

***"OLEN AIKA MONTA RUOHIKkoa PÄÄSSYT KATSO-
MAAN TYÖURANI VARRELLA" - KRIITTINEN DISKURS-
SIANALYYSI MIESTEN JOHTAJUUDEN REPRESENTAA-
TIOISTA KAUPPALEHTI-JULKAISUSSA***

Sini Riecki
Kandidaatintutkielma
Suomen kieli
Kieli- ja viestintätieteiden
laitos
Jyväskylän yliopisto
Kevät 2023

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta Humanistis-yhteiskuntatieteellinen	Laitos Kieli- ja viestintätieteiden laitos
Tekijä Sini Riecki	
Työn nimi "Olen aika monta ruohikkoa päässyt katsomaan työurani varrella" – kriittinen diskurssianalyysi miesten johtajuuden representaatioista Kauppalehti-julkaisussa	
Oppiaine Suomen kieli	Työn laji Kandidaatintutkielma
Aika Kevät 2023	Sivumäärä 21
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tutkielmassa tarkastellaan, minkälaisilla diskursseilla miesten johtajuutta representoidaan Kauppalehti-taloussanomalehdessä. Tavoitteena on selvittää, minkälaista kuvaa nämä representaatiot ja diskurssit luovat miesjohtajista sekä noudattelevatko nämä representaatiot ja diskurssit perinteisiä miehiin liitettyjä stereotypioita. Lopuksi tarkastellaan, minkälaisessa tilanteessa miesten johtajuus ilmiönä on. Aihetta tarkastellaan kriittisellä diskurssianalyysillä sekä systeemis-funktionaalisella kieliteorialla.</p> <p>Tutkimusaineistona on 10 Kauppalehden uutista ja artikkelia, joissa miesjohtajat kertovat itsestään. Aineistoa analysoidaan ideationaalisella ja interpersoonaisella metafunktiolla. Aineistosta tunnistettiin kolme diskurssia: vaivattomuusdiskurssi, uudistumiskurssi ja neuvomiskurssi. Diskurssit ovat sukupuolineutraaleja, mutta kun otetaan huomioon miehiin yleisesti liitetty stereotyyppiset luonteenpiirteet, voidaan näitä havaita diskursseista. Miesjohtajat kuvataan diskursseissa päämäärätietoisina, neuvokkaina, rationaalisina, avuliaina ja itsenäisinä. Sukupuoli ei kuitenkaan nouse merkittävään asemaan, toisin kuin aiemmissa naisten johtajuuteen keskittyvissä tutkimuksissa. Saaduista tuloksista voi päätellä, ettei miesjohtajien tarvitse mediassa vakuutella asemaansa, kun taas naisjohtajien pitää.</p>	
Asiasanat kriittinen diskurssianalyysi, diskurssintutkimus, systeemis-funktionaalinen kieliteoria, johtajuus, Kauppalehti	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto	
Muita tietoja	

TAULUKOT

TAULUKKO 1	Aineisto	8
------------	----------------	---

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Media normien rakentajana.....	2
1.2	Aiempi tutkimus	3
2	TEOREETTINEN VIITEKEHYS	5
2.1	Kriittinen diskurssianalyysi.....	5
2.2	Systemis-funktionaalinen kieliteoria.....	6
3	AINEISTO JA MENETELMÄT	8
3.1	Aineistolähteenä Kauppalehti.....	8
3.2	Analyysimenetelmä	9
4	MIESTEN JOHTAJUUTEEN LIITETTÄVÄT DISKURSSIT	12
4.1	Vaivattomuusdiskurssi	12
4.2	Uudistumisdiskurssi.....	14
4.3	Neuvomisdiskurssi	17
5	PÄÄTÄNTÖ.....	20
	LÄHTEET	22

1 JOHDANTO

Kandidaatintutkielmassani tutkin, millä tavalla miesten johtajuutta kuvataan Kauppalehti-julkaisun uutisissa ja artikkeleissa. Tutkimuksessani johtajilla tarkoitetaan liike-elämässä vaikuttavia johtajia eli yritysten johtajia, ei esimerkiksi poliittisia johtajia.

Kupiainen (2019) on tutkinut, miten asiantuntijuus rakentuu sukupuolta ja osaaamista koskevissa diskursseissa. Kupiainen huomioi, että mikäli työn osajaa määrittävät sukupuolistuneet mielikuvat pysyvät perinteisinä, ne viittaavat miehiin. Kyseessä on miesnormi, eli kyseisessä asemassa olevan henkilön oletetaan olevan tietynlainen mies. Tämä miesnormi voi jäädä myös tiedostamatta. (Kupiainen 2019: 172.) Yritysmaailman sisällä vallitsevat stereotypiat ja niiden vaikutus heijastuu myös ulkopuolelle esimerkiksi median välityksellä. Medialla onkin keskeinen rooli johtamista koskevien käsitysten jakamisessa: mitä laajemmalle diskurssilla on mahdollisuus levitä, sitä voimakkaammaksi se voi muodostua (Pynnönen 2015: 41). Kun tutkin median, tässä tapauksessa Kauppalehden, välittämää mielikuvaa miesjohtajista, miesnormi saadaan esiin ja sitä voidaan arvioida kriittisesti. Koska vallitseva stereotypia on, että tavallinen johtaja on mies, median välittämää kuvaa miesjohtajista on tutkittava: kierrättääkö media samaa stereotypiaa?

Tutkielmani kohteena ovat miesjohtajat myös siksi, koska ihmisillä on tapana suosia miesjohtajaa (Powell & Graves 2003: 134). Vuoden 2016 lopussa Suomen suurimpien listaamattomien yhtiöiden toimitusjohtajista naisia oli 14 prosenttia, ja valtiomisteisten yhtiöiden toimitusjohtajista noin kymmenesosa (Katainen, Keski-Petäjä & Lipasti 2017). Miesjohtajien suosimiseen on monta mahdollista syytä, joista yksi liittyy stereotypioihin: johtajan miehille tyypilliset ominaisuudet tarkoittavat hänen olevan vaikuttavampi kuin naisille tyypilliset ominaisuudet (Powell & Graves 2003: 135). Yleisesti miehiin liitettyjä ominaisuuksia ovat rohkeus, neuvokkuus, päämäärätietoisuus, ritarillisuus ja avuliaisuus (Aaltio-Marjosola 2001: 57). Muita miehiin stereotyyppisesti liitettäviä ominaisuuksia ovat esimerkiksi saavutuskeskeisyys, taipumus ottaa vastuuta, itsenäisyys ja rationaalisuus. (Heilman 2012: 115).

Viime vuosina ajatus sukupuolineutraaliudesta on vallannut alaa (Sagy & Williams 2019: 465). Sukupuolineutraaliudella tarkoitetaan sukupuolesta riippumatonta ja sukupuolet tasapuolisesti huomioon ottavaa (KS). Suomessa media pyrkii olemaan neutraalia ja objektiivista (Niemi & Pitkänen 2017: 356), minkä voidaan ajatella

tarkoittavan myös sukupuolineutraaliutta mediassa. Alma Media, jonka osa Kauppalehti on, on lisäksi sitoutunut noudattamaan tasa-arvo- ja yhdenvertaisuusperiaatteita sekä tasa-arvo- ja monimuotoisuussuunnitelmia (Alma Media 2023a). Tutkimalla miesjohtajiin liitettyjä diskursseja voidaan tarkastella, onko Kauppalehden uutisointi neutraalia, kuten Suomessa media yleisesti pyrkii olemaan, ja toteutuvatko nämä Alma Median periaatteet tasa-arvosta ja yhdenvertaisuudesta.

Selvittääkseni Kauppalehden kielenkäyttötavat miesjohtajiin liittyen tutkin aineistoani seuraavien tutkimuskysymyksien avulla: 1. Minkälaisilla diskursseilla miesten johtajuutta representoidaan Kauppalehdessä? 2. Minkälaista kuvaa nämä representaatiot ja diskurssit luovat miesjohtajista? 3. Noudattelevatko nämä representaatiot ja diskurssit perinteisiä miehiin liitettyjä stereotyyppioita ja minkälaisessa tilanteessa miesten johtajuus on?

1.1 Media normien rakentajana

Media ei ole puolueeton välikappale, vaan kierrättää jo vallitsevia diskursseja ja representaatioita. Olemassa olevien kielenkäyttötapojen tiedostaminen auttaa ymmärtämään, miksi tietystä aiheesta ajatellaan niin kuin ajatellaan. Median valta-asema käsitysten luojana sekä kierrättäjänä on huomioitava, ja sitä on voitava tutkia vapaasti. Journalismin esitysten pitäisi Kuneliuksen (2003: 25) mukaan jopa altistaa itsensä julkiselle kritiikille. Kritiikki auttaa havaitsemaan eri käsitykset sekä niiden kierrättämisen, ja tutkielmani on osa tätä julkista kritiikkiä tutkiessani, miten miesjohtajista uutisoidaan Kauppalehdessä.

Media on jatkuvasti läsnä niin ihmisten arjessa kuin instituutioiden ja organisaatioiden toiminnassa ikään kuin neljäntenä valtiomahtina. Median valtaa on esimerkiksi kyky luoda ja määritellä yhteiskunnallisen keskustelun puheenaiheita. Vallan toimivuuden kannalta olennainen kysymys onkin se, millaisia aineksia ihmiset ammentavat maailmankuvalleen vaikkapa uutisista. (Seppänen & Väliaverron 2012: 170.) Myös joukkoviestintä tulkitsee maailmaa sellaisilla diskursseilla, jotka uusintavat vallitsevaa yhteiskunnallista järjestystä (Kunelius 2003: 226).

Ammattimainen toimittaja poimii tapahtumien virrasta olennaiset asiat, tarkistaa, tulkitsee, taustoittaa ja selittää ne yleisölleen (Seppänen & Väliaverron 2012: 210). Uutisartikkelit saattavat kuitenkin ilmaista mielipiteitä, vaikka monet toimittajat uskovat uutisien välittävän vain faktoja. Toimittajat osallistuvat uutisoitaviin tapahtumiin ja kirjoittavat niistä sosiaalisina osallistujina, ja tämä vaikuttaa muun muassa heidän tietämykseensä, uskomuksiinsa ja asenteisiinsa. (Van Dijk 1988: 5, 99.) Toisaalta myös haastateltava vaikuttaa lopputulokseen. Hän voi esimerkiksi jättää kertomatta asioita, joita ei halua julkisuuteen, tai kertoa asioista haluamallaan tavalla. Yritysjohdajilla on selkeä pyrkymys julkisuuteen, sillä julkisuus on johtajalle sekä työympäristö että

työväline (Tiinanen 1989: 48). Julkisuuteen yritysjohtaja haluaa luonnollisesti tietoa, mikä lujittaa hänen sekä edustamansa yhtiön asemaa.

Uutiset ovat myös osa julkista diskurssia. Tämä tarkoittaa sitä, että uutisten kirjoittaminen edellyttää yleisesti jaetun tietämyksen, uskomuksien, normien ja arvojen huomioimista. (Van Dijk 1988: 74.) Toimittajan työhön vaikuttavat siis niin hänen omat henkilökohtaiset kokemuksensa kuin myös yhteiskunnan tasolla vallitsevat normit. Mikäli valtamediassa ei huomioitaisi yleisiä normeja ja arvoja, menettäisi se luotamustaan. Jos esimerkiksi tehdystä murhasta kirjoitettaisiin luotetussa mediassa hyvänä asiana, olisi lukija hämmentynyt. Kertoessaan maailmasta samojen arvojen ja normien pohjalta media kuitenkin samalla vahvistaa niitä (Kunelius 2003: 190). Uutistuotannon tuloksena pääasiallisesti onkin vallitsevan järjestelmän mukainen maailmankuva (Fairclough 1997: 69).

1.2 Aiempi tutkimus

Poliittista miesjohtajaa on tutkinut Suhonen (2021) tutkiessaan Sanna Mariniin ja Alexander Stubbiin liitettyjä diskursseja. Suhosen (2021: 56) mukaan miehistä on totuttu kirjoittamaan politiikan diskurssin sisällä kautta aikojen, joten tietynlainen varovaisuus on jäänyt pois kielen käytöstä. Miesjohtajien isyysdiskursseja ovat tutkineet Kangas, Lämsä ja Heikkinen (2016). Perinteisen maskuliinisen todellisuuden olemassaolo suomalaisten miesjohtajien diskurssiivisissa käytännöissä tuli heidän tutkimuksensa tulosten valossa sekä todistetuksi että kumotuksi. Tutkitut miesjohtajat sekä uusinsivat perinteistä maskuliinisuutta että rakensivat uudenlaisia johtajuus- ja isyysmaailman representaatioita. (Kangas, Lämsä & Heikkinen 2016: 272.) Tutkimuksessaan he käyttivät isyysdiskursseja apuna sen selvittämisessä, minkälaisessa tilanteessa johtajuus ilmiönä on.

Koskelo (2018) on tutkinut, millä tavalla hänen käyttämäänsä aineistoa varten haastatellut naiset kuvailevat omaa johtajuuttaan, kuvaavat hyvää johtajaa ja korostavatko nämä naiset sukupuolta suhteessa johtajuuteen. Koskelo (2018: 24) siis keskittyy naisten omiin kokemuksiin johtajuudesta ja siihen, millainen merkitys sukupuolelle luodaan johtajuutta määriteltäessä.

Sheridan ja O'Sullivan (2006) ovat tutkineet AFR BOSS -julkaisun kansikuvia sekä niihin yhdistettyjä tarinoita. Julkaisun kansikuvat ja niihin yhdistetyt tarinat vahvistavat johtajuuden narratiivia, jonka mukaan johtajuus olisi alusta vain sankarilliselle, hegemoniselle miehelle (2006: 2). Rosén ja Aurich (2010) ovat tutkineet, kuinka ruotsalainen printtimedia kirjoittaa yksityisen sektorin mies- ja naisjohtajista. Heidän tutkimuksensa mukaan printtimedian välittämät kuvat mies- ja naisjohtajista eroavat keskenään. Naisjohtajista välitettävä kuva on hyvin työ- ja yrityskeskeinen, eikä heidän yksityiselämänsä esitellä paljoa, kun taas miesjohtajista kertovissa artikkeleissa

on enemmän vaihtelua. Sekä mies- että naisjohtajia kuvaillaan luonteenpiirteillä, joiden voidaan ajatella olevan maskuliinisia. (Rosén & Aurich 2010: 70.)

Omassa tutkimuksessani miesjohtajiin ja heidän johtajuutensa tilanteeseen keskitytään johtajuuden kautta, eikä esimerkiksi isyyden tai muun seikan kautta. Tutkimukseni tuo myös Koskelon (2018) tutkimukseen nähden toisen näkökulman. Kun tutkin Kauppalehdessä vallitsevia diskursseja miesjohtajiin liittyen, voin selvittää, minkälaista viestiä media välittää suurelle yleisölle. Koskelon saamia tuloksia pystyy jollain tasolla vertailemaan tässä tutkimuksessa saatuihin tuloksiin tuonnempana, tosin se seikka huomioiden, että Koskelon aineistossa naisjohtajat ovat kuvailleet omaa johtajuuttaan itse. Käyttämässäni aineistossa media on toiminut välikätenä, esittämisen luojana.

2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS

2.1 Kriittinen diskurssianalyysi

Tutkimukseni on kriittistä diskurssianalyysia, jonka kattoterminä on diskurssintutkimus (Lehti, Haapanen & Kääntä 2018: 6). Diskurssintutkimuksen keskeisin näkemys on ajatus kielestä sosiaalisena toimintana. Tutkimuskohteena on tällöin se, miten ja mitä asioita kielellä tehdään. (Pietikäinen & Mäntynen 2019: 14.) Diskurssintutkimusta on kritisoitu, koska se ei selitä tarpeeksi, kuinka diskursiiviset käytännöt ovat muotoutuneet sosiaalisessa kanssakäymisessä tai kuinka ne muokkaavat käsityksiämme (Fairclough 1995: 23). Diskursiivisilla käytännöillä tarkoitetaan tekstin tuottamiseen ja kuluttamiseen liittyviä tapoja (Fairclough 1997: 81).

Kriittinen diskurssianalyysi puolestaan yhdistää viitekehyksessään sekä kielitieteellisen että yhteiskuntatieteellisen diskurssin tutkimuksen näkemyksiä (Pietikäinen 2000: 192). Siinä tarkastellaan kahta kielenkäytön aspektia: kieltä yhteiskunnallisena tuotoksena ja kieltä yhteiskunnallisena vaikuttajana (Fairclough 1997: 76). Sosiaaliset rakenteet, kulttuuriset normit ja tilannetekijät muokkaavat ja rajoittavat kielenkäyttöä. Kriittisessä diskurssianalyysissa diskurssia analysoidaan näiden sosiaalisten rakenteiden ja käytänteiden näkökulmasta. Tavoitteena on tuoda mukaan yhteiskunnallisesti ja poliittisesti relevantteja ajatuksia ja aiheita diskurssin tutkimukseen ja vähitellen saada aikaan yhteiskunnassa muutos parempaan. (Pietikäinen 2000: 197, 193.) Kriittisessä diskurssianalyysissa siis huomioidaan kielenkäytön sosiaaliset ja yhteiskunnalliset vaikutukset, mitä diskurssintutkimuksessa ei.

Kriittisellä diskurssianalyysilla pystyn tutkimaan, minkälaista tietoa ja uskomuksia uutisilla ja artikkeleilla luodaan miesjohtajista. Diskurssia tutkimalla voi avata, millaisia merkityksiä itsestään selviltä ja arkijärjen mukaisilta näyttävistä mediaesityksistä kätkevät sisälleen (Seppänen & Väliaverron 2012: 104). Sosiaaliset instituutiot, tässä tapauksessa media ja yhtiöt, ovat verbaalisen kanssakäymisen koneistoja, joissa on omat tapansa käyttää kieltä (Fairclough 1995: 38). Olemassa olevat tavat, diskurssit ja representaatiot tunnistamalla pystytään havaitsemaan, liittyykö niihin ongelmallisuutta.

Diskurssi on se kieli, jolla tietty sosiaalinen käytäntö representoidaan tietyistä näkökulmasta (Fairclough 1997: 77). Sosiaalinen todellisuus tuotetaan ja tehdään oikeaksi diskursseilla. Sosiaaliset kanssakäymiset eivät voi tulla täysin ymmärretyksi ilman viittausta diskursseihin, jotka antavat niille merkityksen. (Phillips & Hardy 2002.) Ilman kontekstia diskursseja ei siis voi ymmärtää. Esimerkiksi potilaan ja lääkärin välinen keskustelu on osa lääketieteellistä diskurssia, jossa sosiaalinen käytäntö representoidaan tietyistä näkökulmasta. Mikäli kyseessä on tavanomainen lääkäri, eikä esimerkiksi luonnonmukaisuuteen erikoistunut lääkäri, hän esittää asian potilaalle yleisesti hyväksytyllä, lääketieteellisellä tavalla. Mikäli lääketieteellistä diskurssia ei olisi, sosiaalista kanssakäymistä lääkärin ja potilaan välillä ei voisi ymmärtää.

Representaatiolla tarkoitetaan yleensä jonkin asian tai ajatuksen esittämistä sanallisten, äänellisten tai kuvallisten merkkien avulla (Seppänen & Väliverronen 2012: 92). Yksinkertaistetusti representaatio on merkityksen tai tarkoituksen tuottamista kielellä (Hall 1997: 28). Tutkimani mediaesitykset miesjohtajista sekä muutkin mediaesitykset ovat representaatioita: ne esittävät ja myös rakentavat todellisuutta jostakin näkökulmasta toimittajan valintojen mukaan. Samalla toimittaja liittyy uutisaiheen laajempiin yhteiskunnallisiin puhe- ja ilmaisutapoihin eli diskursseihin. (Seppänen & Väliverronen 2012: 90.) Journalismi on melko rutinoitunutta representaatioiden tuottamista (Kunelius 2003: 21). Käytän aineistona mediaesityksiä, jotka ovat todellisuutta esittäviä ja myös sitä rakentavia toisen käden tuottamaa sisältöä. Aineistossani haastateltavat eivät siis suoraan kerro omista kokemuksistaan, vaan heidän antamansa sisältö on käynyt toimittajan seulan läpi. Representaatiot ovat enemmän tai vähemmän huonolaatuisia kopioita alkuperäisestä (Seppänen & Väliverronen 2012: 93). Tutkimalla aineistoni representaatioita pystyn havaitsemaan diskurssit, jotka aineistossa vallitsevat. Koska sosiaalinen todellisuus tuotetaan diskursseilla, aineistossani vallitsevat diskurssit vaikuttavat lukijoiden käsityksiin, ajatuksiin ja asenteisiin miesjohtajista. Median valta yhdistettynä johtajien valtaan luo hedelmällisen alustan kriittiselle diskurssianalyysille.

2.2 Systemis-funktionaalinen kieliteoria

Kriittisen diskurssianalyysin lisäksi hyödynnän tutkimuksessani systemis-funktionaalista kieliteoriaa, jonka mukaan teksti on merkityksen tekemisen prosessi kontekstissa (Halliday & Matthiessen 2014: 3). Sekä kriittinen diskurssianalyysi että systemis-funktionaalinen kieliteoria huomioivat näin ollen kontekstin vaikutuksen kieleen.

Tässä tutkielmassa kieltä tarkastellaan mediassa, tarkemmin ottaen Kauppalehdessä, jossa muuttuvina tekijöinä ovat niin haastateltavan kuin toimittajan tekemät tietyt valinnat tekstin suhteen. Yksittäisen sanomalehti uutisen yhtenä kontekstina on

uutisgenre, jota voidaan sanoa lajikonkstekstiksi (Pietikäinen & Mäntynen 2019: 49). Tutkimuksessani lajikonkstekstina ovat siis uutis- ja artikkeligenre. Systemis-funktionaalissa kieliteoriassa kieltä tarkastellaan kuitenkin teksteinä, jotka toimivat tiettyissä konteksteissa, eivät irrallisina lauseina tai rakenteina (Luukka 2002: 98). Kun esimerkiksi lajikonksteksti keskittyy lausetason ilmiöiden ja rakenteiden tarkasteluun, funktionaalinen kielikäsite vie tarkastelemaan kielenkäyttöä ja sen merkitystä sellaisena kuin se ilmenee ihmisten kesken eri tilanteissa, eli tilannekontekstia (Pietikäinen & Mäntynen 2019: 44). Tilannekontekstin käsite implikoi ajatuksen siitä, että kieli on olemassa vain toimiessaan jossakin ympäristössä. Kieltä siis käytetään ja tulkitaan aina suhteessa tilanteeseen, kielenkäyttäjiin ja tapahtumiin. (Luukka 2002: 99.)

Mitä tahansa tilannekontekstia voi luonnehtia alalla, osallistujarooleilla ja ilmenemismuodoilla. Alalla tarkoitetaan aihepiiriä tai aihetta, osallistujarooleilla sitä, kuka tai ketkä ottavat osaa tilanteeseen ja ilmenemismuodoilla sitä, minkälainen rooli kielellä tai muilla semioottisilla systeemeillä on tilanteessa. Kieltä siis käytetään maailman hahmottamiseen, siihen osallistumiseen ja tekstien rakentamiseen. Yhdessä ala, osallistujaroolit ja ilmenemismuodot muodostavat merkitysten ympäristön, jossa kieli toimii. (Halliday & Matthiessen 2014: 33-34; Luukka 2002: 102.) Ala tulkitsee ihmisen kokemusta: se esimerkiksi nimeää asioita ja luokittelee niitä kategorioihin. Ala reaalistuu ideationaalissa metafunktionissa, joka on kielen niin sanottu representationaalinen metafunktio. Ideationaalilla metafunktionilla puhuja hahmottaa todellisuutta ja samalla rakentaa tietynlaisen tulkinnan siitä esimerkiksi erilaisin sanavalinnoin. Ideationaalinen metafunktio voidaan jakaa kahteen alalajiin, jotka ovat eksperimentaalinen ja looginen metafunktio. Ideationaalilla metafunktionilla pystyn tutkimaan, millä tavalla miesten johtajuutta representoidaan käyttämässäni aineistossa, sillä toimittaja on hyödyntänyt kielen ideationaalisia resursseja luodessaan todellisuudesta tietynlaisen tulkinnan. (Halliday & Matthiessen 2014: 30-31; Pietikäinen & Mäntynen 2019: 96; Luukka 2002: 102-103; Shore 2012a: 148-149.)

Osallistujaroolit taas reaalistuvat interpersoonaisessa metafunktionissa. Interpersoonainen metafunktio esittää henkilökohtaisia ja sosiaalisia suhteita ihmisten välillä sekä ilmaisee asenteita, mielipiteitä, tunteita ja arviointeja. Kielen interpersoonaiset resurssit tarjoavat puhujalle mahdollisuuden ilmaista, miten hän asennoituu sanottavaansa, esimerkiksi sen totuudellisuuteen, todennäköisyyteen tai toivottavuuteen. Toimittaja voi siis teksteissään ilmaista esimerkiksi modaalisiin verbein, miten hän suhtautuu esittämäänsä asiaan, tai haastateltava voi käyttää kielen interpersoonaisia resursseja sanomisissaan. (Halliday & Matthiessen 2014: 30-31; Pietikäinen & Mäntynen 2019: 96; Luukka 2002: 102-103; Shore 2012a: 148-149.) Ilmenemismuodot reaalistuvat tekstuaalisessa metafunktionissa, joka mahdollistaa koherentin ja rakenteisen tekstin muodostuksen (Luukka 2002: 103). Ideationaalinen ja interpersoonainen metafunktio ovat tässä tutkimuksessa kaikista keskeisimmät metafunktiot, sillä tutkin kielenkäyttötapoja enkä tekstin rakentumista.

3 AINEISTO JA MENETELMÄT

3.1 Aineistolähteenä Kauppalehti

Aineistona on 10 Kauppalehden uutista ja artikkelia vuosilta 2021–2023, joissa miesjohtajat kertovat itse omasta työstään sekä itsestään. Aineistot nimetään taulukossa 1. Aineiston hankin taloussanomalehti Kauppalehden internetsivuilta kauppa.fi, joka tavoittaa viikoittain 588 000 lukijaa (Alma Media 2023b). Kauppalehti on keskittynyt talouselämään, ja se on sitoutunut noudattamaan journalistin ohjeita. Näin ollen julkaisu antaa itsestään luotettavan kuvan.

Hakusanoina käytin muun muassa ura, henkilö sekä työelämä, koska näillä hakusanoilla löytyy uutisia ja henkilökuvia, jotka ovat tutkimukseni kannalta relevantteja. Kolumnit ja pääkirjoitukset jäivät aineistostani pois, sekä ulkomaita koskevat uutiset. Myös sellaiset uutiset jätin pois, joissa johtaja kertoo ainoastaan johtamastaan yrityksestä ja sen tekemistä tuloksista. Aineiston lyhyt aikaväli takaa tuloksien ajankohtaisuuden: saadut tulokset eivät ole päteneet 10 vuotta sitten, vaan ovat juuri nytkin ajankohtaisia.

TAULUKKO 1. Aineisto

Artikkelin nimi	Julkaisupäivämäärä	Koodaus
"Älä mieli liikaa" – Toimitusjohtaja pörräsi teekkarivuodet opiskelijapolitiikassa ja siitä oli työuralle pelkkää hyötyä	11.8.2021	KL1
Vapaus mullistaa työelämän, uskoo kadettikoulun jälkeen sotilasuran hylännyt Lassi Määttä – Palasi vuosien sapattivapaalta johtamaan Barona	3.2.2022	KL2
Matias Henkola on Suomen nopein toimitusjohtaja, jonka yritys sähköistää suomalaista autoleasingia hurjaa tahtia	26.3.2022	KL3
Panu Routila sai potkut Konecranesin toimitusjohtajan paikalta ja ryhtyi tutkimaan johtamistaan – Arvioi menestyneensä hyvin	2.5.2022	KL4

Artikkelin nimi	Julkaisupäivämäärä	Koodaus
Tällainen on Jari Sarasvuon ylistämä "superrehti" yritysjohtaja - "Pieni vivahde basaarikauppiasta"	7.9.2022	KL5
Vuoden yritysjohtaja osaa tehdä kengän alusta loppuun itsekin - "Empatiakykyä voisin vielä kehittää"	19.9.2022	KL6
"Olen aika monta ruohikkoa päässyt katsomaan työurani varrella" - A-insinöörien uudella hankejohtajalla poikkeuksellinen tausta rokkibändistä kiinteistöyhtiön vetäjäksi	16.10.2022	KL7
Näin Jussi Tolvanen kasvoi inhimilliseksi johtajaksi: "Työelämässä ei tarvitse esittää, että kaikki on aina hyvin"	11.12.2022	KL8
Atrian keväällä jättävä Juha Gröhn on nähnyt lihasektorin mullistukset - Lihapomon joulukinkun valmistus on ison luokan show, jossa pääosaa näyttelee vanha saunanpata	23.12.2022	KL9
"Tippa tuli silmään, kun puhelimet alkoivat soida" - Suomen energiateollisuus auttaa Ukrainaa elpymään	9.1.2023	KL10

Kauppalehteä kustantaa Alma Talent Oy. Käyttäjällä on oikeus ottaa vähäisiä tekstilainauksia ja käyttää niitä laatimissaan asiakirjoissa voimassa olevan lainsäädännön ja hyvän tavan mukaisesti tarkoituksen edellyttämässä laajuudessa. Käyttäjällä on myös oikeus kopioida ja luovuttaa edelleen palvelun kautta saamiaan tekstilainauksia asiakirjan osana. (Alma Talent 2023.) Näin ollen Kauppalehteä on luvallista käyttää aineistolähteenä kandidaatintutkielmassa.

3.2 Analyysimenetelmä

Analyysimenetelmäni pohjautuu kriittiseen diskurssianalyysiin ja systemis-funktionaaliseen kieliteoriaan. Systemis-funktionaalista kieliteoriasta hyödynnän ideationaalista ja interpersonaalista metafunktiota, joita analysoimalla pystyn tunnistamaan aineistostani erilaisia diskursseja.

Analyysimenetelmäni on lähilukuun perustuva, ja hyödynnän analyysissani Anu Pynnösen (2013: 32) esittelemiä diskurssianalyysin vaiheita. Ensimmäisessä vaiheessa tutkija lukee aineistoa ja tekee huomioita sen sisällöstä, rakenteesta, järjestyksestä sekä lingvistisistä tekijöistä. Teksti itsessään on fokuksessa: sanat, ilmaukset, lauseet, virkkeet, metaforat sekä selonteot kokonaisuutena. (Pynnönen 2013: 32.) Käytännössä kopioin kymmenen aineistoni juttua omaan tiedostoonsa, ja analysoin kopioituista jutuista ideationaalisen ja interpersoonaisen metafunktion avulla erilaisia piirteitä.

Ideationaalista metafunktiota analysoin tarkastelemalla tekstien leksikaalisia valintoja. Teksteissä yleensäkin esiintyy eri aloihin kuuluvia sanoja. Tällaisia aloja voivat olla esimerkiksi tiede, perhe ja parisuhde tai arkielämä. (Shore 2012b: 163.) Ideationaaliseen metafunktiioon kuuluvat myös lauseiden eri prosessityypit, joita ovat materiaallinen, mentaalinen ja relationaalinen prosessityyppi. Materiaalinen prosessityyppi kattaa perinteisen kieliopin transitiiviset ja intransitiiviset lauseet, jotka konstruoivat kohteeseen tai tulokseen johtavia tai johtamattomia tapahtumia ja tekoja, eli ihmisen ulkopuolista toimintaa. Mentaalinen prosessityyppi tarkoittaa ihmisen sisällä tapahtuvaa kokemusta. Relationaalinen prosessityyppi konstruoi suhteita kahden olion tai olion ja olosuhteen välillä. (Shore 2012b: 164-165; Halliday & Matthiessen 2014: 214.) Lauseiden prosessityyppejä analysoimalla voin selvittää, millä tavalla johtajia ja heidän sanomisiaan kuvataan toimijuuden suhteen: ovatko johtajat ulkopuolisiin tekijöihin vaikuttavia hahmoja, vai kuvataanko heidän ajatuksiaan eli pään sisällä tapahtuvaa toimintaa enemmän? Vai ovatko johtajat ja heidän sanomisensa tietynlaisia relationaalisen prosessin avulla?

Interpersoonaista metafunktiota tutkin analysoimalla tekstin modaalisia valintoja, kuten moduksia, modaalisia partikkeleita, modaalisia adverbeja ja kommenttiadverbiaaleja (Shore 2012a: 147). Modukset ovat modaalista merkitystä ilmaisevia taivutusluokkia, joita ovat indikatiivi, konditionaali, potentiaali ja imperatiivi. Indikatiivi on tunnukseton modus, esimerkiksi *puhun*. Konditionaalin tunnus on *isi*, esimerkiksi *puhuisin* ja potentiaalin *ne, le, se* tai *re*, esimerkiksi *puhunen*. Imperatiivilla ei aina ole tunnusta, mutta se voi olla *kAA* tai *kO*, esimerkiksi *puhu* tai *puhukaa*. (VISK §115.)

Modaaliset adverbit ja partikkelit ilmaisevat puhujan käsityksiä lauseen ilmaisevan proposition varmuusasteesta tai todenperäisyydestä. Modaalisia adverbeja ja partikkeleita ovat esimerkiksi *varmasti, taatusti, ehkä, kenties* ja *tuskin*. (VISK §1601.) Myös kommenttiadverbiaalit esittävät arvion tilanteen todennäköisyydestä, esimerkiksi *ilmeisesti*, ilmaisevat asennoitumista sanottuun, esimerkiksi *kumma kyllä* ja *onneksi*, tai kommentoivat sanottua metatekstuaalisesti, esimerkiksi *niin sanoakseni*. (VISK §999.)

Myös verbit voivat olla modaalisia. Eri modaaliverbit voidaan jakaa kolmeen eri luokkaan: deonttiseen, dynaamiseen ja episteemiseen. Dynaaminen modaalisuus tarkoittaa fyysistä mahdollisuutta ja kykyä tai välttämättömyyttä ja pakkoa toimia.

Esimerkiksi *pystyä*, *kyetä* ja *täytyä* ovat dynaamisia modaaliverbejä. Deonttiseen modaalisuuteen sisältyy puhujan tahtoa tai puheyhteisön normeja ilmaiseva lupa ja velvollisuus. Deonttisia modaaliverbejä ovat esimerkiksi *saada*, *sopia* ja *voida*. (VISK §1554.) Episteeminen modaalisuus liittyy puhujan uskoon, tietoon tai päätelmiin asiaintilan mahdollisuudesta, todennäköisyydestä tai varmuudesta. Esimerkiksi *saattaa* ja *taitaa* ovat yleiskielessä lähes yksinomaan episteemisessä käytössä. (VISK §1556.)

Nämä tekstin erilaiset modaaliset valinnat paljastavat, miten johtaja suhtautuu omiin sanomisiinsa. Lopuksi representaatiot kyseenalaistetaan ja ne asetetaan erilaisen vallan ja vaikuttamisen viitekehyksiin kriittisen diskurssianalyysin keinoin. Vaikevat äänet ja diskurssit nostetaan esiin ja pyritään murtamaan se, mikä aiemmissä analyysivaiheissa näyttää muodostuvan itsestään selväksi. Tutkijan ote on kriittinen ja emansipatorinen: tavoitteena on vähintään diskurssin muuttaminen mutta jopa sosiaalinen muutos. (Pynnönen 2013: 33.) Yritysjohtajilla on valtaa, ja tarkastelen aineistosta nousseita diskursseja yhteiskunnallisia normeja vasten: minkälaisina miesjohtajat kuvataan ja noudatteleeko tämä kuvaus perinteisiä miehiin liitettyjä käsityksiä, stereotypioita. Pohdin myös sitä, minkälaisessa tilanteessa miesten johtajuus ilmiönä on.

4 MIESTEN JOHTAJUUTEEN LIITETTÄVÄT DISKURSSIT

Analyysimenetelmälläni aineistosta nousi esiin kolme diskurssia: vaivattomuusdiskurssi, uudistumisdiskurssi ja neuvomisdiskurssi. Vaivattomuusdiskurssissa kuvataan johtajien etenemistä urallaan vaivattomaksi sekä helpoksi. Uudistumisdiskurssissa johtaja kuvataan uudistuvana, uutta oppivana hahmona. Neuvomisdiskurssissa johtaja antaa asemastaan käsin neuvoja muille ihmisille.

Erottava tekijä uudistumis- ja neuvomisdiskurssin välillä on, että uudistumisdiskurssissa johtaja puhuu paljon itsensä uudistamisesta ja viittaa itseensä *minä*-muodossa tai toimittaja häneen *hän*-muodossa, kun taas neuvomisdiskurssissa neuvoja annetaan kaikille ja johtaja häivyttää itsensä usein sanomisistaan.

4.1 Vaivattomuusdiskurssi

Vaivattomuusdiskurssissa luodaan kuvaa siitä, kuinka vaivattomasti johtajan urapolku etenee tai on edennyt. Diskurssissa olen analysoinut johtajaa subjektina sekä sen yhteydessä esiintyviä verbejä, jotka edustavat pääasiassa materiaalista prosessityyppiä. Johtajan ollessa subjekti yritys on usein objekti. Vaivattomuusdiskurssissa sanastollisesti korostuvat yritysten nimet tai muut sanat, joilla viitataan yritykseen, kuten *yhtiö*. Yritysten nimien yhteydessä olevat verbit kuvaavat sitä, kuinka vaivatonta johtajan siirtyminen työelämässä eteenpäin on ollut. Lisäksi olen analysoinut adverbeja, partikkeleja, modaaliverbejä sekä metaforia, jotka vahvistavat vaivattomuuden kuvaa.

Erityisesti vaivattomuusdiskurssissa korostuva verbi on *siirtyä*, joka luokitellaan materiaaliseen prosessityyppiin. Verbi antaa kuvan siitä, ettei johtajan ole tarvinnut nähdä kauheasti vaivaa eteenpäin päästäkseen - hän vain siirtyy eteenpäin, kuten esimerkeissä 1 ja 2.

1) Antti Tuomela **siirtyi** A-insinööreille kiinteistö- ja kaupunkikehittämisestä vastaavan hankekehitysyksikön johtajaksi. (KL7)

2) Lopulta hän koki tehtävän omakseen, **siirtyi** Solteqin hallituksesta yhtiön toimitusjohtajaksi ja nyt ollaan tässä, alkupisteessä. (KL5)

Esimerkissä 3 johtaja kertoo löytäneensä *itsensä uuden Syscomin osakkaana*, mikä sekin korostaa vaivattomuutta. Johtaja ei ole esimerkiksi taistellut tai uurastanut työpaikan eteen. Myös työpaikan *vaihtaminen* ilmaisee urapolun kehityksen olevan vaivatonta, sillä hän on voinut *välillä vaihtaa* työpaikkaansa oman mielenkiintonsa

mukaan. Vaihtaa tarkoittaa Kielitoimiston sanakirjan mukaan esimerkiksi ”siirtää jtk jhk toiseen (vaihtoehtoiseen) paikkaan, muuttaa” (KS). Verbin *vaihtaa* voi ajatella olevan rinnakkainen *siirtyä*-verbille, sillä molemmat viittaavat samanlaiseen merkitykseen, siirtämiseen tai siirtymiseen. Adverbi *välillä* on summittainen toistuvuuden adverbi, joka ei ilmaise tarkkaa toistuvuuden ajankohtaa (VISK §651). Vaihto on siis ollut summittaista, eikä vaihtaminen ole vaatinut tarkkaa suunnittelua.

Esimerkissä 4 adverbi *jatkuvasti* ilmaisee tilanteen jatkuvuutta tai säännöllistä toistuvuutta (VISK §652), eli johtaja on päässyt koko ajan ilman poikkeuksia eteenpäin urallaan. Ilmaus *sai tilaisuuden* luo kuvan, että ulkopuolinen hahmo on antanut pojalle tilaisuuden mennä eteenpäin urallaan, ei poika itse. *Saada* onkin deonttinen modaaliverbi, joka ilmaisee lupaa (VISK §1554).

3) ”**Välillä vaihdoin** it-alalle, ja it-kuplan puhjettua **löysin itseni uuden Syscomin osakkaana**. Sekin toimi it-alalla ja myytiin vuonna 2006. Seuraavana vuonna perustimme Section”, Henkola kertaa uraansa. (KL3)

4) Seuraavien vuosien aikana elintarvikealaa opiskellut maatalon poika **sai tilaisuuden** edetä urallaan kohti **jatkuvasti** vaativampia tehtäviä. (KL9)

Vaivattomuusdiskurssissa käytetään erilaisia metaforia, jotka korostavat urakehityksen vaivattomuutta. Metafora on vertaukseen perustuva kielikuva (KS). Esimerkissä 5 johtaja *on päässyt katsomaan aika monta ruohikkoa*, jossa työpaikan vertaaminen ruohikkoon on metafora. Intensiivipartikkeli *aika* luonnehtii, missä määrin puheena oleva ominaisuus pätee (VISK §664). Sanavalinta ilmaisee, että johtaja itsekin kokee päässeensä työskentelemään monessa työpaikassa, mutta haluaa hieman vähätellä asiaa. Urapolun kuvaaminen automaattisesti eteenpäin vievänä tienä jatkaa samaa linjaa esimerkissä 6. Kun tie vie, ei johtajan tarvitse itse paiskia töitä.

5) **Olen aika monta ruohikkoa päässyt katsomaan** työurani varrella. (KL7)

6) Pihlajalinnasta **tie vei** laboratorioyhtiö Synlabin toimitusjohtajaksi ja nyt ohjelmistotalo Solteqin. (KL5)

Esimerkissä 7 johtaja *kutsuttiin* töihin, joka on passiivimuotoinen verbi. Kielitoimiston sanakirja (KS) määrittelee sanan kutsua ”pyytää, hankkia avuksi t. jtk määrättyä suorittamaan.” Sanavalinta luokin kuvan siitä, että johtaja on ollut paras valinta työhön ja hänet pyydettiin auttamaan yritystä eteenpäin, sillä häntä parempaa vaihtoehtoa ei ole.

7) Määttä **kutsuttiin** rakentamaan Baronalle uutta strategiaa, jossa työelämäyhtiö laajenee henkilöstövuokrauksesta uusille urille. (KL2)

Vaivattomuusdiskurssissa johtajan urapolun lisäksi johtajan toiminta työssään on vaivatonta. Esimerkissä 8 johtajan johdolla yritys on ensin *neuvotellut*, jonka jälkeen *lopulta hankki itselleen* lisää toimintaa. Sanavalinta *lopulta* viittaa pitkään työhön, mutta

yrityksen ollessa subjekti johtajan tekemä työ näyttää vaivattomalta: johtaja on johtanut, mutta yrityksen oli se, joka työn hoiti.

8) Routilan johdolla Konecranes **neuvotteli** tuona aikana ensin fuusioitumisesta Terexin kanssa ja **lopulta hankki itselleen** Terexin satamalaite- ja nosturiliiketoiminnan. (KL4)

Vaivattomuusdiskurssissa ei modaalisuudessa ole paljoa vaihtelua, vaan asiat esitetään hyvin suoraviivaisina sekä varmoina indikaatioilla. Vaivattomuusdiskurssin sisällä johtajan voi ajatella olevan esimerkiksi päämäärätietoinen, kuten miesten stereotyyppisesti ajatellaan olevan. Päämäärätietoisuus ei kuitenkaan diskurssissa ilmene esimerkiksi kovasti töitä tekemällä, vaan vaivattomasti eteenpäin siirtyen.

Sosiaalisen käytännön, tässä tapauksessa uralla etenemisen, voi ajatella olevan teksteissä uudelleen kontekstualisoitu. Uudelleen kontekstualisointi tarkoittaa, että esitettyjä sosiaalisia käytäntöjä muunnellaan niin kuin tekstin oman sosiaalisen käytännön arvot ja tarkoitusperät vaativat. (Fairclough 1997: 151.) Tässä tapauksessa urakehitys on uudelleen kontekstualisoitu helpoksi, vaikka yleisesti ajatellen johtajan paikalle ei ole helppo päästä. Teksteissä johtajien elämän vaikeita hetkiä tuodaan esille muilla tavoin, mutta itse eteneminen urapolulla on kuvattu helpoksi.

4.2 Uudistumiskurssi

Uudistumisen diskurssi tulee esille erityisesti uudistumista kuvaavien verbein. Uudistumisen alaan liittyvä verbi on esimerkiksi *oppia*, joka esiintyy aineistossa yhteensä 18 kertaa. Myös muita opettelemiseen liittyviä verbejä, kuten *opiskella* ja *opettaa*, sekä substantiivi *oppi* esiintyy aineistossa useita kertoja. Diskurssi tulee esille erityisesti mentaalisilla prosessityypeillä, mutta olen analysoinut myös esimerkiksi relationaalisia prosesseja sekä nollapersoonaa.

Uudistumisen diskurssissa johtaja representoidaan henkilönä, joka tekee itse aktiivisesti töitä uudistukseen, toisin sanoen oppiakseen. Johtaja esimerkiksi *opettelee* ja *kokee*, eli on aktiivinen tekijä uudistumisen diskurssissa.

Esimerkkinä johtajan omasta aktiivisesta toimijuudesta on esimerkki 9, jossa johtaja *näyttää* ja *analysoi*, jotta *oppisi* lisää. Johtaja ei ole siis vielä oppinut, minkä konditionaalimuodossa oleva *oppia*-verbi paljastaa. *Tulla tehdyksi* -verbiliitolla tilanne esitetään jo toteutuneena tuloksena, eli johtajalla on jo hallussaan ainekset oppimiseen. Kyseisen verbiliiton käyttö implikoi usein sitä, että tekijän vastuu tai tietoisuus teosta on alentunut. (VISK §453.) Johtaja aikoo siis aktiivisesti itse tehdä asioita, jotta hänen tietoisuutensa teoistaan kasvaa. Esimerkin 10 *päästä oppimaan* ilmaisee tässä yhteydessä lupaa johtajan oppimiselle, eli on deontista modaalisuutta. Oppiminen on ollut johtajalle etuoikeus, johon tarvitaan erillinen lupa tai mahdollisuus.

9) Halusin itselleni enemmänkin **näyttää**, mitä tein, ja **analysoida** sitä, miten se **tuli tehtyä**, jos vaikka itse **oppisin** jotakin lisää. (KL4)

10) "Olen **päässyt oppimaan** ja tekemään erilaisia asioita." (KL7)

Uudistumisen diskurssissa johtaja myös *pyrkii* uudistumaan ja uudistamaan, kuten esimerkeissä 11 ja 12. Asia, johon johtaja *pyrkii*, ei ole vielä siis toteutunut. *Välttää*-verbi on esimerkissä 11 tunnistettavissa mentaaliseksi prosessiksi: välttämällä ei viitata mihinkään fyysiseen asiaan tai olentoon, vaan abstraktiin *johtamishierarkiaan*. Myös *tuoda*-verbi samassa esimerkissä on mentaalinen prosessi. Tuomisella viitataan työntekijän omaan henkiseen olemukseen. Esimerkissä 12 uudistuminen tulee pyrkimisen lisäksi esille *kokea*-verbin konditionaalimuodosta. Konditionaali osoittaa esimerkiksi suunniteltua asiointilaa (VISK §1592), eli pyrkimys muuttaa työympäristö turvallisen tuntuiseksi on suunniteltu asiointila, jota ei ole vielä saavutettu.

11) "Yritän **välttää** kaikenlaista **johtamishierarkiaa** ja **pyrin** siihen, että jokainen **tuo** työpaikalle **oman itsensä ihmisenä**." (KL10)

12) "Nykyään **pyrin** siihen, että esiintymisessäni on vähemmän shokeeraavuutta ja enemmän turvallisuuden tunteen luontia. Niin, että ihmiset **kokisivat** oman työympäristönsä turvalliseksi, sillä turvattomassa ympäristössä on vaikea toimia." (KL5)

Esimerkissä 13 työelämän kuvataan olevan *jatkuvaa oppimista* relationaalisen prosessin avulla. Kyseessä on olosuhdeprosessi: työelämä aukottomasti on uuden oppimista, jolloin johtajan *täytyy pitää* oman oppimisensa lisäksi huolta myös muiden oppimisesta. Kyseessä on dynaaminen modaalisuus, eli *täytyy pitää* ilmaisee välttämättömyyttä. *Muutenkin*-adverbi korostaa sanomaa, sillä se sulkee muut vaihtoehdot pois. Esimerkissä 14 on myös ilmaukset *vaikuttaa* ja *katsoa eteenpäin*, jotka nekin representoivat uudistumista. Oppimisen itsestänselvyttä korostetaan *tottakai*-adverbilla, *pitää miettiä* -verbiliitolla sekä *pitää oppia* -verbiliitolla, jotka ilmaisevat välttämättömyyttä itsereflektioon ja oppimiseen. Oppiminen kuvataan välttämättömyytenä johtajan työelämässä. Sekä esimerkeissä 13 että 14 on nollapersoona, jolla sanoma saadaan koskemaan kaikkia.

13) "Työelämä **muutenkin on jatkuvaa oppimista**. Kun tilanteet ja maailma muuttuvat, niin **täytyy pitää** huolta sekä omasta oppimisesta ja kehitymisestä että muidenkin oppimisesta ja kehitymisestä." (KL8)

14) "Virheitä sattuu ja sitten niitä korjataan. Ylipäänsä harmitteleminen ei kauheasti auta. **Pitää miettiä**, mihin voi itse **vaikuttaa** ja **katsoa eteenpäin**. **Totta kai** historiasta **pitää oppia**." (KL8)

Johtaja myös *luo* uutta, ja se kuvataan aineistossa välttämättömyytenä. Esimerkissä 15 *luominen* on *johtajan tehtävä*, eli välttämättömyys, kun taas esimerkissä 16 *pitää luoda* luominen on velvollisuus. Johtajalle luodaan välttämättömyyksiä ja velvoitteita, mutta sitä vastoin johtajan alaisille annetaan vapauksia. Esimerkissä 15 työntekijöitä

ei haluta väsyttää, ja esimerkissä 16 työntekijöiden oppimiseen vaikuttaa *halu oppia*, ei välttämättömyys tai velvollisuus kuten johtajalla.

15) Hänen mielestään **johtajan tehtävä on luoda** ympärilleen sellaista kulttuuria, että vaikka työt pitää hoitaa, niin kenenkään ei tarvitse tehdä määräänsä enempää. (KL2)

16) ”**Pitää luoda** ihmisille mahdollisuuksia kehittyä yksilölähtöisesti. Ei kannata ajatella, että kaikki **haluavat oppia** koko ajan uutta, mutta pitää luoda yksilölle mahdollisuuksia. Se on mielestäni isoin sitouttava tekijä”, Määttä sanoo. (KL2)

Uudistumisen diskurssissa johtaja on myös ulkopuolelta tulevien tekijöiden muokattavissa oleva hahmo. Johtaja on aineistossani usein subjekti, mutta johtaja voi olla myös objektina tai semanttisesti kohteena. Esimerkissä 17 *viime vuodet* on subjekti, joka on opettanut johtajaa. *Määtälle* on esimerkissä semanttisesti toiminnan kohteena. Esimerkissä 18 taasen *Jari* on ollut subjekti, joka on muokannut johtajaa toisenlaiseen suuntaan. Esimerkissä 19 *Venäjän hyökkäys* on muuttanut johtajan työtä.

17) **Viime vuodet** ovat opettaneet **Määtälle** paljon omien rajojensa tuntemisesta ja itsensä johtamisesta. (KL2)

18) ”**Jari** poisopetti **minut** 1990-lukulaisesta Nokia-bisnesjargonista.” (KL5)

19) **Venäjän hyökkäys** Ukrainaan **on muuttanut** perin pohjin myös toimitusjohtaja Jukka Leskelän **työn** Energiateollisuus ry:n ruorissa. (KL10)

Diskurssiin liittyy myös muita satunnaisia uudistumisen alaan kuuluvia sanoja, kuten *kehittää* (esimerkki 20), *syntyä* (esimerkki 21) ja *muuttua* (esimerkki 19), sekä semanttisesti uudistumiseen viittaavia sanoja, kuten *viilata* (esimerkki 22). Esimerkissä 20 johtaja kertoo konditionaalilla, että hän *voisi kehittää empatiakykyä*. *Voida* on deonttinen modaaliverbi, eli se ilmaisee muun muassa puhujan tahtoa (VISK §1554). Esimerkissä johtajalla on siis tahto *kehittää* osaamistaan, ja hän on suunnitellut kehittävänsä osaamistaan ilmaistessaan asian konditionaalilla. Myös modaalinen adverbi *paremmin* ilmaisee, että johtaja voisi parantaa osaamistaan entisestään.

20) Huomaan, että **voisin kehittää empatiakykyä** ja ottaa **paremmin** huomioon muiden henkilökohtaisia asioita. (KL6)

21) ”Sapattivapaan aikana **syntyi** tasapainoisempi suhtautuminen elämään ja asioihin.” (KL2)

22) Viime kymmenen vuotta hän on vetänyt 71-vuotiaasta perheyhtiötä toimitusjohtajan tittelillä, mutta **viilannut** osaamistaan 14-vuotiaasta alkaen. (KL6)

Miehiin stereotyyppisesti liitettävät piirteet neuvokkuus, päämäärätietoisuus ja rationaalisuus (Aaltio-Marjosola 2001: 57; Heilman 2012: 115) ilmenevät myös uudistusdiskurssissa. Miesjohtaja kuvataan hahmona, joka kehittää osaamistaan niin neuvokkaasti, päämäärätietoisesti kuin rationaalisestikin. Vaikka yleisesti on uskottu niin miesten kuin organisaatioidenkin olevan tunteettomia (Aaltio-Marjosola 2001: 68),

tämä ei uudistumisdiskurssissa päde. Uudistuva johtaja esimerkiksi ottaa huomioon omat tunteensa, osaa vetää rajat ja haluaa luoda ympärilleen turvallisuuden tunnetta. Uudistuva miesjohtaja ei ole enää tunteeton hahmo.

4.3 Neuvomisdiskurssi

Johtaja esitetään aineistossa neuvoja antavana hahmona. Johtajan pohdintoja sekä oivalluksia tuodaan esiin niin, että johtaja on aiheensa asiantuntija ja antaa neuvoja muillekin. Tässä diskurssissa usein esiintyviä sanoja ovat *ihminen, ihmiset, henkilö* sekä muut sanat, joilla viitataan työntekijöihin. Johtaja käyttää työntekijöitä esimerkkinä tai neuvojen antamisen kohteena, sekä esimerkiksi toisia johtajia ja *kaikkia*. Myös uudistumisen diskurssissa käytetään satunnaisesti työntekijöihin viittaavia sanoja.

Prosesseista erityisesti korostuu relationaalinen prosessi, nimenomaan olosuhdeprosessi: asian laita on johtajan sanomalla tavalla, eli kyseessä on olosuhde. Esimerkissä 22 näkyvät niin relationaalinen prosessi kuin myös sana *ihmiset*. Ensimmäisessä lauseessa relationaalinen prosessi ilmenee olosuhdeprosessina johtajan kuvaillessa *isointa stressiä ehkäisevää tekijää*. Hän korostaa asemaansa sanallistamalla olevansa *esihenkilö ja kollega*, ja suuntaa neuvonsa *ihmisille*. Esimerkissä käytetään myös yleistävää sinä-pronominia, jonka tulkitseminen riippuu aina kontekstista. Yleistävä sinä-pronimi voidaan tulkita pelkästään puhuteltavalle tarkoitetuksi tai yleistäväksi. (VISK §1365.) Tässä yhteydessä yleistävän sinä-pronominin käyttö on tulkittavissa yleistäväksi, sillä johtaja antaa neuvoja yleisesti kaikille haastatellussa, eikä hän neuvo ainoastaan haastattelevaa toimittajaa.

22) **Isoin stressiä ehkäisevä tekijä on**, kun elämä on tasapainossa. **Esihenkilönä ja kollegana** kannustan ihmisiä satsaamaan vapaa-aikaan. Paras tilanne on, että **innoissasi menet töihin, mutta vapaa-ajalla on harrastus, jotta innoissasi lähdet töistä tekemään omaa juttuasi.** (KL7)

Neuvomisdiskurssissa johtaja voi myös ensin puhua omista kokemuksistaan minä-muodossa, jonka jälkeen hän yleistää neuvonsa koskemaan kaikkia. Näin on esimerkeissä 23 ja 24. Esimerkissä 23 johtaja aloittaa kertomalla omista havainnoistaan minä-muodossa ja käyttää kohteena *ihmisiä*, jotka *pitää* dynaamisesti *saada* tekemään jotain. Adverbi *valitettavasti* ilmaisee, että johtajan sanoma on se asia, joka pitää saada aikaiseksi. Jos asiaa ei saa aikaiseksi johtajan neuvomalla tavalla, on tilanne huono.

Esimerkissä 24 *mieluummin*-adverbi ilmaisee johtajan mielipiteen siitä, mistä hän haluaa tulla muistetuksi. Tämän jälkeen hän perustelee sanomaansa yleismaailmallisesti käyttäen esimerkkinä *työntekijöitä*, jotka ovat *kokeneet* hyviä asioita. *Vain*-adverbi luo kuvan siitä, että tavallinen työnteko ei olisi riittävää, vaan maailmaa pitäisi muuttaa ison menestystarinan saadakseen. Johtaja korostaa adverbilla oman neuvonsa

painavuutta. Työajan kategorisointi *menetetyksi ajaksi* luo kuvan, että töihin käytetyllä ajalla olisi voinut tehdä parempiakin asioita.

23) ”**Olen huomannut**, että pelkkien muutosagenttien kautta toimiminen ei toimi, vaan **ihmiset pitää saada** inspiroitumaan muutoksesta. **Valitettavasti** kaikki eivät inspiroidu eivätkä koe muutosta tarpeelliseksi tai omakseen. Sellaisessa tilanteessa yhteistyötä ei kannata jatkaa.” (KL4)

24) ”Jos työuralta jää perintöä, niin **mieluummin** haluan tulla muistetuksi mullistavien juttujen perusteella kuin että olisi paperilla hyvä CV. Isoimmat menestystarinat maailmalla ovat sellaisia, että **työntekijät** ovat **kokeneet** muuttavansa maailmaa, eikä töihin mennä **vain** saamaan korvausta **menetetystä ajasta**.” (KL7)

Esimerkissä 25 johtaja käyttää esimerkkinä *henkilöä*, jonka varjolla hän antaa neuvoja. *Pitää*-verbi on dynaamista modaalisuutta eli se tarkoittaa välttämättömyyttä, mutta sen voimakkuutta on lievennetty konditionaalilla. Johtaja käyttää sanomisissaan nollapersoonaa, sillä hän tarkoittaa sanomisillaan ketä tahansa ihmistä, johon sanottu soveltuu (VISK §1347), eli toisin sanoen antaa neuvoja.

Esimerkissä 26 johtaja käyttää esimerkkinä *vetovastuussa olevaa ihmistä*. Hän korostaa tämän henkilön asemaa sanomalla hänen asemaansa *järkyttävään suureksi*. *Järkyttävään* on adjektiivin genetiivimuotoinen nominimäärite, joka ilmaisee intensiteetin astetta (VISK §677). Esimerkissä 26 *pystyä*-verbi on myös dynaamista modaalisuutta, mutta viittaa mahdollisuuteen välttämättömyyden sijaan. Johtaja on ikään kuin ulkoistanut itsensä tilanteesta: hän ei puhu itsestään *vetovastuussa olevana ihmisenä*, vaan hän puhuu heistä ulkopuolisena henkilönä. Hän ei ole sanomisissaan ehdoton, vaan kannustava neuvonantaja. Hän kuvailee, kuinka hänen neuvojaan noudattamalla on mahdollista päästä hyvään lopputulokseen.

25) ”Jos **henkilöllä** on vaikeaa työelämässä tai elämässä yleensä, **niin pitäisi aina muistaa, ettei voi tietää, mitä kaikkea hänellä siihen liittyy**. **Pitäisi aina olla ylimääräinen ymmärrys mukana**.” (KL2)

26) **Vetovastuussa olevalla ihmisellä** on tässä **järkyttävän suuri** rooli. Jos he **pystyvät** trivialisomaan itseään ja sanomaan että minä sössin, niin se on mandaatti muille kertoa ilman häpeää omat virheensä. (KL5)

Neuvomisdiskurssissa hyödynnetään nollapersoonan lisäksi passiivia. Näiden käytöllä alleviivataan sanoman koskettavan kaikkia. Esimerkissä 27 lause alkaa passiivimuotoisella verbillä *sanotaan*, joka saa johtajan sanomisien vaikuttamaan siltä, että kaikki ajattelevat näin. Seuraavassa virkkeessä taas hyödynnetään nollapersoonaa, jossa johtaja tarkoittaa sanomisillaan ketä tahansa ihmistä. Esimerkissä 28 passiivimuotoinen verbi *voidaan* häivyttää myös subjektin lauseesta, ja saa sanoman koskettamaan kaikkia. Johtaja ikään kuin ulkoistaa itsensä tilanteesta esimerkeissä 27, 28 ja 29: hän ei sano, että hänen itsensä on tehtävä jotain, vaan *johtajan tehtävä* (27) on tehdä jotain. Myös esimerkissä 29 johtaja ulkoistaa itsensä sanomalla, että *listayhtiö toimitusjohtajan elinikä on viisi vuotta*, ei hänen itsensä elinikä työpaikassaan.

27) ”**Sanotaan**, että yksikön päällikön ei pidä ottaa prikaatin murheita. Jos vastaa jostakin kokonaisuudesta, niin sitten keskittyy siihen. **Johtajan tehtävä** on tuoda yksittäiselle työntekijälle ymmärrys, että riittää, kun hoidat tämän. On plussaa, jos hän vielä ymmärtää oman merkityksensä kokonaisuuden kannalta”, Määttä sanoo. (KL2)

28) ”Kaiken ei tarvitse tähdätä siihen, että ihminen pärjää paremmin työelämässä. **Voidaan** kehittää yksilöä kokonaisvaltaisesti, että hän ylipäätään voi hyvin.” (KL2)

29) ”Näen tämän projektina. **Listayhtiön toimitusjohtajan elinikä on viisi vuotta**. Sinä aikana asiat on uudistettava.” (KL5)

Miehiin liitetystä tyypillisistä stereotypioista neuvomiskurssissa korostuvat avuliaisuus ja rationaalisuus (Aaltio-Marjosola 2001: 57; Heilman 2012: 115). Miesjohtaja on avulias antaessaan neuvojaan muille, ja rationaalinen, koska hän osaa perustella sanomisiaan.

5 PÄÄTÄNTÖ

Tutkimuksessani halusin selvittää, minkälaisilla diskursseilla miesten johtajuutta representoidaan Kauppalehti-julkaisussa. Kymmenen artikkelin aineistosta esille nousi kolme diskurssia: vaivattomuusdiskurssi, uudistumisdiskurssi ja neuvomisdiskurssi. Vaivattomuusdiskurssille ominaista on miesjohtajien urapolun ja siinä etenemisen kuvaaminen vaivattomana. Vaivattomuutta luodaan esimerkiksi sanavalinnoilla, kuten *siirtyä*-verbillä sekä metaforilla, kuten *tie vei*. Modaalisesti vaivattomuusdiskurssissa ei ole paljoa vaihtelua, vaan indikatiivilla asiat esitetään hyvin suoraviivaisina. Uudistumisdiskurssissa miesjohtaja haluaa aina uudistua, oppia uutta sekä luoda uutta. Uudistuminen kuvataan hänelle pakollisena ominaisuutena. Esimerkiksi verbi *oppia* esiintyy diskurssissa usein, ja uudistumista tuodaan esille mentaalisiin prosesseihin sekä konditionaalilla. Neuvomisdiskurssissa korostuu erityisesti relationaalinen prosessi: johtaja antaa neuvoja ja ilmaisee relationaalisella prosessilla, että asia aukottomasti on hänen sanomallaan tavalla. Passiivi ja nollapersoona saavat johtajan sanomiset koskettamaan kaikkia.

Nämä diskurssit luovat miesjohtajista kuvaa alansa asiantuntijoina, jotka haluavat kuitenkin koko ajan oppia lisää. Heidän urapolkunsu on vaivaton, eikä siinä eteneminen itsessään vaadi suuria ponnisteluja. On omasta henkilökohtaisesta halusta kiinni, haluaako johtaja uudistua, eikä eteneminen urapolulla ole siitä riippuvaista.

Esille nousseet diskurssit ovat tämän tutkimuksen kehyksessä hyvin sukupuolineutraaleja: pelkistä diskursseista ei pysty päättämään, olenko tutkinut mies- vai naisjohtajia. Näin ollen Kauppalehden voidaan ajatella saavuttaneen neutraaliuden ainakin sukupuolineutraaliuden suhteen, ja se on pystynyt toteuttamaan Alma Median tasa-arvo- ja yhdenvertaisuusperiaatteita. Kun kuitenkin otetaan huomioon Aaltio-Marjosolan (2001: 57) ja Heilmanin (2012: 115) esittelemät miehiin liitetyt stereotyyppiset luonteenpiirteet, voi näitä havaita diskursseista. Miehet kuvataan diskursseissa stereotyyppisesti päämäärätietoisina, neuvokkaina, rationaalisina, avuliaina ja itsenäisinä. Sukupuoli itsessään ei nouse merkittävään osaan toisin kuin esimerkiksi Koskelon (2018) tutkimuksessa, jossa jo ennakoasetelmassa ajateltiin sukupuolen olevan merkittävä asia naisjohtajille. Koskelo (2018: 24) huomasi tutkimuksessaan, että esimerkiksi naisten välinen yhteistyö nähdään tärkeänä naisten menestymisen kannalta. Hänen tutkimuksessaan nousi myös esille esimerkiksi sitoutumis- ja itseluottamusdiskurssi. Tällaista diskurssia ei noussut esille miesjohtajia käsittelevässä aineistossani. Voidaankin siis varovaisesti ajatella miesten aseman työelämässä olevan jo niin vakaata, ettei tällaisella aseman vakiinnuttamiselle ole tarvetta: miesjohtajien ei tarvitse erikseen korostaa olevansa sitoutuneita ja itsevarmoja, vaan he voivat jo antaa neuvojaan muille sekä keskittyä itsensä kehittämiseen. On kuitenkin huomioitava, että tutkimukseni aineisto on hyvin suppea: se kattaa vain yhden median 10

julkaisua. Suoria yleistyksiä ei saamieni tulosten pohjalta voi siis tehdä, mutta ne antavat hieman suuntaa.

Kun naisjohtajien pitää vakuutella asemaansa, miesten ei tarvitse. Yritysten johtajat ovat avainpaikoilla arvojen ja kulttuurien tuottajina yrityksessään (Aaltio-Marjosola 2001: 44). Heidän toimintansa vaikuttaa niin yrityksen sisäiseen elämään kuin myös ulkopuoliseen esimerkiksi medianäkyvyyden ansiosta. Löytämistäni diskursseista ja representaatioista voi havaita piileviä stereotyyppisiä luonteenpiirteitä, vaikka päälle päin ne näyttävät sukupuolineutraaleilta. Tutkimustulokseni voivat antaa ajattelemisen aihetta, sillä kaikkia stereotyyppioita ei välttämättä huomaa heti, vaan niitä pitää kaivella syvemmillä. Jatkossa esimerkiksi toimittajat voisivat kiinnittää vielä enemmän huomiota omaan kirjoittamistyyliinsä ja pohtia, vaikuttavatko yleiset stereotyyppiat heidän tuottamaansa tekstiin. Kuvaisivatko he esimerkiksi naisjohtajien urapolkua aina vaivattomaksi, vai liittyykö tämä pelkästään miesjohtajiin?

Miesten ja naisten mahdolliset erilaiset representaatiot luovat erilaisia mielikuvia. Jatkotutkimuksissa olisikin mielenkiintoista tehdä samanlainen analyysi naisjohtajista kertoviin uutisiin ja artikkeleihin sekä verrata niistä esille nousseita diskursseja miesjohtajien vastaaviin: minkälaista tarinaa nämä kertovat yritysjohtajista? Media ylläpitää arvoja ja normeja (Kunelius 2003: 192) ja uusintaa vallitsevan maailmanjärjestyksen mukaista maailmankuvaa (Fairclough 1997: 69). Erilaisia median käsittelemiä aiheita tutkimalla saakin ajankohtaista tietoa siitä, minkälainen maailmankuva on valalla, ja missä tilanteessa erilaiset asiat ovat.

LÄHTEET

- Aaltio-Marjosola, Iris 2001: *Naiset, miehet ja johtajuus*. Helsinki: WSOY.
- Alma Media 2023a: *Vastuullinen sijoitus*. <https://www.almamedia.fi/sijoittajat/alma-media-sijoituskohteena/vastuullinen-sijoitus/> 2.5.2023.
- Alma Media 2023b: *Kauppalehti*. <https://www.almamedia.fi/mainostajat/mediat-ja-palvelut/talous-ja-ammattilaismediat/kauppalehti/> 5.2.2023.
- Alma Talent: *Käyttöehdot – Alma Talent Digipalvelut*. <https://www.almatalent.fi/kayttoehdot/> 5.2.2023.
- Fairclough, Norman 1995: *Critical discourse analysis: The critical study of language*. London: Longman.
- Fairclough, Norman 1997: *Miten media puhuu*. Tampere: Vastapaino.
- Hall, Stuart 1997: The work of representation – Hall, Stuart (toim.) *Representation: cultural representations and signifying practices* s. 13–64. London: Sage Publications.
- Halliday, Michael. & Matthiessen, Christian 2014: *Halliday's Introduction to Functional Grammar*. Abingdon: Routledge.
- Heilman, Madeline 2012: Gender stereotypes and workplace bias. *Research in Organizational Behavior*. Volume 32, s. 113–135. <https://doi.org/10.1016/j.riob.2012.11.003> 21.3.2023.
- Kangas, Emilia, Lämsä, Anna-Maija & Heikkinen, Suvi 2016: Miesjohtajien isyysdiskurssit. *Työelämän tutkimus*, 14 (3) s. 257–275. Haettu osoitteesta <https://journal.fi/tyoelamantutkimus/article/view/86995> 21.3.2023.
- Katainen, Antti, Keski-Petäjä, Miina & Lipasti, Laura 14.12.2017: Naisten osuus yritysten ylimmässä johdossa kasvaa hitaasti. *Tilastokeskus*. Haettu osoitteesta https://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2017/naisten-osuus-yritysten-ylimmassa-johdossa-kasvaa-hitaasti/#_ftn1 8.5.2023.
- Koskelo, Anna-Kaisa 2018: *"Vaikuttavat naiset muodostavat inspiroivien naisten ketjun": Naisten käsityksiä hyöistä johtajuudesta suhteessa sukupuoleen*. Kandidaatintutkielma. Jyväskylän yliopiston kieli- ja viestintätieteiden laitos. – <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/57803> 21.3.2023.
- KS = Kielitoimiston sanakirja. Kotimaisten kielten keskuksen verkkojulkaisuja 35. Helsinki: Kotimaisten kielten keskus ja kielikone Oy 2020. – Kielitoimiston sanakirja 15.2.2023.
- Kunelius, Risto 2003: *Viestinnän vallassa: Johdatusta joukkoviestinnän kysymyksiin*. Helsinki: WSOY.
- Kupiainen, Mari 2019: *Osaamisen sukupuoli: Miten asiantuntijuus rakentuu sukupuolta ja osaamista koskevilla diskursseilla*. Väitöskirja. Turun yliopiston historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos. – <https://www.utupub.fi/handle/10024/148138> 18.11.2022.
- Lehti, Lotta, Haapanen, Lauri & Käätä, Liisa 2018: Diskurssintutkimus – monitieteinen ja monimenetelmäinen ala. – *Diskurssintutkimuksen menetelmistä. On the methods in discourse studies*. AFinLA-e. Soveltavan kielitieteen tutkimuksia 2018 / n:o 11. 4–19. haettu osoitteesta <https://journal.fi/afinla/article/view/75057> 4.4.2023.
- Luukka, Minna-Riitta 2002: *M.A.K. Hallidayn systeemis-funktionaalinen kielitiede*. – Hannele Dufva & Mika Lähtenmäki (toim.), *Kielentutkimuksen klassikoita* s. 89–123. Jyväskylä: Soveltavan kielentutkimuksen keskus, Jyväskylän yliopisto.
- Niemi, Mari K., & Pitkänen, Ville 2017: Gendered use of experts in the media: Analysis of the gender gap in Finnish news journalism. *Public Understanding of Science*, 26(3), 355–368. Haettu osoitteesta <https://doi-org.ezproxy.jyu.fi/10.1177/0963662515621470> 2.5.2023.
- Phillips, Nelson & Hardy, Cynthia 2002: *Discourse analysis*. California: Sage Publications. <https://dx.doi.org/10.4135/9781412983921>
- Pietikäinen, Sari 2000: Kriittinen diskurssintutkimus – Sajavaara, Kari & Piirainen-Marsh, Arja (toim.), *Kieli, diskurssi & yhteisö* s. 191–217. Jyväskylän yliopisto, soveltavan kielentutkimuksen keskus.
- Pietikäinen, Sari & Mäntynen, Anne 2019: *Uusi kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino.
- Powell, Gary, & Graves, Laura 2003: *Women and men in management*. California: Sage Publications.
- Pynnönen, Anu 2013: *Diskurssianalyysi: Tapa tutkia, tulkita ja olla kriittinen*. University of Jyväskylä. <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/42412> 21.3.2023.

- Pynnönen, Anu 2015: Varjosta valokeilaan: Kriittisiä diskurssianalyseja huonosta johtamisesta. Väitöskirja. Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulun liiketoimintatieteiden osasto. – <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/46572> 18.11.2022.
- Rosén, Frida & Aurich, Karin 2010: The Images of Top Leaders: A study on how women and men holding position as a top leader are described by print media. Haettu osoitteesta <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:liu:diva-57266> 21.3.2023.
- Saguy, Abigail C. & Williams Juliet A. 2019: Reimagining Gender: Gender Neutrality in the News. *Signs: Journal of Women in Culture and Society* 44(2) s. 465–489. Haettu osoitteesta <https://doi.org.ezproxy.jyu.fi/10.1086/699369> 2.5.2023.
- Seppänen, Janne & Väliaverron, Esa 2012: *Mediayhteiskunta*. Tampere: Vastapaino.
- Sheridan, Alison & O'Sullivan, Jane 2006: *Man oh Man! Looks Like a Leader to Me*. Haettu osoitteesta https://www.researchgate.net/publication/305281933_Man_oh_Man_Looks_Like_a_Leader_to_Me 21.3.2023.
- Shore, Susanna 2012a: Kieli, kielenkäyttö ja kielenkäytön lajit systeemis-funktionaalisessa teoriassa. Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä & Mikko Lounela (toim.), *Genreanalyysi – tekstilajitutkimuksen käsikirja*, s. 131–157. Gaudeamus: Kotimaisten kielten keskuksen julkaisuja 169.
- Shore, Susanna 2012b: Systeemis-funktionaalinen teoria tekstien tutkimisessa. Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä & Mikko Lounela (toim.), *Genreanalyysi – tekstilajitutkimuksen käsikirja*, s. 158–185. Gaudeamus: Kotimaisten kielten keskuksen julkaisuja 169.
- Suhonen, Ella-Maria 2021: *Sanna Mariniin ja Alexander Stubbiin liitetyt diskurssit Helsingin Sanomissa*. Maisterintutkielma. Jyväskylän yliopiston kieli- ja viestintätieteiden laitos. – <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/75894> 21.3.2023.
- Tiinanen, Pekka 1989: Yritysjohtajien julkisesta kuvasta. *Media & Viestintä*, 12(4) s. 48–51. Haettu osoitteesta <https://journal.fi/mediaviestinta/article/view/74029> 21.3.2023.
- Van Dijk, Teun A. 1988: *News as discourse*. New Jersey: Erlbaum.
- VISK = Auli Hakulinen, Maria Vilkuna, Riitta Korhonen, Vesa Koivisto, Tarja Riitta Heinonen ja Irja Alho 2004: *Iso suomen kielioppi*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. – <http://scripta.kotus.fi/visk> 15.2.2023.

AINEISTOLÄHTEET

- KL1 = *Kauppalehti* 11.8.2021: ”Älä mieli liikaa” – Toimitusjohtaja pörräsi teekkarivuodet opiskelijapolitiikassa ja siitä oli työuralle pelkkää hyötyä. (Korpimies, Annika) – <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/ala-mieti-liikaa-uraa-toimitusjohtaja-porrasi-teekkarivuodet-opiskelijapolitiikassa-ja-siita-oli-tyouralle-pelkkaa-hyotya/2ba858ef-bbfc-40e4-b539-71e66455182a>
- KL2 = *Kauppalehti* 3.2.2022: Vapaus mullistaa työelämän, usko kadettikoulun jälkeen sotilasuran hylännyt Lassi Määttä – Palasi vuosien sapattivapaalta johtamaan Baronaa. (Toivio, Tuula) – <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/vapaus-mullistaa-tyoelaman-uskoo-kadettikoulun-jalkeen-sotilasuran-hylannyt-lassi-maatta-palasi-vuosien-sapattivapaalta-johtamaan-baronaa/701b70f9-70db-4fa9-930e-830f287a150f>
- KL3 = *Kauppalehti* 26.3.2022: Matias Henkola on Suomen nopein toimitusjohtaja, jonka yritys sähköistää suomalaista autoleasingia hurjaa tahtia. (Nikula, Paula) – <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/matias-henkola-on-suomen-nopein-toimitusjohtaja-jonka-yritys-sahkoistaa-suomalaista-autoleasingia-hurjaa-tahtia/9385ae5c-d38c-42a5-8efa-d5c2d4ba8b92>
- KL4 = *Kauppalehti* 2.5.2022: Panu Routila sai potkut Konecranesin toimitusjohtajan paikalta ja ryhtyi tutkimaan johtamistaan – Arvioi menestyneensä hyvin. (Toivio, Tuula) –

- <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/panu-routila-sai-potkut-konecranesin-toimitusjohtajan-paikalta-ja-ryhtyi-tutkimaan-johtamistaan-arvioi-menestyneensa-hyvin/5abe78a9-3801-4933-84ec-adce4866f938>
- KL5 = *Kauppalehti* 7.9.2022: Tällainen on Jari Sarasvuon ylistämä ”superrehti” yritysjohtaja – ”Pieni vivahde basaarikauppiasta”. (Eskola, Hanna) – <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/tallainen-on-jari-sarasvuon-ylistama-superrehti-yritysjohtaja-pieni-vivahde-basaarikauppiasta/503d3e80-3520-4dd4-8ff4-eeee43d4c3>
- KL6 = *Kauppalehti* 19.9.2022: Vuoden yritysjohtaja osaa tehdä kengän alusta loppuun itseen – ”Empatiakykyä voisin vielä kehittää”. (Nikula, Paula) – <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/vuoden-yritysjohtaja-osaa-tehda-kengan-alusta-loppuun-itsekin-empatiakyky-voisin-viela-kehittaa/f1f96246-fcd8-463f-8444-eb717c833759>
- KL7 = *Kauppalehti* 16.10.2022: ”Olen aika monta ruohikkoa päässyt katsomaan työurani varrella” – A-insinöörien uudella hankejohtajalla poikkeuksellinen tausta rokkibändistä kiinteistöyhtiön vetäjäksi. (Airaksinen, Annastiina) – <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/olen-aika-monta-ruohikkoa-paassyt-katsomaan-tyourani-varrella-a-insinöörin-uudella-hankejohtajalla-poikkeuksellinen-tausta-rokkibandista-kiinteistoyhtion-vetajaksi/7d31b258-1629-4504-84b9-5df08c52b476>
- KL8 = *Kauppalehti* 11.12.2022: Näin Jussi Tolvanen kasvoi inhimilliseksi johtajaksi: ”Työelämässä ei tarvitse esittää, että kaikki on aina hyvin”. (Korpimies, Annika) – <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/johtamisen-uusi-savel-tyoelamassa-ei-tarvitse-esittaa-etta-kaikki-on-aina-hyvin/62de2406-ca9f-40fd-8619-5057678889c1>
- KL9 = *Kauppalehti* 23.12.2022: Atrian keväällä jättävä Juha Gröhn on nähnyt lihasektorin mullistukset – Lihapomon joulukinkun valmistus on ison luokan show, jossa pääosaa näyttelee vanha saunanpata. (Perttula, Anna-Elina) – <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/atrian-kevaalla-jattava-juha-grohn-on-nahnyt-lihasektorin-mullistukset-lihapomon-joulukinkun-valmistus-on-ison-luokan-show-jossa-paaosaa-nayttelee-vanha-saunanpata/11814eff-d448-4e82-855b-85ffcb648cda>
- KL10 = *Kauppalehti* 9.1.2023: ”Tippa tuli silmään, kun puhelimet alkoivat soida” – Suomen energiateollisuus auttaa Ukrainaa elpymään. (Nikula, Paula) – <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/tippa-tuli-silmaan-kun-puhelimet-alkoivat-soida-suomen-energiateollisuus-auttaa-ukrainaa-elpymaan/138f6301-65c7-463f-ac55-21a9bbce41ea>

