielleyhtymiä. Tällöin termin käyttöä voidaan jopa vältellä.

Must tuntuu, et tosi monilla jäbillä voi olla jotenki latautunu suhde jo siihen sanaan maskuliinisuus. – – Tuntuu, et heti kun käyttää sanaa maskuliinisuus miehenä toiselle miehelle, nii sit siit tulee heti vähän sellanen, et se sanana yhistyy johonki toksiseen maskuliinisuuteen. (Rainamo)

Tekijät sanovat kiinnittäneensä huomiota siihen, että miehille suunnattuja medioita, jotka olisivat ”jokseenkin positiivisia ja nykymaailman vinkkelistä asioita katsovia” on vähän ja että ”sortavaa puhetta on mediakuvastossa riittävästi”. Haastateltavien mukaan tunnepuhe edistää positiivista maskuliinisuutta. Positiivisen maskuliinisuuden rakentumisessa on siis linkki herkkyyteen ja tunteisiin.

Keskeneräinen maskuliinisuus

Maskuliinisuuden voidaan nähdä olevan prosessi eli kehityskulku, kuten aineistostani käy ilmi. Videopodcastin kautta tekijät pyrkivät näyttämään, että kasvaminen kuuluu miehuuteen ja täten miehisiin piirteisiin: myös mies on jatkuvasti kesken. Tutkimushaastatteluistani selviää, että keskeneräisyyden voidaan ajatella olevan ”tila, jossa pystyy kasvamaan ei pelkästään miehenä, mutta myös ihmisenä”. Tekijät toivovat, että oman keskeneräisyyden hyväksyminen ja sen kanssa eläminen olisi erityisesti miehille helpompaa.

Videopodcastin tekijät korostavat omaa keskeneräisyyttään ja sitä, että he eivät aina tiedä, mitä tekevät, mutta tekevät siitä huolimatta. Aineistoni mukaan keskeneräisyyden salliminen voi näyttäytyä esimerkiksi siten, että muiden mielipiteitä ei mieta jatkuvasti, eikä läsnä ole tarvetta

näyttää muiden silmissä uskottavalta. Keskeneneräisyyden hyväksyminen mahdollisesti siis vahvistaa itsetuntoa ja lisää itsevarmuutta.

Tutkimushaastattelujeni mukaan keskeneneräisyys voi liittyä myös ymmärrykseen yksilöllisyydestä. Tekijät sanovat, että eri tilanteiden kohtaaminen miehenä helpottuu, kun hahmottaa sen, että tilanteisiin tulee aina ”oman näkökulman kautta ja siinä vaiheessa, kun on itsensä kanssa”. Tulkitsen tämän tarkoittavan, että keskeneneräisyyden hyväksyminen antaa tilaa miehenä olemiselle ja miehenä oppimiselle.

Monimuotoinen maskuliinisuus

Aineistoni mukaan videopodcastin tekijät pyrkivät rakentamaan monimuotoista maskuliinisuutta. He kokevat tärkeäksi, että käsitys miehiin liitettävien piirteiden monipuolisuudesta vahvistuu. Tekijät viittaavat sekä sisäisiin että ulkoisiin piirteisiin, kuten siihen, miltä mies voi näyttää tai miten mies voi käyttäytyä.

Haastatellut pohtivat esimerkiksi sitä, miten ikä, erilaiset lähtökohdat ja erilaiset etniset taustat vaikuttavat siihen, millaisena maskuliinisuus lopulta näyttäytyy. Tulkitsen tämän tarkoittavan, että maskuliinisuuden voidaan ajatella muodostuvan useista toisiinsa limittyvistä ominaisuuksista.

Aineistossani korostuu toive siitä, että monimuotoisuus liitettäisiin osaksi maskuliinisuuksien kuvastoa Suomessa. Tekijöiden mukaan erilaisuuden ymmärtäminen ja näyttäminen ”tekisi tästä maasta vielä paremman”. Aineistostani käy ilmi, että kunkin erilaisuudesta huolimatta, yksilöt voivat löytää toisistaan samankaltaisuuksia. Toisin sanoen maskuliinisuuden pohjaviireistä monimuotoisen tekee nimenomaan ymmärrys jaetusta kokemuksesta.

5.2 Maskuliinisuuksia rakentavat tekijät

Maskuliinisuuksien rakentumista videopodcastissa ohjaavat tietyt valinnat. Teema *videopodcastin toteutus ja kerronnan keinot* vastaa tutkimuskysymykseen: *Mitä kerronnan keinoja tavoitteen saavuttamiseksi hyödynnetään?* Jaoin teeman viiteen alaluokkaan:

audiovisuaalisuus kerronnan osana, jakson suunnittelu ja sisältö, vierasvalinnat, vuorovaikutus nauhoitushetkessä ja miesten välisen tunnepuheen julkisuus. Aineistoni mukaan nauhoitettu keskustelu saa audiovisuaalisuuden avulla syvyyttä. Tekijät pitävät tärkeänä sitä, että yleisö voi nähdä keskustelemassa olevat juontajat ja vieraat, sekä tehdä havaintoja näiden olemuksesta ja vuorovaikutuksesta. He kiinnittävät huomiota näihin seikkoihin jaksojen suunnitteluprosessissa. Miesten välisen tunnepuheen julkisuus on maskuliinisuuksien rakentumisen kannalta avainasemassa.

Audiovisuaalisuus kerronnan osana

Audiovisuaalisuus näyttäytyy videopodcastin tekijöille keinona välittää tunnelmaa ja sitä, miten asioita kerrotaan. Aineistoni mukaan ääntä ja kuvaa yhdistämällä yleisö pystyy perehtymään sisältöön syvemmin. Samalla audiovisuaalisuus voi herättää mielenkiintoa uudella tavalla ja luoda vetävyyttä.

Tutkimushaastatteluistani käy ilmi, että audiovisuaalisuuden avulla yleisölle halutaan näyttää ympäristö, jossa jakso on nauhoitettu. Esimerkiksi verhojen väri, valaistus tai kukat voivat tekijöiden mukaan olla esillä olevia yksityiskohtia. Tekijät kertovat studion vaihdelleen videopodcastin tuotantokausilla, mikä on vaikuttanut paikoittain siihen, että ”kuvaussetti on tuntunut randomilta”. Haastateltujen mukaan studiolla on vaihtelevuudesta huolimatta tavoiteltu olohuonemaista ja helposti lähestyttävää vaikutelmaa. Videon kautta on pyritty luomaan kuva-arkisesta tilanteesta.

Mulle on tärkeätä, et se tila näyttää siltä, mis joku toinenkin jäbä vois keskustella, missä näkis itsensä keskustelevan. Tää [nykyinen studio] on viel kesken, mut samalla me jäbät ollaan kesken. – – Joskus pöydillä oli lelui ja kaikkee. Et miten paljon helpompaa se on sille jäbälle katsojana nähä pöydällä asioita, jotka on sille tosi tuttui sen omasta huoneesta, kun se on ollu vaik lapsi. (A Lody)

Tekijöiden mukaan keskustelut ovat audiovisuaalisessa muodossa, jotta jaksossa mukana olevien eleet ja tapa käyttää kehoa saadaan mukaan sisältöön. Eri kuvakulmia hyödyntämällä voidaan korostaa haluttuja asioita, kuten ilmeitä. Jo se, miten keskustelun aikana istuu, kuuntelee, puhuu tai vastaanottaa kommentteja on aineistoni mukaan representaatio mieheydestä.

Tutkimushaastatteluistani selviää, että video tuo jaksoon lisäarvoa myös siksi, että katsoja pysyy itse näkemään millaisia ”jäbiä”, jaksossa on mukana. Tekijät pitävät tärkeänä sitä, että näkyvillä on eri taustoista tulevia ihmisiä. Aineistoni mukaan vaatteilla ja asusteilla, kuten helminauhalla, voidaan tuoda esille elementtejä, joita ei ehkä koeta vielä perinteisellä tavalla maskuliinisiksi. Tekijät sanovat, että he voivat omalla pukeutumisellaan laajentaa kuvastoa siitä, miten mies saa pukeutua. Voidaan todeta, että tekijät haluavat kokonaisvaltaisesti välittää yleisölle sen, miltä juontajat ja vieraat näyttävät.

Jakson suunnittelu ja sisältö

Tutkimushaastatteluistani käy ilmi, että jaksosten suunnitteluprosessi vaihtelee hieman sen mukaan, onko jaksossa vieras vai tapahtuuko keskustelu juontajien kesken. Käsikirjoittamisesta vetovastuussa ovat useimmiten juontajat, mutta myös muu työryhmä osallistuu ideointiin. Joskus joku saattaa tekijöiden mukaan ottaa suunnittelusta enemmän vastuuta. Aineistoni mukaan jaksossa käsiteltävät aiheet valikoituvat usein keskusteluista, joita työryhmä on keskenään arjessa tai suunnittelupalavereissa käynyt.

*Aina ne aiheet on tullu meiän omasta elämästä enemmän, kun että keksimällä keksitty. –
– Sillee, mä luin tästä, mä kuulin tästä, toi sano tota. Ja sit tavallaan, kun me jutellaan siitä, nii sit tulee [ajatus], et puhutaanki tosta ton tyypin [vieraan] kaa. Kyl sitä tulee myös sieltä yhteisöltä. Tulee toiveita, et puhukaa tästä. Tosi hyvii keloja, tosi pitkälle vietyjä keloja. Sitä me voitais hyödyntää ehkä viel enemmänkin. (Olsoni)*

Tutkimushaastattelujen hetkellä tekijät ovat kokeilleet lähestymistapaa, jossa jokainen jaksossa mukana oleva tulee omien kysymysten kanssa keskusteluun. Tällä he pyrkivät siihen, että kokonaisuus muuttuisi entistä keskustelelevammaksi. Aineistoni mukaan se, että jaksossa olevat eivät välttämättä etukäteen tiedä toistensa kysymyksiä, luo autenttisuutta.

Keskusteluun liittyy kuitenkin usein linkki tunteisiin tai tuntemiseen. Tekijät sanovat, että vaikka jakson aiheena olisi esimerkiksi juhliminen, tunne juhlimisesta olisi se, mistä jaksossa keskusteltaisiin. Keskustelu keskittyisi siis siihen, mitä tunteita juhliminen herättää tai mitä

tunteita siihen liittyä. Tunnepuoleen keskittymisestä viestii myös se, että ensimmäisissä Jäbät & tunteet -jaksoissa juontajat kävivät läpi perustunteita ja niiden kautta omia kokemuksiaan.

Vierasvalinnat

Aineistoni mukaan vieraiden valinta liittyy jaksojen suunnitteluprosessiin. Tekijät kertovat pallotelevansa keskenään, kenen kanssa he haluaisivat keskustella, mistä ja miksi. He päättävät yhdessä keskustelujen pohjalta, kuka vieraaksi lopulta valikoituu. Aineistostani käy ilmi, että tekijät kokevat videopodcastin vieraiden olevan keskenään erilaisia: eri aloilta, eri vaiheessa omaa ”tunnematkaansa”, eri taustoista ja eri ikäisiä. Tekijät nostavat esimerkiksi 19-vuotiaan koripalloilija Miro Littlen ja 70-vuotiaan filosofi Esa Saarisen.

Tekijät kertovat miettivänsä myös vieraiden tunnettavuutta ja sitä, miten vieraista voisi esitellä sellaisia näkökulmia, joita ei ole vielä aikaisemmin mediassa nähty. He kokevat, että erityisesti miehille entuudestaan tutut kasvot auttaisivat saavuttamaan vielä isompia ”jäbämassoja”. Haastatellut kertovat, että moni on päätenyt Jäbät & tunteet -jaksojen pariin siten, että on tunnistanut itselleen tutun henkilön ja siksi kokenut jakson kiinnostavaksi ja klikattavaksi.

Voidaan siis todeta, että videopodcastin vieraiden toivotaan tuovan erilaisia yleisöjä tunnekeskustelujen äärelle. Toisaalta tekijät kertovat pohtineensa myös sitä, mitä tapahtuisi, jos vieras ei tulisikaan julkisuudesta, vaan olisi ”normijäbä” esimerkiksi videopodcastin seuraajien joukosta.

Mietitään, et kuka olis hyvä esikuva tai kasvot sille, et puhutaan vaikka miesten mielenterveydestä. Tai kuka on hyvä kasvo sille, et me saatais mahollisimman paljon äijii tai miehii meiän sisällön pariin, ketkä ei oo ehkä siin meiän semmosessa kohdeyleisössä. Kyl me mietitään myös niinku lukui, et kellä me tavotetaan niit ihmisii, mut enemmän sisältö edellä. Plus, kyllä mä väitän, et meillä on aika vahva se, et meil on tosi moninainen cast verrattuna kaikkiin suomalaisiin podeihin. Se on meille kyl iso semmonen asia, mitä me aina mietitään. (Olsoni)

Aineistostani käy ilmi, että epäonnistunut vierasvalinta voisi olla sellainen, jos henkilöllä ei olisi mitään näkemystä tai sanottavaa käsiteltäviin aiheisiin liittyen tai hän olisi vastauksissaan

hyvin lyhytsanainen. Tämä voisi haastateltujen mukaan vaikuttaa jakson yleiseen jouhevuteen.

Tekijät kertovat pohtivansa sitä, miten heidän oma arvomaailmansa suhteutuu vieraaseen ja millaisen alustan he tarjoavat. He eivät kuitenkaan halua asettaa liian jyrkkiä rajoja sille, millainen ”jäbä” vieraaksi saa tulla. Haastateltujen mukaan tiukat kriteerit eivät antaisi realistista kuvaa siitä, millaisia ”jäbiä” on olemassa.

Tutkimushaastatteluistani käy ilmi tekijöiden toive siitä, että joku päivä vieraaksi voisi tulla sellainen henkilö, jolla olisi vahvat ennakkoluulot miesten keskinäisestä tunnepuheesta: vieras, jonka asenne olisi ”fuck miesten tunnemaailma”. Haastateltujen mukaan tällainen vieras voisi olla hyväkin ja keskustelun kannalta avartava. Tekijät sanovat, että heitä ei pelota olla vieraan kanssa eri mieltä, vaan tärkeää on, että löytyy ”tunnetta, näkemystä ja näkökulmaa”. Toisaalta tekijät korostavat myös sitä, että he voivat kenties jaksoillaan muuttaa yleisön käsityksiä ja ennakkoluuloja vieraista.

Vuorovaikutus nauhoitushetkessä

Aineistostani voidaan havaita, että nauhoitushetken ilmapiiri pyritään luomaan turvalliseksi, sallivaksi ja läsnäolevaksi. Tämä mahdollistaa tekijöiden mukaan vuorovaikutuksen avoimuuden, oli jaksossa vierasta tai ei: tavoite on, että jokainen voi olla avoin tavalla, jonka kokee hyväksi. Jännittäminen, ajatusten keskeneräisyys ja puhumisen vaikeus kuvaavat aineistoni mukaan todellisuutta siitä, mitä tunnepuhe ”jäbien” kesken on.

*Jos sä tuut siihen vieraaks, nii selkeesti sulla on halu kertoo omista tunteista ja ilmasta niitä jollain tavalla. Se ei tarkoita sitä, et kaikki olis ollu super avoimii tai tosi heittäytyneitä, koska ei se oo helppoo. – – Meil on saattanu tulla filis, et okei, ehkä me ei saatu ihan parasta irti tosta ihmisestä, mut mä nään sen myös niin, et se on yrittäny.
(A Lody)*

Haastateltujen mukaan läsnäoloa voi nauhoitushetkessä osoittaa esimerkiksi kehonkielellä ja sillä, että ottaa muut huomioon kuuntelemalla ja aistimalla tilannetta. Tekijät kokevat, että vaikka jaksoissa voidaan olla ”vaikeiden ja isojen asioiden äärellä”, on vuorovaikutuksesta silti

havaittavissa leikkimielisyyttä ja kepeyttä. Heidän mukaansa on tärkeää, että nauhoitustilanteessa on tilaa itsereflektiolle ja sille, että itseään saa ilmaista haluamallaan tavalla.

Vuorovaikutukseen vaikuttaa aineistoni mukaan myös se, kuinka vahvasti jakson kulku rakentuu ennalta suunnitellun rungon ympärille. Tekijät kertovat pyrkivänsä siihen, että käsikirjoitus olisi suuntaa antava ja siitä voisi tarvittaessa päästää irti. Sen sijaan, että jakso koostuisi vain kysymyksistä ja vastauksista, he toivovat myös vapaamuotoista keskustelua. Keskustelua pitää kannatella eri keinoin vieraasta riippuen.

Monesti kun jengi tulee [vieraaksi], ne kelaa tulevansa haastikseen. Ei me haluta tehdä haastista. Se ei oo se tarkoitus. Välillä me sorrutetaan siihen edelleenki, kun me tehään kässäreitä. (Olsoni)

Tekijät kokevat, että samalla, kun jaksot ovat ikään kuin ”keskustelua kavereiden kesken”, on kyseessä tietynlainen esiintyminen. Juontajat sanovat nykyään jo useimmiten unohtavansa kameroiden läsnäolon, mutta tiedostavat kameran tuovan omaan olemiseen ”pienen pönötysjuttun”. Juontajat ovat siis tietoisia kamerasta ja tilanteen esityksellisyydestä.

Kyl mä huomaan kans ite, et kun ekoi kertoi hyppäs tohon [juontajaksi], nii must tuntu, et joku kattoo koko ajan. Ei välttämättä nää tyypit, mut joku. Ja se teki aluks vähän ujoks. Varsinkin sen suhteen, et ku mietti sitä, et okei, sen lisäksi, et nää ihmiset kuulee, mitä mä puhun, ne myös näkee, mitä mä puhun. Se on viel niinku extra-taso sen suhteen, et nyt mä puhun ja ihmiset kattoo mua. (Guzman Monet)

Miesten välisen tunnepuheen julkisuus

Se, että videopodcast on julkinen mediaesitys, toimii aineistoni mukaan keinona välittää yleisölle jotain sellaista, mitä ei ole totuttu näkemään. Aineistoni osoittaa, että miesten välisen tunnepuheen esittäminen julkisesti voi kenties madaltaa jaksoja katsovien miesten kynnystä puhua tunteistaan. Samalla se tekijöiden mukaan arkipäiväistä keskustelukulttuuria. He kokevat tärkeäksi, että miehet kävisivät tunteisiin liittyviä keskusteluja arjessaan siten, että se ei tuntuisi joltain salattavalta tai piiloteltavalta.

Isoin merkitys tulee siitä, et tuodaan julkisesti nähtäville se, et miehet voi keskustella tällä tavalla. Se muokkaa kuvaa siitä, et aa, ehkä mäkin voisin lähtee yrittään vaikka mun oman jäbäkaveriporukan kesken tekeen tällasta kulttuurii, keskusteluu ja ilmapiirii.
(Rainamo)

Tekijät toteavat, että he eivät ole nähneet miesten välistä tunnepuhetta riittävästi julkisuudessa. He kokevat, että käsitykset siitä, mitä pidetään maskuliinisena, eivät muutu, jos erilaisia vaihtoehtoja ei tarjota ja näytetä julkisesti. Aineistostani selviää, että moni mies voi kokea olonsa tai ajatuksensa jotenkin epänormaalksi, jos julkisuudessa on vain tietynlaista sisältöä.

Aineistoni mukaan videopodcastin avulla voidaan näyttää jotain sellaista, mitä on yritetty piennentää julkisuudessa tai mikä on nähty heikkoutena ja sellaisena, mikä ei ole ”oikein”. Omilla sisällöillään videopodcastin tekijät haluavat muuttaa tilannetta. Tulkitsen tämän tarkoittavan, että tekijät haluavat haastaa julkisuudessa normeiksi muodostuneita ajatus- ja toimintamalleja.

5.3 Syyt maskuliinisuuksien rakentamisen taustalla

Teema *motiivit* vastaa tutkimuskysymykseen: *Miksi videopodcastin tekijät haluavat rakentaa maskuliinisuuksien kuvastoa?* Teemassa on neljä alaluokkaa: yhteisön luominen, representaation laajentaminen, tunteiden liittäminen osaksi mediakenttää ja sisältöjen merkityksellisyys itselle. Tutkimushaastattelujeni mukaan tekijöille on tärkeää, että he pystyvät omilla sisällöillään rakentamaan yhteisöllisyyttä: myös videopodcastin ulkopuolella konkreettisissa tapahtumissa. Tekijät kertovat haluavansa monipuolistaa maskuliinisuuksia koskevia representaatioita mediakentällä ja täten luoda samaistumispintaa entistä useammalle. Aineistostani selviää, että Jäbät & tunteet tarjoaa inspiraatiota ja tukea myös tekijöille itselleen.

Yhteisön luominen

Aineistossani korostuu ajatus yhteisöstä ja sen tärkeydestä. Tekijät kertovat perustaneensa videopodcastin rinnalle miehille tarkoitetun ryhmän Telegram-viestipalveluun, johon voi liittyä ja jossa sen jäsenet voivat keskustella erilaisista aiheista. Tämän lisäksi työryhmä järjestää konkreettisia tapahtumia, joissa yhteisön ”jäbät” pääsevät keskustelemaan ja tapaamaan

toisiaan vaihtelevien aktiviteettien parissa. Aineistoni mukaan Jäbät & tunteet pyrkii olemaan yhteisö sekä sosiaalisessa mediassa että oikeassa elämässä. Tekijät kertovat ilahtuneensa siitä, että monet ovat tapahtumissa muodostaneet yhteyksiä toistensa kanssa ja tavanneet myös muuten vapaa-ajalla.

Tutkimushaastattelujeni mukaan tunne siitä, että on osa jotakin yhteisöä, voi vähentää yksinäisyyttä, puhumattomuutta ja mahdollisesti ehkäistä mielenterveysongelmia. Tekijät ajattelevat, että Jäbät & tunteet -yhteisö voi olla erityisen merkityksellinen miehelle, joka on jossain murroksessa tai käännekohdassa elämässään, kuten aikuistumisen kynnyksellä. He toivovat, että varsinkin nuoret miehet päätyisivät Jäbät & tunteet -sisällön ja toiminnan pariin, koska nuoret ovat ”herkkiä nojaamaan myös kaikenlaiseen muuhun maskuliiniseen kuvastoon”.

Aineistossani korostuu yhteisön ja yleisön välinen suhde. Tutkimushaastatteluistani selviää, että ollakseen Jäbät & tunteet -yhteisön jäsen, ei välttämättä tarvitse olla osa yleisöä.

Tärkeimmät luvut on se yhteisön määrä. Ne on ne luvut, mil on oikeesti merkitystä. Ja se kasvaa koko ajan. Se on se key, jos puhutaan luvuista. Ei kaikkien tarvi kuunnella sitä meiän podii, mut ne on osa meiän yhteisöä. Ja se kertoo, et me ollaan onnistuttu. Se missio on niinku siellä. (A Lody)

Tekijät kertovat pohtineensa sitä, kenelle Jäbät & tunteet -yhteisö ja sisältö ilmenee kutsuvana tai ketkä sisällön äärelle päätyvät: miten sisällöstä saisi palvelevaa mahdollisimman monelle ja miten mahdollisimman moni kokisi olevansa osa yhteisöä. Aineistostani käy ilmi, että tekijät tavoittelevat videopodcastillaan erityisesti miehiä, iällisesti heidän toiveensa ovat keskimäärin 20–35 vuoden välillä. Tekijät kuitenkin toteavat, että tällä hetkellä heidän videopodcastinsa suurin yleisö on 25–35-vuotiaat naiset. Miesten osuus sisältöjen kuluttajista on heidän mukaansa kuitenkin jatkuvasti kasvussa.

Aineistoni mukaan naiset voivat toisaalta myös tuoda videopodcastin äärelle uutta miesyleisöä suosittelemalla sisältöjä tai jakamalla niitä esimerkiksi veljelleen, ystävälleen tai kumppanilleen. Haastatellut sanovat, että jos videopodcastissa käsiteltävät aiheet tuntuvat jo entuudestaan tutuilta, niiden viesti voi olla helpompi sisäistää ja niiden äärelle voi olla helpompi pysähtyä.

Et se olis jotenkin vielä helpommin lähestyttävämpi suurelle massaa jäbistä. Kylhän me niinku tosi paljon saadaan viestejä ja tulee signaaleja siitä, et muutosta tapahtuu. Tulee hienoja tarinoita ja kokemuksia, et podcastia kuunnellessa on lähteny joku kehityskulku käyntiin. – – Must tuntuu, et ne on kuitenkin tietyllä tapaa jäbiä, jotka on jo vähän pidemmällä ittensä työstämisessä tai ne on just ehkä kallellaan jo näihin aihepiireihin. (Rainamo)

Representaation laajentaminen

Aineistoni osoittaa, että videopodcastin tekijät rakentavat maskuliinisuuksien kuvastoa tarjotakseen monipuolisempaa representaatiota miehenä olemisesta. He toivovat, että moni voisi nähdä itsensä kaltaisen ihmisen edustettuna median tarjoamissa kuvastoissa.

Tutkimushaastattelujeni mukaan se, että työryhmän jäsenet tulevat itse erilaisista taustoista, tarjoaa samaistumispintaa, jota tekijät uskovat monen kaivanneen. Tekijät kertovat haluavansa ”tarjota alustan omista tunteista ja kokemuksista kertomiselle myös muille kuin valkoisille miehille”. Myös esimerkiksi isyys on teemana vaikuttanut haluun laajentaa representaatiota.

Kyl mä teen tätä mun pojan takii. Kyl se on se päällimmäinen syy, et millasii mieskuvii sil on tulevaisuudessa, miten se näkee miehenä olemisen Suomessa. – – Jos mä pystyn täl työllä vaikuttaan johonki jäbään, joka on vaikka kymmenen vuoden päästä mun skidin opettaja, mikä vaan, ja se ymmärtää omista tunteistaan, omista asioistaan ja pystyy olla huomaavainen ja ymmärtäväinen häntä kohtaan, nii sit mä oon onnistunu. – – Aina, kun mä nään jonkun ruskeen jäbän kertovan Jäbien ja tunteiden vaikutuksesta häneen itteensä, se on mulle se, et nyt mä teen oikeita asioita. Jos mä pystyn samaistuun häneen ja hän pystyy samaistumaan muhun. – – Jäbä, joka näyttää multa, jolla on ehkä samanlaisii kokemuksii, saa tästä jotain, nii silloin se on itelle, et okei, nyt ollaan hyvien asioiden äärellä. (A Lody)

Aineistoni mukaan representaation laajentaminen vähentää ennakkoluuloja, luo turvallista oloa sekä lisää ymmärrystä itseä ja muita kohtaan. Haitallisia yleistyksiä ja stereotypioita on mahdollista kitkeä tarjoamalla monipuolista kuvastoa miehenä olemisesta.

Tunteiden liittäminen osaksi mediakenttää

Tekijät kuvailevat Jäbät & tunteet -kokonaisuutta tunnemediaksi. He uskovat lanseeranneensa käsitteen ja kuvailevat itse sitä mediaksi, jossa tunteet ovat keskiössä, oli konteksti mikä vain: tunteet ohjaavat sitä, mistä mediassa puhutaan ja mitä mediassa näytetään. Tutkimushaastattelujeni mukaan tunnemedia voidaan käsittää myös ”monikanavaisena, vertaistuellisena mediana tunteiden tunnistamiseen ja käsittelyyn, myötäelämiseen”. Toisaalta termi saattaa tuntua myös epäselvältä ja viestinnällisesti haastavalta. Koska termi ei ole vakiintunut, yleisölle ei välttämättä heti ole selvää, mitä sillä tarkoitetaan ja mitä kaikkea se pitää sisällään.

Aineistoni mukaan tekijät toivovat tunteiden olevan suuremmassa roolissa mediassa yleisesti: erilaisissa sisällöissä ja erilaisissa tilanteissa. Heidän mukaansa olisi hienoa nähdä tunteiden olevan osa mediasisältöjen ”dna:ta” siten, että niiden ”taajuudet ja painotukset” välittyisivät. Tekijät ajattelevat, että samalla tavalla kuin tunteet ovat osa esimerkiksi erilaisia taidemuotoja, kuten elokuvia, kuvataidetta tai tanssia, niitä voitaisiin käsitellä myös mediassa enemmän ja sallivalla sävyllä – oli kyseessä positiivisia tai negatiivisia tunteita.

Omalla toiminnallaan tekijät haluavat siis liittää tunteita tiiviimmäksi osaksi mediakenttää ja sen luonnetta. Tutkimushaastatteluistani käy ilmi, että podcast ja videopodcast koetaan yhdenvertaisiksi mediamuodoiksi, jotka mahdollistavat tunteiden viemisen yleisön luokse: useat podcastit ovat ilmaisia ja niitä voi kuluttaa missä ja milloin vaan.

Aineistossani korostuu ajatus vaivattomuudesta myös tuotannon näkökulmasta. Tekijöiden mukaan podcastin tekeminen ei välttämättä vaadi monia välikäsiä: edulliset mikrofonit riittävät äänen nauhoittamiseen ja videon voi tallentaa esimerkiksi puhelimen kameralla.

Sisältöjen merkityksellisyys itselle

Tutkimushaastatteluissani korostuu tekijöiden oma kiinnostus videopodcastissa käsiteltäviä aiheita kohtaan. He pitävät tärkeänä sitä, että sisältöjen avulla he pystyvät itse kehittämään itseään. Aineistoni mukaan idea podcastiin syntyi alun perin nimenomaan halusta harjoitella keskustelemista. Oma kasvu ja halu auttaa samalla muita, saa sisältöjen tekemisen tuntumaan merkitykselliseltä.

Meiän porukka on halunnu ymmärtää omaa tunnemaailmaa ja päästä kasvamaan ihmisenä. Tai et on ollu tarve sellaselle tunnepuheelle. Ja se, että me näytetään, että hei jäbätkin voi puhuu tunteista. Se luo merkityksellisyyden tunnetta ja erilaista motivaatiota kans sen tekemiseen. – – Mä koen, et sen myötä me kans rakennetaan parempaa yhteiskuntaa. (Rusmana)

Aineistoni mukaan tekijät ovat saaneet Jäbät & tunteet -sisältöjen avulla erilaisia työkaluja henkilökohtaiseen elämäänsä. Sisältöjen vaikutus on voinut näkyä esimerkiksi omassa isäsuhteessa tai suhteessa muihin perheenjäseniin. Tekijät pitävät arvokkaana sitä, että he voivat sisällöillään ”antaa takaisin” ja inspiroida yleisöä. Tutkimushaastatteluistani käy ilmi, että tekijät kokevat olevansa julkisina persoonina melko avoimia ja jakavansa paljon, mikä on heidän ”missionsa toteuttamisen kannalta oleellista”. Toisaalta he kertovat ymmärtävänsä, ettei heidän tarvitse jakaa kaikkea tai liian henkilökohtaisia pitämiään asioita.

Aineistoni osoittaa, että tekijät saavat motivaatiota yhdessä tekemisestä ja ihmisten tapaamisesta tapahtumissa, joissa heille konkretisoituu sisältöjen vaikutus ihmisiin. He kertovat innostuvansa kuullessaan tarinoita siitä, miten Jäbät & tunteet on luonut muutosta.

Kun ihmiset laittaa vaikka viestii tai tulee vaan sanoo jossain Conversation Clubissa, et vitsi kun mä kuuntelin ton ja ton teiän jakson, tai näin tän ja tän postauksen, nii sit mä löysin itestäni jotain sellasta, mitä oon pitäny piilossa pitkään. Tai mä kävin just keskustelun mun kumppanin kaa ja kerroin sille, et milt must oikeesti tuntuu. – – Tai et mun fajja sano mulle ekaa kertaa, et se rakastaa mua. Ja me halattiin ja itkettiin yhdessä ja se oli sellanen hetki, jonka mä tuun ikuisesti muistaan. Kun tulee tollasii juttui, nii alkaa pohtii, et okei, se mitä tekee, sil on tosi paljon merkitystä. (Guzman Monet)

6 POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä luvussa kokoan yhteen analyysin pohjalta tekemäni johtopäätökset ja peilaan tuloksia aiempaan tutkimuskirjallisuuteen. Olen jakanut luvun kolmeen alalukuun. Keskityn ensin siihen, millaisia maskuliinisuuksia videopodcastin tekijät pyrkivät rakentamaan ja miten nämä maskuliinisuudet ja niiden representaatiot suhteutuvat erilaisten maskuliinisuuskäsitysten perinteeseen. Sen jälkeen pohdin miehen ja tunteiden välistä suhdetta ja sitä, miten autenttisuus ja niin sanottu terapiakulttuuri heijastuvat videopodcastin kerrontaan. Lopuksi vedän yhteen tekemäni havainnot siitä, mitä kaikkea videopodcast mediamuotona mahdollistaa. Lisäksi tarkastelen sitä, miten videopodcastin ympärille muodostunut monimediallinen yhteisö voi kertoa halusta irtisanoutua perinteisenä pidetyistä tavoista tuottaa tietoa.

6.1 Miehen mallien monipuolistaminen

Tutkielmani mukaan videopodcastin tekijät pyrkivät lisäämään miehiin liitettäviin mielikuviin ominaisuuksia, kuten herkkyyttä, avoimuutta, positiivisuutta, keskeneräisyyttä ja monimuotoisuutta. Nämä piirteet poikkeavat osittain perinteisesti maskuliinisina pidetyistä piirteistä, joita ovat Jokisen (2010, 128) mukaan esimerkiksi tunteiden kontrollointi, hallitsevuus, suoriutuminen, fyysinen voima ja rationaalisuus.

Analyysini osoittaa yhtymäkohtia hybridimaskuliinisuuteen, jonka keskiössä on ajatus miehenä olemisesta, joka sisältää perinteisesti feminiinisinä pidettyjä piirteitä (Hyvönen 2021, 3). Hybridimaskuliinisuus antaa miehille itselleen tilaa pyrkiä pois ajatus- ja toimintamalleista,

jotka on omaksuttu miehille luontaisina. Analyysini mukaan esimerkiksi vaatevalinnat voivat toimia tietoisena väylänä haastaa sukupuolitettuja normeja. Lisäksi analyysini osoittaa, että mediassa esillä olevat esimerkit ideaalista miehestä voivat tuntua kapeilta ja aiheuttaa tarvetta miesten keskinäiseen vertailuun, kuten myös Ross (2010, 14–15) toteaa.

Sukupuoleen liitettävät ihanteet kytkeytyvät aina kulloinkin vallitsevaan kulttuuriin, aikaan ja paikkaan. Ne eivät siis ole jatkuvasti samankaltaisina pysyviä. Ihanteiden suhde yhteiskunnan rakenteisiin liittyy hegemonisen maskuliinisuuden käsitteeseen, jota toisaalta on myös kritisoitu edellä mainitun hybridimaskuliinisuuden toimesta. Hegemoninen maskuliinisuus on maskuliinisuuden ideaali, johon länsimaisessa kontekstissa liitetään ominaisuuksia, kuten heteroseksuaalisuus ja valkoisuus (Waling 2017). Tätä maskuliinisuuden muotoa pidetään suhteessa toisiin ylempiarvoisessa asemassa (Markkola, Östman & Lamberg 2014, 14–16).

Epätasa-arvoa erilaisten maskuliinisuuksien ja sukupuolten välillä on kuitenkin mahdollista purkaa. Eli myös hegemonisessa asemassa olevan maskuliinisuuden muodostama hierarkia voidaan järjestellä uudelleen (Kultamaa 2020, 3). Liittämällä esimerkiksi monimuotoisuutta osaksi maskuliinisuuksien kuvastoa, videopodcastin tekijät kyseenalaistavat ehtoja hetero- ja valkonormatiivisen ihanteen puolustamiseen. Jos asetelmaa tarkastelee inkluusiivisen maskuliinisuuden ajatuksen kautta, voidaan todeta, että videopodcastin tekijät hyväksyvät erilaiset maskuliinisuudet ja niiden samanaikaisen olemassaolon sekä pyrkivät nimenomaan korostamaan tätä. Inkluusiivisen maskuliinisuuden keskiössä on perinteisestä maskuliinisuuksien tyyppitelystä irtautuminen (Anderson 2005).

Tutkielmani mukaan tekijät tavoittelevat omalla videopodcastillaan representaatioiden laajentamista. Tekijät siis tuottavat jotain esittävää ja edustavaa (Paasonen 2010, 40). Tekijät pyrkivät siihen, että heidän tarjoamansa kuvasto toisi jotain lisää jo olemassa oleviin kuvastoihin, jotka eivät heistä tunnu tarpeeksi todellisuutta kuvaavilta. Tekijät toivovat tarjoavansa samaisutumispintaa katsojille – ja itselleen. Kuten Herkman (2001, 102) toteaa, videolla esiintyviin henkilöihin samaistuminen edesauttaa samalla myös kerronnan maailmaan uppoutumista. Toisin sanoen tekijät pyrkivät palvelemaan yleisöä. Samalla he kokevat kehittävänsä itseään, mikä ilmenee esimerkiksi merkityksellisyyden kokemuksena.

Analyysini osoittaa, että representaatioiden laajentaminen voi tapahtua esimerkiksi vierasvalintojen avulla eli sillä, millaisia miehiä videopodcastissa on esillä. Huomion arvoista on, että representaatioiden taustalla vaikuttavat nimenomaan tekijöiden valinnat. Samalla, kun videokuvaan on sisällytetty jotain, jotain muuta on jätetty pois. Ilmiö on journalistisille tuotoksille tyypillinen: valintoja tehdään esimerkiksi aiheen näkökulman, rajauksen ja jutun käsikirjoittamisen suhteen (Haapanen 2019).

Tutkielmani mukaan myös erilaisten tekojen, kuten puhumisen ja kuuntelemisen – tai toisaalta myös istuma-asennon – koettiin olevan representaatio miehenä olemisesta ja maskuliinisuuksista. Toisin sanoen näyttämällä sitä, miten eri tavoin mies voi olla ja ilmaista itseään, videopodcastin tekijät pyrkivät luomaan uusia mielikuvia ja käsityksiä mieheydestä. Maskuliinisuuksien kuvastoa rakentaa siis keskustelun konkreettinen sisältö, mutta myös abstraktimmat elementit sen ympärillä.

Asetelmaan voidaan suoraan soveltaa Butlerin (1990) ajatusta siitä, että sukupuoli saadaan aikaan tekemällä ja toistamalla. Sukupuolta rakennetaan kulttuurisissa teksteissä, kuten elokuvissa, tv-sarjoissa ja musiikkivideoissa, jotka ovat tutkimani videopodcastin ohella audiovisuaalisia esityksiä. Näiden tekstien lisäksi sukupuolta rakentavat erilaiset institutionaaliset käytännöt ja arkiset teot, kuten pukeutuminen, eleet tai puhuvat. (Paasonen 2010, 47.) Sukupuolta siis tuotetaan toiston kautta jatkuvasti. Butlerin (1990) ajatus toistotyöstä liittyy sukupuolen performatiivisuuteen eli esityksellisyyteen. Toisin sanoen performatiivisuus muodostuu tavoista, joilla toistotyö tapahtuu. Voidaankin todeta, että Jäbät & tunteet -videopodcastin tekijät tuottavat sukupuolta videopodcastissa tapahtuvan toistotyön avulla.

Maskuliinisuuksien kuvaston muodostuminen videopodcastin kautta kuvastaa hyvin feminismin neljättä aaltoa, jonka keskiössä on sosiaalisen median kautta tapahtuva liikehdintä (Munro 2013). Osaksi feminismin neljättä aaltoa videopodcastin liittyy myös syvä ymmärrys intersektionaalisuudesta eli siitä, miten yksilön asemaan yhteiskunnassa vaikuttavat sukupuolen lisäksi muutkin ominaisuudet, kuten seksuaalinen suuntautuminen, ikä ja etninen tausta. Erilaisten kokemusmaailmojen käsitteleminen sekä sukupuolittuneiden normien havaitseminen ja kyseenalaistaminen tekevät videopodcastin tavoitteista yhteiskunnallisen keskustelun kannalta merkittäviä.

6.2 Tunteet ja terapiakulttuuri mediassa

Jäbät & tunteet -videopodcast yhdistää nimensä mukaisesti miehet ja tunteet. Näiden kahden yhdistelmä on jotain sellaista, mitä ei mediassa ole totuttu pitämään luonnollisena. Perinteisesti tunteet on mielletty naisten alueeksi ja journalistisena teemana vähemmän tärkeäksi (Ruoho & Torkkola 2010, 11). ”Pehmeitä uutisia” pidetään feminiinisinä ja ”kovia uutisia” puolestaan maskuliinisina (Ruoho 2006, 172). Tunteiden kontrollointi sisältyy maskuliinisuuden muottiin (Jokinen 2010, 128), josta poikkeamista voidaan yhteiskunnan paineista johtuen vältellä. Tämä heijastuu selvästi myös mediakentällä näkyviin normeihin.

On todettu, että tunteista puhumisessa eli tunnepuheessa on sukupuoleen liittyviä eroja. Tunteista puhuminen on kaikille tärkeää, mutta miehille se on vaikeampaa – erityisesti toisten miesten kanssa (Burgoon & Bacue 2003). Videopodcastin tekijät tunnistavat ajatuksen siitä, että miehet keskustelevat keskenään eri aiheista ja eri tavoin kuin naisten kanssa. Analyysini osoittaa, että he haluavat laajentaa käsitystä siitä, että miehetkin osaavat kyllä olla avoimia: miehet keskustelevat jaksoissa tunteista ja niihin liittyvistä aiheista nimenomaan keskenään.

On kiinnostavaa peilata asetelmaa homososiaalisuuden käsitteeseen, jonka mukaan miehet pyrkivät todistelemaan omaa maskuliinisuuttaan toisille miehille (Jokinen 2003, 15). Toisin sanoen miehet pyrkivät esittämään miestä saadakseen toisiltaan hyväksyntää. Tällöin hyväksynnän ja yhteenkuuluvuuden tunne tulee siitä, että perinteistä maskuliinisuuden kuvastoa, johon tunteet eivät kuulu, toistetaan yhdessä. Tutkielmani mukaan yhteenkuuluvuuden tunne voikin tulla siitä, että miehet ovat keskenään haavoittuvaisia ja jakavat toisilleen tunteitaan ja vaikeina kokemiaan asioita. Tulos tukee Virtasen (2015, 12–13) näkemystä siitä, että herkkyyks voi syventää miesten välistä yhteyttä.

Toisaalta voidaan pohtia sitä, kuinka paljon esimerkiksi ikä vaikuttaa valmiuteen keskustella tunteista ja olla haavoittuvainen miesten kesken. Jäbät & tunteet -työryhmän jäsenet edustavat sukupolvea, joka kenties lähtökohtaisesti on avoimempi keskustelemaan tunteisiin liittyvistä teemoista. 1990-luvulla alkoi laaja ”tunneinnostus”, ja 2000-luvulla tunteista on puhuttu entistäkin vapautuneemmin – niin työelämässä kuin perheidenkin sisällä (Turunen 2004, 9).

Tunteista puhuminen ja niiden ilmaiseminen ovat siis tiiviimmin osa esimerkiksi monen 1990- ja 2000-luvulla kasvaneen arkea, mikä voi vaikuttaa tapoihin, joilla tunteisiin suhtaudutaan.

Erilaiset infrastruktuurit järjestävät yksityisen ja julkisen väliset tunnetut rajat ja samalla tuottavat läheisyyden ja etäisyyden erilaisia muotoja (Paasonen ym. 2023, 293). Tutkimani video-podcast poikkeaa näistä totutuista jaotteluista monella tavalla. Tunteet koetaan usein yksityisenä asiana, jonka oletetaan ja odotetaan kiinnostavan naisia. Kaikki julkinen puolestaan yhdistetään miehiin. (Ruoho 2006, 172.) Jäbät & tunteet tuo kontrastia asetelmaan, sillä miehet puhuvat teemasta, josta ei julkisesti ole totuttu puhumaan heidän toimestaan. Analyysini osoittaa, että tekijät pyrkivät julkisen tunnepuheen avulla madaltamaan miesten kynnystä puhua tunteistaan. Samalla he haluavat arkipäiväistä keskustelukulttuuria.

Analyysistäni käy ilmi, että tekijöiden toive tuoda tunteita enemmän esille koskee myös mediakenttää laajemmin. Heidän mukaansa tunteiden kuuluisi olla medioiden toimintatavoissa ja sisällöissä merkittävämmässä roolissa. Omilla sisällöillään tekijät haluavat välittää tunteita ja liittää niitä tiiviimmin osaksi mediakuvastoja. Toisaalta voidaan todeta, että tunteet eivät ole mediakentällä mitenkään uusi tai poikkeuksellinen ilmiö. Niin kutsutun terapiakulttuurin myötä tunteet, niiden jakaminen ja erilaisista aiheista ”avautuminen” ovat sulautuneet tiiviiksi osaksi mediassa tapahtuvaa kerrontaa (Furedi 2004). Maailmaa jäsennetään henkilökohtaisten kokemusten kautta (mts. 1) ja kerronnan keskiössä on se, mitä se saa kertojan vastaanottajan, mutta myös kertojan itsensä tuntemaan (Fludernik 2010, 20).

Tutkielmani mukaan uutta ja poikkeuksellista Jäbät & tunteet -videopodcastissa onkin, ei välttämättä tunteiden käsittely ja niiden näyttäminen, vaan se, että juuri miehet tekevät tällaista sisältöä, keskustelevat keskenään tunteistaan ja vievät tämän kaiken julkisesti muiden nähtäville. Voidaan todeta, että videopodcastin tekijät pyrkivät laajentamaan julkisuuteen sitä, mikä on perinteisesti mielletty yksityiseksi. Tulosta on kiinnostavaa peilata Furedin (2004) kriittiseen näkemykseen siitä, miten terapeutisesta kulttuurista syntyy hallinnan muoto, kun terapiasuhteessa läsnä oleva ajattelutapa laajenee yleisiin käsityksiin asioista. Furedi (mt.) muistuttaa, että terapeutista kulttuuria ei tule sekoittaa terapiaan menetelmänä.

Toisin sanoen rajan hämärtyminen yksityisen ja julkisen välillä ei ole täysin ongelmaton. Furedin (2004) näkemys on, että ihmiset alkavat terapeutin kulttuurin kehityksessä tulkita

kokemuksiaan hyvin yksilölähtöisesti. Toisin sanoen jokainen vastaan tuleva haaste koetaan helposti uhkana yksilön emotionaaliselle hyvinvoinnille. Voimattomuuden tunnetta helpottaakseen ihmiset nojautuvat psykologisiin selitysmalleihin ja terapeuttiin kieleen. (Mt.) Analyysini osoittaa, että tekijät saavat tunnekeskusteluista työkaluja arkeensa ja ihmissuhteisiinsa. Tämän voidaan nähdä heijastavan Furedin (mts. 40) näkemystä siitä, että julkisesti asioista puhuminen voi olla terapeutin kulttuurin tarjoama keino parantaa omaa oloa ja työstää itseään.

Voidaan pohtia sitä, mikä vaikutus tähän kaikkeen on sillä, että kyseessä on mediaesitys. Toisin sanoen kyseessä on jotain rakennettua. Analyysistäni käy ilmi, että videopodcastin tekijät pyrkivät tavoittelemaan sisällöllään autenttisuutta. Onkin todettu, että tunteista kertominen ja ennen kaikkea näyttäminen vahvistaa vaikutelmaa todenmukaisuudesta (Skeggs & Wood 2012, 38). Analyysini osoittaa, että videopodcastin tekijät tavoittelevat autenttista tunnelmaa esimerkiksi kodinomaisella kuvausympäristöllä, jossa yksityisen ja julkisen välinen vuoropuhelu on jälleen läsnä: koti on mielletty naisen ympäristöksi ja joksikin salaiseksi. Tekijät mainitsevat kuvausympäristön vaihdelleen ja tuntuneen ajoittain sekavaltakin. Tämä voi osaltaan lisätä vaikutelmaa kerronnan autenttisuudesta ja tuttuudesta (Abidin 2018, 92).

Tutkielmani mukaan autenttisuutta tavoitellaan myös löyhän käsikirjoituksen avulla. Tekijät toivovat, että jaksoissa tapahtuva keskustelu olisi rentoa jutustelua haastattelutilanteen sijasta. Toisaalta he ovat kuitenkin tietoisia kamerasta, mikä voi ilmetä esimerkiksi jännityksenä tai itseilmaisun vaikeutena. Tietoisuus kamerasta voi vaikuttaa myös siihen, kuinka avoin tilanteessa pystyy olemaan. Esityksellisyys voi siis heijastua nauhoitushetkessä tapahtuvan vuorovaikutuksen luonteeseen. Analyysini osoittaa, että videopodcastin tekijät ovat lähtökohtaisesti valmiita jakamaan itsestään paljon, mutta asioista kertomatta jättäminen voi olla myös tietoisia ja omien rajojen tunnistamista julkisena henkilönä.

6.3 Yhteisö videopodcastin ympärillä

Analyysistäni käy ilmi, että videopodcastin tekijät arvostavat yhteisöllisyyttä ja pyrkivät omilla sisällöillään sitä rakentamaan. He pitävät yhteyttä yhteisönsä jäseniin erilaisissa viestintäkanavissa ja tapaavat heitä järjestämissään tapahtumissa. Merkittävää on, että yhteisö on olemassa

sekä sosiaalisessa mediassa että oikeassa elämässä. Kuten Wrather (2016, 57–58) toteaa, podcastin, tai tutkielmani tapauksessa videopodcastin, ulkopuoliset yhteiset tilat syventävät yhteyttä tekijöiden ja yleisön välillä. Yleisöstä halutaan rakentaa jotain muutakin kuin sisältöjä kuluttava joukko.

Median ja yleisön välinen suhde on interaktiivinen eli viestintää tapahtuu molempiin suuntiin (Herkman 2001, 147). Tämä näkyy esimerkiksi siinä, että videopodcastin katsojilla on mahdollisuus jakaa ja kommentoida sisältöjä (Merrin 2009, 24). Analyysini osoittaa, että videopodcastin tekijät saavat yleisöltä muun muassa jaksoja koskevia aiheideoita ja -toiveita. Tällöin katsojilla on mahdollisuus konkreettisesti osallistua videopodcastin tekoprosessiin.

Analyysistäni selviää, että Jäbät & tunteet -toimintaa halutaan kasvattaa videopodcastin ulkopuolella entistä suuremmaksi. Tekijät pitävät jopa merkityksellisempänä sitä yhteisön jäsenten määrää, joka on muodostunut videopodcastin yleisön ulkopuolelle. Toisin sanoen videoiden katselukerroilla ei ole tekijöiden mukaan yhtä paljon merkitystä kuin sillä vaikutuksella, jonka he saavat muuten toiminnallaan aikaan.

Toisaalta tekijät kuitenkin välittävät myös videopodcastin katselukerroista, mikä näkyy vieraiden tunnettavuutta koskevassa pohdinnassa. Analyysini mukaan tekijöiden tavoitteena on saada videopodcastin äärelle entistä enemmän erilaisia miehiä: valtaosa katsojista on tällä hetkellä naisia. Toisaalta, kuten Villi (2011, 48) toteaa, yhä useampi löytää itseään kiinnostavien mediasisältöjen äärelle siten, että oma tuttu on ensin jakanut niitä. Analyysini mukaan onkin oleellista, että myös naiskatsojat voivat houkutella videopodcastin äärelle miesyleisöä esimerkiksi sisältöjä suosittelemalla.

Tavat, joilla videopodcastia tuotetaan, hämärtävät median ja yleisön rajoja. Podcast, kuten myös videopodcast, toimii alustana sekä ammattilaisille että amatööreille (Berry 2019, 1201). Kuluttajan on siis mahdollista toimia myös itse sisällöntuottajana. Analyysini mukaan videopodcast näyttyy yhdenvertaisena alustana, joka mahdollistaa vaivattomasti erilaisten viestien välittämisen yleisölle missä ja milloin vaan. Sisältö on *on-demand*, eli se vastaa kuluttajan tarpeeseen aina vaadittaessa (Shamburg ym. 2023, 2036).

Jäbät & tunteet -videopodcastissa median ja yleisön yhdistyminen näkyy esimerkiksi siten, että tekijät haluavat olla itse tiiviisti osa rakennettua yhteisöä. Analyysistäni käy ilmi, että tekijät toivovat toimivansa videopodcastin välityksellä ikään kuin esimerkkinä tai tukea antavana ohjaajana – kuitenkin niin, että he ovat samalla yhdenvertaisia jäseniä yhteisön joukossa. Voidaan todeta, että videopodcastin ja sen tekijöiden missio onkin kenties jossain syvemmällä kuin itse konkreettisessa mediaesityksessä.

Tutkielmani osoittaa, että yhteisöllä – tai toisaalta sen kaipuulla – voi olla median toimintatapojen ja sisältöjen kannalta hyvinkin merkittävä rooli. Yhteisö osittain rakentaa mediasta sellaista kuin se on, sillä median toiminta tapahtuu samanaikaisesti omaehtoisesti ja yhteisöä kuunnellen. Halu tuottaa uudenlaisia kuvauksia maskuliinisuuksista voi kummuta tekijöiden omasta tarpeesta nähdä ja kuulla mediakentällä jotain sieltä uupunutta. Ja tulla samalla itse nähdyksi ja kuulluksi.

7 LOPUKSI

Tässä tutkielmassa olen perehtynyt siihen, miksi ja miten maskuliinisuuksien kuvastoa rakennetaan Jäbät & tunteet -videopodcastissa. Tutkielmaani varten haastattelin videopodcastin tekijöitä ja analysoin haastattelumateriaalin laadullisen sisällönanalyysin avulla. Tässä luvussa arvioin ensin tutkielmani onnistuneisuutta, jonka jälkeen siirryn pohtimaan mahdollisia jatkotutkimusaiheita.

7.1 Tutkielman arviointia

Tutkielmani keskiössä oli Jäbät & tunteet -videopodcast. Haastattelin viittä videopodcastin tekijöistä ja tein tutkimushaastattelujen avulla havaintoja heidän tekemistään valinnoista videopodcastin toteutuksen suhteen. Kyseessä on siis melko pieni aineisto, eikä siitä voi tehdä laajoja yleistyksiä. Toisaalta saamani tulokset ovat kuitenkin osittain linjassa aiemman tutkimuksen ja tieteellisen kirjallisuuden kanssa, mikä osoittaa, että tulokset eivät ole täysin subjektiivisia.

Hyödynsin tutkielmassani sukupuolentutkimuksen, journalismin ja mediatutkimuksen teoriapohjaa, mikä tekee tutkielmastani jonkin verran monitieteellisen. Koen, että juuri Jäbät & tunteet -videopodcastia tutkimalla sain arvokasta tietoa siitä, miten maskuliinisuuksia voi rakentaa audiovisuaalisessa muodossa. Kyseessä on suhteellisen tuore mediaesitys ja siksi se on ajankohtainen esimerkki maskuliinisuuksien rakentumisesta. Lisäksi sain tietoa kerronnan keinoista, joita videopodcastissa voidaan hyödyntää. Uskon, että saamani tulokset ovat hyödyllisiä sekä sukupuolentutkimuksen että audiovisuaalisuuteen keskittyvän journalismin näkökulmasta.

Tutkielmani pohjana olivat laadullisen tutkimuksen menetelmät eli sain kerättyä tietoa tutkitavan ilmiön laadusta. Halusin kuvata ja ymmärtää ilmiötä eli maskuliinisuuksien rakentumista audiovisuaalisessa mediaesityksessä. Tutkimusmenetelmäksi valitsin haastattelun. Aineistonani toimi tutkimushaastatteluista saatu materiaali. Harkitsin myös sitä, että olisin tutkinut videopodcastin jaksoja itsessään, jolloin olisin päässyt perehtymään esimerkiksi jaksojen rakenteeseen ja visuaalisuuteen vielä syvemmin. Tämä ei kuitenkaan olisi palvellut tavoitettani selvittää, miksi ja miten maskuliinisuuksien kuvastoa Jäbät & tunteet -videopodcastissa rakennetaan. Halusin ymmärtää nimenomaan tekijöiden tekemiä valintoja ja koin haastattelun siksi parhaaksi vaihtoehdoksi. Lisäksi minulla on toimittajana kokemusta haastattelujen tekemisestä, joten tutkimushaastattelut tuntuivat itselleni luontevalta.

Toteutin tutkimushaastattelut ryhmäkeskusteluna ja yksilöhaastatteluina. Haastattelin videopodcastin yhdeksän hengen ydintiimistä vain osaa, ja valitsin heidät itse siten, että heidän työtehtävänsä liittyivät tutkielmani kannalta oleellisiin asioihin, kuten jaksoissa tapahtuvaan vuorovaikutukseen tai jaksojen visuaalisuuteen. Eri tekijöitä haastatteleamalla olisin voinut saada eri vastauksia kysymyksiini. Jokainen haastateltava myös vastasi kysymyksiini oman työtehtävänsä näkökulmasta, mikä saattoi vaikuttaa vastausten sisältöön tai siihen, mitä seikkoja kukin korosti.

Tiedostan, että erityisesti ryhmäkeskusteluna toteutettava tutkimushaastattelu sisältää haasteita. Vaikka ryhmäkeskustelussa saankin tutkijana tietoa myös ryhmän keskinäisestä vuorovaikutuksesta – minkä koin tutkielmani kannalta mielekkääksi, sillä ryhmäkeskustelussa oli läsnä videopodcastia juontaneet henkilöt – saattaa useamman ihmisen läsnäolo ja ryhmän sisäinen dynamiikka vaikuttaa vastauksiin. Toisin sanoen, en voi varmuudella tietää, olisiko ryhmäkeskustelussa mukana ollut henkilö vastannut kysymyksiini eri tavalla, mikäli haastattelutilanne olisi ollut erilainen ja läsnä ei olisi ollut lisäkseni muita.

Kysymysrunko oli jokaisessa tutkimushaastattelussa samanlainen. Mikäli kysymysrungon ja tutkimushaastattelujen vastausten pohjalta tehdyn analyysin olisi tehnyt toinen tutkielmantekijä, olisivat tehdyt havainnot ja huomiot voineet poiketa omistani. Esimerkiksi sisällönanalyysissä muodostamani teemat ja alaluokat eivät välttämättä olisi toisen tekemänä olleet

samanlaiset. Toisaalta voidaan todeta, että tutkielman tekemistä ohjaa aina tutkielmantekijän oma ajattelu ja pohdinta.

Omaa ajatteluani tutkielmantekijänä ohjasi varmasti oma taustani sukupuolentutkimuksen opinnoista. Koen tutkielmaa tehdessäni hyötyneni merkittävästi tästä, koska pystyin hyödyntämään osaamistani sekä journalistiikan että sukupuolentutkimuksen opintojen parista. Sukupuolentutkimuksen kentältä poimimani aiempi tutkimus ja käyttämäni käsitteet olivat itselleni jo osin tuttuja, ja siksi niiden soveltaminenkin oli todennäköisesti helpompaa. Toisaalta tiedostan myös sen, että oma laaja-alainen kiinnostukseni aihetta kohtaan on voinut ohjata tutkielmani tekemistä tai sitä, mitkä havainnot tekoprosessin aikana korostuivat.

Tutkielmani keskittyy pitkälti maskuliinisuuksien rakentumiseen videopodcastin kerronnassa, mutta koen, että se kertoo myös laajemmin sukupuolen representaatioista ja niihin liittyvästä keskustelusta. Representaatioiden avulla on mahdollista ymmärtää ympärillä olevaa, ja siksi niiden tarjoaminen, tulkinta ja tutkiminen on mielestäni tärkeää. Lisäksi koen tutkielmani tarjoavan tietoa siitä, millainen media voi nykyään olla: merkittävästi yhteisöstä inspiroituva ja sen tukeen nojaava.

7.2 Jatkotutkimusaiheet

Maskuliinisuuksia ja journalistiikkaa yhdistelevälle tutkimukselle löytyy paljon mahdollisia jatkotutkimusaiheita, sillä tästä näkökulmasta tehty aiempi tutkimus on melko vähäistä. Keskeytin omassa tutkielmassani videopodcastiin eli audiovisuaaliseen mediaesitykseen, joka mahdollistaa asioiden näyttämisen. Olisikin kiinnostavaa perehtyä syvemmin esimerkiksi maskuliinisuuksien rakentumiseen podcastissa tai radiossa, jolloin vaikutelmat muodostuvat vain ääneen varassa tapahtuvan viestinnän avulla. Miesääni ja miehen tapa puhua on totuttu mieltämään tietynlaiseksi – mitä jos tästä poiketaan?

Tietenkin tämän tutkielman pohjalta olisi mahdollista syventyä myös audiovisuaalisen kerronnan tarkasteluun. Olisi kiinnostavaa pohtia laajemmin esimerkiksi studion ja kuvausympäristön vaikutusta katsojalle muodostuviin mielikuviin: värivalinnoilla, sisustuksella, vaatetuksella tai muilla yksityiskohdilla voidaan tietoisesti ohjata kuvakerrontaa tiettyyn suuntaan.

Tarkasteluun voisi ottaa esimerkiksi uutis- tai ajankohtaisohjelmia. Toisaalta olisi kiinnostavaa pohtia asetelmaa myös jonkin muun tekstilajin kuin journalismin näkökulmasta: kuinka tietoista mielikuvien rakentaminen on esimerkiksi elokuvakerronnassa?

Käsittelin tutkielmassani tunteiden ja median yhteyksiä, ja aihetta olisi mielekästä syventää. Millä eri tavoilla tunteista voidaan journalismissa viestiä ja missä tilanteissa se ei välttämättä ole kannattavaa tai edes mahdollista? Mitä eroa on tunteiden näyttämällä, välittämällä ja herättämällä? Mihin tunteiden läsnäololla pyritään? Tämän tematiikan yhteydessä olisi kiinnostavaa pohtia myös yksityisen ja julkisen välistä rajapintaa.

Yksi keskeisimmistä havainnoista tutkielmassani oli se, että maskuliinisuuksien rakentamisen taustalla voi olla halu muodostaa uudenlaisia yhteisöjä. Median ja yhteisön suhteesta löytyy useita kiinnostavia näkökulmia, joihin tarttua. Olisi mielekästä perehtyä esimerkiksi keinoihin, joilla mediat pyrkivät muodostamaan yhteisöjä ja toisaalta ylläpitämään niitä. Kuinka vahvasti yhteisö vaikuttaa median luonteeseen ja siihen, millaisena media näyttäytyy? Ovatko yhteisö ja media toisistaan irrallisia vai onko yhteisö jopa media itsessään?

LÄHTEET

- Abidin, C. 2018. Internet celebrity: Understanding fame online. Emerald Publishing Limited.
- Alasuutari, P. 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. 4. painos. Tampere: Vastapaino.
- Anderson, E. 2005. Orthodox and inclusive masculinity: Competing masculinities among heterosexual men in a feminized terrain. *Sociological Perspectives*, 48(3), 337–355.
- Bacon, H. 2000. Audiovisuaalisen kerronnan teoria. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Berry, R. 2019. Podcasts and vodcasts. Teoksessa Vos, T.P. & Hanusch, F (toim.) *The international encyclopedia of journalism studies: volume III*. Hoboken, NJ: Blackwell, 1200–1204.
- Boling, K. S. & Hull, K. 2018. Undisclosed information – serial is my favorite murder: Examining motivations in the true crime podcast audience. *Journal of Radio & Audio Media*, 25(1), 92–108.
- Burgoon, J. K. & Bacue, A. E. 2003. Nonverbal communication skills. Teoksessa Greene, J.O. & Burleson, B. R (toim.) *Handbook of communication and social interaction skills*. Mahwah, NJ: L. Erlbaum Associates, 179–219.
- Burkitt, I. 2014. Emotions and social relations. London: Sage.
- Butler, J. 1990. Gender trouble: Feminism and the subversion of identity. New York: Routledge.
- Carter, C. & Steiner, L. 2004. Introduction to critical readings: Media and gender. Teoksessa Carter, C. & Steiner, L (toim.) *Critical readings: Media and gender*. Maidenhead: Open University Press, 1–10.
- Connell, R. W. 1995. Masculinities. Cambridge: Polity.
- Connell, R. W. 2000. The men and the boys. Cambridge: Polity Press.
- Creeber, G. 2011. It's not TV, it's online drama: The return of the intimate screen. *International Journal of Cultural Studies*, 14(6), 591–606.

- Fellner, A. M., Fernández Morales, M. & Martausová, M. 2017. Rethinking gender in popular culture in the 21st century: Marlboro men and California gurls. Newcastle upon Tyne, UK: Cambridge Scholars Publishing.
- Fields, E. L., Bogart, L. M., Smith, K. C., Malebranche, D. J., Ellen, J. & Schuster, M. A. 2015. "I always felt I had to prove my manhood": Homosexuality, masculinity, gender role strain, and HIV risk among young black men who have sex with men. *American Journal of Public Health*, 105(1), 122–131.
- Furedi, F. 2004. *Therapy culture: Cultivating vulnerability in an uncertain age*. London: Routledge.
- Gauntlett, D. 2002. *Media, gender and identity: An introduction*. London: Routledge.
- Haapanen, L. 2019. Piilossa tekstin takana. Teoksessa Jussila, V., Pasanen, A. & Sundman, R (toim.) *Kilpailevat totuudet*. Helsinki: Ylioppilaslehden Kustannus Oy, 9–35.
- Hearn, J. 2005. Miesten maskuliinisuuksien sukupuolistuminen tieteessä, tiedeyhteisössä ja tutkimuksessa. Teoksessa Husu, L. & Rolin, K (toim.) *Tiede, tieto ja sukupuoli*. Helsinki: Gaudeamus, 170–199.
- Henry, S. 2009. *Social deviance*. Cambridge: Polity Press.
- Herkman, J. 2005. *Audiovisuaalinen mediakulttuuri*. 3. painos. Tampere: Vastapaino.
- Heshmat, Y., Yang, L. & Neustaedter, C. 2018. Quality 'alone' time through conversations and storytelling: Podcast listening behaviors and routines. *Proceedings of the Graphics Interface Conference*. Toronto: Canadian Human-Computer Communications Society, 67–74.
- Hochschild, A.R. 1979. Emotion work, feeling rules, and social structure. *American Journal of Sociology*, 85(3), 551–575.
- Jokinen, A. 1999. Tuntuu mieheltä. Teoksessa Jokinen, A (toim.) *Mies ja muutos: kriittisen miestutkimuksen teemoja*. Tampere: Tampere University Press, 7–12.

Jokinen, A. 2003. Miten miestä merkitään? Johdanto maskuliinisuuden teoriaan ja kulttuuriin tekstitutkimukseen. Teoksessa Jokinen, A (toim.) Yhdestä puusta: Maskuliinisuuksien rakentuminen populaarikulttuureissa. Tampere: Tampere University Press, 7–31.

Jokinen, A. 2010. Kriittinen mies- ja maskuliinisuustutkimus. Teoksessa Saresma, T., Rossi, L. & Juvonen, T (toim.) Käsikirja sukupuoleen. Tampere: Vastapaino, 128–139.

Jokinen, A., Ahlbäck, A. & Kinnarinen, K. 2012. Näkymätön sukupuoli näkyväksi. Teoksessa A. Jokinen (toim.) Mieskysymys: Miesliike, -työ, -tutkimus ja tasa-arvopolitiikka. Tampere: Tampere University Press, 171–185.

Juvonen, T., Rossi, L. & Saresma, T. 2010. Kuinka sukupuolta voi tutkia? Teoksessa Saresma, T., Rossi, L. & Juvonen, T (toim.) Käsikirja sukupuoleen. Tampere: Vastapaino, 9–17.

Jäbät & tunteet [@jabatjatunteet]. 2023. Saatavana: <https://www.instagram.com/jabatjatunteet/?hl=fi> [Viitattu 12.11.2023]

Kahn, J. S. 2009. An introduction to masculinities. Malden, MA: Wiley-Blackwell.

Kantola, J. 2010. Sukupuoli ja valta. Teoksessa Saresma, T., Rossi, L. & Juvonen, T (toim.) Käsikirja sukupuoleen. Tampere: Vastapaino, 78–87.

Karkulehto, S. & Rossi, L. 2017. Sukupuoli ja väkivalta: Lukemisen etiikkaa ja politiikkaa. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Kearney, M. C. 2012. Introduction. Teoksessa Kearney, M. C (toim.) The gender and media reader. New York: Routledge, 1–21.

Khan, M. L. 2017. Social media engagement: What motivates user participation and consumption on YouTube? Computers in Human Behavior, 66, 236–247.

Kobre, K. 2012. Videojournalism: Multimedia storytelling. Oxford: Focal.

Kortesuo, K. & Vehniäinen, J. 2011. Tee itsestäsi brändi: Asiantuntijaviestintä livenä ja verkossa. Jyväskylä: Docendo.

Kultamaa, S. 2020. Pojista urheilviksi tosimiehiksi: maskuliinisuuden representaatiot Selänteen ja Karalahden elämäkertoissa. Itä-Suomen yliopisto, yhteiskuntatieteiden laitos. Maisterintutkielma.

Kustula, M. 2020. Äänikerronta Sotamies Ryanissa. Lapin yliopisto, taiteiden tiedekunta. Maisterintutkielma.

Körkkö, H. 2023. Nosh A Lody vaihtoi jalkapallon viihdebisnekseen ja tahtoo nyt määritellä, miltä Suomi näyttää ja tuntuu. Helsingin Sanomat 26.4.2023. Saatavana: <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000009531670.html> [Viitattu 12.11.2023]

Leino, R. 2021. Julkinen palvelu, huomiotalous ja datan valta: käyttäjäystävälliset datakäytännöt ovat valtava haaste. *Media & viestintä*, 44(2), 139–144.

Luhtakallio, E. 2016. Visuaalinen julkisuus ja sukupuolten representaatio. Teoksessa Husso, M. & Heiskala, R (toim.) *Sukupuolikysymys*. Helsinki: Gaudeamus, 92–121.

Lünenborg, M. & Medeiros, D. 2021. Journalism as an affective institution. Emotional labor and the discourse on fraud at Der Spiegel. *Journalism Studies*, 22(12), 1720–1738.

Lupton, D. 1998. *The emotional self: A sociocultural exploration*. London: Sage.

Manninen, M. 2015. Maailman tunnetuin putkimies: Retrokonsolipelaamista käsittelevän dokumenttielokuvan tekoprosessin analyysi. Jyväskylän yliopisto, viestintätieteiden laitos. Maisterintutkielma.

Markkola, P., Östman, A. & Lamberg, M. 2014. Onko suomalaisella miehellä historiaa? Teoksessa Markkola, P., Östman, A. & Lamberg, M (toim.) *Näkymätön sukupuoli: Mieheyden pitkä historia*. Tampere: Vastapaino, 7–24.

McHugh, S. 2016. How podcasting is changing the audio storytelling genre. *Radio Journal International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14(1), 65–82.

Merrin, W. 2009. Media Studies 2.0: Upgrading and open-sourcing the discipline. *Interactions: Studies in Communication and Culture*, 1(1), 17–34.

Mikael Gabriel – Isyys, Suojamuurien Murtaminen & Suomiräp | S5 E1 | Jäbät & Tunteet Podcast 2022. Marmorimedia. YouTube-video, 11.11.2022. Saatavana: https://www.youtube.com/watch?v=DowOGgvad_k&t=371s [Viitattu 19.11.2023]

Miki Liukkonen: Mielenterveys, Alkoholi & Häpeä | Jäbät & Tunteet 2022. Marmorimedia. YouTube-video, 25.11.2022. Saatavana: <https://www.youtube.com/watch?v=3MvxLRoYVSE&t=85s> [Viitattu 19.11.2023]

Milestone, K. & Meyer, A. 2012. Gender and popular culture. Cambridge: Polity.

Mosse, G. L. 1996. The image of man: The creation of modern masculinity. New York: Oxford University Press.

Munro, E. 2013. Feminism: A fourth wave? Political Insight, 4(2), 22–25.

Nichols, B. 2017. Introduction to documentary. 3. painos. Bloomington: Indiana University Press.

Oh, J., Bellur, S. & Sundar, S. S. 2018. Clicking, assessing, immersing, and sharing: An empirical model of user engagement with interactive media. Communication Research, 45(5), 737–763.

Paaso, M. 2021. Yksityinen ja julkinen toimittaja: Suomalaisten toimittajien vaikutelman hallinta sosiaalisessa mediassa. Jyväskylän yliopisto, kieli- ja viestintätieteiden laitos. Väitöskirja.

Paasonen, S. 2010. Sukupuoli ja representaatio. Teoksessa Saresma, T., Rossi, L. & Juvonen, T (toim.) Käsikirja sukupuoleen. Tampere: Vastapaino, 39–48.

Paasonen, S., Jaaksi, V., Koivunen, A., Nikunen, K., Talvitie-Lamberg, K. & Vänskä, K. 2023. Intimate infrastructures we depend upon: Living with data. Media Theory, 7(2), 285–308.

Page, R. E. 2012. Stories and social media: Identities and interaction. New York, NY: Routledge.

Pantti, M. 2010. The value of emotion: An examination of television journalists' notions on emotionality. European Journal of Communication, 25(2), 168–181.

Pantti, M. K. & Wahl-Jorgensen, K. 2011. 'Not an act of God': Anger and citizenship in press coverage of British man-made disasters. *Media, Culture & Society*, 33(1), 105–122.

Peräkylä, A. 2016. Katseet ja eleet. Teoksessa Stevanovic, M. & Lindholm, C (toim.) *Keskustelunanalyysi – kuinka tutkia sosiaalista toimintaa ja vuorovaikutusta*. Tampere: Vastapaino, 63–78.

Pietikäinen, S. & Mäntynen, A. 2009. *Kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino.

Pietilä, I. 2017. Ryhmäkeskustelu. Teoksessa Hyvärinen, M., Nikander, P. & Ruusuvuori, J (toim.) *Tutkimushaastattelun käsikirja*. Tampere: Vastapaino, 111–130.

Pirskanen, H. & Eerola, P. 2018. Johdanto: Tunteet perhe- ja läheissuhteissa. Teoksessa Eerola, P. & Pirskanen, H (toim.) *Perhe ja tunteet*. Helsinki: Gaudeamus.

Poindexter, P. M. & Harp, D. 2008. The softer side of news. Teoksessa Poindexter, P. M., Meraz, S. & Weiss, A. S (toim.) *Women, men, and news: Divided and disconnected in the news media landscape*. New York: Routledge, 85–96.

Puustinen, L., Ruoho, I. & Mäkelä, A. 2006. Feministisen mediatutkimuksen näkökulmat. Teoksessa Mäkelä, A., Puustinen, L. & Ruoho, I (toim.) *Sukupuolishow: Johdatus feministiseen mediatutkimukseen*. Helsinki: Gaudeamus, 15–44.

Pöyhkäri, R., Väliverronen, J., & Ahva, L. 2016. Suomalaisen journalistin itseymmärrys muutosten keskellä. *Media & Viestintä*, 39(1), 1–23.

Rantalainen, E. 2021. ”Älkää unohtako valkoista heteromiestä.”: maskuliinisuuden representaatiot Paperi T:n esikoisrunokokoelmassa *post-alfa* (2016). Jyväskylän yliopisto, musiikin, taiteen ja kulttuurintutkimuksen laitos. Maisterintutkielma.

Reade, J. 2021. Keeping it raw on the ‘gram: Authenticity, relatability and digital intimacy in fitness cultures on Instagram. *New Media & Society*, 23(3), 535–553.

Ross, K. 2010. *Gendered media: Women, men, and identity politics*. Lanham: Rowman & Littlefield.

Rossi, L. 2010. Sukupuoli ja seksuaalisuus, erosta eroihin. Teoksessa Saresma, T., Rossi, L. & Juvonen, T (toim.) Käsikirja sukupuoleen. Tampere: Vastapaino, 22–38.

Rossi, L. 2015. Muuttuva sukupuoli: Seksuaalisuuden, luokan ja värin politiikkaa. Helsinki: Gaudeamus.

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

Ruoho, I. & Torkkola, S. 2010. Journalismin sukupuoli. Tampere: Vastapaino: Tampereen yliopiston journalismin tutkimusyksikkö.

Sallinen, J. 2019. Maskuliinisuusdiskurssit Docventuresin kaikkien aikojen mieskeskustelussa. Jyväskylän yliopisto, kieli- ja viestintätieteiden laitos. Maisterintutkielma.

Samter, W. 2003. Friendship interaction skills across the life span. Teoksessa Greene, J. O. & Burleson, B. R (toim.) Handbook of communication and social interaction skills. Mahwah, NJ: L. Erlbaum Associates, 637–684.

Shamburg, C., O’Neill, V., Jimenez, R., Rodriguez, J. & Harb, K. 2023. Podcast listening and informal learning. *The Qualitative Report*, 28(7), 2033–2057.

Sipilä, J. 1994. Miestutkimus – säröjä hegemonisessa maskuliinisuudessa. Teoksessa Sipilä, J. & Tiihonen, A (toim.) Maskuliinisuuksia puretaan: miestä rakennetaan. Tampere: Vastapaino, 17–33.

Sipilä, J. & Tiihonen, A. (toim.) 1994. Maskuliinisuuksia puretaan: miestä rakennetaan. Tampere: Vastapaino.

Sjöholm, E. 2021. Jäbän malli. Helsingin Sanomat 22.4.2021. Saatavana: <https://www.hs.fi/hyvinvointi/art-2000007932702.html> [Viitattu 12.11.2023]

Skeggs, B. & Wood, H. 2012. Reacting to reality television: Performance, audience and value. New York, NY: Routledge.

Suominen, J. 2012. Maskuliinisuudet ja seksuaalisuus Petri Tammisen teoksissa *Miehen ikävä, Väärä asenne ja Enon opetukset*. Teoksessa Harjunen, H. & Saresma, T (toim.) *Sukupuoli nyt!: purkamisia ja neuvotteluja*. Jyväskylä: Kampus Kustannus, 35–54.

Talvitie-Lamberg, K. 2014. *Confessions in social media – Performative, constrained, authentic and participatory self-representations in vlogs*. Helsingin yliopisto, valtiotieteellinen tiedekunta. Väitöskirja.

Tieteen termipankki. 2023. Kertoja. <https://tieteentermipankki.fi/wiki/Kirjallisuudentutkimus:kertoja> [Viitattu 2.12.2023]

Tsurriel, K., Dvir-Gvirzman, S., Ziv, L., Afriat-Aviv, H. & Ivan, L. 2019. *Servant of two masters: How social media editors balance between mass media logic and social media logic*. *Journalism*, 22(3), 1–18.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2002. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.

Turunen, K. E. 2004. *Tunne-elämä*. Jyväskylä: Atena.

Tutkimuseettinen neuvottelukunta. 2023. Ohjeet ja aineistot. <https://tenk.fi/fi/ohjeet-ja-aineistot> [Viitattu 27.2.2024]

Vaara, K. 2001. *Äänellisiä visioita: Visuaaliset elementit ja niiden käyttö tulevaisuuden radiossa ja muissa äänellisissä medioissa*. Jyväskylän yliopisto, viestintätieteiden laitos. Maisterintutkielma.

Villi, M. 2011. *Sosiaalinen kuratointi verkossa: Mediasisältöjen sosiaalinen kulutus ja osallistava yleisöys*. *Media & Viestintä*, 34(4), 48–65.

Villi, M. 2012. *Käyttäjien käyttäjät: Mediayhtiöt ja käyttäjien implisiittinen osallistuminen sosiaalisessa mediassa*. *Lähikuva*, 25(2), 9–21.

Virtanen, I. 2015. *Supportive communication in Finnish men's friendships*. Tampereen yliopisto, viestinnän, median ja teatterin yksikkö. Väitöskirja.

Virtanen, I. 2018. *Tunteista viestiminen miesten ystävyysuhteissa*. Teoksessa Eerola, P. & Pirskanen, H (toim.) *Perhe ja tunteet*. Helsinki: Gaudeamus, 261–277.

- Virtanen, M. T. 2020. Kertomukset mediassa ja tietokirjallisuudessa: Kielen- ja kirjallisuustutkimuksen yhteisellä alueella. Teoksessa Nummi, J., Virtanen, M. T. & Hiidenmaa, P (toim.) Kertomuksen keinoin: Tarinallisuus mediassa ja tietokirjallisuudessa. Helsinki: Gaudeamus, 7–19.
- Vuori, J. 2010. Jälkisanat: Suomalaisen naistutkimuksen laineilla. Teoksessa Saaremaa, T., Rossi, L. & Juvonen, T (toim.) Käsikirja sukupuoleen. Tampere: Vastapaino, 315–25.
- Waling, A. 2017. ”We are so pumped full of shit by the media”: Masculinity, magazines, and the lack of self-identification. *Men and Masculinities*, 20(4), 427–452.
- Webb, J. 2009. *Understanding representation*. London: Sage.
- Wetherell, M. & Edley, N. 2014. A discursive psychological framework for analyzing men and masculinities. *Psychology of Men & Masculinities*, 15(4), 355–364.
- Wilkinson, S. 1998. Focus groups in health research: Exploring the meanings of health and illness. *Journal of Health Psychology*, 3(3), 329–348.
- Wrather, K. 2016. Making ”maximum fun” for fans: Examining podcast listener participation online. *Radio Journal International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14(1), 43–63.
- Zoonen, L.v. 2012. Feminist perspectives on the media. Teoksessa Kearney, M. C (toim.) *The gender and media reader*. New York: Routledge, 25–40.