

# Tutkimus naistenlehtien konseptin syntyvaiheista

**Heli Ahonen**

**Toiminnan teorian ja kehittävän työntutkimuksen yksikkö, Helsingin  
yliopisto**

[heli.ahonen@helsinki.fi](mailto:heli.ahonen@helsinki.fi)

Maija Töyry: *Varhaiset naistenlehdet ja naisten elämän ristiriidat. Neuvotteluja lukijasopimuksista*. Väitöskirja Helsingin yliopisto, Viestinnän laitos, Viestinnän julkaisuja 10, 2005. Gummerus Kirjapaino Oy.  
maiya.toyry@uia.fi

*Maija Töyry kertoo väitöskirjansa esipuheessa tutkimusintressinään olleen selvittää, miksi naistenlehdet ovat sellaisia kuin ovat. Kysymys johti hänet tutkimaan suomalaisten naistenlehtien historiaa ja lajityypin kehitystä. Toimintakonseptin kehittäjien näkökulmasta väitöskirja on hyvin mielenkiintoinen. Tutkimus pyrkii ymmärtämään naistenlehden tuotannon, lehtien sisällön ja yleisösuhteen muodostamaa kokonaisuutta konseptin käsitteen avulla.*

*Esittelen alla ensin lyhyesti tutkimusaineiston ja analyysivälineet, joista tarkemmin konseptin kolmetasoisena käsitteenä. Sitten kerron niistä kahdesta näkökohdasta, joita tutkimus sai minut erityisesti pohtimaan eli ristiriidan merkitystä konseptin muodostumiselle ja konseptia toimialan kehittelykohteena.*

## TUTKIMUKSEN AINEISTO JA ANALYYSIVÄLINEET

Tutkimus käsittelee suomalaisen naistenlehdistön synty- ja alkuvaiheita 1780-luvulta 1920-luvulle. Se sisältää analyysit tuon kauden viidestä naistenlehdestä: ”Om konsten att rätt behaga”, ”Aura, Veckoskrift för Skönlitteratur”, ”Från närä och fjerran, Litteraturblad för Finlands Qvinnor”, ”Koti ja Yhteiskunta” ja ”Kotiliesi” (ensimmäinen vuosikerta 1923).

Analyysin välineet tutkija rakentaa kahdesta suunnasta. *Konseptia* (Virkkunen, 2002, 2004) käytetään analyysivälineenä seuraavien asioiden muodostaman kokonaisuuden tarkastelussa: lehden talouden järjestelyt, tekijöiden työ ja lehden sisällöt, lukijoiden tarpeet ja mediamaiseman näkökulmat ja niihin liittyvä teoreettinen ajattelu. Toinen

analyysivälineistön pääkäsite on *sukupuolijärjestelmä* (Hirdman, 1990, Julkunen ja Rantalaiho, 1989).

## KOLMETASOINEN KONSEPTI

Töyry valitsi konseptin käsitteen, koska yhtenäistä naistenlehteä koskevaa teoreettista käsitteistöä ei löytynyt. Konseptilla tarkoitetaan ”jonkin tuotteen tai toiminnan toistettavissa olevaa perusratkaisua”. Tutkimus tarkasteli lehtien konsepteja kolmella tasolla (Virkkunen, 2002).

Ensimmäisen tason muodostavat konseptin toiminnalliset osat, kuten tutkittujen naistenlehtien talouden perustat (kustantaja, tilaukset, mainokset, tuki jne) ja visuaalinen ja journalistinen sisältö. Tämäntasoisella analyysillä saatiin aineksia määrittellä lehtien edustamien lajityyppien lähtökohtia (esseelehti, järjestölehti, kuluttajalehti jne).

Konseptin toisen tason muodostaa se arkkitehtuuri, jolla toiminnalliset osat on yhdistetty toisiinsa. Toisen tason analyysissä pohdittiin lehtien sisältöjä ja niiden suhdetta eri aikoina suomalaisessa yhteiskunnassa vallinneisiin sukupuolisopimuksiin, toisin sanoen sukupuolisopimuksen kahteen logiikkaan, sukupuolten erillisyyteen ja miehisen normin ensisijaisuuteen.

Konseptin kolmannen tason muodostavat ne tavoitteet ja arvot, jotka ohjaavat toimintaa kahdella aiemmalla tasolla. Tutkija oletti, että naistenlehden konsepti on kestävä siinä tapauksessa että se onnistuu tuottamaan ratkaisun lukijan elämän kannalta relevanttiin ristiriitaan. Siksi kolmannen tason analyysillä jäljitettiin lehtien suoraan tai peitellysti esittämistä ristiriidoista ja ratkaisuista lehtien arvoja ja tavoitteita.

Tasotarkastelu jakaa konseptin rakenneosiksi, mutta kokonaisuutena konseptin käsite on tutkimuksessa dynaaminen ja elävä, koska osat nähdään historiallisesti muuttuvina ja monin tavoin vuorovaikutuksessa keskenään. Konseptianalyysillä sai johdonmukaisen ja monipuolisen kuvan naistenlehtien varhaisvaiheista. Seuraavassa esittelen kaksi

näkökohtaa, jotka tuntuivat erityisen inspiroivilta: konseptin ja ristiriidan suhde sekä konseptin toimialakohtainen kehitys.

## KONSEPTIN JA RISTIRIIDAN KOHTALONYHTEYS

Tutkimuksen hypoteesi on, että ”naistenlehtiä julkaistaessa niiden sisältöön valitaan eri tavoin painotettuina erilaisia aihepiirejä ja käsittelytapoja, jotka liittyvät kulloinkin yhteiskunnassa vallitsevaan sukupuolisopimukseen” (s. 18). Keskeisiä lisäkäsitteitä, joilla hypoteesia tutkitaan, ovat *lukijapaikka* ja *lukijasopimus*.

Lukijapaikka viittaa siihen, millaiselle fiktiiviselle mallilukijalle (”sisäislukijalle”) tekstit suunnattiin. Naistenlehdeksi lehti määrittyy tarjoamalla sisällöissään ja esitystavoissaan lukijapaikan naisille, erityisesti sellaisina jollaiseen suuntaan lehti haluaa naisten yhteiskunnassa kehittyvän.

Lukijasopimuksen Töyry on hahmotellut käsitteeksi, jolla voidaan kuvata yleisön ja lehden suhteen muodostumista. Tekstit siis ohjaavat lukijaa ja suostuttelevat häntä jakamaan lehden esittämiä mielipiteitä – todellinen lukija ja tekstin sisälle kirjoitettu lukija erotetaan näin toisistaan analyttisesti. ”Lehti neuvottelee lukijan kanssa”, tutkija kiteyttää (s. 86) suhteen, jossa lukija peilaa lehden tarjoamaa yhteiskunnallista paikkaa käsitykseen itsestään ja elämästään. Lehden jatkuvuus ja samalla taloudellisen perustan vakaus riippuu sopimusneuvottelun onnistumisesta.

Oleellista lehden ja lukijoiden välisissä neuvotteluissa on, että lehden tarjoama aineisto lupaa ratkaisun johonkin lukijan elämän ristiriitaan. Esimerkiksi Koti ja Yhteiskunta, jota Suomen Naisyhdistys julkaisi 1889-1911, käsitteli naisten julkisen roolin ja kodinhoitajan tehtävien välistä jännitettä useilla naisen elämän alueilla. Lehti nosti tavoitteeksi ja sukupuolisopimusta koskevan neuvottelun kohteeksi kuitenkin vain naisten koulutuksen parantamisen. Sukupuolten erillisyys kyseenalaistettiin koulutuksen mutta ei kodin alueella.

Kodin ja Yhteiskunnan oli tarjottava myös ratkaisuja esittämäänsä ristiriitaan naisen itsenäisyyden vaatimusten ja sukupuolten välisen työnjaon hyväksymisen välillä, jos se halusi ylläpitää lukijasopimusta ja siten turvata jatkuvuutensa. Lehden ratkaisu oli kotiteollistuminen keinona tuoda naisen käyttöön rahaa. Töyry kiinnittää huomiota siihen, että lehdet käyttävät erityisesti me-muotoista tekstiä tarjotessaan suoraan lukijoilleen ratkaisuja ristiriitaan.:

”Tähän asti me naiset olemme toimineet tällä alalla [puutarhanhoito] enimmäkseen huviksemme tai vaan kotitarpeiksi, emmekö voisi vast’edes tehdä siitä varsinaista ansioalaa tai ainakin hankkia sitä tietä itsellemme hyviä sivutuloloja?”, tutkimuksessa lainataan lehden numeroa vuodelta 1889.

Töyryn mukaan Kodin ja Yhteiskunnan ilmestymisen aikoina maassamme nähtiin yleisemminkin ”yhteiskuntaa tervehdyttävä käsityö” suositeltavampana tapana teollistua kuin ”sosiaalisia ongelmia aiheuttava tehdasteollisuus”. Toisin sanoen lehden tarjoama ratkaisu sopi esiteolliseen ja köyhään Suomeen.

Koti ja Yhteiskunta oli järjestölehti, jonka konsepti vastasi alunperin aktiivisen naisliikkeen ja yhteiskunnallisen keskustelun tarpeita. Loppuaikoinaan se alkoi analyysin mukaan lähestyä naisten kuluttajalehteä mutta ei kuitenkaan uudistunut riittävästi vastaamaan kulutus- ja teollisuusyhteiskunnan nousun eikä järjestökentän poliittisen uudelleenmuotoutumisen haasteisiin. Lehti lakkautettiin lukijoiden kaikutessa, lukuunottamatta käsityö-liitettä, joka jatkoi omana lehtenään.

Kotiliesi taas oli aluksi lähellä järjestölehteä mutta kehittyi nopeasti konseptiltaan ensimmäiseksi selväksi naisten kuluttajalehdeksi. Kotilieden ensimmäisestä vuosikerrasta tehty analyysi paljastaa piilokonfliktin, jonka avointa käsittelyä lehti vältti: päämääränä oli sivistynyt perheenäiti mutta samalla lehti pani merkille naisten osallistumisen työelämään. Esimerkiksi lehden fiktiivisissä teksteissä esiintyi usein virkanainen päähenkilönä samaan aikaan kun muissa teksteissä pidettiin sukupuolten työnjakoa selvänä – mies elättää ja nainen hoitaa kodin.

Ratkaisu, jota Kotiliesi tarjosi, oli nostaa nainen kodin johtajaksi ja kehittäjäksi. Ensinnäkin lehden päämääränä oli edistää kotitalouspolitiikkaa. Töyry toteaa, että lehden konsepti sekä edellytti että tuotti lukijakseen naiskansalaista, jolla on poliittisia vaatimuksia valtiovallalle koskien kotiin, perheeseen ja kuluttamiseen liittyviä kysymyksiä.

Toiseksi Kotiliesi tarjosi naisille ristiriidan ratkaisuksi kodin kehittämistä kuluttamalla. Naisen kulttuuritehtäväksi nähtiin järjestyksen, siisteyden ja täsmällisyyden ylläpitäminen ja se tulkittiin nyt asunnon ja keittiön kehittämiseksi. Mies tuo kyllä rahan mutta nykyaikaisen naisen tavoitteena on kodinhoito modernein laittein ja tieteellisin menetelmin. Eli nainen toteuttaa itsenäisyyttään ostamalla tarjolla olevia uusia tuotteita kotiin. Lukija oletetaan ilmeisen keskiluokkaiseksi, mutta kuten Töyry huomauttaa, varattomatkin saattoivat samaistua kuluttamisen ideaan.

Naistenlehden konseptin muutos kuluttajalehdeksi ankkuroidaan tutkimuksessa siis mielenkiintoisella tavalla massatuotannon yhteiskunnan syntyyn ja kasvuun. Kotiliedestä kehittyi nopeasti moniääninen makasiinilehti – nykyisin tyypillinen aikakauslehden laji – jonka taloudellisesta perustasta yhä merkittävämpi osuus syntyi ilmoitusmyynnistä. Lehden päämääränä oli tehdä naisista kodin kehittäjiä, joiden huomiota ilmoittajat etsivät, tai kuten Töyry ilmaisee, ”journalistisesta sisällöstä kiinnostuneet lukijat ikäänkuin jälleenmyydään toisessa roolissa eli kuluttajina heistä kiinnostuneille ilmoittajille” (s. 259). Journalistinen ja ilmoituksellinen aineisto tukevat toisiaan sekä sisällöllisesti että taloudellisesti.

## KONSEPTIT TOIMIALAN OPPIMISEN JA KILPAILUN KOHTEINA

Väliotsikko on oma tulkintani toisesta erityisen mielenkiintoisesta näkökohdasta, jota Töyryn tutkimus sai pohtimaan. Se liittyy läheisesti edellä esitettyyn eli konseptin ankkuroitumiseen yhteiskuntaperäisiin ristiriitoihin ja niiden ratkaisuyrityksiin.

Kunkin tutkimusaineistona olevan lehden synty ja kehitys kytetään tutkimuksessa toimialan yleisempään kehitykseen ja kansainvälisiin esikuviin. Töyry osoittaa

yksityiskohtaisesti, miten nykyisin vallitseva naistenlehden konsepti, makasiinityyppinen kuluttajalehti, muotoutui monien kehityspolkujen kautta. Esimerkiksi Yhdysvalloissa niiden esiäitejä olivat sanomalehtien naisille suunnatut osastot yhtäältä ja muoti- ja tuotekatalogit toisaalta. Samaten Englannissa ilmestyi 1800- ja 1900-luvun taitteen tienoilla lukuisia kotiin keskittyviä, keskiluokalle ja alemmalle keskiluokalle tarkoitettuja lehtiä, joista osa eli pitempään, monet vain vähän aikaa.

Lehtiä syntyi siis paljon, niiden konseptit kehittyivät jäljitellen ja oppien ja kilpailu lukijoista ja ilmoittajista sitten karsi jäljelle ne, joiden konseptissa oli onnistuttu parhaiten huomioimaan molempien tarpeet. Analyysia voidaan tulkita myös niin, että konseptin kehittäminen on pyrkimystä hallita vaihtoarvo / käyttöarvo –ristiriitoja käytännön muutoksin, vaikka Töyry ei näitä käsitteitä analyysissa käytäkään.

Suomessa ilmestyi perhe- ja kuvalehtiä jo 1860-luvulta lähtien ja osa niiden sisällöistä oli suunnattu äideille ja perheenemännille. Tutkittujen naistenlehtien historia kuitenkin osoittaa, miten tähdellisiä ulkomaiset esikuvat olivat niiden perustamiselle ja konseptien kehittämiselle. Järjestölehdissä kuten Kodissa ja Yhteiskunnassa esikuvat löytyivät päätoimittajan kansainvälisten naisjärjestökontaktien ansiosta. Kotiliettä kustansi WSOY ja sen esikuva oli ruotsalainen Husmodern.

Vaikka esikuvat ovat löydettävissä, Töyry painottaa, että suomalaisten naistenlehtien konseptit ovat aina syntyneet muokkaamalla ulkomailta omaksuttuja esikuvia kotimaisiin oloihin. Tämä konseptin toimialakohtaisuutta täydentävä paikallinen yhteiskunnallis-historiallinen erityisyys on uskottava väite. ”Naistenlehden konseptia ei voi rakentaa sellaiselle konfliktille, jonka ratkaisumalleja ei voida tarjota lehden sivuilla niissä olosuhteissa, jotka kulloinkin yhteiskunnassa vallitsevat” (s. 294).

Tutkimus kertoo, kuinka lehdille käy kun niiden konsepti ei enää löydä vastakaikua lukijoidensa elämästä, kuten esimerkiksi Kodin ja Yhteiskunnan tapauksessa. Toisaalta se viittaa myös siihen, miten pitkälle kantava on konsepti, joka on syntynyt ja elänyt

massatuotannon ja –kulutuksen yhteiskunnallisesta ja taloudellisesta dynamiikasta, kuten Kotiliesi.

## LOPUKSI HYPPÄYS TOISEEN AIKAAN JA MEDIAAN...

Maija Töyryn tutkimus keskittyy naistenlehtien varhaisvaiheisiin. Se vaikuttaa hyvältä rajaukselta, sillä konseptin kolme tasoa ja muutosdynamiikka hahmottuvat selkeästi. Analyysien anti ei kuitenkaan perustu vain historialliseen mielenkiintoon vaan tuo vähän väliä ajatukset nykypäivään. Miten monisyisesti kuluttajan / lukijan ja ilmoitusten / journalistisen aineiston suhteet ovat sittemmin kietoutuneet toisiinsa lehtien konsepteissa? Millainen käsitys meillä on paikastamme kokonaisuudessa?

Mieleen tulee äskettäin esitetty Simpsonien jakso, jossa Bart tokaisee mutkattomaan tapansa, että tv-mainokset voi hyvin jättää katsomatta. Homer, tuo kaikkien massatuotteiden kuluttamisesta sopimukset neuvotellut aikalaisemme, torjuu ajatuksen parahtaen: “Sehän olisi kuin telkkarilta varastamista!”

### **Väitöskirjan peruskäsitteiden viitteet:**

Hirdman, Yvonne (1990). Genussystemet. Teoksessa Demokrati och Makt i Sverige. Maktutredningens huvudraport 1990:44. Göteborg: Graphic Systems.

Julkunen, Raija, Rantalaiho, Liisa (1989). Hyvinvointivaltion sukupuolijärjestelmä: tutkimussuunnitelma. Jyväskylän yliopiston yhteiskuntapolitiikan laitoksen työpapereita, 56. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Virkkunen, Jaakko (2002). Konseptien kehittämisen osaamisen johtamisen haasteena. Teoksessa Virkkunen Jaakko (toim.) Osaamisen johtaminen muutoksessa. Ideoita ja kokemuksia toisen sukupolven knowledge managementin kehittelystä. Työelämän kehittämisohjelma Raportteja 20. Helsinki: Työministeriö.

Virkkunen, Jaakko (2004). Toimintakonseptin osallistava kehittäminen – tekijät mukaan uudistamistyöhön. Konsepti –verkkolehti nro 1 ([www.muutoslaboratorio.fi/konsepti](http://www.muutoslaboratorio.fi/konsepti))