



Kuvitus: Meeri Hentilä

Loppuraportti ja suositukset

Journalismin moniäänisyyden mittaaminen

Moniäänisyysmittari – Journalismin moniäänisyyttä mittaamassa
ja kehittämässä -hanke 2021–2022

Matleena Ylikoski
Tutkimuskeskus Comet, Tampereen yliopisto



MEDIA-ALAN  TUTKIMUSSÄÄTIÖ

Tutkimuskeskus COMET
Informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunta
Tampereen yliopisto
10.2.2023
Kuvitus: Meeri Hentilä
Taitto: Riitta Yrjönen
ISBN 978-952-03-2827-6 (verkkójulkaisu)



Journalismin, viestinnän ja
median tutkimuskeskus
Tampere Research Centre for
Journalism, Media and Communication

Tiivistelmä

Journalismia syytetään usein puolueellisuudesta. Joskus väitteet kuitataan median puolelta sillä, että tilanne on hyvä, kunhan palautetta tulee tasaisesti oikealta ja vasemmalta. Viime vuosina, yleisön äänenpainojen koventuessa ja yhteiskunnan vastakkainasettelujen vahvistuessa, moni media-alan ammattilainen on alkanut kaivata jotain kättä pidempää journalismin moniäänisyyden ja tasapuolisuuden varmentamiseksi.

Ketkä todella pääsevät ääneen journalismissa? Keiden ääni on yli- tai aliedustettuna? Kenen ääni julkisesta keskustelusta puuttuu? Näihin kysymyksiin pyrki vastaamaan Moniäänisyysmittari, analytiikkaohjelmisto, jota on kehitetty ensin Sopiva – Sovittelujournalistit ry:n Uutisraivaaja-innovaationa¹, sittemmin Tampereen yliopiston Tutkimuskeskus Cometin tutkimushankkeena².

Moniäänisyysmittari-tutkimushankkeessa laajaa moniäänisyyden käsitettä on lähestytty journalismin lähteiden näkökulmasta. Tällöin moniäänisyys muodostuu siitä, miten monipuolisesti yhteiskunnan eri ryhmät, toimijat ja yksittäiset henkilöt pääsevät ääneen journalismin sisällöissä.

Moniäänisyysmittari tunnistaa suurista tekstimassoista koneellisesti, ketkä henkilöt tai tahot siellä päästetään ääneen suoraan tai epäsuorasti siteeraamalla. Mittari tunnistaa ääneen pääsevien henkilöiden nimet, sukupuolet, tittelit ja taustaorganisaatiot – eli antaa varsin kattavan kuvan siitä joukosta, joka journalistisessa julkisuudessa puhuu. Yksittäisen median lähdekattausta voi tarkastella joko kokonaisuutena tai rajatusti aihepiirin, julkaisuajan tai uutisten kirjoittajien mukaan.

Journalismin lähteiden luotettava tunnistaminen on moniäänisyyden mittaamisen ensimmäinen askel. Tätä ja mittaamisen muita askelia on kuvattu näissä suosituksissa.

Tekstin tavoite on koota yhteen hajallaan olevaa tietoa journalismin moniäänisyyden mittaamisesta ja erilaisista mittareista, sekä tarjoilla sitä konkreettisesti muodossa niille medioille ja journalismin ammattilaisille, jotka ovat kiinnostuneita oman työnsä moniäänisyydestä ja sen kehittämistä. Teksti tarjoaa vastaukset kysymyksiin, **miten journalismin moniäänisyyttä voi mitata ja miten edetä mittaamisen prosessissa ongelmanasettelusta ratkaisukeinon valintaan ja tavoitteiden asettamiseen**. Tämä raportti perustuu tutkimushankkeen aikana tehtyyn kehitystyöhön, sen aikana käytiin keskusteluihin ja tehtiin haastatteluihin.

1 <https://www.sopiva.org/blog/2021/02/19/media-alan-tutkimussaatio-myonsi-rahoituksen-moniaanisyyksmittarin-kehittamiselle/>

2 www.moniaanisyyksmittari.fi

Moniäänisyyden mittaaminen ei ole pelkästään tekninen prosessi. Päin vastoin, se on ennen kaikkea laadullinen, journalismieettinen haaste. Siksi jokaisen median on tehtävä moniäänisyystyönsä itse. **Tekstin sivussa kulkevat Kokeile tätä -laatikot muodostavat askelmerkit medioiden omille moniäänisyysprojekteille. Tämä projekti saattaa johtaa moniäänisyysmittarin käyttöönottoon, mutta ei välttämättä.**

Lisäksi tekstistä on nostettu puhekuplissa esille erilaisten ammattilaisten osuvia sitaatteja moniäänisyydestä sekä korostettu muutamia suosituksen omaisia kiteytyksiä:

Suosittelavaa on, että moniäänisyyden kehitysprojektiin rekrytoidaan toimituksesta ryhmä, johon otetaan jäseniä sekä avoimella kutsulla (kaikki, ketä aihe kiinnostaa) että muutamia avainhenkilöitä (ne, joita aiheen pitäisi kiinnostaa). Moniäänisyys ei voi olla yhden henkilön tai HR-osaston projekti.

Sisällysluettelo:

I. Johdanto	6
Miksi moniäänisyyden mittaaminen on tärkeää juuri nyt?	6
Moniäänisyysvalintoja tehdään journalistisen prosessin kaikissa osissa	9
2. Mittaamisesta	12
Mitä pitää tehdä ennen mittaamista	12
Mitata voi monella tapaa	15
3. Moniäänisyysmittari	18
Tutkimusasetelma, -metodit ja -tulokset	18
Miten Moniäänisyysmittari toimii	20
Moniäänisyysmittareiden käyttökokemuksia ja -suosituksia	24

I. JOHDANTO

Miksi moniäänisyyden mittaaminen on tärkeää juuri nyt?

Journalismia tehdään ensisijaisesti yleisölle.³ Yleisön antamasta palautteesta voidaan kuitenkin päätellä, että se ei ole kovin tyytyväinen journalismin moniäänisyyden tilaan. Kommenttipalstoilla ja somessa on helppo törmätä väitteisiin siitä, miten media suosii milloin ketäkin tai mitään näkökulmaa, ja miten yksiaänistä jonkin tietyn aiheen käsittely on.

Mihin nämä väitteet perustuvat? Onko olemassa keinoa tarkastella objektiivisesti, miten moniäänisesti jotain aihetta on käsitelty tai ketä sen tiimoilta on päästetty ääneen ja kuinka usein? Monissa toimituksissa tehdään tästä toki omaa seurantaa, mutta se ei välttämättä ole kattavaa. Journalismin tutkimuskin pystyy vastaamaan näihin kysymyksiin vain hitaasti ja valikoiden. Mistä löytyisi nopeita faktoja journalismin tasapuolisuudesta erilaisten (some)keskustelujen pohjaksi?

Yhteiskunnan moniarvoistuessa ja mediankäytön sirpaloituessa journalismin moniäänisyys on noussut uudella tavalla tärkeäksi myös alan sisäisissä keskusteluissa, vaikkakin sitä usein käydään eri käsitteiden kuin moniäänisyyden alla.⁴ Moniäänisyyden nähdään olevan yhteydessä siihen, miten media tavoittaa erilaisia ja uusiakin yleisöjä, ja siihen, miten olemassa olevat yleisöt luottavat ja sitoutuvat journalismiin. Olennainen kysymys on sekin, tuottaako media niin monipuolista tietoa, että kansalaiset voivat hahmottaa kokonaiskuvan yhteiskunnasta.⁵ Keskustelu journalismin moniäänisyydestä on kuitenkin vaikeasti hahmottuvaa ja se päättyy yllättävän usein erimielisyyteen. Siksi on syytä kysyä aluksi, mitä moniäänisyys oikeastaan tarkoittaa.

Moniäänisyyttä lähinnä oleva englanninkielinen termi 'diversity' tarkoittaa tutkimuksessakin eri asioita (ks. kuva 1). Siksi ei ole ihme, että arkipäiväisessä käytössä käsite on epäselvä. Jotkut pitävät moniäänisyyttä ennen kaikkea mediakentän rakenteen ominaisuutena: mitä enemmän

3 Journalistin ohjeet, ohje nro 1: Journalisti on vastuussa ennen kaikkea lukijoilleen, kuulijoilleen ja katselijoilleen. Heillä on oikeus tietää, mitä yhteiskunnassa tapahtuu

4 Toimittajien moniäänisyydestä käymää ammatillista keskustelua Journalisti- ja Suomen Lehdistö -lehtien palstoilla on analysoitu Moniäänisyysmittari-hankkeen taustalla olevassa väitöstutkimuksessa.

5 Tuoreita tutkimuksia yleisön luottamuksesta journalismiin ovat Esa Reunasen artikkeli Poliittinen polarisaatio ja journalismi: neljä medialuottamusprofiilia (Media & Viestintä 45 (2022): 4, 22–45) ja Markus Ojalan sekä Janne Matikaisen artikkeli Heikentynyttä vai eriytynyttä? Suomalaisten luottamus uutismediaan (Media & Viestintä 45 (2022): 1, 44–67).

erilaisia yksittäisiä medioita on olemassa, sitä moniäänisempi media kokonaisuudessaan on. Näkökulmaan kuuluu ajatus siitä, että medioiden omistajuus pitäisi mieluummin jakautua kuin keskittyä. Toiset painottavat journalismin tekijöiden eli toimittajien moninaisuutta (diversiteettiä). Asiaa voi tarkastella myös yleisöjen näkökulmasta: millaista sisältöä eri väestö- ja yleisöryhmille on tarjolla ja kenellä on pääsy niiden pariin. Tutkimuksessa on kiinnitetty huomiota siihen, että digiaikana monipuolisista sisällöistä ei yleensä ole puutetta, mutta silti yksilöllinen media-kulutus voi olla hyvin kapeaa ja yksiaänistä. Mediatarjonnan ja -kulutuksen monipuolisuudella ei siis ole suoraa yhteyttä. Moniäänisyyteen liittyy sekin, millaisilla alustoilla journalismia tehdään ja millaisia genrejä ja ohjelmatyyppejä suositaan.

'Moniäänisyys'-sanana tutuin merkitys liittyy kuitenkin journalismin varsinaiseen sisältöön. Moniäänisyysmittari-hankkeen taustalla olevassa väitöstutkimuksessa⁶ kerätyn aineiston perusteella suomalaiset toimittajat näyttävät ymmärtävän moniäänisyyden käsitteenä, joka kysyy, kenen ääni kuuluu journalismissa ja kenen silmin maailmaa katsotaan. Toimittajien mukaan moniäänisyys on sitä, että journalismin aiheissa, lähteissä ja näkökulmissa näkyvät kaikki väestö- ja ikäryhmät, sukupuoli, elämäntavat ja kulttuurit suhteellisen tasapuolisesti. Tällöin kaikki yleisöt pystyvät ainakin ajoittain tunnistamaan itsensä kaltaisia ihmisiä ja tarinoita journalismin tarjonnasta. Vastaavasti moniääninen journalismi nostaa esiin itselle uusia ja vieraita, ehkä epämiellyttäviäkin asioita. Tavoitteena on siis pyrkiä kuvaamaan vallitsevaa todellisuutta, Suomea ja maailmaa, kokonaisvaltaisesti ottaen erilaiset ihmiset ja tarpeet huomioon. Samankaltainen ymmärrys on myös Moniäänisyysmittarin kehitystyön taustalla.

Moniäänisyyden ja moniarvoisuuden ('pluralism') suhde on vaikea määritellä⁷, mutta voidaan ajatella, että moniäänisyys on konkreettinen, empiirinen asia (esim. kuinka paljon mediassa siteerataan erilaisia lähteitä tai kuinka monipuolisista näkökulmista aiheita käsitellään). Moniarvoisuus taas on normi, eli se arvo, johon moniäänisyydellä pyritään. Yhtä aikaa on sanottava, että kaikissa medioissa moniäänisyysvalintoja ei välttämättä tehdä moniarvoisuuden normia tavoitellen: jossain erityismediassa voidaan tavoitella vain tiettyä yleisösegmenttiä ja tehdä arvovalintoja sen pohjalta. Yleismedioissakin voidaan rajoittaa joidenkin äänien esiin pääsyä. Tällaisissa tilanteissa voi olla kyse dis- ja misinformaation vastustamisesta mutta myös siitä, että ei haluta antaa tilaa ongelmallisina pidetyille poliittisille

KOKEILETÄÄ I

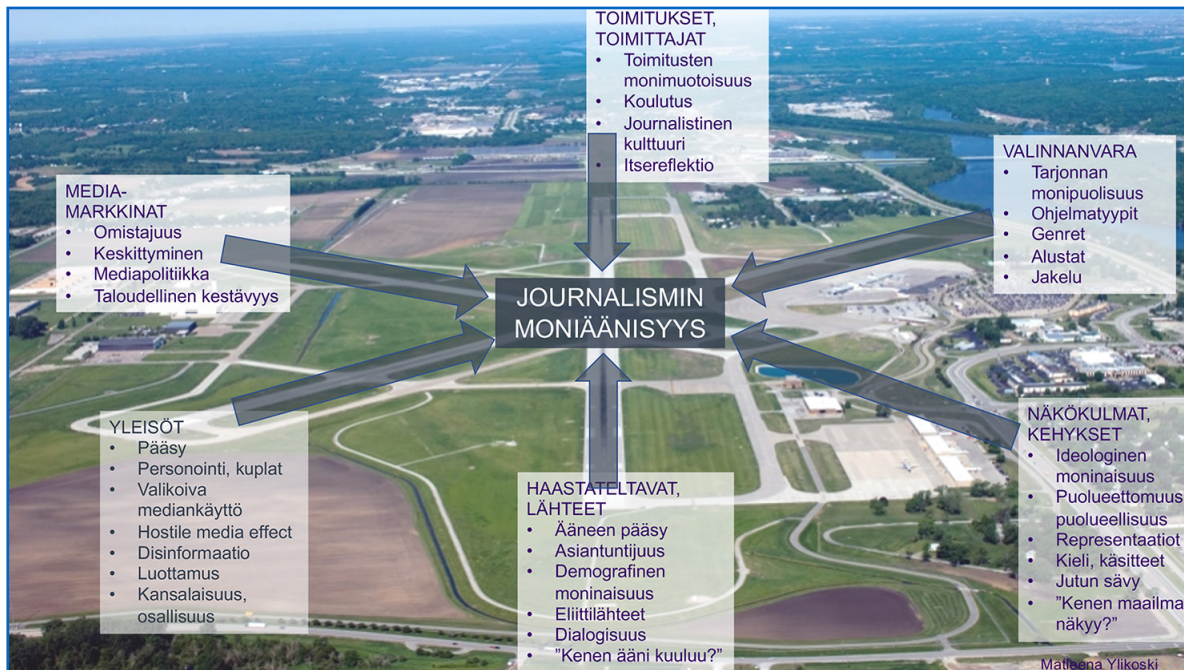
Määritellä, mitä moniäänisyys tarkoittaa teidän mediassanne.

- Käyttäkää apuna moniäänisyyden lentokenttää (kuva 1)
- Miettikää, millaisia kiitoradasta toiseen johtavia prosesseja teidän mediassanne tapahtuu.
- Keskustelkaa, onko moniarvoisuus teidän mediallenne tärkeä arvo ja mitä rajoitteita mahdollisesti tunnistatte.

6 <https://www.tuni.fi/fi/tutkimus/moniaaninen-journalismi-ihanne-maare-ja-mahdollisuus>

7 Ks. esim. Karppinen Kari (2018). Journalism, Pluralism, and Diversity. Teoksessa Vos, Tim P.: Journalism. Berlin, Boston: De Gruyter Mouton, 2018.

näkemyksille. Vaikka neutraalius ja puolueettomuus ovat laajasti tunnustettuja journalistisia arvoja, tutkimuksessa on todettu, että globaalisti on tapahtumassa selkeä muutos kohti kantaaottavaa ja mielipiteellistä journalismia. Suomessakin on huomattu, että 2000-luvun oikeistopopulismien nousun myötä journalismilla on ollut vaikeuksia antaa kaikille poliittisille ryhmille yhtäläinen ääni julkisuudessa.⁸



Kuva 1: Diversity and pluralism in journalism -teemaisen journalismitutkimuksen monet sisällöt lentokenttämetaforan muodossa. (Kuvan lähde: <https://www.wviki.org/>)

Moniäänisyys-sanan monet merkitykset on hyvä tiedostaa, mutta kokemus on osoittanut, että lähestyvä moniäänisyyttä mistä näkökulmista tahansa, keskustelu etenee alkupisteestä nopeasti uusiin kysymyksiin ja näihin kaikkiin näkökulmiin.

What we realized is that gender is something quite easy to start with because everyone can relate to the topic. And when you get more aware of gender equality issues, every other diversity issue is following, they're included in gender as well.

— Lea Eberle, Ringier Group

8 Esim. Ojala, Markus (2021). Is the Age of Impartial Journalism Over? The Neutrality Principle and Audience (Dis)trust in Mainstream News. *Journalism Studies* (2021): 22(15) ja Niemi, Mari K. & Houni, Topi (toim.). *Media & populismi. Työkaluja kriittiseen journalismiin*. Tampere, Vastapaino, 2018.

Lentokenttämetaforassa (kuva 1) tämä tarkoittaa sitä, että kun lähestytään journalismin moniäänisyyttä vaikkapa mediamarkkinoiden kiitorataa myöten, päädytään pian toimitusten kiitoradalle. Toisin sanoen: kun huolestutaan siitä, että medioiden omistajuus keskittyy tai resurssit pienenevät, niin päädytään puimaan sitä, kuinka moninaisia toimitukset ovat ja millaiset mahdollisuudet toimittajilla on tehdä laadukasta, moniäänistä journalismia.

Toimittajien taustat, arvot, elämäntapa ja sosiaalinen ympäristö taas vaikuttavat siihen, millaista työtä heidän käsistään lähtee julkaistavaksi, eli reitti kulkee toimittajien kiitoradalta näkökulmien kiitorataan. Tai jos lähdetään tavoittelemaan erilaisia yleisöjä, vaikkapa nuoria, niin päädytään nopeasti miettimään sekä erilaisia formaatteja ja jakelukanavia että myös sisällöllisiä kysymyksiä, kuten ketä haastatellaan, mitä heiltä kysytään ja mistä näkökulmasta asioita käsitellään.

Moniäänisyyskysymyksissä kaikki vaikuttaa kaikkeen. Siksi tärkeintä ei ole se, mistä moniäänisyysprosessin pitäisi lähteä liikkeelle, vaan se, että prosessi ylipäätään käynnistyy.

Moniäänisyysvalintoja tehdään journalistisen prosessin kaikissa osissa

Journalistiset sisällöt muotoutuvat monivaiheisessa journalistisessa prosessissa (kuva 2), joka alkaa yhteiskunnan ja ilmiöiden havainnoinnista sekä juttuaiheiden ideoinnista ja valikoinnista, ja jatkuu aineiston hankkimiseen ja käsittelyyn. Valmiin jutun julkaisun jälkeen prosessi jatkuu: juttua luetaan, tulkitaan ja jaetaan yleisön keskuudessa, siitä annetaan ja saadaan palautetta, mikä taas voi vaikuttaa siihen, syntyykö aiheesta jatkojuttu tai tehdäänkö aiheeseen liittyen uusia havaintoja.

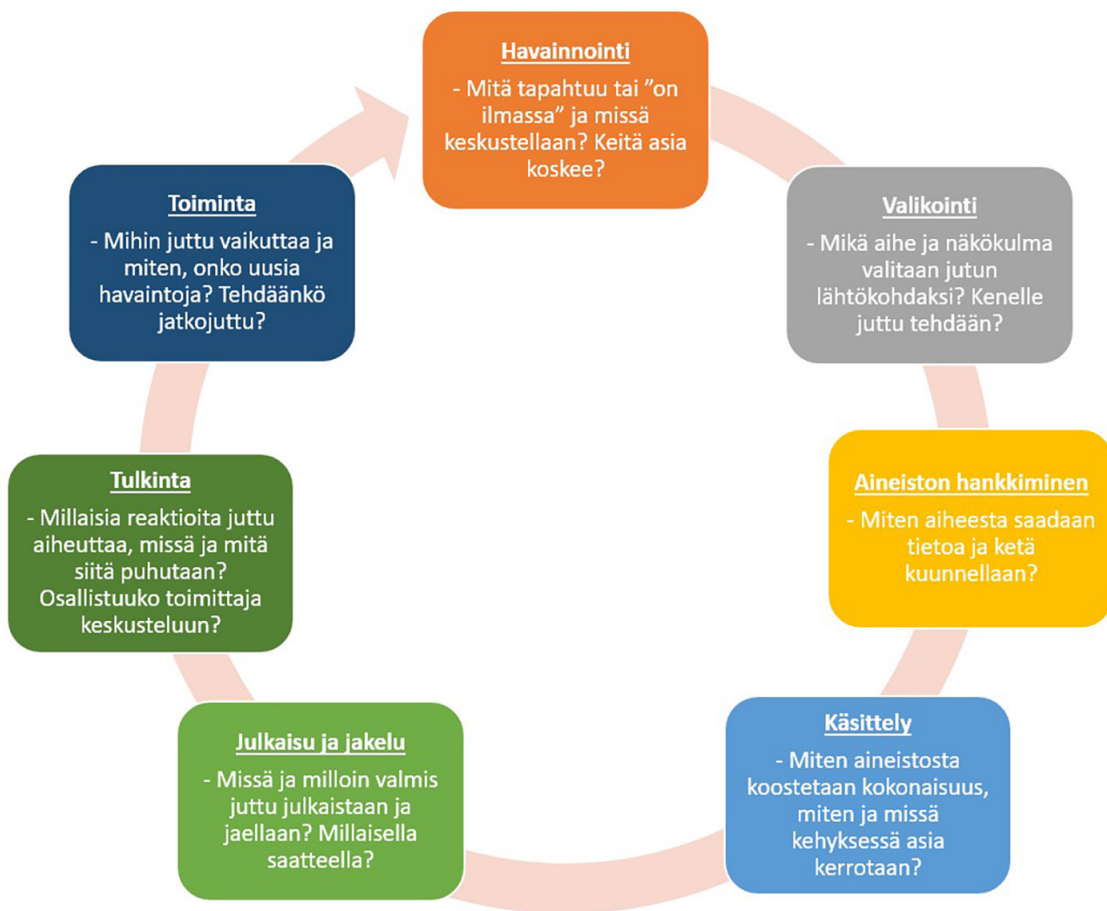
KOKEILETÄÄ 2

Tunnistakaa moniäänisyyden kehittämisen paikat omissa toimituksessanne. Käyttäkää apuna kuviota 2.

- Kuka toimituksessanne vaikuttaa eniten eri prosessin vaiheisiin?
- Mihin sinä voit vaikuttaa?
- Jakakaa vastuuta / kantakaa vastuuta yhdessä

Moniäänisyyteen vaikuttavia valintoja tehdään journalistisen prosessin kaikissa vaiheissa. Kuva 2 havainnollistaa valinnan paikkoja. Journalismin sisältöjen yksiäänisyys voi siis johtua monesta eri asiasta, eikä sitä näin ollen voi korjata viilaamalla pelkästään yhtä prosessin osaa. Jos esimerkiksi keskitytään vain lisäämään haastateltavien ja lähteiden määrää, voi käydä niin, että kaikki äänet "kertovat samaa tarinaa" eli juttujen näkökulmat ja asioille annetut tulkin-
nat eivät silti monipuolistu.⁹

Kaikkia journalistisen työprosessin vaiheita voidaan kehittää niin, että ne mahdollistavat moniäänisemmän sisällön syntymisen.



Kuva 2: Journalistinen työprosessi ja moniäänisyysvalintojen paikat. Lähde: Laura Ahva

9 Tutkimuksessa ei ole saatu yksiselitteistä näyttöä siitä, mikä syy-seuraussuhde "kuka puhuu – mistä puhutaan" -asetelmassa on. Esim. Andrea Masini ja Peter Van Aelst (2017. Actor diversity and viewpoint diversity: Two of a kind? *Communications* 2016; 42(2)) totesivat empiirisesti, että mitä enemmän maahanmuuttoutisiin haastateltiin lähteitä, sitä monipuolisemmat olivat näkökulmat aiheeseen. Toisaalta esim. Rodney Bensonin ja Tim Woodin tutkimuksessa (2015. Who says what or nothing at all? Speakers, frames and frameless Quotes in Unauthorized immigration news in the United States, Norway and France. *American Behavioral Scientist* 2015; 59(07)) todettiin, että maahanmuuttoutisoinnin kehykset ja argumentit eivät monipuolistuneet, vaikka lähteiden määrä kasvoi.

Erilaisista mittareista voi olla apua joissakin prosessin vaiheissa, mutta ei kaikissa. On olennaista ymmärtää, että mikään mittari ei mittaa kaikkea. Esimerkiksi tässä hankkeessa Moniäänisyysmittari on kehitetty vastaamaan kysymykseen: **kuka pääsee ääneen journalismissa**. Se mittaa siis journalistisen sisällön lähteiden moniäänisyyttä, eli arvioi aineiston hankkimisen vaiheen onnistumista. Moniäänisyysmittari ei kuitenkaan analysoi prosessin seuraavaa vaihetta eli aiheen käsittelyä. Se ei esimerkiksi kerro, ovatko lähteet esiintyneet positiivisessa tai negatiivisessa valossa tai millaisella näkökulmalla kyseessä oleva aihe on kehystetty.

Moniäänisyys syntyy tai jää syntymättä journalismin rakenteissa. On tärkeää, että moniäänisyyttä kehitetään kokonaisvaltaisesti, kaikkia journalistisen prosessin vaiheita huomioiden.



2. MITTAAMISESTA

Mitä pitää tehdä ennen mittaamista

Vaikka moniäänisyyden välttämättömyydestä vallitsee journalismissa yhteisymmärrys, ihanteen soveltamisesta käytäntöön ollaan usein erimielisiä: Kenen ääntä journalismissa pitäisi vahvistaa? Kenen ääni puuttuu? Voiko moniäänisyyttä olla liikaa? Vastaus näihin kysymyksiin riippuu pohjimmiltaan siitä, minkä nähdään olevan journalismin tehtävä yhteiskunnassa. Pitääkö journalismin olla kuin peili, joka heijastaa yhteiskunnallista todellisuutta sellaisena kuin se on? Vai pitääkö journalismin olla yhteiskunnallinen voima, joka pyrkii haastamaan status quon antamalla tilaa erityisesti vallitsevaa tilannetta kritisoiville äänille ja näkökulmille?¹⁰ Vai pitääkö sen olla jotakin tältä väliltä: neutraaliuteen pyrkivä julkinen toimija, joka on tietoinen siitä, että se omalta osaltaan rakentaa kuvaamme maailmasta?

Lopulta kyse on siitä, kuinka toimittajat asemoivat itsensä tälle jatkumolle. Haluavatko toimittajat vain raportoida maailmasta (puolueettomuuden arvo korostuu) vai muuttaa sitä (kriittisyyden arvo korostuu). On tärkeää ymmärtää, että journalistiset arvot eivät ole hallittu ja yhteensopiva kokonaisuus, vaan ne ovat keskenään monella tavoin ristiriitaisia. Tämä korostaa jokaisen toimittajan eettisen harkinnan ja hereillä olon välttämättömyyttä.

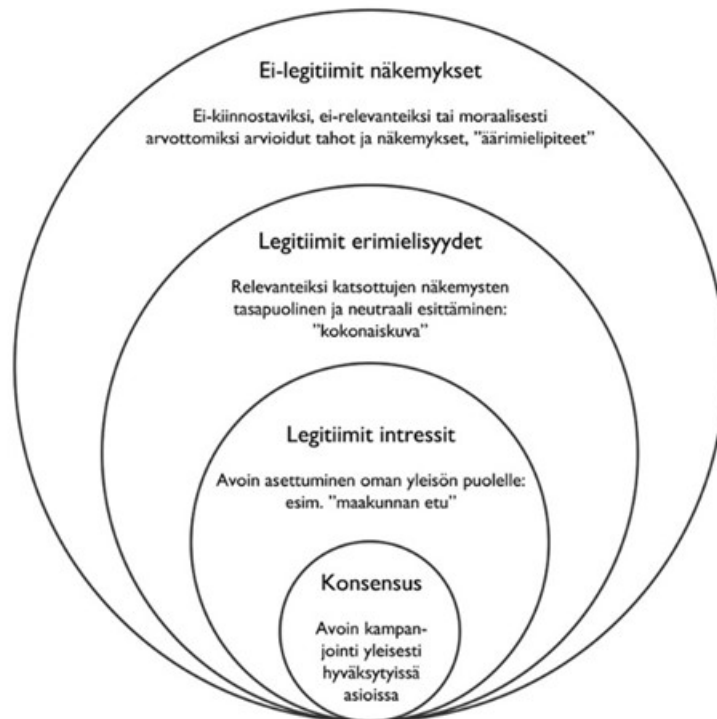
Moniäänisyyden mittaaminen on siis eettinen dilemma. Mittaamista ei kannata tehdä ennen kuin tavoitteet ovat selvillä. Tavoitteiden muodostamista varten täytyy ymmärtää, mihin tavoitteilla pyritään.

Omia moniäänisyystavoitteita muotoillessa on tärkeää kysyä, mitä lopulta halutaan saada aikaan. Onko taustalla a) tavoite kuvata monimuotoista maailmaa totuudenmukaisemmin, b) parantaa maailmaa positiivisen diskriminaation hengessä eli nostamalla esiin aiheita ja näkökulmia, jotka koetaan mediassa tärkeiksi vai c) molempia?

¹⁰ Núñez-Mussa, Karppinen & Vandenberghe (2022). Journalistic practices contesting the concept of internal pluralism. Mapping strategies for internal diversity in and through the news. Teoksessa Trappel & Tomaz (toim.), Success and failure in news media performance: Comparative analysis in the Media for Democracy Monitor 2021 (pp. 275-288). Nordicom. Ks. myös Karppinen (2018). Journalism, Pluralism, and Diversity. Teoksessa P. Vos (toim.) Journalism. De Gruyter, 2018, 494.

Oman lähtökohdan neutraaliutta vs. yhteiskunnallista motivoituneisuutta¹¹ voi testata kysymällä itseltä (tai organisaatiolta) esimerkiksi: Haluanko päästää ääneen ihmisiä, jotka ajattelevat täysin eri tavalla kuin minä? Ketä tai mitä en halua päästää ääneen? Missä kulkevat julkaisemisen rajat?

On hyvä huomata, että länsimaisissa demokratioissa monet arvot, kuten sukupuolten tasa-arvo ja tieteellinen maailmankuva, ovat luonnollistuneita ja niitä on helppo pitää ikään kuin faktoina. Lisäksi journalismilla on omia laajasti jaettu arvoja, kuten ”pienen ihmisen” puolelle asettuminen päättäjiä vastaan tai sananvapauden puolustaminen, jotka toimittajat saattavat ottaa itsestäänselvyytenä.¹² Toimittaja voi kokea näitä hänelle itselleen luonnollistuneita arvoja haastavaksi äänet totuudenvastaisiksi tai vahingollisiksi, vaikka pohjimmiltaan kyse olisi arvo- ja maailmankuvaeroista. Esimerkiksi sukupuoli- ja seksuaalieettisissä kysymyksissä voi olla vaikeaa etsiä tai kuulla konservatiivisesti ajattelevia lähteitä, jos toimituksen sisäisissä keskusteluissa liberaali tasa-arvoajattelu vaikuttaa olevan ainoa legitiimi tapa käsitteellistää aihetta. Asiaa havainnollistaa kuvio julkisen keskustelun kehistä (kuva 3).



Kuva 3: Julkisen keskustelun kehät uutisjournalismissa Hallinia (1994, 53-55) mukaillen.

Lähde: Reunanen E. & Koljonen K. (2014). Toimittajan sanansijat.

11 Ks. esim. Hanitzsch, T. (2007). Deconstructing Journalism Culture. Toward a Universal Theory. *Communication Theory* (2007) 267–385. International Communication Association.

12 Reunanen, E. & Koljonen, K. (2014). *Toimittajan sanansijat* (s. 69). Tampere University Press.

Mille julkisen keskustelun kehälle mikäkin aihe asettuu? Mistä elementeistä konsensuksen kehä koostuu teidän toimituksessanne? Mistä voi olla perustellusti eri mieltä ja mitkä aiheet puolestaan ovat uloimmalla kehällä ja miksi? Miten erottaa todella erilaiset äänet todella vahingollisista äänistä?¹³ Näihinkään kysymyksiin ei ole ainoita ja oikeita vastauksia.

Moniäänisyyskysymyksiä pohtiessa kannattaa pitää mielessä kysymysten yhteiskunnallinen konteksti, erityisesti yhteiskunnan polarisaatio ja hybridi mediaympäristö, jossa perinteinen ja sosiaalinen media toimivat vuorovaikutuksessa. Se, mikä oli ennen toimivaa ja järkevää, ei välttämättä nykyään ole.¹⁴

Journalismin moniäänisyyttä voidaan yleensä kehittää paljonkin, ennen kuin nämä perustavanlaatuiset ristiriidat tulevat toimituksessa esiin. Silti on hyvä ymmärtää, mistä mahdolliset erimielisyydet kumpuavat ja käsitellä niitä rohkeasti. **Erilaiset painotukset huomioivana yleis-tavoitteena on, että moniäänisyyttä kehittämällä tuetaan uusien äänien ja toimijoiden pääsyä journalistiseen julkisuuteen ja haastetaan viestinnällisiin oikeuksiin¹⁵ liittyvää rakenteellista epätasa-arvoa.¹⁶**

Kun vaikeat keskustelut on käyty, kannattaa tehdä yksinkertaistettu synteesi omista moniäänisyyden tavoitteista (kokeile tätä 3) ja palata käytännön kysymyksiin kuten mittarin valintaan.

Erilaisiin moniäänisyystarpeisiin tarvitaan erilaisia mittaustapoja. Jos halutaan kasvattaa naisten määrää journalistisissa sisällöissä, riittää sukupuolimittarin käyttöönotto. Jos halutaan yleisemmin monipuolistaa journalismissa esiin tuotujen äänien kattausta, kannattaa valita Moniäänisyysmittari tai muu sen kaltainen työkalu.

KOKEILETÄTÄ 3

Miettikää, miksi moniäänisyyden kehittäminen olisi teille tärkeää.

Haluatteko esimerkiksi:

- Kehittää sisältöjä?
- Tavoittaa uusia yleisöjä?
- Vaikuttaa yhteiskuntaan, mihin?
- Lisätä yleisön luottamusta?
- Kehittyä toimittajina?
- Mitä muuta?

13 Sisältösekaannus.fi on hyvä yleistajuinen opas vaikuttamisen, manipuloinnin, harhaanjohtamisen ja väärän informaation tunnistamiseksi.

14 Polarisaation ja hybridin mediaympäristön vaikutuksia journalismiin käsitellään perusteellisesti Elina Tolosen tutkimuksessa Pahan ja pelon näyttämöllä. Oulun seksuaalirikokset hybridinä mediatapahtumana. Tampereen yliopisto, 2022.

15 Viestinnällisten oikeuksien neljää keskeistä ulottuvuutta ovat tasavertainen pääsy tiedon lähteille, sisältöjen saatavuus, kansalaisten yksityisyyden suojelu ja viestinnän vuorovaikutteisuus. (Horowitz, M & Nieminen, H. Viestintä kuuluu kaikille: kansalaisten viestinnälliset oikeudet ja mahdollisuudet Suomessa, Gaudeamus, 2019.)

16 Karppinen, K. (2018). Journalism, Pluralism, and Diversity. Teoksessa P.Vos (toim.) Journalism. De Gruyter, 2018, 506.

Aina ei tarvita mittaria ollenkaan. Jos halutaan tuoda esiin monipuolisempia ja sensitiivisempiä näkökulmia tuttuihin aiheisiin, voi olla järkevää panostaa eritaustaisten toimittajien rekryointiin. Jos halutaan lisätä ja parantaa erilaisten vähemmistöjen käsittelyä omassa mediassa, yhteistyö ja koulutukset kansalaisjärjestöjen kanssa voivat olla toimivin keino. Jos halutaan varmistaa, että eri aiheita ja tahoja on käsitelty omassa mediassa tasapuolisen kriittisesti ja kannustavasti, kannattaa työllistää journalismin tutkijaa. Erilaisia moniäänisyyden mittaamisen tapoja avataan tarkemmin seuraavassa luvussa.

Mitata voi monella tapaa

Mediankäyttäjien lukutottumuksia ja käyttäytymistä seurataan tarkkaan. Digitaalisten jakelukanavien ja yleisöanalytiikan ansiosta mediatalot tietävät tarkkaan, mitä yleisö kuluttaa, mitkä jutut sitouttavat ja mitkä jutut tuottavat tilauksia. Tieto yleisön käyttäytymisestä auttaa myös erilaisten suosittelualgoritmien rakentamisessa.

Yleisöanalytiikkaan verrattuna journalistisen sisällön koneellinen analyysi tulee kaukana perässä. Viestintäministeriön tilaamassa tutkimuksessa vuodelta 2018 todettiin, että saatavilla olevat median moninaisuutta kuvaavat mittarit kertovat lähinnä mediatoimijoiden ja medioiden omistajien määrästä ja moninaisuudesta. Sen sijaan sisällöllisen moniarvoisuuden mittaamiseen ei löydetty olemassa olevaa dataa, vaan päädyttiin ehdottamaan pieniin aineistoihin perustuvia laadullisia mittareita.¹⁷

Journalismin moniäänisyyden arviointi onkin perinteisesti ollut journalismin tutkimuksen tehtävä. Yksi peruskysymyksistä on ollut juuri se, kuka pääsee ääneen erilaisissa julkisissa keskusteluissa. Journalismin ideologista moniäänisyyttä tai puolueettomuutta on arvioitu usein isojen mediatapahtumien kuten EU-äänestyksen tai jonkin kriisin yhteydessä. Yleisön mieltymysten selvittäminen ja se, miten eri mediat tavoittavat erilaisia yleisöjä, ovat perinteisiä yleisötutkimuksen aiheita ja tällä kentällä tehdäänkin paljon mediataloja palvelevaa säännöllistä seurantaa ja tutkimusta.¹⁸

Journalististen sisältöjen koneellinen analyysi on vaikeaa, koska siihen sopivat teknologiat ovat epätäydellisiä tai kielispesifejä, sopivaa dataa ei aina ole saatavilla tai se ei ole riittävän laadukasta. Lisäksi journalismi on niin pieni markkina-alue, että se ei kiinnosta riittävästi suuria teknologiayrityksiä. Esimerkiksi yritysten PR-osastoja palvelemaan kehitetyt mediamonitorointityökalut ovat huomattavasti kiinnostavampia.¹⁹

17 Hellman ym (2018). Median monimuotoisuus ja moniarvoisuus. Teoksessa Ala-Fossi ym. (2018). Media- ja viestintäpolitiikan nykytila ja mittaaminen. Loppuraportti. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisu 4/2018.

18 Esimerkiksi Kansallinen Mediatutkimus ja Finnpanel.

19 Esimerkkejä mediasisältöjen monitorointia tarjoavista yrityksistä: [Meltwater](#), [Brandwatch](#), [Onclusive](#).

Kun kieli- ja kuva-analyysin teknologiat ovat kehittyneet ja ymmärrys journalistisen datan erityisyydestä on lisääntynyt, erilaisia avauksia on kuitenkin nähty.

Tärkein esimerkki journalismin moniäänisyyden mittaamisesta on naisten ja miesten tasa-arvoon liittyvä kehityskulku. Perinteikkäin tekijä tällä kentällä on Global Media Monitoring Project (GMMP), jota on tehty vuodesta 1995. Tutkijat ja vapaaehtoiset ympäri maailmaa laskevat käsin naisten ja miesten osuuden uutisissa tarkasti rajatuista aineistoista. BBC käynnisti oman [50:50-ohjelmansa](#) vuonna 2017, joka lienee laajimmalle levinnyt, uutislähteiden käsin laskemiseen perustuva mittarointiprojekti. Samoihin aikoihin ruotsalainen Prognosis automatisoi tämän laskennan [Tasa-arvobotillaan](#), joka kertoo päivittäin naisten ja miesten nimien osuudet eri medioiden verkkouutisissa Pohjoismaissa. Ensimmäinen Helsingin Sanomien käyttöön ottama sukupuolimittari oli uutisissa [vuonna 2018](#). Teknisesti edistyneempi tasa-arvomittari on kanadalainen Simon Fraserin yliopiston [Gender Gap Tracker -projekti](#), joka monitoroi lähes reaaliaikaisesti yli 20 kanadalaisen median sisältöjä ja pystyy kertomaan naisten ja miesten prosenttiosuuksien lisäksi monenlaisia lukujen kontekstiin liittyviä tietoja. Lähteiden sukupuolijakaumaa voi lähestyä myös kuva-analyysin kautta. Näin tekee esimerkiksi Financial Timesin [JanetBot-työkalu](#). Edistyneimmät sukupuolimittarit, kuten Sveitsiläisen Ringier Groupin [EqualVoice](#), yhdistävät kuva- ja tekstianalyysin.

Erilaiset moniäänisyyden mittaamisen tavat voidaan tyypitellä seuraavasti:

"Pysäytyskuva"	Prosessuaalinen	(Audio)visuaalinen	Tekstuaalinen
<ul style="list-style-type: none"> Tutkimusprojektit Selvitykset Kehitysprojektit Omana työnä tai toimeksiantona 	<ul style="list-style-type: none"> Lähteiden käsin laskeminen Tiedon rikastaminen toimitusjärjestelmissä Työprosesseihin vaikuttaminen 	<ul style="list-style-type: none"> Kuvien ja videoiden koneellinen analysointi Kasvojentunnistus-työkalut Myös audion monitorointi 	<ul style="list-style-type: none"> Tekstien koneellinen analysointi NLP-teknologian avulla Eryisesti ihmisten nimet ja nimetyt entiteetit

Taulukko 1: Moniäänisyyden mittaamisen tyypittely

Pysäytyskuva tarkoittaa perinteistä tutkimusta tai selvitystä, jossa median suoritusta tarkastellaan pistemäisesti kerätyn aineiston perusteella. Tutkimus voi kohdistua joko median sisältöihin²⁰ tai muihin moniäänisyyteen liittyviin asioihin, kuten henkilöstön moninaisuuteen tai yleisön mieltymyksiin.

20 Erinomainen esimerkki sisältöjen moninaisuutta kartoittavasta pitkittäistutkimuksesta on Uutismedian vuosiseuranta -tutkimus (Suikkanen, Holma & Raittila. Muuttumaton uutinen? Suomalaisen uutismedian vuosiseuranta 2007–2012, loppuraportti. Journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus Comet, Tampereen yliopisto, 2012)

Prosessuaalinen tarkoittaa mittaamistapaa, jossa moniäänisyystietoja kerätään käsin osana toimitusprosesseja ja tehdään analyyskejä näiden muistiinpanojen pohjalta.²¹

Visuaalinen mittaaminen perustuu kuvien, videoiden ja äänitiedostojen koneelliseen analyysiin: kuvista voi tyypillisesti tunnistaa paitsi henkilöiden sukupuolen, myös ikäluokan, mikä on selkeä etu tekstianalyysiin verrattuna.²²

Tekstuaalinen mittaamistapa²³ kohdistuu journalistisen tekstin koneelliseen analyysiin: luonnollisen kielen prosessointiin ('Natural Language Processing', NLP) erikoistuneet työkalut erottavat tekstistä esimerkiksi kaikki nimetyt toimijat, mutta myös kieliopilliset rakenteet. Tekstuaalisen mittaamisen etu on sen sovellettavuus: NLP-työkalujen pohjalta voi kehittää erilaisia ohjelmistoja, jotka "kysyvät" tekstiltä erilaisia asioita. Perusperiaate kuitenkin on, että tekstianalyysi ymmärtää vain sen, mikä tekstiin on kirjoitettu. Se ei pääse käsiksi rivien väliin tai tekstin tulkinnaan.

Kun medioissa herää tarve löytää tekniikasta apuja oman moniäänisyyden todentamiseen ja kehittämiseen, on järkevää ottaa ensin selvälle muutama perusasia:

Millaisia käytännön resursseja moniäänisyyden mittaamiseen on tarjolla? Voivatko kaikki toimittajat osallistua mittaushankkeeseen vai pitäisikö homman hoitua yhden ihmisen työpanoksella? Vai kannattaisiko työ ostaa kokonaan ulkopuolelta?

Millaista dataa mediassa on käytettävissä? Tekstiä, kuvia, metadataa toimitusjärjestelmästä, haastateltavista tehtyjä muistiinpanoja, aiempia selvityksiä tai kyselyjä, yleisötutkimuksia?

Kun käytännön reunaehdot ovat selvillä, voidaan edetä mittaustavan valintaan (Kokeile tätä 4).

KOKEILETÄTÄ 4

Millaista mitattavaa dataa toimituksestanne löytyy? Kuinka selkeät tarpeenne ovat? Valitkaa työkalu sen mukaan:

- Missä mennään nyt? Monipuolinen tiedontarve -> Pysäytyskuva
- Uutislähteiden monitorointi kiinnostaa, mutta tarpeet vielä epäselvät -> Prosessuaalinen
- Selkeä tarve: erilaisten ihmisten näkyvyys kuva- ja videoaineistossa -> Audiovisuaalinen
- Selkeä tarve: lähteiden ja haastateltavien monitorointi -> Tekstuaalinen

21 Esim. [BBC:n 50:50-projekti](#), [National Public Radion Dex-työkalu](#)

22 Esim. [Financial Timesin JanetBot](#), [Bergens Tidende -lehden kuvaprojekti](#), [Ringier Groupin Equal-Voice-työkalu](#) (yhdistää kuva- ja tekstianalyysin), [Stanfordin yliopiston TVNewsAnalyser](#) (yhdistää kuva- ja audioanalyysin) ja [Conversyn Voice Media Monitor](#) (hyödyntää puheentunnistusteknologiaa).

23 Esim. Simon Fraser -yliopiston ja Informed Opinionsin yhteisprojekti [Gender Gap Tracker](#), [American Press Instituten Source Matters -työkalu](#), [Moniäänisyysmittari](#).

3. MONIÄÄNISYYSMITTARI

Tutkimusasetelma, -menetelmät ja -tulokset

Moniäänisyysmittari-hanke toteutettiin vuosina 2021–2022 toimintatutkimuksellisenä kehityshankkeena, ns. design-tutkimuksena. Tutkimusote oli kehittävä, eli tutkimuksessa sekä kerättiin että tuotettiin tietoa yhdessä ”oikean” maailman kanssa, tässä tapauksessa yhteistyökumppaneina toimivien mediatalojen – sanomalehti Kalevan ja uutistoimisto STT:n – kanssa. Toimintatutkimuksessa tutkijoiden ja tutkittavien eronteko hälvenee, sillä tutkimuksessa on yhteinen tavoite. Tässä hankkeessa se oli moniäänisyyden mittaamisen kehittäminen. Toimintatutkimusprosessi muodostaa kehän, jossa lähdetään liikkeelle ongelman tunnistamisesta, edetään mahdollisten ratkaisuvaihtoehtojen kartoittamiseen, valitaan yhdessä vaihtoehto ja toteutetaan se, minkä jälkeen tunnistetaan ja arvioidaan toiminnasta saadut opetukset. Opitun pohjalta lähdetään uudelle toimintakerrokselle.²⁴ Koska hankkeessa kehitettiin teknologista innovaatiota, Moniäänisyysmittaria, tutkimuksen varsinaiseksi metodiksi valikoitui design-tutkimus. Sitä on käytetty laajasti tietotekniikan tutkimuksessa, jossa se on nähty tukevan poikkitieteellistä työskentelyprosessia.²⁵ Tutkimuksen aineistona on tällöin koko prosessi, jonka aikana käytännön sovellusta ratkotaan monialaisesti ja joka dokumentoidaan jatkoanalyysijä varten.²⁶

Moniäänisyysmittari-hankkeessa työskenteli nelihenkinen tutkimusryhmä, jossa oli kaksi jäsentä tietotekniikan (professori Jyrki Nummenmaa, tutkimusapulainen Tuomas Mäkelä), kaksi journalismin tutkimuksesta (tenure track -professori Laura Ahva, väitöskirjatutkija Matleena Ylikoski). Lisäapuja työhön saatiin journalistiikan opiskelijoilta ja ostopalveluista.²⁷

Hankkeessa järjestettiin neljä moniäänisyyssteemaista työpajaa sanomalehti Kalevassa keväällä 2022, kommunikointiin tiuhaan molempien yhteistyökumppaneiden kanssa ja kehitettiin Moniäänisyysmittarin ohjelmistoa pitkälti yhteisten keskustelujen ja työpajoista saadun palautteen perusteella. Keväällä 2022 mittarin tulosten luotettavuutta testattiin validointikierroksella, jossa kaksi opiskelijaa kävi läpi lähes 600 mittarin analysoimaa uutista ja vertasi ihmisen

24 Susman & Evered (1978). An Assessment of the Scientific Merits of Action Research. *Administrative Science Quarterly*, 23(4), 582-603.

25 Zimmerman, J.; Forlizzi, J. & Evenson, S. (2007). Research through design as a method for interaction design research in HCI. *Human-Computer Interaction Institute*. Paper 41.

26 Bereiter, Carl (2002). Design Research for Sustained Innovation. *Cognitive Studies, Bulletin of the Japanese Cognitive Science Society*, 9(3), 321-327. Järvinen, Pertti (2007). Action Research is Similar to Design Science. *Quality & Quantity* 41, 37-54.

27 Tutkimushanketta ohjasi monialainen ohjausryhmä, jossa oli jäseniä paitsi kumppanimediataloista, myös Helsingin ja Tampereen yliopistoista, Yleisradiosta ja Sopiva – Sovittelujournalistit ry:stä.

tekemää analyysia koneen analyysituloksiin. Lopputulema oli, että hakutoiminnosta riippuen mittari antoi 64–89-prosenttisesti luotettavia tuloksia. Tällaisiin virheprosentteihin ei voitu olla tyytyväisiä, ja niinpä kehitystyössä käytettiin paljon aikaa tulosten luotettavuuden parantamiseen; keskeisenä keinona oli ohjelmiston Libvoikko-pohjaisen kielianalyysin täydentäminen Turun yliopiston tutkimusryhmän (TurkuNLP)²⁸ kehittämällä NER- ja Universal Dependencies -jäsentimillä.

Kielispesifydestä ja suomalaisuudesta huolimatta hankkeella oli myös kansainvälinen luonne: kieliteknologiat ovat yllättävän universaaleja ja monissa mediataloissa ja yliopistoissa eri puolilla länsimaita työskennellään parhaillaan samojen kysymysten parissa kuin tässä hankkeessa.²⁹ Tutkimuksessa kerättiin tietoa näistä kansainvälisistä sisarhankkeista ja tehtiin myös vierailu Sveitsiin media-yhtiö Ringier Groupiin, jossa on käytössä itse kehitetty sukupuolimittari Equal-Voice.³⁰ Ringierillä mittaria käyttää jo kolmisenkymmentä mediaa lähinnä Sveitsissä ja Puolassa ja käyttökokemusta on kertynyt usealta vuodelta, mikä toi tälle tutkimushankkeelle arvokasta tietoa mittaamisen käytännön haasteista ja mahdollisuuksista. Ringieriltä kerättiin tutkimusaineistoa neljän asiantuntijahaastattelun verran.

Hankkeessa kerättyä tutkimusaineistoa hyödynnetään Matleena Ylikosken väitöstutkimukseen liittyvissä artikkeleissa. Design-prosessia kuvataan artikkelissa, joka kirjoitetaan yhdessä ohjaajien kanssa. Toinen artikkeli syntyy mittarin käyttökokemuksista mediaorganisaatioissa, johon kerätään lisäaineistoa Yleisradion kanssa tehtävässä jatkohankkeessa keväällä 2023. Lisäksi Tampereen yliopiston journalistiikan opintosuunnassa ja Haaga-Helian ammattikorkeakoulun journalismin koulutusohjelmassa on tekeillä kaksi opinnäytetyötä, joiden tutkimusaineisto kerätään Moniäänisyysmittarin avulla.

Moniäänisyysmittarin kehitystyö sekä onnistui että jäi osin kesken. Uusia ominaisuuksia ei ehditty kehittää niin paljon kuin olisi haluttu, koska aikaa kului mittarin analyysin kehittämiseen ja tulosten luotettavuuden parantamiseen. Mittarin perusominaisuudet toimivat nyt pääosin hyvin, mutta esimerkiksi mittarin tulosten integrointi median omaan yleisöanalytiikkaan jäi kiinnostavien suunnitelmien asteelle.



28 <https://turkunlp.org/>

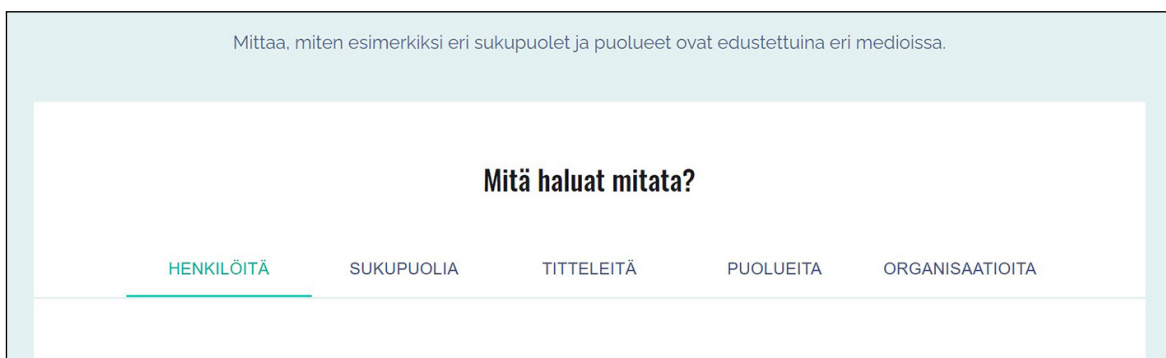
29 Asr FT ym. (2021) The Gender Gap Tracker: Using Natural Language Processing to measure gender bias in media. PLoS ONE 16(1)

30 <https://www.equalvoice.ch/en/>

Miten Moniäänisyysmittari toimii?

Moniäänisyysmittari on data-analytiikkatyökalu, joka analysoi mediatalojen digitaalista sisältödataa kuten uutisarkistoja tai verkkotekstejä. Natural Language Processing (NLP) -teknologian avulla mittari analysoi uutistekstit koneellisesti ja poimii sieltä henkilöiden nimet ja muut nimeytyt entiteetit (named entity recognition).

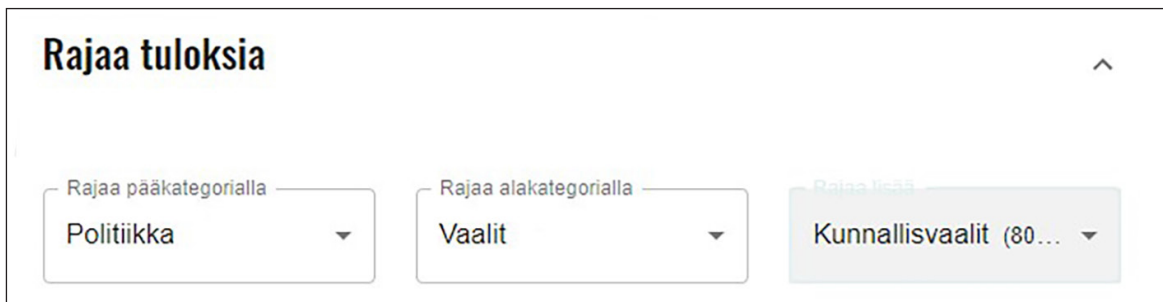
Käsin tehtyjen jäsenyysääntöjen ja ulkopuolelta tuodun lisädatan avulla ohjelmisto määrittelee, ketkä henkilöt esiintyvät tekstissä uutislähteen asemassa, eli ketä jutussa on haastateltu tai siteerattu. Lisäksi se tunnistaa henkilön sukupuolen (etunimen perusteella), häneen liitetyn puolueen (jos se on mainittu tekstissä) sekä tittelin tai työnimikkeen. Lisäksi ohjelmisto poimii tekstistä kaikki nimetyt organisaatiot, joiden ääneen pääsystä on kehitetty oma hakutoimintonsa. Analyysin tulokset mittari esittää nimilistoina (henkilöt), pylväsgraafeina (sukupuolet ja puolueet) sekä luetteloina (tittelit ja organisaatiot) (hakutoiminnot esitetty kuvassa 4).



Kuva 4: Moniäänisyysmittarin hakutoiminnot

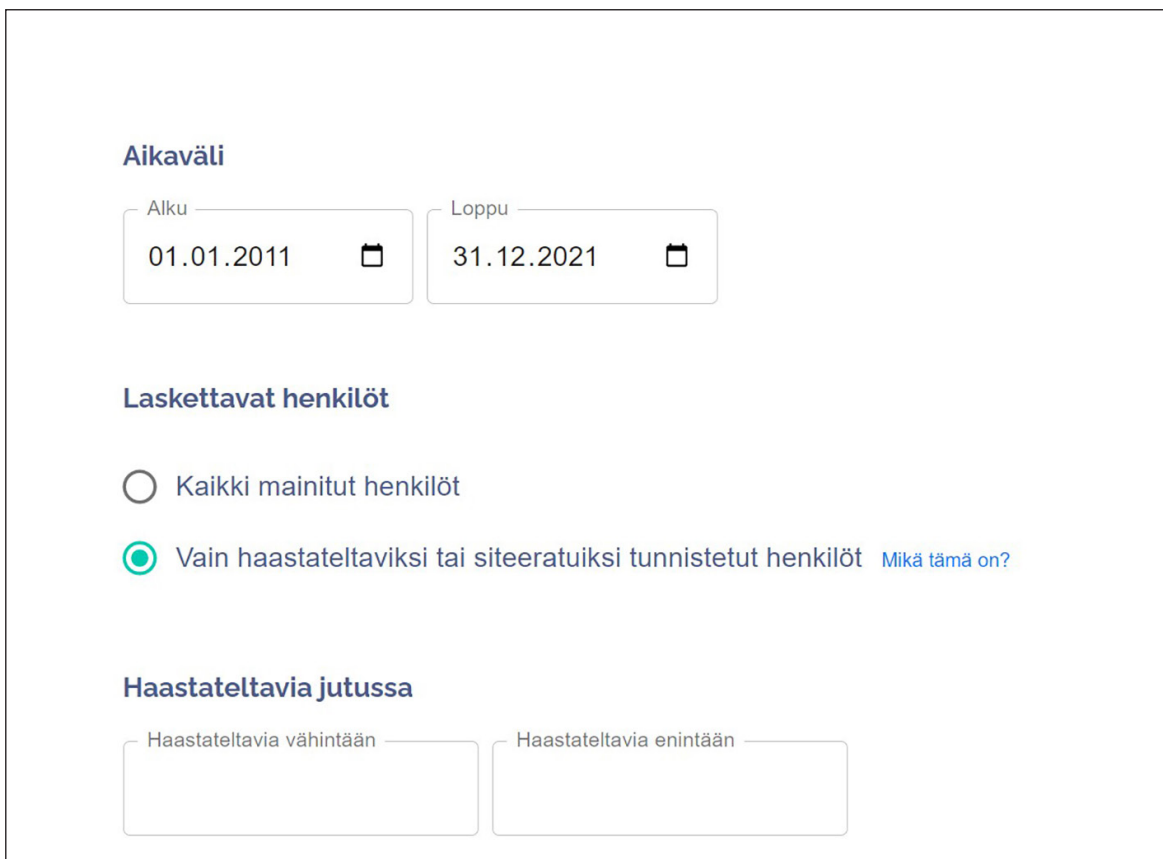


Hakutuloksia voi rajata monin tavoin. Aiherajaus rajoittaa haut tiettyä aihepiiriä koskeviin uutisiin. Aiherajaus on toteutettu uutisten avainsanoituksen avulla. Tämän rinnalla voi käyttää myös avointa sanahakua, jolloin haut rajoittuvat niihin uutisiin, joissa kyseinen hakusana esiintyy.



Kuva 5: STT:n asiansanoitus on kolmiportainen, mikä mahdollistaa hakujen tarkan aiherajauksen.

Hakuja voi rajata myös julkaisuajan, uutisen kirjoittajan tai jutussa esiintyvien haastateltavien määrän mukaan (kuva 6). Halutessa haut voi kohdistaa kaikkiin uutisissa esiintyviin henkilöihin, ei pelkästään haastateltuihin ja siteerattuihin.



Kuva 6: Muita hakutulosten rajausmahdollisuuksia

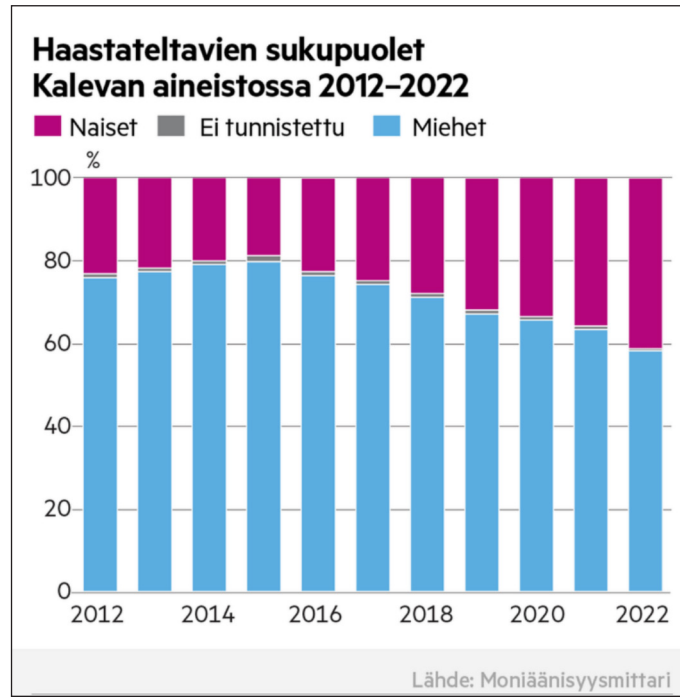
Ohjelmiston tekemä koneellinen sisällönanalyysi konkretisoituu parhaiten esimerkin kautta. Kuvassa 7 näkyy Kalevassa julkaistu juttu **Moniäänisyysmittari**-hankkeesta, jossa eri väreillä korostetut sanat on koneellisessa kielianalyysissä tunnistettuja kohteita. Oikeasta sivupalkista voi nähdä, että analyysi perustuu nimien tunnistamiseen, joihin analyysi liittää erilaisia attribuutteja eli määreitä.

Juha Sipilä , Donald Trump ja Sauli Niinistö . Kalevassa ääneen pääsevien kärki on miehinen ja poliittikopainotteinen . Myös Oulun Kärppi entiset ja nykyiset valmentajat nousevat listalla korkealle . Tämän paljastaa Suomen ensimmäinen journalististen sisältöjen moniäänisyyttä mittaava Moniäänisyysmittari , johon on kerätty kaikki Kalevassa tammikuusta 2012 helmikuuhun 2022 julkaistut tekstit . Moniäänisyysmittarin avulla voidaan nähdä suoraan , ketkä pääsevät ääneen journalismissa . Mittari on alun perin Sopiva Sovittelujournalistit -yhdistyksen tekemä työkalu , jota on viime vuosina kehitetty Tampereen yliopiston hankkeessa , jossa ovat olleet mukana myös Kaleva Media ja Suomen Tietotoimisto STT . Toimitusten ja tutkijoiden käyttöön suunniteltu Moniäänisyysmittari tunnistaa tekstistä , ketkä ovat haastateltavia ja siteerattuja . Sen lisäksi se tunnistaa , mitä taustaorganisaatioita henkilöt edustavat , poliitikkojen osalta myös puolueet . Kalevan osalta löytyi 51719 henkilöä , jotka esiintyivät yhteensä 166104 kertaa . Kolmen kärjen jälkeen eniten esillä olivat suomalaiset miespuoliset puoluejohtajat ja poliitikot . Venäjän presidentti Vladimir Putin oli sijalla kahdeksan ja nykyinen kärppävalmentaja Lauri Marjamäki sijalla 10 . Entinen kärppävalmentaja Mikko Manner oli yhdestoista . Ensimmäinen nainen listalla oli entinen sdp:n kansanedustaja ja valtiovarainministeri , nykyinen EU-komissaari Jutta Urpilainen sijalla 13 . Nykyinen pääministeri Sanna Marin ylsi sijalle 15 . Median moniäänisyyden pohtiminen on erityisen tärkeää ja ajankohtaista nyt , kun elämme myllertäviä aikoja , sanoo Tampereen yliopiston väitöstutkija ja yksi Moniäänisyysmittarin kehittäjistä Matleena Ylikoski . Hänen mukaansa meille tärkeät asiat ovat nyt monella tapaa erilaisia kuin ennen . Yhtenäiskulttuuri hajoaa , median käyttö pirstaloituu ja yleisöt moninaistuvat ja moniarvoistuvat . Ei ole yhdentekevää , ketkä mediassa pääsevät esille ja kenen silmin maailmaa katsellaan . – Journalismin tehtävä on kertoa yhteiskunnasta kaikkine puolineen , ja siksi median pitää olla tässä muutoksessa mukana . Se , että Kalevassa pääsevät Moniäänisyysmittarin mukaan eniten ääneen valtaa käyttävät nokkamiehet , ei Ylikosken mukaan vielä kerro kaikkea . Parhainkin mittari pystyy asettamaan vain askelmerkit analyysille . Silti vajavainenkin mittari tuo faktat pöytään . – Jos mittari on luotettava , se osoittaa , kuinka paljon ketäkin on haastateltu . Sen avulla voidaan kertoa lukijoillekin , että tässä ovat esimerkiksi meidän jututtamamme poliitikot . Sen jälkeen on pohdittava sitä , onko heitä haastateltu riittävästi tai millaisissa aiheissa ja mihin sävyyn he pääsevät esiin . Moniäänisyys on myös merkki laadusta Ylikosken mukaan moniäänisyyden voi ajatella olevan myös merkki journalismin laadusta . Tätä mieltä on myös Kalevan päätoimittaja Sanna Keskinen . Keskinen mukaan naisten roolia Kalevan sisällöissä pitää kehittää ja kasvattaa edelleen . Lisäksi on tärkeää , että yhteiskunnallisen eliitin hallussa on myös korkealaatuinen itämainen tiedotusvälineistö .

- 👤 Juha Sipilä
 - gender:male
 - name:vrk
 - name:ner
- 👤 Donald Trump
 - gender:male
 - name:vrk
 - name:ner
- 👤 Sauli Niinistö
 - gender:male
 - name:vrk
 - name:ner
- 🏢 Kaleva
 - org:ner
- 🏢 Oulun Kärppi
 - org:ner
- 🏢 Sopiva Sovittelujournalisti
 - org:ner
- 🏢 Tampereen Yliopisto
 - org:ner
- 🏢 Kaleva Media
 - org:ner
- 👤 Vladimir Putin
 - gender:male
 - title:presidentti
 - name:vrk
 - name:ner
- 👤 Lauri Marjamäki
 - gender:male
 - title:kärppävalmentaja
 - name:vrk
 - name:ner
- 👤 Mikko Manner
 - gender:male
 - title:kärppävalmentaja

Kuva 7: Moniäänisyysmittari analysoi uutisen tekstin kauttaaltaan.

Mittari näyttää analyysin tulokset nimi- ja sanalistoina sekä grafiikkoina. Alla olevassa kuvassa (Taulukko 2) on esitetty Kalevan haastateltavien sukupuolijakauma kymmenen vuoden ajanjaksolta. Grafiikka on peräisin yllä mainitusta Kalevan uutisesta.



Taulukko 2: Kalevan aineiston sukupuolijakauma vuosina 2012-2022 Moniäänisyysmittarin mukaan. Grafiikan on piirtänyt uudelleen Lea Remes, Kaleva.



Moniäänisyyssmittareiden käyttökokemuksia ja -suosituksia

Tässä hankkeessa kehitettyä Moniäänisyyssmittaria on kokeiltu kahdessa toimituksessa: Suomen Tietotoimistossa ja sanomalehti Kalevassa. STT:llä mittari on ollut hankkeen yhteyshenkilöiden käytössä, Kalevassa taas mittaria käytettiin toimittajien kanssa, jotka osallistuivat kevään 2022 tutkimuksellisiin työpajoihin. Tähän lukuun on kiteytetty käyttökokemuksia ja -suosituksia sekä näistä tilanteista että EqualVoice-sukupuolimittarin käyttökokemuksista Sveitsiläisessä Ringier Groupissa. Ringierin kokemuksista kertoivat hankkeelle neljä asiantuntijaa, jotka työskentelevät EqualVoice-projektin parissa: talousjohtaja Annabella Bassler, tuotepäällikkö Katia Murmann, EqualVoicen strategiapäällikkö Lea Eberle ja toimituksissa EqualVoicen valmentamisesta vastaava päällikkö Stefan Mair.

I think what's very important is not to do too much in the beginning. Just get it started.
– Lea Eberle, Ringier Group

Moniäänisyyssmittari on data-analytiikkatyökalu, joka tarvitsee toimiakseen laadukasta dataa.

Moniäänisyyssmittarin näkökulmasta journalistisen juttuarkiston tärkeimmät metatiedot ovat looginen ja riittävän yksityiskohtainen asiasanoitus sekä tieto kirjoittajasta, julkaisuajasta ja -kanavasta. Lisäksi hyödyllistä on, jos metadatasta voidaan jäljittää jutun prioriteetti (pääjuttu, vain tilaajille -juttu tms.). Moniäänisyyssmittarin tuottamaan sisältöanalytiikkaan voidaan yhdistää yleisöanalytiikkaa kuten juttujen lukukerrat, jolloin avautuu mahdollisuus tulkita moniäänisyyden merkitystä yleisön näkökulmasta. Myös käytössä olevan mittarin laaduntarkkailu kannattaa: mittarin tekemästä analyysistä voi paljastua yllättäviä virheitä pitkin matkaa.

Jos käytössä oleva data tai käytettävät analyysimenetelmät eivät ole luotettavia, ei tuloksilla ole arvoa toiminnanohjauksessa.
– Pihla Lehmusjoki, STT

Kaikkea journalistista analytiikkaa on järkevää tarkastella kokonaisuutena, mieluiten samasta käyttöliittymästä.

Ei ole realistista odottaa, että moniäänisyyden mittaamisen myötä toimittajat ottaisivat vielä yhden erillisen käyttöliittymän tai dataraportin seurantaansa. Moniäänisyyssmittarin keskeiset havainnot pitää tuottaa toimituksen käyttöön yksinkertaisessa ja arjen uutisprosesseja tukevassa muodossa, ainakin osittain automatisoidusti. Tämä informaatio on järkevää tarjoilla samassa käyttöliittymässä tai raportissa muun journalistisen analytiikan kanssa.

Moniäänisyyden kehittäminen on koko toimitusta koskettava asia.

Moniäänisyys ei voi olla yhden henkilön tai tiimin projekti, eikä myöskään ylhäältä alaspäin annettu käsky. Moniäänisyyden tavoitteellinen kehittäminen edellyttää toimituksessa ruohonjuuritason innostusta, vahvaa johtajuutta sekä riittäviä taloudellisia- ja henkilöstöresursseja. Resurssit voivat olla paitsi projektille osoitettua työvoimaa, myös toimittajien käytännön työtä

helpottava ”työkalupakki”, joka voi sisältää esimerkiksi naisasiantuntijoiden haastateltavapankin, toimituksen yhteisiä työskentelysesioita moniäänisyyskysymysten parissa tai entistä monipuolisempaa kuvamateriaalia.

I think this it's truly important in the beginning, to have a strong leader. But it's not as important as having great journalists around you who integrate it in the daily work.

– Annabella Bassler, Ringier Group

Kun moniäänisyysprojekti aloitetaan, siihen kannattaa rekrytoida avoimella kutsulla mahdollisimman suuri ryhmä: kaikki, joita asia kiinnostaa (myös numero- ja dataorientoituneet henkilöt) sekä muutama avainhenkilö, joita asian pitäisi kiinnostaa. Monipuolisuus vahvistaa ryhmää: edustettuina saisi olla kaikki sukupuolet, sekä suorittava- että päällikkötaso, ja toimittajien lisäksi myös muita toimituksen työntekijöitä.

Tavoitteiden asettaminen on tehtävä joka toimituksessa/toimitusosastossa erikseen. On tärkeää antaa moniäänisyysprojektin omistajuus kokonaan toimituksille. Toimittajat päättävät, mitä haluavat mittaustuloksilla tehdä, millaisia tavoitteita he näkevät järkeväksi tai realistiseksi asettaa, miten he haluavat järjestää tulosten seurannan. Tätä prosessia pitää tukea johdon puolelta, mutta ei ohjailla.

Mielekkäät moniäänisyystavoitteet riippuvat monesta asiasta, muun muassa osaston tyypillisistä juttuaiheista, ympäröivän yhteiskunnan tilanteesta (esim. tasa-arvon tilanne) ja moniäänisyyden lähtötasosta. Ringier Groupissa pääsääntönä on ollut, että mittaustuloksia (miesten ja naisten osuuksia sisällöissä) on verrattu johonkin samasta aihepiiristä olemassa olevaan tilastoon ja tavoite on asetettu sen perusteella. Esimerkiksi taloustoimituksessa uutislähteiden sukupuolijakaumaa on verrattu osakeyhtiöiden hallitusten sukupuolijakaumaan. Poliitiikan toimituksissa puolueiden jakautumista lähdevalinnoissa voisi peilata eduskunnan voimasuhteisiin. Hyvänä yleistavoitteena voidaan pitää sitä, että journalismin sisällöt heijastaisivat yhteiskunnallisen moninaisuuden kirjoa sellaisena kuin se on. Tämä tarkoittaa etenkin uusien äänien ja toimijoiden pääsyä journalistiseen julkisuuteen.

The goal is not that the newsrooms are all going or thinking in one direction. EqualVoice is more like a platform: it gives input, tools and inspiration to do things differently.

– Stefan Mair, Ringier Group

A big beauty of automated things is that you can concentrate on qualitative aspect. You can dedicate your time not in counting but in discussing and improving.

– Katia Murmann, Ringier Group

Moniäänisyys on ennen kaikkea laadullinen asia. Moniäänisyyden mittaaminen antaa vain askelmerkit tarkemmalle analyysille, joka kohdistuu mm. siihen, missä roolissa eri lähteet esiintyvät ja onko lähde esiintynyt positiivisessa vai kriittisessä

valossa. Ei voida olla tyytyväisiä esimerkiksi siihen, että lähteiden sukupuolijakauma lähestyy kokonaisuutena 50:50 -tilannetta, jos vaikkapa asiantuntijat ovat edelleen voittopuolisesti miehiä. Mittaamisen etu on se, että se rationalisoi journalismin laatuun liittyvää keskustelua. Kun debattia ei tarvitse enää käydä vaikutelmien ja muistikuvien varassa, päästään eteenpäin. Mittaaminen ei silti koskaan poista kriittisen analyysin ja journalistisen pohdinnan tarvetta. Laadullista analyysia voidaan tehdä yhdessä: moniäänisyysprojektin työskentelytapaan voi kuulua esimerkiksi säännöllinen "paper review", jossa analysoidaan tietyn lehden tai lähetyksen onnistumista moniäänisyysnäkökulmasta.

Moniäänisyyden kehittäminen on yleisösuhteeseen ja median imagoon panostamista. Läpinäkyvyys on tärkeää, jotta nämä hyödyt toteutuvat.

Moniäänisyyden alkamisesta, tavoitteista ja edistymisestä on järkevää kertoa yleisölle. Tämän voi tehdä esimerkiksi raportoimalla mittaustuloksista ja/tai muiden tavoitteiden täyttymisestä puolivuosittain, kuten Ringier Group tekee. Ringierin tutkimushaastattelut kertovat, että tasa-arvotyö ja siitä viestiminen on parantanut yhtiön työnantajabrändiä, lisännyt naispuolisia lukijoita (mutta ei karkottanut mieslukijoita), vahvistanut yleisösuhdetta etenkin palautteen määrässä mitattuna ja antanut yhtiölle eräänlaisen auktoriteetin media-alan tasa-arvoasioissa. Läpinäkyvyys toteutuu myös mediayhtiön sisällä: Yhtiön eri mediat esittelevät tuloksensa toisilleen kokoontumisissa, joihin myös yhtiön hallitus osallistuu. Tämä kirittää ja motivoi tasa-arvotyötä ja antaa sille jatkuvuutta.

For us working internally at the beginning was a good start because it gave the publications and journalists some time to adjust, make their experiences and learn from their mistakes, without being criticized all the time from the audience. But after one year, when we saw we really had impact with EqualVoice, we started to be outspoken about it.

– Lea Eberle, Ringier Group

Moniäänisyyden mittaamisen tuloksia ei voi käyttää journalistista itsenäisyyttä vastaan. Moniäänisyystavoitteiden asettamisen ja tulosten seurannan vanavedessä ui kysymys siitä, miten tulosten odotetaan vaikuttavan toimittajien työskentelyyn. Jos mittarit näyttävät "punaista", oletetaanko toimittajan tekemän valintoja sen mukaisesti? Journalistisen itsenäisyyden kannalta on välttämätöntä, että journalistiset valinnat jätetään aina toimittajan vastuulle. Toimittaja voi päättää valita myös päinvastoin kuin mittaustulos näyttäisi ohjaavan.

The algorithm shows where you are at certain point, but how to improve that – you as a journalist should know it.

– Katia Murmann, Ringier Group

Mittaamisen myötä näistä valinnoista tulee kuitenkin aiempaa informoidumpia.

Vaikka moniäänisyysmittarit tarjoavat tietoa journalismin sisällöistä suurina kokonaisuuksina, mikään ei estä kohdentamasta analyysia yksittäisten toimitusten, tiimien tai toimittajien työhön.

Monet toimittajat haluavatkin tarkastella juuri oman työnsä mittaustuloksia. Myös vertailu muiden toimitusten ja tiimien kesken voi olla kiinnostavaa. Moniäänisyysinformaatio ei kuitenkaan ole yksittäisen tiimin tai toimittajan kontrolloinnin väline. Lukuja ei saa käyttää toimittajia vastaan: ei voi esimerkiksi asettaa sanktioita, mikäli tavoitteet eivät täyty.

We always said that this tool is not a tool to control people, it's a tool to learn.

– Katia Murmann, Ringier Group

Journalismin moniäänisyys ei tule valmiiksi. Vaikka yksi tavoite saavutettaisiin, toisessa jäädään jälkeen. Lisäksi ajan ja uutistilanteiden muuttuessa tulee uusia tarpeita ja tavoitteita. Siksi moniäänisyystyöhön ei lopulta voi suhtautua projektina. Se on perustavanlaatuista journalistista työtä.

It's interesting that we even have the idea that this project should come to an end. My vision would be that people get used to diversity KPI and threat it as any other KPI.

– Stefan Mair, Ringier Group

Tämän takia myös moniäänisyyteen liittyvä analytiikka pitäisi ottaa osaksi jokapäiväistä tunnuslukujen seuranta. Moniäänisyysanalytiikan oikea paikka on toimitusten muiden tunnuslukujen rinnalla.

KOKEILETÄÄ 5

Moniäänisyyden mittaamisprojektin kulku:

- Rekrytoidaan projektin ydinryhmä.
- Ydinryhmä määrittelee projektin strategian ja käytännön toteutustavan.
 - Valitaan ja otetaan käyttöön sopivin moniäänisyyden mittaamistapa.
 - Integroidaan mittaustulokset osaksi muuta toimitusta ohjaavaa analytiikkaa.
 - Mietitään, millaisia muita resursseja ja työkaluja moniäänisyyden kehittämiseen tarvitaan.
 - Päätetään, miten ja kuinka usein tulosten seuranta julkistetaan: sisäisesti, oman yhtiön medioiden kesken vai julkisesti.
- Ydinryhmä jalkautuu eri toimituksiin asettamaan moniäänisyyden tavoitteet yhdessä muun toimituksen tai tiimin kanssa.
- Ydinryhmälle ohjataan resursseja, jotta se voi tuottaa toimittajille tukea tavoitteiden saavuttamiseksi: esimerkiksi työpajoja, koulutuksia tai haastateltava- ja kuvapankkeja.
- Projekti voi päättyä, kun moniäänisyyden mittaaminen, seuraaminen ja kehittäminen on vakiintunut osaksi toimituksen arkirutiineja.