Matka aikakauslehden yhteisöön ja teksteihin
- Imagen puhetavat

Suomen kielen
Pro gradu -tutkielma
Jyväskylän yliopistossa
kesäkuussa 2000
Tiina Kiljala

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta HUMANISTINEN	Laitos Suomen kielen laitos
Tekijä Tiina Kaarina Kiljala	
Työn nimi Matka aikakauslehden yhteisöön ja teksteihin – Imagen puhetavat	
Oppiaine Suomen kieli	Työn laji Pro gradu -työ
Aika Kesäkuu 2000	Sivumäärä 94 s.

Tiivistelmä - Abstract

Tutkielmassa tarkastellaan rinnan aikakauslehti Imagen tekstejä ja lehden toimittamisen käytänteitä ja päämääriä kriittisen diskurssianalyysin periaatteita mukaillen. Tutkimus koostuu kolmesta artikkelimaisesta kokonaisuudesta: aikakauslehdistön ja Imagen toimittamisen yleisistä käytänteistä, Imagen vuosikerran 1997 sisällönanalyysista sekä ironian tarkastelusta Jyrki Lehtolan artikkelissa.

Tutkimus osoitti yhteyksiä lehden toimituksen päämäärien, sen tekijöiden ja itse tekstien välillä: lehden tavoitteet ja arvostukset näkyvät teksteissä. Imagen vuosikerran 1997 juttujen sisällönanalyysi osoitti lyhyiden juttujen ajankohtaisuuden ja viihteellisyyden. Pitkissä jutuissa suosittiin henkilöjournalismia sekä yhteiskunnallisesti ja kulttuurisesti merkittävät aiheet.

Imagea aikakauslehtenä luonnehtii elitistisyys, joka ilmenee eri tavoin lehden aihevalinnoissa, tyylissä ja visuaalisuudessa. Kielellisessä tyylissä on havaittavissa kaunokirjallisten ilmaisukeinojen käyttöä, persoonallisuutta ja asiantuntijuutta.Ironia on erityisen tyypillinen kielenkäytön piirre, erityisesti Imagen ns. viihteellisissä artikkeleissa. Ironian tulkintaan vaikuttaa konteksti, erityisesti tekstikonteksti, josta lukijalukija muodostaa käsityksensä kirjoittajan asenteista ja arvostuksista.

Asiasanat	aikakauslehti, Image, lehden käytänteet, ironia, diskurssit
Säilytyspaikka	Suomen kielen laitos Jyväskylän yliopisto
Muita tietoja	

Sisällysluettelo

1. JOHDANTO 1

2. KIELEN YHTEISÖLLISYYS

2.1. Kriittinen ja sosiaalinen lähestymistapa kieleen 3

2.2. Sosiaalinen näkökulma Image-lehteen 8

3. MEDIAKATSAUS - KURKISTUS SOSIAALISIIN KÄYTÄNTEISIIN

3.1. Joukkoviestintä ja median tehtävät nyky-yhteiskunnassa 12

3.2. Aikakauslehtimedia

3.2.1. Aikakauslehtien määrä ja lehtityypit 15

3.2.2. Aikakauslehti ennen ja nyt 19

3.2.3. Aikakauslehti: kuvan ja tekstin hybridi yhdistelmä 23

3.3.Image - elävän kulttuurin aikakauslehti

3.3.1. Image suomalaisessa aikakauslehtikentässä 24

4. IMAGEN JUTTUTYYPIT VUOSIKERRASSA 1997

4.1. Lehden rakenne ja makasiinit 28

4.2. Lyhyet jutut ja kevyt aineisto

4.2.1. Lukijoilta ja päätoimittajalta -palstat 30

4.2.2. Maailmanpyörä 33

4.2.3. Kolumnit 34

4.2.4. Henkilöhaastattelut 35

4.3. Pitkät jutut - Imagen tuotemerkki

4.3.1. Henkilöprofiilit 38

4.3.2. Asia-artikkelit ja elämäntapa-artikkelit 40

4.3.3. Viihteelliset artikkelit ja kulttuuriartikkelit 44

4.4. Kuvaan painottuvat tekstityypit

4.4.1. Tyyliosasto 46

4.4.2. Kuvasalkut 48

4.5. Kirjallisuusmakasiinit

4.5.1. Kaunokirjalliset genret Imagessa 50

4.5.2.Arvostelut 51

4.6. Visuaalisuus ja Imagen kuvajournalismi

4.6.1. Pyrkimys esteettiseen mielihyvään 52
4.6.2. Ylellisyyden markkinat 55

5. IMAGEN JA VALTAVIRTAJOURNALISMIN AIHEVALINTOJEN JA NÄKÖKULMIEN VERTAILUA

5.1. Suhde aikaan ja ajankohtaisuuteen 57
5.2. Elitistinen, maskuliininen, laadukas 61
5.3. Uuden journalismin perinteen jatkaja 66

6. IRONIA VAIKUTTAMISEN KEINONA JYRKI LEHTOLAN ARTIKKELISSA *NYKYTAIDE: PUHETTA JA PULLEROITA*

6.1. Ironia - mitä se on 69
6.2. Ironian funktiot 72
6.3. Ironian kielitieteelliset määritelmät 73
6.4. Ironian kielelliset piirteet - miten ironia 'tehdään' 77
6.5. Kriittisesti nykytaiteesta 78
6.6. Ironia Jyrki Lehtolan artikkelissa 80
6.7. Palautetta lukijoilta 84

7. PÄÄTÄNTÖ 86

Lähteet

Liitteet **Liite1. Pitkien juttujen luokittelu vuoden 1997 lehdissä**
Liite 2. Jyrki Lehtola: Puhetta ja pulleroita (Image 2/1997: 78-82)

1. JOHDANTO

Kiinnostukseni aikakauslehtijournalismiin heräsi selailtuani sattumalta erästä silloin minulle täysin uutta ja vierasta aikakauslehteä. Imagessa tuntui olevan jotain erilaista, ristiriitaista ja rohkeaa verrattuna moniin ehkä tutumpiin aikakauslehtiin. Varsin pian huomasin, että lehti oli kiinnostava ja korkeatasoinen, vaikka ensivaikutelmalta Image näytti pintakulttuuria esittelevältä juppihenkiseltä kulttuurilehdeltä, jonka lukijaksi tuskin olisin ryhtynyt ilman tätä sattumaa. Yhtä kaikki, kokemus herätti kysymyksiä ja ristiriitoja, ja lopulta johti minut aiheen pariin.

Imagen tekstit ovat kiinnostavia myös siksi, että lehti on osoittautunut varsin menestykselliseksi tuotteeksi, ja se on vahvistanut asemaansa ja vakiintunut osaksi suomalaista aikakauslehdistöä. Imagen tarina on menestyneen aikakauslehden tarina - lehti on löytänyt lukijansa siitäkin huolimatta, että sen lehtikonsepti poikkeaa perinteisistä kotimaisista yleisaikakauslehdistä. Myös Imagen lukijatutkimuksesta käy ilmi, että lukijat pitävät Imagea modernina aikakauslehtenä (Imagen mediakortit 1997 ja 1999). Lehden lukijat eivät arvostele Imagea tyytymisestä perinteiseen ja 'varmaan' aikakauslehtikonseptiin, mitä on pidetty yleisesti aikakauslehtien ongelmana (kts. Kivikuru 1996: 1-10). Lehden tekijät kertovat toteuttavansa suomalaisittain uudenlaista kirjoittamisen tapaa, uudenlaista journalistista linjaa. He lanseeraavat Imagea "nuoren sukupolven laatuaikakauslehtenä" (Panu Rädyn haastattelu 30.9.1997).

Mediatutkimus kohdistuu yhä useammin populaariin joukkoviestintään, erityisesti televisioviihteeseen. Aikakauslehtijournalismin arvostuksen puutetta heijastavat yleiset asenteet ja aikakausmedian vähäinen tutkimus: aikakauslehteä on pidetty vanhakantaisena ja jähmeänä, sitä on tutkittu suhteellisen niukasti ja silloinkin hyvin perinteisillä metodeilla. Mielestäni monissa aikakauslehdissä tehdään laadukasta journalismia, joka ansaitsee tulla tutkituksi. (Kivikuru 1996: 1-10.)

Tutkimuksen taustalla vaikuttavat ajatukset kielestä ja kielenkäytöstä ovat lähtöisin kriittisestä diskurssianalyysista (CDA=critical discourse analysis), joka on eräs näkökulma kielen ja diskurssien tutkimukseen. Työni ei ole kriittinen diskurssianalyyttinen työ, mutta tapa lähestyä kieltä ja journalistisia tekstejä on kriittisen diskurssintutkimuksen periaatteiden mukainen, siis eräänlainen sovellus kriittisen kielentutkimuksen perinteestä. Kriittisen diskurssianalyysin osalta sovellan lähinnä Norman Faircloughin ajatuksia tekstien ja maailman yhteyksistä. Kriittisen diskurssianalyysin lähtökohdat on esitelty lyhyesti luvussa 2. Tutkimusta voi pitää myös laadullisena etnografisena

tutkimuksena, jonka tutkimuskohteena on erään lehtiyhteisön puhetavat (vrt. Luukka 1995).

Tutkimus koostuu kolmesta toisiinsa limittyvästä artikkelimaisesta kokonaisuudesta. Pyrin tutkimuksessani osoittamaan yhteyksiä, jotka vallitsevat lehden toimituksen päämäärien, sen tekijöiden ja itse tekstien välillä: esimerkiksi, miten lehden tapa määritellä itsensä ja asettaa lehdelle tavoitteita ja arvoja näkyy itse teksteissä. Tekstianalyysiin, lähemmin tarkasteltavaksi, olen valinnut tekstin, jossa tulee esille eräs keskeinen Imagen tekstien tyylipiirre, jolla on tietty kytkös myös lehteä koskeviin sosiaalisiin käytänteisiin.

Ensimmäisessä kokonaisuudessa pohditaan yleisemmin median ja aikakauslehtimedian ja siinä erityisesti Image-lehden luonnetta (luku 3). Tutkimuksessani etsin vastausta kysymykseen millaista aikakauslehtityyppiä Image edustaa ja miten lehti sijoittuu aikakauslehtien kenttään. Tutkimuksessa selvitän, millaista aikakauslehtikulttuuria Image on luomassa, poikkevatko Imagen jutut jollain tavalla aikakauslehtijournalismin valtavirrasta Suomessa ja jos poikkeavat, niin millä tavalla. Tutkimuskohteen luonteen takia otan esille joitakin asioita median käyttäytymisestä yleensä ja kuvailen aikakauslehdistön kenttää ja muutoksia, mutta muilta osin sivuutan viestintään liittyvät kysymykset. Ensimmäisessä kokonaisuudessa esittelen myös joitain piirteitä Imagen sosiaalista kontekstista (tavoitteet, lukijat, tekijät).

Toinen kokonaisuus (luku 4) esittelee Imagea yhden vuosikerran sisällönanalyysin kautta, lehdessä käsiteltyjä aiheita ja tekstityyppejä. Esittelen lehteä laajemmasta näkökulmasta lehdestä keräämieni tietojen ja vuosikerran (1997) sisällönanalyysin avulla. Tähän tutkimusvaiheeseen sisältyy myös määrällistä tutkimusta mm. pitkien artikkeleiden määrät ryhmittäin. Vastaan kysymyksiin keitä ja mitä lehti tuo julkiseen keskusteluun, millaista kulttuuria ja mitä yhteiskunnallisia asioita käsitellään eli millaisia diskursseja lehdessä esiintyy. Viidennessä luvussa kootaan vielä sisällönanalyysin tuloksia ja pohditaan lehden omaleimaisuutta ja yhteyksiä sosiaalisiin käytänteisiin.

Kolmannessa pääteemassa tarkastelen lähemmin erään artikkelin kielellistä tyyliä, erityisesti sen ironisia tekstinpiirteitä tarkemman tekstianalyysin avulla. Kokonaisuudet liittyvät toisiinsa siten, että ensimmäisen ja toisen teeman esiin nostamat ilmiöt tarkentuvat kielellisiksi piirteiksi työn kolmannessa ydinaiheessa (luku 6).

2. KIELEN YHTEISÖLLISYYS

2.1. Kriittinen ja sosiaalinen lähestymistapa kieleen

Diskurssien tutkimus on varsin laaja ja kirjava tutkimusote, jota harjoitetaan mm. humanistisilla, yhteiskuntatieteellisillä, viestinnän, journalismin ja kielentutkimuksen aloilla (esim. van Dijk 1997:1). Diskurssintutkimuksessa onkin runsaasti koulukuntia tai suuntauksia, jotka lähestyvät kieltä ja yhteisöjä erilaisista teoreettisesta ja metodologisista lähtökohdista (esim. Luukka 1995: 45 ja van Dijk 1997a ja 1997b).

Diskurssianalyysin erilaisista lähtökohdista ja painotuksista johtuen tutkimukselle asetetut tavoitteet poikkeavat toisistaan paljonkin. Diskurssintutkimuksessa on erotettavissa sosiologisen ja kielitieteellisen diskurssintutkimuksen 'päähaarat', joiden erot ovat lähtöisin yhteisön ja kielen suhteen sekä diskurssin määrittelemisen eroista. Yleistäen voisi sanoa sosiologisen eli yhteiskuntatieteellisen diskurssianalyysin lähestyvän diskursseja kielitieteellistä diskurssianalyysia laajemmasta näkökulmasta. Kielitieteellinen diskurssintutkimus keskittyy enemmän itse kielijärjestelmän tutkimukseen eli puhutun ja kirjoitetun kieleen muotoihin ja rakenteisiin sosiologisen diskurssintutkimuksen tarkastellessa diskursseja yhteisön tapoina jäsentää tietoa ja sosiaalisia käytänteitä. (Luukka 1995: 45-48.)

Kriittinen diskurssintutkimus on eräänlainen yhdistelmä näistä lähtökohdista: yleensä kuvauksen kohteena on jonkin yhteisön kielenkäyttö, mutta kuvauksessa pyritään myös tarkkaan lingvistiseen kielen analyysiin. Kriittisen diskurssintutkimusten tapa määritellä diskurssi on lähempänä yhteiskuntatieteellisen kuin kielitieteellisen tutkimuksen diskurssi-käsitettä. Tutkimus etenee sosiaalisesta kielelliseen tai Kressin mukaan "kielellinen näkyy sosiaalisessa" (Kress 1990: 87).

Kriittinen diskurssintutkimus eli lyhyesti CDA (critical discourse analysis) kuten muukin diskurssintutkimus, analysoi todellista sosiaalista interaktiota, joka tapahtuu kokonaan tai osittain kielen avulla. Muista semioottisista merkkijärjestelmistä mm. visuaalisuutta ovat tutkineet kriittisen diskurssianalyysin keinoin Kress ja van Leeuwen (Fairclough & Wodak 1997: 264). Kriittinen diskurssianalyysi on eräs diskurssintutkimuksen suuntaus, joka itsessään eri ole yhtenäinen paradigma eikä metodi vaan joukko koulukuntia, jotka jakavat samat kieltä koskevat lähtöoletukset diskurssien ja kielen luonteesta yleensä. (Fairclough & Wodak 1997: 258-260.)

Perinteisesti kielitieteessä eli ns. autonomisessa kielitieteessä kielenkäytön ja sosiaalisen kontekstin (yhteisön tai yhteiskunnan) välillä ei ole nähty lainkaan yhteyttä, vaan kielenkäyttöä (eli väljästi määriteltynä diskurssia) on tarkasteltu lähinnä tekstinä ja puheena, jolla on tietynlainen muoto ja rakenne, ja jonka käyttöä ja rakentumista on pyritty kuvaamaan sosiaalisesta kontekstista irrallisena ilmiönä. Kielen sosiaalista luonnetta korostavat sosiaalisen kielentutkimuksen suuntaukset poikkeavat perustavalla tavalla nk. formaalisista kielen- ja diskurssintutkimuksen suuntauksista, joista puuttuu oletus kielen ja yhteisön vuorovaikutussuhteesta ja jotka tarkastelevat pelkästään diskurssia ja sen kielellistä rakentumista. Kriittisen diskurssianalyysin tutkimussuuntauksen synty oli vastareaktiota kielen sosiaalisen aspektin huomiotta jättämiselle ja rajoittuneelle formalistiselle kielinäkemykselle: kielenkäytön kuvauksen lisäksi haluttiin tulkinta kielenkäyttöä ja etsiä kielen vaihtelulle selityksiä (Kalliokoski 1995:18-24). Luukan mukaan formaalisen kielentutkimuksen traditiota on jatkettu mm. perinteisessä diskurssianalyyttisessa ja tekstilingvistisessä tutkimuksessa. (Luukka 1995: 45-48.)

Kriittiset diskurssianalyysin tai diskurssintutkimuksen suuntaukset jakavat samat teoreettiset perusolettamukset, joiden lähtökohtana on olettamus kielen ja yhteisön suhteesta: "Language is first and foremost a type of social practise" (Kress 1990:85). Kriittinen diskurssianalyysi on funktionaalinen lähestymistapa kielentutkimukseen, jolle on tyypillistä kielenkäytön tehtävien ja tavoitteellisuuden korostaminen sekä kielen variaatio ja monitulkintaisuus (esim. Luukka 1995: 22). Kriittinen diskurssintutkimus määrittelee diskurssin puhutuksi ja kirjoitetuksi kieleksi, jota on aina tarkasteltava sosiaalisessa kontekstissaan. Kielenkäyttö (diskurssi) on luonteeltaan sosiaalista, ja kieli on eräs sosiaalisista käytänteistä, tapa osallistua sosiaaliseen vuorovaikutukseen, samaan tapaan kuin esimerkiksi toimiminen erilaisissa sosiaalisissa tilanteissa. (esim. Kress 1990: 85.)

Kriittiset diskurssianalyysin suuntaukset olettavat kielen ja sosiaalisten yhteisöjen välillä olevan kaksisuuntaisen, erottamattoman vuorovaikutussuhteen: kielenkäytön nähdään heijastavan sosiaalista kontekstia, toisaalta kieli rakentaa yhteisöjä ja sosiaalisia konteksteja tietynlaisiksi (Fairclough & Wodak 1997: 273-275). Kriittisen diskurssianalyysin suuntaukset perustuvat kielen sosiaalista luonnetta korostavaan konstruktionistiseen kielikäsitykseen, jonka perusajatuksia on näkemys tiedosta ja kielestä tietyn yhteisön omaisuutena (Luukka 1995: 57-58). Kriittiset diskurssintutkijat eivät kuitenkaan pidä kielenkäytön ja sosiaalisen kontekstin suhdetta tiukan normatiivisena vaan kielenkäytössä on kyse valinnoista ja variaatiosta, vaikka yhteisön puhetapojen, kielenkäyttötapojen, normien ja käytänteiden ajatellaankin ohjaavan ihmisten käyttäytymistä (vrt. Luukka 1995: 68 ja Kress 1990: 87-88). Subjektit, esimerkiksi ihmisryhmät toimivat aina liittyneinä jollakin tavalla

ennalta määrättyihin vuorovaikutustapoihin, joita määrittelevät esimerkiksi roolit instituutioissa, yhteisön puhetavat, koulutus, rotu tai sosiaaliluokka. On kuinkin huomattava, että toisaalta osallistujat itse rakentavat esimerkiksi sosiaalisen puhetilanteen luonnetta omalla aktiivisuudellaan, esimerkiksi vastustamalla tai muuttamalla yhteisön kielenkäyttötapoja. Toisin sanoen sosiaalisia suhteita, identiteettejä ja sosiaalisia järjestelmiä voidaan myös muuttaa uudenlaisella kielenkäytöllä (esim. Fairclough 1997: 76). (Fairclough 1992: 61.)

Kielenkäytöllä on vaikutuksensa maailmaamme, koska diskursiivinen tapahtuma on aina vuorovaikutuksessa tai suhteessa siihen osallistuviin ihmisiin, ihmisryhmiin, tilanteeseen, kulttuuriin tai yhteiskunnan instituutioihin. Vastaavasti yhteiskunnallisilla instituutioilla tai esimerkiksi julkisella keskustelulla on aina osittain kielellis-diskursiivinen luonne (Fairclough ja Wodak 1997:271-272). (Fairclough ja Wodak 1997:258-260.)

Sosiaaliseen toimintaan liittyy aina vallankäyttöä. Valta on näkyy myös kielessä, koska kielenkäytön ajatellaan olevan erottamattomassa yhteydessä sosiaalisiin yhteisöihin. Kriittisen diskurssianalyysin tutkijat jakavat oletukset diskurssien ideologisuudesta ja valtasuhteiden ilmenemisestä diskurssissa ja pitävät valtasuhteiden ja kielen sidosten tutkimista tärkeänä (esim. Fairclough and Wodak 1997: 268-281). Diskurssien herruudesta kamppaillaan, koska valtasuhteiden muodostaminen, vakiinnuttaminen ja horjuttaminen tapahtuvat kielen avulla, diskursseissa. Siten kielenkäytöllä on merkittävä yhteiskunnallinen rooli vallitsevan yhteiskunnallisen tilanteen uusintamisessa sekä toisaalta sen muuttamisessa. Kielen, ideologioiden ja vallankäytön välisiä yhteyksiä tutkimalla pyritään tekemään piilossa olevat, usein jo huomaamattomiksi käyneet valtasuhteet ja kielelliset vallankäytön keinot näkyviksi. (Fairclough ja Wodak 1997: 272-276.)

CDA pyrkii lisäämään kriittistä tietoisuutta kielestä ja kielenkäytön käytänteistä. Kriittisen diskurssintutkimuksen tavoitteena on paljastaa vallankäyttö diskurssissa ja puuttua avoimesti valtaa käyttäviin, sortaviin ja alistaviin sosiaalisiin käytänteisiin ja kielenkäyttöön, jotka liittyvät sukupuoleen, rotuun, sosiaaliluokkaan tai etnisten ja kulttuuristen enemmistöjen ja vähemmistöjen välisiin valtasuhteisiin. Osa kriittisistä tutkijoista osallistuu aktiivisesti politiikkaan ja yhteiskunnalliseen keskusteluun. Tosin kaikki kriittinen kielentutkimus ei ole näin suoran poliittista. Kiinnostus vallasta, ideologioista ja yhteisöjen kulttuurisuudesta sekä tutkimuksen emansipatoriset ihanteet ovat alkuaan länsimaisen marxismin kriittiseen diskurssianalyysin tuomia vaikutteita. (Fairclough ja Wodak 1997: 258-262.)

Ideologia-käsite voidaan määritellä monella tavalla, mm. Thompsonille ideologia on merkitystä, joka palvelee valtaa, ja vallan tehtävä onkin pitää yllä epätasa-arvoisia valtasuhteita (Kalliokoski 1995: 15). Norman Fairclough määrittelee ideologian Thompsonin tapaan valtaan kytkeytyneeksi (Fairclough 1997: 25). Itse tarkoitan ideologialla tässä tutkimuksessa mm. Pirjo Karvosen (Karvonen 1995:30) käyttämää neutraalia, ei normatiivista määritelmää ideologiasta: "Ideologia on arkiajattelun ja todellisuuden diskursiivista rakentumista kielen avulla". Karvosen mukaan ideologiat ovat "terveen järjen mukaisina pidettyjä tarkastelutapoja (Karvonen 1995: 30)". Ideologiat ovat siis tapoja representoida todellisuutta, esittää se kielellisesti (Fairclough 1992 ja 1997). Ideologisuus on kieleen sisäänrakennettu ominaisuus ja kielenkäytön mallit ja kategoriat syntyvät luonnollistumisen kautta. Luonnollistumisella (naturalization) tarkoitetaan huomaamattomiksi tai näkymättömiksi muuttuneita yhteisön kielenkäyttötapoja, jotka liittyvät esimerkiksi tekstien tuottamiseen, tulkitsemiseen tai tapaan luokitella ja kuvata todellisuutta. (Kalliokoski 1995: 14.)

Kielenkäyttöä ei pidetä vain merkitysten koodaamisena ja purkamisena vaan kielenkäyttö on sosiaalista osallistumista, jonka avulla luodaan ja säädellään tietoa ja uskomuksia, ryhmien välisiä suhteita ja sosiaalisia identiteettejä (Fairclough 1997).

Kielelliset merkit ja kielellisistä merkeistä koostuvat tekstit ovat sosiaalisten prosessien konkreettisia tuloksia. Siten kieli ei koskaan ole mielivaltaista muodon ja merkityksen yhdistämistä vaan sosiaalisesti motivoitua ja tietystä sosio-kulttuurisesta asemasta käsin välitettyä. Eräs kriittisen diskurssintutkimuksen kieltä koskevista oletuksista on kielen läpinäkymättömyys eli opaakkisuus, millä selitetään tekstin suhdetta todellisuuteen. (Kress 1990: 84-89.)

> "Teksti ei ole kuva fyysisestä todellisuudesta, jota se käsittelee. Todellisuus sinänsä ei ole jäsentynyt ja jaksoteltu osiin, siinä ei ole tarkoitteilla nimiä eikä niitä ole kytketty keskinäisiin yhteyksiin; kaikki tämä tehdään teksteillä. Tässä mielessä oppimisen kohteena ei ole todellisuus vaan teksti, joka tarjoaa todellisuudelle jäsennyksen ja tulkinnan." (Karvonen 1995: 21.)

Kieli ei siis suoraan representoi todellisuutta vaan se on aina todellisuuteen nähden välitettyä (mediated) ja vallan 'vääristämää' ja tietyistä sosiaalisista suhteista ja rakenteista käsin rakennettua (Kress 1990: 90). Kielen lisäksi myös kuvailmaisussa on samalla kyse valinnoista ja todellisuuden esittämisestä tietynlaisesta näkökulmista, mm. Brusilan aikakauslehden visuaalisuutta käsittelevässä tutkimuksessa Brusila toteaa aikakauslehden ulkoasun ja kuvallisen tyylin olevan tarkoituksellista (Brusila 1997: 52). Myös valokuvat aikakauslehdessä muuntavat todellisuutta ja luovat tietynlaista illuusiota sen sijaan, että näyttäisivät todellisuuden sellaisenaan (Brusila 1997).

Kielenkäytön konventioita tai yhteisön puhetapoja on tarkasteltava aina myös suhteessa aikaan, sillä diskurssit ovat aina paitsi sosiaalisia ja kulttuurisia, myös historiallisia - tietyssä poliittisessa ja ideologisessa ajassa muovautuneita (Kress 1990: 86). Kriittisyys kriittisen diskurssianalyysissa on tietoisuutta erilaisista tavoista hahmottaa maailmaa ja tietoisuutta objektiivisen tiedon mahdottomuudesta.

On huomattava, että edellä kuvatut kriittisten diskurssintutkijoiden olettamukset kielestä koskevat tekstien tuottamisen (puhujien ja kirjoittajien) lisäksi myös tekstin vastaanottamista ja tulkintaa. Myös kielentutkija lähestyy tekstejä omasta ideologisesta näkökulmastaan käsin ja analysoi niitä taustaoletuksiensa ja arvostuksiensa mukaisesti. Tutkimuksen ajatellaan olevan lopulta subjektiivinen tulkinta, jonka tieteellistä pätevyyttä voidaan lisätä paitsi konkreettisilla kielellisillä esimerkeillä, myös tutkijan reflektiolla, millä tarkoitetaan omien erityisesti arvoihin liittyvien lähtöoletusten eksplikointia. (esim. Fairclough 1997.)

Kriittisessä diskurssianalyyttisessä tutkimuksessa pyritään muodostamaan teoriaa empiirisestä tiedosta käsin. Tekstianalyysin 'materiaalin' - lingvistisen muotojen - perinpohjainen kuvaus ja esittely ei vielä kuitenkaan riitä, vaan kielen piirteiden tulkinnalle ja selitykselle on haettava yhteyksiä kielenkäytön sosio-kulttuurisesta kontekstista. Kress korostaa tekstin analyysin ja sosiaalisen kontekstin kuvauksen osittaisuutta; aukotonta täydellistä selitystä ei kielenkäytölle voida antaa. (Kress 1990: 92.)

Yhteisöt ja yhteiskunnat rakentuvat erilaisista diskurssiyhteisöistä, joilla on erilaisia puhetapoja. Mikä tahansa ryhmä ihmisiä ei ole diskurssiyhteisö, vaan ryhmän tulee täyttää tietyt kriteerit, joiden täyttyessä voidaan puhua diskurssiyhteisöstä. Swalesin mukaan (1990: 24-27) diskurssiyhteisöllä on joukko yleisiä julkisia päämääriä, joista ryhmä on pitkälti yksimielinen. Diskurssiyhteisön jäsenillä on oltava myös jonkinlainen kanava tai väline, joka mahdollistaa vuorovaikutuksen, tiedon tuottamisen ja palautteen antamisen. Diskurssiyhteisön jäsenyys edellyttää yhteisön diskurssikäytänteiden tuntemusta: miten kielen avulla tehdään asioita ja toteutetaan yhteisön päämääriä. Faircloughin mukaan yhteisössä tavanomaisesti suositut kielenkäyttötavat muodostavat diskurssijärjestykseksi kutsutun verkoston, joka koostuu kaikista niistä diskurssityypeistä, joita yhteisössä käytetään. Diskurssityypit ovat genrejen ja diskurssien muodostelmia, jotka voivat olla konventionaalisia eli muodoiltaan ja merkityksiltään suhteellisen yksiaineksisia tai moniaineksisia ja monimutkaisia, jolloin ne ovat luovia ja Faircloughin oletuksen mukaan muutoksille alttiiden ja epävakaiden sosiokulttuuristen käytäntöjen synnyttämiä (Fairclough 1997: 82-83). Diskurssilla

Fairclough tarkoittaa sosiaalisten käytänteiden representoimista tietystä näkökulmasta, diskurssiksi voidaan kutsua esimerkiksi talouden kapitalistista tai marxilaista diskurssia. (Fairclough 1997: 77-78).

Diskurssiyhteisön viestintä- ja kommunikaatiokäytänteiden eli genren avulla yhteisö rakentaa ja ylläpitää yhteisyyttään. Genret ovat tiettyyn käytäntöön yhdistyvää kielenkäyttöä (Fairclough 1997: 77-78). Genret realisoituvat eri tekstilajille tyypillisinä teksteinä. Swalesin mukaan (Swales 1990) genret ovat diskurssiyhteisöjen omaisuutta, tekstiprototyyppejä, joihin yksittäiset tekstit suhteutuvat. Yhteisössä tuotetut tekstit siis rakentavat yhteisön vuorovaikutusta ja sosiaalista todellisuutta (kts. esim. Karvonen 1995:22). Kriittiset näkemykset eivät oleta yhden kielen olemassaoloa vaan yhteisössä vallitsee monia erilaisia puhetapoja, jotka yhteisön jäsenet oppivat sosiaalisessa yhteisössä toimiessaan (Swales 1990: 24-27). Tietyn kulttuurisen päämäärän asettamiseksi valitaan todennäköisesti tietyn genren teksti, joka esitetään todennäköisesti tietyllä tavalla - variaatiota genren sisällä pidetään luonnollisena. Erilaiset sosiaaliset kontekstit, erilaiset diskurssiyhteisöt ja viestinnälliset päämäärät on otettu huomioon mm. rekisteri- ja genreteorian malleissa (vrt. Eggins & Martin 1997: 230-251).

2.2. Sosiaalinen näkökulma Image-lehteen

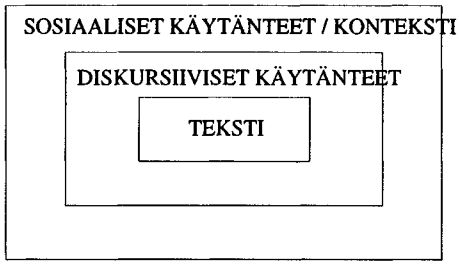
Norman Fairclough - englantilainen lingvisti ja eräs nimekkäimmistä kriittisen diskurssianalyysin tutkijoista - on kehittänyt erityisesti mediatekstien analysoimiseen soveltuvan mallin, jossa viestintätilannetta lähestytään kriittisen diskurssianalyysin perusajatuksia noudattaen (Fairclough 1997). Analyysimallia on sovellettu suomalaisessa kriittisen kielentutkimuksen traditiossa, mm. Minna-Riitta Luukan väitöstutkimus tieteen kielen interpersoonallisista piirteistä noudattaa Faircloughin viitekehystä (kts. Luukka 1995). Textually oriented discourse analysis eli lyhyemmin TODA rakentuu kolmesta eri tasosta tai kokonaisuudesta: tekstin, diskurssikäytänteiden sekä sosiaalisten tai sosiokulttuuristen käytänteiden tasosta (Fairclough 1997).

Sovellan työssäni kriittisen diskurssintutkimuksen ajatuksia kielestä ja kielenkäytöstä, työ ei kuitenkaan varsinaisesti noudata kriittisen diskurssianalyysin viitekehystä, mutta tapa lähestyä kieltä ja journalistisia tekstejä noudattaa kriittisen diskurssintutkimuksen periaatteita. Tutkimukseni lähtökohtana on siis näkemys kielen sosiaalisesta ja vuorovaikutuksellisesta luonteesta ja sosiaalisen kontekstin rakentumisesta sisään lehtiyhteisön kielenkäyttöön. Rakenteellisesti tutkimus

mukailee valikoivasti Norman Faircloughin media-analyysin viitekehystä, jossa tiedotusvälineiden kieltä tarkastellaan sosiaalisten käytänteiden, diskurssikäytänteiden ja tekstin näkökulmasta (Fairclough 1997: 27-28). Kriittisen diskurssianalyysin lähtökohtien toteuttaminen työssäni merkitsee siis sosiaalisten käytänteiden ja diskurssikäytänteiden huomioimista - vaikkakin käytännössä hyvin rajallisella tavalla. Oletan heidän laillaan kontekstin olevan osa tekstiä.

TODA- kielenanalyysimallissa tasot toimivat ikään kuin upotettuina toisiinsa, samalla tavalla kuin CDA:ssa määritellään kielen ja yhteisön suhde vuorovaikutukselliseksi ja erottamattomaksi. Tämän tutkimuksen jäsentely etenee laajemmista sosiaalisista kehistä tekstiin päin. Eri kokonaisuuksien järjestys voisi olla toisenlainenkin, koska tasot limittyvät toisiinsa ja käytännössä niiden erottelu on mahdotonta. Esitysteknisistä syistä ne on esitetty tässä peräkkäisinä ja ikään kuin erillisinä. Tutkimuksessa on lähdetty kuitenkin liikkeelle itse teksteistä, ei teorioista.

Analyysi on kolmevaiheinen: tekstin tasolla tehdään tekstin *kuvaus* eli lingvistinen analyysi, diskurssikäytänteiden tutkimus on tekstin ja vuorovaikutuksen suhteen *tulkintaa* ja vuorovaikutuksen ja sosiaalisen kontekstin *selitys* tapahtuu sosiokulttuuristen käytänteiden tutkimisen kautta. Alla olevassa kaaviossa viestintätilanteen kriittisen diskurssianalyysin viitekehys. (Fairclough 1997:78-85.)



Faircloughin analyysimallin kolme tasoa (Fairclough 1997:82)

Tekstin kuvaus on tekstin ja kielen tasolla tapahtuvaa analysointia. Fairclough määrittelee tekstin diskurssin kielelliseksi ilmentymäksi, joka realisoituu puheena, kirjoituksena, kuvina ja muuna sanattomana viestintänä. Faircloughin analyysimallissa tekstien analyysilla tarkoitetaan perinteisten kielellisten analyysikategorioiden (fonologia, morfologia, syntaksi, sanasto jne.) lisäksi myös virkettä suurempien tekstikokonaisuuksien tarkastelua. Tekstin analysoiminen merkitsee kaiken kielellisen materiaalin - esimerkiksi muoto- ja äännepiirteiden, sanaston, tekstien kieliopillisten rakenteiden, tekstuaalisten rakenteiden, metaforien, synonyymien, ylä- ja alakäsitteiden, lauserakenteiden tai adjektiivien - tarkkaa kuvausta. Tekstin analysoimisen tulisi kohdistua sekä merkitykseen

että muotoon, vaikka näiden pitäminen erossa toisistaan onkin todellisuudessa vaikeaa. Tekstianalyysi tulisi nähdä myös kriittisesti motivoituna, esimerkiksi millä tavalla eri osallistujat esitetään tekstissä - aktiivisina vai passiivisina. (vrt. Fairclough 1997:78-92.)

Tässä työssä kielenanalyysi ja kielen kuvaus rajoittuu Jyrki Lehtolan artikkelin ironisiin ilmauksiin. Tekstin tasolla kuvaus tiivistyy ironian kielellisten piirteiden poimintaan ja kielellisten keinojen kuvaukseen. Vähäisessä määrin tekstien kuvausta on myös tutkimuksen toisessa päävaiheessa, tekstianalyysia laajemmassa ja abstraktimmassa sisällönanalyysin osuudessa.

Fairclough on analyysimallissaan yhdistänyt Hallidayn kielianalyysin funktiot yhteiskunnalliseen analyysiin, mikä on mahdollistanut ideologioiden, vallan, uskomusten, tiedon sekä sosiaalisten suhteiden ja identiteettien tutkimisen kielestä. Faircloughin tekstianalyysi perustuu Hallidayn käsityksiin kielen monifunktioisesta luonteesta; sen lisäksi että jokainen teksti on tekstuaalinen kokonaisuus, siitä voidaan tarkastella, miten se rakentaa tietyntyyppisiä tieto- ja uskomusjärjestelmiä (eli representaatiota) ja tietynlaisia sosiaalisia suhteita ja identiteettejä. Hallidayn kielen funktioista ideationaalinen funktio kytkeytyy luontevasti tieto- ja uskomusjärjestelmiin ja interpersoonallinen funktio identiteetteihin ja sosiaalisiin suhteisiin. Kriittisen diskurssinanalyysin näkökulmasta kiinnostavia ovat myös tekstistä puuttuvat representaatiot ja identiteetit. (Fairclough 1997: 80.)

Diskursiivisilla käytänteillä Fairclough tarkoittaa tekstien tuottamiseen ja kuluttamiseen liittyviä prosesseja eli miten yhteisössä tekstit muuntuvat niitä tuotettaessa ja kulutettaessa. Paitsi prosesseina, diskurssikäytänteet voi nähdä kullekin yhteisölle ominaisena 'tapana puhua'. Diskurssikäytänteet muodostavat 'linkin' tekstin ja sosiaalisten käytänteiden välille. Sosiokulttuuriset käytänteet puolestaan muokkaavat tekstejä vaikuttamalla diskurssikäytänteisiin eli tekstien tuottamisen ja kuluttamisen tapoihin: muutos diskurssikäytänteissä heijastuu tekstien ominaisuuksiin (Fairclough 1997: 81-84).

Mediakatsauksessa sivuan yleisellä tasolla mediatekstien ja aikakauslehtijournalismin tekstien tuottamisen diskurssikäytänteitä sekä niihin vaikuttavia tekijöitä. Imagen diskurssikäytänteistä, arvostuksista ja lehden tekstien tuottamis- ja kuluttamiskäytänteistä olen saanut tietoa haastatteluista, lukijatutkimuksista ja muusta lehden toimituksen antamasta materiaalista. Eräs tapa tutkia kuluttamiseen liittyviä diskurssikäytänteitä olisi ollut lukijatutkimuksen sisällyttäminen esimerkiksi työn tekstianalyysiosuuteen. Vastaanottotutkimus olisi tuonut tietoa lukijoiden tulkinnoista, mutta

olisi paisuttanut työtä kohtuuttomasti, joten olen rajannut sen työni ulkopuolelle. Analyysi perustuu siten omaan subjektiiviseen tulkintaani, joka on osittain myös tietyssä yhteiskunnallisessa ja kulttuurisessa yhteisössä rakentunut.

Tekstin ja vuorovaikutuksen suhteen tulkinta merkitsee Faircloughille tilannekontekstin analyysia sekä intertekstuaalista analyysia. Viestintätilanteeseen pääsee sisälle asettumalla tekstin tuottajan ja tekstin vastaanottajan asemaan, kuten edellä olen viitannut. Intertekstuaalisen kontekstin tutkiminen on sen selvittämistä, mihin genreen teksti liittyy, mikä tekstityyppi on tutkittavan tekstin pohjana, minkälaisista osista teksti rakentuu jne. Faircloughin mukaan on suotavaa liittää lingvistinen ja intertekstuaalinen analyysi toisiinsa, jotta teksti saataisiin sidottua kulttuuriin ja yhteiskuntaan. Intertekstuaalisessa analyysissa teksti tulee sijoitettua yhteiskunnan diskurssijärjestyksiin. (Fairclough 1997: 81-84.) En tässä tutkimuksessa tee intertekstuaalista analyysia, vaikka sivuankin sisällönanalyysissa näitä teemoja.

Sosiaaliset käytänteet ovat yhteisön ja yhteiskunnan toimintatapoja, joista kieli on eräs. Faircloughin mielestä tutkimuksen sosiaalinen konteksti voi olla tilannekonteksti (viestintätilanteen välitön konteksti), institutionaalinen konteksti tai jopa laajempi yhteiskunnallinen ja kulttuurinen konteksti (Fairclough 1997: 71-73). Selitysvaiheen tavoitteena voi pitää myös diskurssien vaikutusten tutkimista ja diskurssin asemaa yhteisössä. Faircloughin mukaan diskurssit ilmentävät yhteiskunnallisia muutoksia. Media voi tuottaa konventionaalista diskurssia, joka vahvistaa olemassa olevia valtarakenteita tai luovaa, valtasuhteita uudistavaa diskurssia. Sosiaalinen konteksti on osa tekstin merkitystä, se ulottuu tekstiin, konteksti on pääteltävissä ilmauksista, joilla teksteissä viitataan toisiin teksteihin (Karvonen 1995: 30).

Mediatekstien sosiaalista kontekstia olen tarkastellut pohtimalla joukkoviestinnän luonnetta, taloutta ja politiikkaa, samoin olen selvittänyt aikakauslehtimedian erityispiirteitä ja lopulta myös Image-lehden erityisluonnetta ja siihen vaikuttavia sosiaalisen kontekstin piirteitä. Tarkastelen mihin yhteiskunnalliseen keskusteluun Image ottaa osaa, mitä ideologioita, arvoja ja asenteita se heijastaa. Tarkastelen myös lehden asemaa tiedonvälityksessä ja aikakauslehtimaailmassa sekä niitä mediakulttuurin käytänteitä, jotka osallistuvat lehden diskurssien ja tekstien muovaamiseen.

3. MEDIAKATSAUS - KURKISTUS SOSIAALISIIN KÄYTÄNTEISIIN

3.1. Joukkoviestintä ja median tehtävät nyky-yhteiskunnassa

Englannin kielestä on vakiintunut yleiseen käyttöön termi media, jolla tarkoitetaan joukkoviestinnän ja joukkotiedotusvälineiden kenttää kokonaisuudessaan. Media voidaan karkeasti jakaa lehdistön (sanoma- ja aikakauslehdet), yleisradiotoiminnan (radio ja televisio), kirjallisuuden, elokuvan ja video- ja äänitetuotannon käsittäväksi alueeksi. (kts. esim. Nordenstreng ja Wiio 1994.)

Yleisöviestinnän (myös joukkoviestinnän) sanoma on julkinen, se lähetetään suurehkolle ihmisjoukolle, ja yleisö itse valikoi sanoman, keskinäisviestintä sen sijaan perustuu henkilökohtaiseen vuorovaikutukselliseen viestintään. (Nordenstreng ja Wiio 1994: 10-19.) Joukkoviestintä on yksisuuntaista sanoman välittämistä suurelle, ennalta rajaamattomalle ihmisjoukolle tiettyjen teknisten apuvälineiden avulla. Joukkoviestintää on pyritty määrittelemään huolimatta siitä, että viestintäteknologian jatkuvasti kehittyessä nykyviestimet eivät ole enää helposti luokiteltavissa ominaisuuksiensa suhteen, esimerkiksi viestinnän yksisuuntaisuus on joukkoviestintäfoorumeissa yhä epämääräisempi käsite mm. interaktiivisten televisio-ohjelmaformaattien yleistyessä. (esim. Kunelius 1997: 15-16.)

Joukkotiedotusvälineiden tekniset ominaisuudet vaikuttavat viestinnän luonteeseen, muun muassa juttujen tekotapaan ja viestinnän viiveisiin. Sähköiset viestimien uutisvälitys pyrkii nopeaan ja tehokkaaseen reaaliaikaiseen viestintään: radio, televisio ja päivälehdet tekevät vuorokauden syklissä lyhyitä uutisjuttuja, joissa tulevat esille pelkästään pääasiat uutisesta. Aikakaus -ja sanomalehdet kuten muutkin kestoviestimet siirtävät sanoman aineellisessa muodossa, graafisista medioista esimerkiksi aikakauslehdet ja kirjat välittävät sanomansa suhteellisen hitaasti (esim. Nordenstreng ja Wiio 1994: 10-12). Graafiset viestimet taustoittavat juttuja enemmän ja suosivat erilaisia tekstigenrejä. Eri medioilla on erilaisia tehtäviä ja saman median sisälläkin erityyppiset aineistot palvelevat erilaisia käyttötarkoituksia. Joukkoviestimet painottavat erilaisia aihepiirejä, joten kokonaisuudessaan eri välineet täydentävät toistensa antia (Huovila 1995).

Joukkoviestinnän kuluttamisen syitä alettiin ensi kertaa selvittää 1940-luvulla Amerikassa nk. käyttösyytutkimusten avulla. 1960-luvulta lähtien tutkimuksen tavoitteena oli löytää syitä ja säännönmukaisuuksia ihmisten joukkoviestintään liittämien kulutustarpeiden ja sosiaalisen aseman välille. Sittemmin1970-luvulla tehtiin kyselyjä televisio-ohjelmien seuraamiseen liittyvistä

motiiveista. Tutkimuksessa todettiin median tyydyttävän ihmisten aitoja, yksilöllisiä tarpeita, joiden ajateltiin olevan yhteydessä kulttuuriin ja yhteiskuntaan. Median kuluttamisen syyt todettiin neljän tyyppisiksi: mediaa käytetään tiedon hankinnan välineenä, sen avulla voidaan huvitella, rentoutua ja irtautua arjesta, sitä käytetään henkilökohtaisten suhteiden tyydyttämiseen tai sen avulla työstetään omaa identiteettiä ja arvomaailmaa. Vaikka median kuluttamisen motiivien tutkiminen ei selitä ihmisten joukkoviestinnän kokemistapaa tai tapoja tulkinta mediatekstejä, se osoittaa miten voimakas vaikutus medialla on kansalaisiin. Joukkoviestintä ohjaa myös oman tarjontansa avulla kuluttajan valintoja ja synnyttää kulutustarpeita. Samaan tapaan kuin mainonta, joukkoviestintäkin muokkaa tarpeisiin liittyviä odotuksia: kansalaiset kaipaavat aina jossain määrin sitä, mistä heillä on jo käsitys, ts. mitä heille on jo tarjottu. Mediatekstit muodostuvat tietynlaisiksi tekstien kulutuksen ja tuotannon sekä yleisen yhteiskunnallisen kontekstin vuorovaikutuksessa (vrt. Fairclough 1997). (Kunelius 1997: 99-111.)

Joukkoviestinnän kulutus lomittuu osaksi ihmisten arkielämää; lehteä luetaan aamukahvilla ja radiota kuunnellaan matkalla työhön tai ns. taustakuunteluna työpaikalla. Kriittisen kielentutkijan Norman Faircloughin mukaan yleisö kuluttaa tai vastaanottaa joukkoviestintää aina yksityisen elämänpiirin - perheen ja kodin kontekstissa. Media toimii yksityisen ja julkisen alueilla: mediatekstit tuotetaan julkisen elämän alueella ja kulutetaan yksityisellä elämänalueella. Joukkoviestintä muuntaa diskurssikäytänteitä: institutionaaliset kollektiiviset rutiinit muuntavat virallisten lähteiden diskursseja paremmin yksityiseen kulutukseen sopiviksi. Median toiminta sekä virallisen että puhekielisen diskurssin alueilla on Faircloughin mukaan muuttanut median tapaa käyttää kieltä (Fairclough 1997: 54-55 ja 68-73).

Medioiden seuraamisaktiivisuus on muuttunut hienoisesti. Televisio on syrjäyttänyt radiolta aktiivisimman ja tehokkaimman media-ajan. Vuonna 1996 suomalaiset viettivät aikaansa joukkoviestinnän parissa reilut seitsemän tuntia, josta suurimman osan (yli viisi tuntia) lohkaisivat sähköiset viestimet, televisio ja radio. Sanoma- ja aikakauslehtiä luetaan noin 40 minuuttia päivässä, kirjoja keskimäärin noin puoli tuntia. Sanomalehti tavoittaa edelleen suurimman osan aikuisväestöä. Sanomalehden lukemista tukevat edelleen käsitykset sanomalehden seuraamisen arvostuksesta tai suoranaisesta velvollisuudesta, itsensä sivistämisestä ja valistuneesta kansalaisuudesta. Iltapäivälehdet ovat kasvattaneet suosiotaan ja syrjäyttäneet maakuntalehteä täydentävät ns. maakuntien kakkoslehdet. (Kunelius 1997: 91-111.)

Mediakentän rakentumisen ohella on yhä kiinnostavammaksi ja tärkeämmäksi tutkimusalueeksi

noussut joukkotiedotuksen suhde taloudellisiin ja poliittisiin instituutioihin ja valtaan (esim. Fairclough 1997: 52-73.) Joukkotiedotus on sekä yhteiskunnassa tietoa välittävä kanava, että myös instituutio, jolla on tiettyjä kytkentöjä markkinoihin, politiikkaan, toisiin ryhmittymiin, eturyhmiin ja instituutioihin. Joukkotiedotus on nähty milloin kansalaisten, kansalaisyhteiskunnan tai tiettyjen ryhmittymien äänitorvena. Median merkittävyyttä julkisessa keskustelussa lisää se, että joukkotiedotus on yhteiskunnan hyväksymä sosiaalinen instituutio, joka vastaa pitkälti yhteiskunnallisesti merkittävän tiedon välittämisestä ja julkisuuden keskustelunaiheista. Puheet mediasta ns. neljäntenä valtiomahtina tai jopa yhteiskunnan vahtikoirana kertovat median yhteiskunnallisesta vallasta. (Nordenstreng 1995:47-50.)

Keskustelu median tehtävistä ja vaikutusvallasta ja sen oikeutuksesta ei ole ainakaan laimentunut, päinvastoin. Lisääntynyt kriittisyys ja tietoisuus median välittävästä luonteesta heijastuu julkisessa keskustelussa esimerkiksi puheina mediapelistä. Niin kansalaiset kuin toimittajatkin ovat huolissaan median, vallankäytön ja politiikan keskinäisistä, implisiittisistä, huomaamattomammista kytköksistä. Median suhde valtaan ja erityisesti valtiovaltaan ollut erilainen eri aikoina ja eri tavalla kehittyneissä valtioissa vaihdellen myös olosuhteiden, mediavälineen ja aihepiirin mukaan. Kaarle Nordenstreng on kuvannut median suhdetta valtaan yksinkertaistaen jatkumolla, joka rakentuu median itsenäisyysasteesta ja sitä heijastelevasta tehtävänkuvasta. Median rooli voi olla valtaa tukeva, valvova, vallan käyttöön osallistuva tai valtarakenteita kritisoiva. Näiden roolien mukaan median tehtävä yhteiskunnassa voi siis vaihdella valtarakenteiden pönkittämisestä tiedottamiseen ja tapahtumien passiiviseen seuraamiseen, aktiivisesta julkisesta keskustelusta kriittiseen valtarakenteiden paljastamiseen ja uudelleenarviointiin. (Nordenstreng 1995: 47-70.)

Joukkoviestintävälineiden tavoittaessa potentiaalisesti yhä suurempia yleisömääriä on myös tiedotusvälineiden taloudellisiin omistussuhteisiin ja kytkentöihin kiinnitetty enemmän huomiota. Journalistisista tuotteista on tullut symbolisia kulttuurituotteita, joilla tavoitellaan voittoa ja jotka kilpailevat yleisöstään (Ridell 1998: 431-453). Samanaikaisesti kilpailu mediakentällä on kiristynyt sekä saman median sisällä että eri joukkoviestimien kesken. Taloudellisten omistussuhteiden vaikutukset näkyvät epäsuorasti myös journalistisissa tuotoksissa ulottaen jälkensä aina teksteihin saakka (esim. Fairclough 1997: 60-62). Liiketaloudellinen ajattelu aiheuttaa joukkoviestintään kohdistuvia rakenteellisia ja sisällöllisiä vaikutuksia. Yritysmaailmaa on aivan erityisesti viime vuosina koskettanut yritysten yhdistymis- ja laajentumiskehitys, joka on ulottunut myös viestintäalalle. Käytännössä tämä on tarkoittanut Suomessa mm. omistuksen horisontaalista keskittymistä niin, että viestintäyhtiöiden toimiala on laajentunut useampia medioita käsittäväksi. (Kunelius

1997: 71-90.)

Joukkoviestintään kohdistuvat kaupalliset paineet ovat yksi syy mediatarjonnan viihteellistymiseen, muutokseen joka Faircloughin mukaan ilmenee median aihevalinnoissa, käsittelytavoissa ja mm. median kielen muutoksissa (Fairclough 1997: 60-62). Yhä selvemmin joukkotiedotuksessa kuin muissakin julkisissa palveluissa onkin havaittavissa kuluttamisen mallien luomaa viihteellistämisen painetta. Viihteellisen diskurssin ja julkisen yhteiskunnallisen keskustelun välinen jännite on kasvanut. Faircloughin mielestä tiedotusvälineiden diskursiivisten käytäntöjen muuttuminen laajojen yhteiskunnallisten ja kulttuuristen muutospaineiden takia on kriittisen mediatutkimuksen tärkeimpiä tutkimusalueita (Fairclough 1997:90). (esim. Fairclough 1997: 23-24).

Koska yksityisen kuluttamisen ja julkisen keskustelun välinen suhde on yhä hämärämpi, on yksityisen alueesta tullut yhä tärkeämpi julkisessa keskustelussa. Yksityisen alueen merkityksen kasvaessa median puhetapa on muuttunut epämuodolliseen suuntaan; median kieli on jutte-lunomaistunut, muuttunut yhä puhekielisemmäksi. Faircloughin mukaan kyse voi olla aidosta demokratisoitumiskehityksestä, joka takaa kaikille tasapuolisemmat mahdollisuudet vaikuttaa asioihin tai kielen demokratisoitumista voidaan pitää vain kosmeettisena muutoksena, jonka avulla valtaa pitävät neutraloivat vallankäyttöään. (esim. Fairclough 1997: 24-25.)

3.2. Aikakauslehtimedia

3.2.1. Aikakauslehtien määrä ja lehtityypit

Aikakauslehden nimikkeellä ilmestyviä painotuotteita on Suomessa runsaasti; Osmo A. Wiion ja Kaarle Nordenstrengin arvion mukaan noin 4000 (emt. 15), Ullamaija Kivikurun arvion mukaan n. 4500 (Kivikuru 1996:74). Aikakauslehtien lukumäärä maassamme asukasta kohden laskettuna on kansainvälisestikin maailman suurimpia. Vaikka aikakauslehtien nimikkeiden määrä lähti voimakkaaseen kasvuun heti sotien jälkeen, on aikakauslehtien lukijamäärä hienokseltaan laskenut 80-luvulta lähtien, kun samanaikaisesti sähköinen viestintä on yleistynyt ja televisio on säilyttänyt valta-asemansa.

Varsinaisia aikakauslehden kriteerit täyttäviä julkaisuja on noin 2500 (vrt. Aikakauslehdistö 1997:2 Suomen Postin tilasto 1995, jossa lukumäärä 2656). Kriteereissä määritellään lehden ilmestymistiheyttä, sisältöä ja jäsenyys- tai asiakassuhdetta koskevia seikkoja. Aikakauslehti on painotuote, joka ilmestyy painovapauslain mukaan säännöllisesti vähintään neljä kertaa vuodessa, on sisällöltään monipuolinen (pääosin muuta kuin kaupallisia tiedotteita tai muita tiedonantoja) ja on asiakkaan tilattavissa tai jaetaan tilaajajäsenyyden perusteella. Jos mukaan lasketaan vähintään kaksi kertaa vuodessa ilmestyvät aikakauslehdet, jotka täyttävät muut em. ehdot, saadaan lukumääräksi jopa 4500. (Kivikuru & Sassi 1994; 60-75.)

Aikakauslehtinimikkeiden kirjavuus suuri, vaikka yleisesti aikakauslehdiksi mielletäänkin usein ns. yleisaikakauslehdet kuten Suomen Kuvalehti tai Seura. Eri lehtiryhmien täyttämät tehtävät ovat erilaisia; erikois- tai harrastelehti palvelee erilaisia tarpeita kuin esim. ammatti- tai järjestölehdet. Karkeasti aikakauslehdet jaetaan neljään ryhmään: *yleisölehtiin*, joita ovat yleisaikakauslehdet, perhelehdet, nuortenlehdet, naistenlehdet, miestenlehdet ja erikois- ja harrastelehdet, *ammatti- ja järjestölehtiin*, joilla on jopa 16 alaryhmää ammattiryhmien ja yhteiskunta-alojen mukaan, *mielipidelehtiin*, joiden kesken on edelleen erikoistumista ja viimeisenä on vielä *asiakas- ja yrityslehtien* ryhmä. Suurin volyymi (levikki kertaa vuosittaiset ilmestymiskerrat) on ammatti- ja järjestölehdillä sekä yleisölehdillä. (Kivikuru & Sassi 1994: 60-61.)

Aikakauslehtien Liiton luokittelussa (Aikakauslehdistö 1997: 56-58) yleisölehdet jaetaan edelleen viiteen pienempään ryhmään. Yleisaikakaus- ja perhelehdillä on laajin lukijayleisö ja pienin erikoistumisaste. Yleisaikakauslehdet ovat pyrkineet tarjoamaan jokaiselle jotakin ja kehittyneet yhä ajankohtaisempaan suuntaan. Tämän ryhmän lehtiä ovat esimerkiksi Apu, Seura, 7 päivää, Suomen Kuvalehti ja Hymy.

Toisen, jo varsin tutun ja vakiintuneen lehtityypin muodostavat naisten yleis- ja erikoislehdet, joista esimerkkeinä Kotiliesi, Eeva, Anna tai Hyvä Terveys. Sen sijaan aivan viime vuosina maahamme on syntynyt kolmas yleisölehtien ryhmä, miesten yleis- ja erikoislehdet, joista etenkin miesten yleisaikakauslehdet ovat rynnineet voimalla aikakauslehtimarkkinoille, on jopa puhuttu miehille suunnatuista yleislehdistä uutena aikakauslehtigenrenä (Heikkinen, Laura 1999:16-17). Miehille suunnattujen asialehtien kotiuttamisen aloitti Cosmos-lehti vuonna 1997, seuraavana vuonna tuli markkinoille samoin miehille suunnattu MG (Miehen Gloria) ja samaan ryhmään pyrki myös vuonna 1999 lehtimarkkinoille ilmestynyt Men's Health (emt.). Lehtityypin uutuudesta kertoo sekin, että Aikakauslehtien Liiton uusimmassa jäsenjulkaisussa (Aikakauslehdistö 1997) ei tämän

ryhmän lehtiä vielä esiinny. Myös neljäs yleisölehtien alaryhmä on muodostettu enemmän kohderyhmän kuin sisällön perusteella, tällä kertaa erottelevana tekijänä on ikäkausi; lasten- ja nuortenlehdillä (esim. Koululainen, Aku Ankka, Suosikki) on oma kohdeyleisönsä. (Aikakauslehdistö 1997:56-58.)

Yleisaikakaus- ja perhelehtien sekä tiettyyn lukijasekvenssiin kohdistuvien lehtiryhmien lisäksi yleisölehtien joukkoon kuuluu sen viides alaryhmä: erikoisaikakaus- ja harrastelehdet, joita ovat esimerkiksi Alibi, Avotakka, Hifi, Kameralehti, Kunto Plus, Suomen Luonto, Tiede 2000, Tuulilasi ja Voi Hyvin. Erikoisaikakauslehtien asema vahvistui 1980-luvulla, kun samanaikaisesti kiinnostus yleisaikakauslehtiä kohtaan laimeni (Salokangas 1998: 288-297). Yhteiskunnan kehitys ja erikoistuminen on synnyttänyt jatkuvasti tarvetta uusille erikoisaikakaus- ja harrastelehdille. Yleisaikakauslehdet ovat silti säilyttäneet asemansa maassamme television rinnalla, erikoislehtien menestyksestä huolimatta (esim. Nordenstreng ja Wiio 1994: 10-12) . (Aikakauslehdistö 1997: 56-58.)

Aikakauslehdistä yleisölehdet ovat selkeimmin kaupallisia ja pyrkivät viihdyttämään tai jollakin muulla tavalla täyttämään lukijan tarpeita. Ammatti- ja järjestölehtien funktio liittyy puolestaan tietyn ammattialan tietouden seuraamiseen, tai ne pyrkivät järjestöjen jäsenjulkaisuina jakamaan jäsenilleen tietoa järjestönsä asioista. Opiskelijajärjestöjen tai aatteellisten ryhmien julkaisemat mielipidelehdet ovat lukijoidensa riippumattomia äänenkannattajina. Asiakaslehden tehtävänkuva on kaupallinen ja suostutteleva, julkaisu on yleensä jonkin kaupallisen ketjun hyväksi tehtävää mainonta- ja tiedotustyötä. Image on yleisölehti, joka sijoittuu lähimmäksi yleisaikakauslehden formaattia. (Brusila 1997: 17-18.)

Hieman erilaista jaottelua aikakauslehtiryhmistä käyttävät Heikki Kuutti ja Jukka-Pekka Puro (Kuutti, Heikki & Puro, Jukka-Pekka 1998). He jakavat aikakauslehdistön yleisölehtiin (yleis- ja erikoisaikakauslehdet ja esimerkiksi miesten ja naisten lehdet), joita markkinoidaan mahdollisimman laajalle kohdeyleisölle, ja joiden toiminta perustuu liiketaloudelliseen kannattavuuteen ja toiseksi pienryhmälehtiin, joita ovat ammatti-, tiede- ja taidelehdet, uskonnolliset lehdet, mielipide-, liike-, jäsen-, järjestö-, harrastelehdet sekä kolmanneksi valtiovallan julkaisemiin virallisiin lehtiin. Kahden viimeksi mainitun aikakauslehtiryhmän tavoitteena on tukea lehtiä kustantavien yritysten tai yhteisöjen päätoimintoja ja toimia pienten intressiryhmittymien äänenkannattajina. (Kuutti & Puro 1998.)

Riitta Brusila on tehnyt tutkimustaan varten yleisölehdistä oman luokittelun, joka poikkeaa myös

Aikakauslehtien Liiton esittämästä jaottelusta. Brusila on ottanut yleisölehdistä mukaan tutkimukseensa seuraavat yleisölehtien ryhmät: populistiset, suurille ihmisryhmille suunnatut, aihepiiriltään yleiset yleisaikakauslehdet (esim. Apu, Seura, Hymy, 7 päivää), naistenlehdet (Anna, Kodin Kuvalehti, Kotiliesi), talouslehdet (Fakta, Optio ja Talouselämä), jotka ovat Aikakauslehtien Liiton luokittelussa erikoisaikakauslehtiä, elitistiset yleislehdet ja kulttuurilehdet, jotka ovat yhteiskunnallisesti ja journalistisesti arvostettuja (Helsingin Sanomien Kuukausiliite, Image, Suomen Kuvalehti ja Helsingin yliopiston julkaisema Yliopisto-lehti) ja viimeisenä ryhmänä erikoisaikakauslehdet (esim. Suomen Luonto, Tekniikan Maailma, Form&Function). (Brusila 1997:81-84.)

Brusilan aineistossa populistiset yleisaikakauslehdet ja toisaalta elitistiset yleislehdet ja kulttuurilehdet on esitetty kumpikin omana ryhmänään (Brusila 1997:81-84). Yhteistä näille kahdelle ryhmälle on niiden aihepiirien yleisyys ja laaja-alaisuus, siinä mielessä molemmat ryhmät edustavat Aikakauslehtien Liiton luokittelun yleisaikakauslehtiä. Ulla-Maija Kivikuru on havainnut saman ilmiön: hänen mielestään kaupallinen erikoislehtikonsepti, jollaisena elitistisiä yleislehtiä ja kulttuurilehtiä voidaan pitää, lähenee yleisaikakauslehden konseptia (Kivikuru 1996:67). Toisaalta ne jakaantuvat eri ryhmiksi populismi-elitismi -jatkumolla, jolloin niitä voisi kuvata myös määreillä massalehti ja laatulehti. Laatulehden katsotaan olevan journalistisesti korkeatasoinen, kunnianhimoinen projekti, joka usein erottuu lähes vastakohtaisesti viihteellisistä, pienin kustannuksin mahdollisimman suurelle yleisöille suunnatuista halpa- tai massalehdistä. Lähes jokaisen lehden toimitus ilmaisee pyrkivänsä korkeatasoiseen, ns. klassiseen journalismiin. Missä määrin valtavirtajournalismi sitten on korkeatasoista, on jo toinen kysymys. Yleensä valtavirtajournalismia pidetään populaarina ja sen ajatellaan olevan lähempänä heikompaa kuin ns. 'laadukasta journalismia', jota pidetään journalistisena ihanteena. Laatulehden konseptille on tyypillistä mielipiteen muokkaus ja vaikuttaminen, jolloin näistä lehdistä syntyy usein eräänlaisia mielipidejohtajia (Kivikuru 1996:59-60). (Kivikuru 1996: 217-234).

Brusila sijoittaa Imagen elitististen kulttuurilehtien joukkoon (Brusila 1997: 82), sen konseptissa on myös laatulehden, elitistisen yleisaikakauslehden ja erikoisaikakauslehden piirteitä.

Lehtinimikkeiden lukumäärän perusteella ammatti- ja järjestölehdet ovat aikakauslehtien suurin ryhmä (yli 2000 eri julkaisua), toiseksi suurimman ryhmän muodostavat yleisölehdet, joiden lukumäärä vuonna 1995 oli 271. Kymmenen luetuimman (suurin lukijamäärä) aikakauslehden joukkoon kuuluivat vuonna 96 seuraavat aikakauslehdet: Pirkka, Seura, Apu, Valitut Palat, Aku Ankka, Yhteishyvä, 7 päivää, Et-lehti, Tekniikan Maailma ja Kodin Kuvalehti. Luetuin lehti,

Pirkka, sekä Yhteishyvä, ovat asiakaslehtiä, muut ovat yleisölehtiä. Levikiltään kymmenen suurimman aikakauslehden listalla on asiakaslehtiä huomattavasti enemmän, peräti neljä, joista kolme kärjessä ovat juuri Pirkka, Kulta YV ja Yhteishyvä. Kotimaisten aikakauslehtien kappalemyynti oli vuonna 1995 n. 20 miljoonaa kappaletta, kun vastaavana ajankohtana ulkomaisia lehtiä myytiin 3 miljoonaa kappaletta. Markkamääräisesti puhutaan 352 mmk:n ja 81 mmk:n osuuksista. Kappalemyynti kasvoi vuosina 94-95 ulkomaisten lehtien osalta 3,4 prosenttia kotimaisten lehtien kasvuosuuden jäädessä 1,3prosenttiin. Ulkomaisten lehtien irtonumeromyynti oli koko maamme irtonumeromyynnistä vuonna 1992 noin 15 prosenttia, ne olivat pääasiassa yleisaikakauslehtiä, erikois-, nuorten - ja naistenlehtiä. Merkkejä ulkomaisten aikakauslehtien suosion kasvusta aikakauslehtimarkkinoilla on siis nähtävissä, vaikkakin kotimaisten lehtien asema onkin vankka. (Aikakauslehdistö 1997: 2-3 ja 56-58.)

3.2.2. Aikakauslehti ennen ja nyt

Aikakauslehti eriytyi vähitellen omaksi formaatikseen sanomalehdestä, joka sekin etsi lajityypillistä muotoaan perinteisestä kirjasta vielä 1800-luvun puolivälissä. Aikakautisen julkaisun ja sanomalehden ero ei tuolloin ollut kovin yksiselitteinen. Selkeimmin niitä erotti ilmestymistiheys, sillä aikakauslehden suhde ajankohtaisuuteen ei ollut yhtä tiukka. Sanomalehdeltä vaadittiin myös monipuolisuutta aikakauslehtien keskittyessä yhteen asiaan tai teemaan. Aikakauslehden ja sanomalehden rajanveto oli tästäkin huolimatta pitkään ongelmallinen ja hämärä. (Tommila 1998: 88-100.)

Lehdistön varsinainen vakiintumisen kausi oli 1830-80 -luvuilla. Ensimmäiset sanoma- ja aikakauslehdet olivat ruotsinkielisiä. Suomenkieliset aikakauslehdet yleistyivät ja syrjäyttivät ruotsinkielisten valta-aseman 1800-luvun lopulla. Useimmat niistä olivat sisällöltään uskonnollisia, kristillissiveellisiä kansanvalituslehtiä, jotka sisälsivät maanviljelijöiden ammattitietoutta. Aikakausjulkaisut olivat siis varsin normatiivisia, kansaa pyrittiin sivistämään ja opettamaan. (Tommila 1998: 88-100.)

Tekniikan kehittyessä ja yhteiskuntarakenteen erikoistuessa 1880-1920 -luvuilla koitti myös aikakauslehdistössä voimakas kasvun ja laajenemisen aika. Tarvittiin uusia erikoislehtiä vastaamaan uusien ammatti-, intressi- ja harrastusryhmien tarpeisiin. Lehtitarjontaa monipuolistivat mm. talous-, urheilu- ja viihdelehdet. Vuosisadan alussa aikakauslehdistö erottautui omaksi liiketoimin-

nan haarakseen, joka jakaantui kahtia: järjestöjen kustantamiin järjestölehtiin ja kaupallisten aikakauslehtien joukkoon (Kivikuru 1996: 53-58). Sanomalehti kehittyi yhä enemmän ajankohtaisuuteen sitoutuvaksi uutismediaksi, joten aikakauslehdet saattoivat julkaista monipuolista ja erikoistuneempaa juttumateriaalia. Aikakauslehdistön kustantamisen perusta ei alkuaankaan ollut niin ideologinen kuin sanomalehdistön, missä kustannustoiminta lähti liikkeelle juuri pienistä aatteellisista kustannusyhtiöistä (Kivikuru 1996: 53-58). Silti myös aikakauslehdistö koki poliittisen puoluesidonnaisuuden ajan: kulttuuri-, mielipide- ja pilalehtien kukoistuskauden. (Tommila 1998: 88-100.)

Aikakauslehden syntyajoista saakka aikakauslehdistön kenttä on jakaantunut kahtia: vapaa-aikaa ja viihteellisyyttä korostaviin suurelle yleisölle suunnattuihin lehtiin ja erikoisinformaatiota tarjoaviin harratus- ja ammattilehtiin. Aikakauslehden konsepti eli perusolemus on aikakauslehden historian kuluessa muuttunut alkuperäisestä tiedottajan konseptista kansakunnan yhdistäjäksi, valistajaksi ja viimein viihdyttäjäksi. Luonnehdinnat eivät ole toisiaan poissulkevia ja on huomattava eri lehtiryhmien väliset painotuserot. Pääpiirteittäin voidaan todeta, että Suomen autonomian aikana aikakauslehdistössä konseptit lisääntyivät ja monipuolistuivat, itsenäisyyden aika on ollut konseptien sekoittumisen ja hajoamisen kautta (Kivikuru 1996: 64-65). (emt. 53-58.)

Aikakauslehdistön toimialue näyttää siis yhä vain jakaantuvan ja erikoistuvan. Aikakauslehden funktio on muuttunut kansansivistäjän ja yhteiskunnallisen tiedonjakajan roolista lukijan tarpeita ja erityistarpeita palvelevaksi ja viihdyttäväksi mediaksi. Tiedottaminen ja viihdyttäminen ovat edelleen merkittävimmät palvelufunktiot nykyisellekin aikakauslehtikonseptille. Samalla aikakauslehti on kehittänyt omat genrensä ja luonut uudenlaisen suhteen yleisöön. Aikakauslehtien tekstityypit ovat jatkuvan kehityksen ja muutoksen alaisina (vrt. ajankohtaistumisen vaikutukset juttuihin). Aikakauslehden suhteessa lukijaan on tapahtunut murtautuminen pois moralisoivasta ohjailusta, sivistämiseen tähdänneestä 'ylhäältä alaspäin' -asenteesta tasavertaisempaan, lukijan intressejä palvelevaan suuntaan. Aikakauslehden historiallisessa kehityksessä on siten nähtävissä sama kaupallisuuden ja viihteellistämisen kehitystendenssi kuin muidenkin joukkoviestinten kehityksessä (vrt. Fairclough 1997: 20), aikakauslehden lajityypistä johtuen vielä muita medioita voimakkaampana.

Aikakauslehdet ovat menettäneet alkuperäistä merkitystään kansalaisyhteiskunnan yhtenäisyyden luojana ja ylläpitäjänä. Sanomalehden, radion ja television omaksuessa nämä tehtävät aikakauslehdet ovat toteuttaneet rooliaan pikemminkin luomalla mediamaisemaan erilaisia kansanfragmentteja

kuin yhteisyyttä. Vaikka julkisen keskustelun pääfoorumi onkin siirtynyt sanomalehdelle, on aikakauslehdellekin jäänyt kuitenkin oma toiminta-alueensa kansalaisyhteiskuntaa koskevassa dialogissa.

Ullamaija Kivikurun (Kivikuru 1996:73) mukaan suomalaista aikakauslehdistöä voidaan pitää varsin konservatiivisena. Muutoshalukkuus aikakauslehtikonseptien kehittelyssä on ollut vähäistä mm. alan kilpailun, muiden medioiden ahdistelun ja maassamme vallitsevan tilaajapohjaisuuden takia. Kaupallisen aikakauslehdistön (yleisölehdet erityisesti) menestys on riippuvainen lehtitalojen kyvystä löytää mahdollisimman suuri lukijayleisö ja tyydyttää heidän odotuksensa (Kuutti, Heikki & Puro, Jukka-Pekka 1998). Tämä on johtanut lukijatutkimusten lisääntymiseen, mikä puolestaan näkyy konseptien ja aihevalintojen yllätyksettömyytenä ja jo saavutettujen asemien varmisteluna (kts. Ridell 1998: 431-453).

Uusimman tutkimuksen mukaan hieman yllättäen aikakauslehden kehityksessä on jälleen havaittavissa voimallinen tiedottamisen tendenssin kasvu, mikä merkitsee paluuta aikakauslehden ajankohtaisuuteen ja uutismaisuuteen. Aikakauslehdet ovat lähteneet kilpailemaan samoille markkinoille sähköisten viestimien ja sanomalehden kanssa, pois aikakauslehden perinteiseltä vahvuusalueelta. Kivikurun tutkimuksen mukaan vain harva suomalainen aikakauslehti rohkenee olla epäajankohtainen. Medioiden (sähköinen ja painettu) konseptit ja niiden muodot sekoittuvat keskenään, mikä heikentää mediaspesifisyyttä, muuttaa konsepteja ja lisää niiden interdiskursiivisuutta (Kivikuru 1996: 46-49). Esimerkkinä medioiden ilmaisukielen sekoittumisesta voidaan pitää mm. aikakauslehtien kuvajournalismin pyrkimystä lainata kuva-ilmaisuunsa ideoita televisiosta, taide-, muoti-, mainos- ja muotokuvan traditioista (Vanhanen 1994: 46).

Aikakauslehtimediaa kuten muutakin journalismia koskettavat kansainvälistymisen mukanaan tuomat haasteet. Kun globalisoitunut joukkotiedotus ja kiihtynyt tiedonvälitys ovat laajentaneet kokemustamme maailmasta ja vapauttaneet ihmiset suppeasta tiettyyn aikaan ja paikkaan sidotusta maailmankäsityksestä, on myös aikakauslehti kehittynyt yhä enemmän irti paikallisuudesta. Maailmanlaajuiset asiat ovat tunkeutuneet paikallisyhteisöihin, toisaalta paikallisuus on osittain rakentunut sisään universaaleihin asioihin. Tällainen globalisoituminen ja glokalisaatio ovat esillä myös aikakauslehden diskursseissa , jotka tyypillisesti sisältävät sekä kansainvälistä että kansallista tai alueellista aineistoa. Kivikuru puhuu ns. intressikehistä, alueista, joille levittäytyminen on mm. kulttuurisen läheisyyden takia suotuisaa ja todennäköisempää - maailmanlaajuinen levittäytyminen lienee mahdollista ehkä vain sarjakuville ja pornojulkaisuille (Kivikuru 1996: 48). Totta kuitenkin

on, että joukkotiedotus on avartanut ajan ja paikan suhteita, mitä ilmentavät myös aikakauslehden sisällöt. Postmodernin ajan tutkijat väittävät paikan tajun kadonneen, ja että jälkimodernin yhteiskunnan ihmisille on tyypillistä eläminen 'kuvitelluissa yhteisöissä' (Kivikuru1996:4 Andersonin mukaan).

Kansainvälistyminen koskettaa aikakauslehtiryhmistä nimenomaan yleisölehtiä. Suomessa kansainvälistymiskehitys on tähän saakka ollut varovaista, mutta muutokseen on meilläkin jo reagoitu. Paine kansainvälistymiseen lähti liikkeelle tuotannon ja jakelun tarpeista, ei sisällöistä. Sisältöjen on ajateltu heijastelevan lähinnä tuotannon kansainvälistymistä. Ulkomaisten lehtien tuonti on viime vuosina ollut jatkuvasti lievässä kasvussa. Omistussuhteiden muutosten lisäksi kansainvälistyminen aikakauslehtituotannossa ilmenee monissa muissakin muodoissa: käännöslehtien, mallinnuslehtien ja konseptilainojen lisäksi ulkomaisen aineiston vaihto ja lehtienvälinen yhteistyö ovat lehden toimittamisen arkipäivää. Globalisaation vaikutukset ulottuvat siis monelle 'syvyystasolle' - lehtien aineistoista omistussuhteisiin ja markkina-alueen laajentamiseen saakka.

Aikakauslehdistön osalta kansainvälistyminen on nähty enemmänkin uhkana kuin mahdollisuutena; on pelätty, että omistuksen siirtyminen vieraisiin käsiin tarkoittaisi omaleimaisen kulttuurimme joutumista vieraan massakulttuurin syrjäyttämäksi (Kivikuru 1996: 1-5). Käsitykset aikakauslehdistöstä mediamme heikkona osana ovat olleet osaltaan lisäämässä pelkoa aikakauslehdistön siirtymisestä ulkomaalaisomistukseen, minkä on ajateltu merkitsevän alkua koko mediatuotantomme kansainvälistymiselle ja sitä kautta kotimaisen mediakulttuurin kuolemaa. Mediatuotannon kansainvälistymiseen ei siis suinkaan ole liitetty ajatusta kansainvälistymisen kulttuuria rikastavasta vaikutuksesta, kuten perinteisesti nk. korkeakulttuurin piirissä on tehty. Halu säilyttää joukkoviestintä kansallisessa omistuksessa on hyvin universaali reagointitapa kansainvälistymiskehitykseen. (Kivikuru 1996.)

Jos aikakauslehden funktio, rooli ja sisältö ovat muutoksessa, samaa voidaan sanoa myös alaa koskevasta teknisestä kehityksestä, joka on mahdollistanut uudenlaiset esittämistavat ja työprosessit. Tänä päivänä monet aikakauslehdet ovat verkkolehtiä eli aikakauslehtikin on levittäytymässä tietoverkkoihin. Edelleen esimerkiksi digitaalinen kuvan- ja aineistonkäsittely on mullistanut kuvajournalismia ja sitä kautta uudistanut aikakauslehden ulkoasua ja työtapoja.

3.2.3. Aikakauslehti: kuvan ja tekstin hybridi yhdistelmä

Tyypillinen aikakauslehti on tietyllä tavalla profiloitunut kaupallinen tuote, jonka kehittymistä ja suuntautumista ohjaavat potentiaalisen lukijakunnan löytäminen ja sen intresseihin vastaaminen. Prototyyppisin aikakauslehti - yleisölehti - on myös sisällöllisesti irrottautunut selkeän poliittisista tai yhteiskunnallisista päämääristä.

Mediana aikakauslehti sijoittuu jonnekin silppumaista, vähän kaikkea tarjoavien satelliittikanavien ja sanomalehtien ja toisaalta voimakkaasti muutamien teemojen ympärille rakentuvien kirjojen välimaastoon. Aikakauslehden peruslaatuun kuuluu siis tietty monipuolisuus ja vaihtelevuus. Vaihtelevuus syntyy mm. kuvan ja tekstin vuorottelusta ja pitkien juttujen ja lyhyiden, pienten, lähes pirstaleisten juttujen rinnakkaisuudesta sekä sisällöllisesti kevyemmän ja vakavamman aineiston synnyttämästä dialogista. Aikakauslehti ei rakennu vain journalististen tekstien varaan, vaan erityisesti aikakauslehdessä on samanaikaisesti esillä muitakin eri sisältöalueita, mm. viihdettä ja mainontaa (Brusila 1997: 12). (Siltanen 1996: 45-47.)

Aikakauslehden erityislaatu tulee esiin lehden ja sen lukijan suhteessa. Aikakauslehti mahdollistaa monia erilaisia lukutapoja katselusta ja selailusta keskittyneeseen lukemiseen (esim. Brusila 1997). Lukija voi valita sillä hetkellä kiinnostavan aineiston ja halutessaan palata aineistossa takaisin päin, lukemista ei ole sidottu tiettyyn ajankohtaan. Esimerkiksi televisio on huomattavasti jäykempi media, mitä tulee vastaanottajan vapauteen: vaikka kanavaa voikin vaihtaa ja ohjelmia nauhoittaa, niin aineistoon palaaminen lähetysajan jälkeen on käytännössä mahdotonta.

Aikakauslehteä ei myöskään lueta suoraviivaisesti kuten esimerkiksi romaania, vaan lukijoilla on useita erilaisia vastaanottamisen tapoja ja strategioita. Eri juttutyypit liittyvät erilaisiin lukutapoihin: esimerkiksi muotisivujen tai kuvien 'lukeminen' on hajautettua, ei-lineaarista. Toisaalta pitkän artikkelin ajallisesti hitaampi lukeminen etenee lineaarisesti, mutta katse suuntautuu myös kuvien mukaan (vrt. Brusila 1997: 28-30). Brusila toteaa populististen lehtien sisältävän enemmän hajautettua aineistoa eli lyhyitä juttuja, kevyttä sisältöä ja paljon kuvia. 'Painava' sisältö realisoituu todennäköisemmin pitkäksi tekstiksi, johon on vaikea löytää kuvitusta tai ainakaan valokuvia (emt.28-30). Imagenkin kohdalla kevyt ja vakava journalistinen aineisto on karkeasti erotettavissa toisistaan juuri juttujen pituuden ja kuvien määrän perusteella.

Kirjailija, dramaturgi Juha Siltanen on tutkinut lukijan suhdetta aikakauslehteen, verrannut sitä

muihin medioihin ja kuvannut näiden välisiä eroja rakkausmetaforien avulla. Siltala kuvaa suhdettamme sähköisiin viestimiin ja sanomalehteen termillä addiktio, suhde aikakauslehteen on syvempi ja kestävämpi - kiintymyssuhde. Dialogisuus aikakauslehden formaatissa ilmenee tekstin ja kuvan sekä tiedon ja viihteen vaihteluna. Aikakauslehtien runsaasta tarjonnasta lukija voi valita ne lehdet, joiden kanssa viihtyy ja jakaa kenties saman arvomaailman tai kiinnostuksen kohteet. Aikakauslehden tehtävä onkin paitsi tarjota tietoa, myös viihdyttää lukijaansa. (Siltanen 1996: 45-47 ja Aikakauslehdistö 1997: 9.)

3.3. Image - elävän kulttuurin aikakauslehti

3.3.1. Image suomalaisessa aikakauslehtikentässä

Imagen historiallisesta kehityksestä on löydettävissä paljon piirteitä ja elementtejä, joiden avulla lehden olemusta ja sijoittumista aikakauslehdistöön voidaan lähestyä. Lehti sai alkunsa vuosina 1982-84, jolloin Helsingin yliopiston Ylioppilaskunnan harrastusjärjestö Ylioppilaskamerat ry alkoi julkaista Image-lehden edeltäjää, Levottomat kuvat -valokuvajulkaisua. Lehti keskittyi tuolloin lähes yksinomaan visuaalisuuteen ja valokuvakulttuurin representointiin. Vuonna 1985 ilmestyi albumimainen valokuva- ja taidejulkaisu Image. (Kallio 1991:499 ja Image 5/1996).

Aikakauslehden formaattiin ja kulttuurilehdeksi Image profiloitui 1990-luvun alussa pitkäaikaisen päätoimittajan Jaakko Tapanisen aikana. Lehden linjaa tuolloin voisi kuvata adjektiiveilla avantgardistinen ja ravisteleva. Myös Ulla-Maija Kivikurun tutkimuksen keskusteluraadeissa mainittiin ainoaksi avantgardistiseksi lehdeksi Image, vaikka raatilaiset muutoin pitivät suomalaista aikakauslehdistöä varsin konservatiivisena ja arvostivat aikakauslehden toimittamisen klassisia ihanteita (Kivikuru 1996: 217-234). Monista muista kulttuurijulkaisuista poiketen Imagen toimittamiseen otettiin heti alusta asti selkeän kaupallinen linja. (Kallio 1991:499 ja Image 5/1996.)

Vähitellen Image on osallistunut julkiseen keskusteluun ja ottanut kantaa yhteiskunnallisiin asioihin yhä aktiivisemmin. Lehden linjaa alettiin kehittää yhä määrätietoisemmin yleisaikakauslehden suuntaan. Syksyllä 1997 haastattelemani lehden silloinen päätoimittaja Matti Apunen luokitteli Imagen yleisaikakauslehdeksi; elitistisestä kulttuurilehden leimasta haluttiin päästä eroon. Image on kehittynyt kolmetoistavuotisen toimintansa aikana kuviin erikoistuneesta pienlehdestä kulttuurileh-

deksi ja edelleen yleisaikakauslehdeksi.

Varmistaakseen paikkansa aikakauslehtimarkkinoilla lehdet ovat pyrkineet kehittämään oman, juuri sille lehdelle leimallisen ja tunnistettavan profiilin. Aikakauslehden profiililla tarkoitetaan lehden omaleimaisuutta, sen erikoisluonnetta eli sitä, mistä lehden profiili rakennetaan ja miten pysyvä se on (Kivikuru 1996:88). Aikakauslehdistön tulevaisuutta arvioitaessa on ajateltu, että menestyäkseen aikakauslehtituotteen on joko vastattava suurten massojen tarpeisiin tai erikoistuttava palvelemaan pienen ja erikoistuneen lukijajoukon tarpeita (Kivikuru 1997). Image edustaa jälkimmäistä ryhmää, sen kohderyhmä on edelleenkin tietyllä tavalla profiloitunut - lehden tietoisesta sisällön laajentamisesta ja levikin hyvästä kasvusta huolimatta.

Aikakauslehtien Liiton tekemän aikakauslehtien luokituksen perusteella useimmat aikakauslehdet on luokiteltu lehden sisällön ja kohdeyleisön mukaisiin ryhmiin. Kaikki aikakauslehdet eivät kuitenkaan kuulu aikakauslehtimedian jäsenjärjestöön, ei myöskään Image, joten Imagen ja mm. monien Suomessa myytävien ulkomaisten aikakauslehtien tietoja, esimerkiksi levikkitietoja, ei ole saatavissa Aikakauslehtien Liitosta. Imagea koskevaa tietoa olen saanut vain lehden toimituksesta. Imagen osalta tämä tarkoittaa myös levikintarkastuksen tietojen puuttumista; tarkkojen todellisten levikkitietojen puuttuessa olen käyttänyt lehden antamia tietoja levikistä. Kaikki muukin lehden käytänteitä ja faktatietoja koskeva aineisto on peräisin lehden toimituksesta (haastattelut, mediakortit, lukijatutkimukset).

Vuonna 1997 Imagessa työskenteli vakituisesti kolme ihmistä: päätoimittaja Matti Apunen ja kaksi toimituspäällikköä (Panu Räty ja Marjaana Toiminen). Pääosa toimittajista toimii freelancereina eli vapaina toimittajina, ja lisäksi lehteä on tekemässä koko joukko muita ihmisiä, mm. valokuvaajat ja graafikot. Valtaosalla lehteen kirjoittavista ihmisistä on vankka kirjallinen tausta, he ovat joko kirjailijoita tai tutkijoita tai tunnettuja toimittajia. Kirjallisen ammattitaidon lisäksi lehteen kirjoittavilla ihmisillä on muunlaista aiheeseen liittyvää asiantuntijuutta, mikä tarkoittaa mm. ammatin tai tutkimus- ja harrastusintressien mukaisia aihevalintoja (mikä sinänsä ei ole tavallisuudesta poikkeavaa): esimerkkeinä mainittakoon Suomen akatemian vanhemman tutkijan Juha Siltalan esseet ja Juha Turkan (itse entinen nyrkkeilijä) urheiluaiheinen artikkeli. Osa kirjoittajista tekee lehteen juttuja säännöllisesti, toiset on pyydetty kirjoittamaan juuri tiettyä juttua Imagelle. Muista nimekkäistä kirjoittajista voisi mainita mm. Paavo Haavikon (kirjailija), Anna-Leena Härkösen (kirjailija), Juha Seppäsen (kirjailija), Ruben Stillerin (toimittaja, juontaja), Virpi Suutarin (elokuvaohjaaja), Harri Sirolan (kirjailija), Jyrki Lehtolan (toimittaja), Timo Harakan (toimittaja,

televisiojuontaja) ja Putte Wilhemssonin (toimittaja), jotka kaikki kirjoittivat Imageen vuonna 1997. Syksyllä 1999 vt. päätoimittaja Marjaana Toiminen valittiin Imagen uudeksi päätoimittajaksi (Nieminen 1999). Tekemäni haastattelun aikoihin syksyllä 1997 päätoimittajan virkaa hoiti Matti Apunen. Lehden omistaa ja sitä kustantaa Raoul Grünstein. Image ei siis ole suurten lehtitalojen, esim. A-lehtien, omistuksessa vaan toimii itsenäisenä yrityksenä.

Imagen ilmestymistiheys on kasvanut lehden kolmetoistavuotisen historian aikana kahdesta kymmeneen lehteen per vuosi. Vuonna 1997 Imagea ilmestyi kahdeksan numeroa, vuonna 1998 Image ilmestyi yhdeksän kertaa, vuonna 1999 Imagesta ilmestyi kymmenen numeron suuruinen vuosikerta ja vuoden 2000 osalta palattiin yhdeksän numeron vuosikertaan. Imagen ilmestymistiheys vuonna 1997 oli siis varsin verkkainen, sillä uusi lehti ilmestyi keskimäärin aina puolentoista kuukauden välein. Vertailun vuoksi mainittakoon, että esimerkiksi Suomen Kuvalehti ilmestyy viikoittain ja Helsingin Sanomien Kuukausiliite joka kuukausi.

Image-lehden levikki vuonna 1997 oli normaalista painoksesta 15 000 kappaletta, muotinumeroista tai ns. korotetuista painoksista 26 000, samana vuonna lehden lukijamäärä oli 97 500 (Image mediakortti: Suomen Gallup ja Monitor 1995). Vuoden 1999 vastaavat levikkiluvut ja lukijamäärät olivat 25 000 kappaletta normaalista painoksesta, 35 000 korotetusta lukijamäärän kasvaessa 130 500:aan (Image Mediakortti 1999, tiedot kustantajalta, ei mukana levikintarkastuksessa). Lehden tilaajamäärä on siis kasvanut voimakkaasti viimeisen kolmen - neljän vuoden aikana.

Image on kooltaan vielä varsin pieni aikakauslehti, jos verrataan tilaajamääriä suurimpien suomalaisten yleisaikakauslehtien (vrt. Brusilan luokituksessa populistiset yleisaikakauslehdet) vastaaviin levikkilukuihin. Esimerkiksi yleisaikakauslehdistä Suomen Kuvalehden levikki oli vuonna 1997 noin 97 000 kappaletta (levikintarkastus 1995), Seuran noin 266 000 (levikintarkastus 1996), Avun noin 251 000 kappaletta ja Hymyn levikki oli vuonna 1995 noin 98 000 kappaletta. (Aikakauslehdistö 1997.) Imagen erikoistumisesta ja pienehköstä tilaajamäärästä johtuen sitä ei voi pitää samalla tavalla suuren yleisön lehtenä, populistisena tässä mielessä, vaan kokonsa perusteella Image näyttäisikin sijoittuvan samaan ryhmään erikoislehtien kanssa.

Imagea ei ole suunnattu erityisesti miehille tai naisille, lukijoissakin on melko tasaisesti kummankin sukupuolen edustajia: naisia 52% ja miehiä 48% (Imagen mediakortti 1997). Silti Imagen on ajateltu kilpailevan samoista lukijoista ja ilmoittajista kuin ns. uusien, erityisesti miehille suunnattujen yleisaikakauslehtien kuten MG (Miehen Gloria), Cosmos tai Men's Health. Näiden lehtien

levikit vuonna 1998 olivat 40 000 (tavoite), 16 000 ja 10 000 kappaletta. (Heikkinen 1999: 16-17.) Perinteisten suomalaisten yleisaikakauslehtien joukkoon Imagea ei siten liitetä, ei ainakaan ilmoittajien mielestä.

Image-lehti on teettänyt Suomen Gallupilla ja Monitorilla lukijatutkimuksen (Suomen Gallup ja Monitor 1995), joka antaa tiedot mm. lukijoiden sukupuoli- ja ikäjakaumasta, alueellisesta jakautumisesta, koulutustaustasta, tulotasosta, lasten lukumäärästä ja vapaa-ajan harrastuksista. Imagen lukijoista naisia on siis hieman yli puolet, suurin osa lukijoista (70%) on 20-39 -vuotiaita, Helsingissä tai yli 30 000 asukkaan kaupungissa asuu lukijoista 60%, opistopohjainen tai akateeminen koulutus on 64%:lla lukijoista, joka kolmannen vuosiansiot ylittävät 120 000 markkaa. Lukijoista suurin osa on lapsettomia (75%). Päätoimittaja Toiminen kertoo Helsingin Sanomille antamassaan haastattelussa, että Imagea tehdään sisällön, ei lukijaryhmän kulutustottumusten perusteella (Helsingin Sanomat 29.8.1999). Tästä huolimatta lukijatutkimuksessa on selvitetty tilaajien kulutustottumuksia varsin tarkkaan erityisesti vapaa-ajan osalta.

Keskiväestöä useammin tyypillinen Imagen lukija kuluttaa vapaa-aikaansa käymällä ravintolassa, harrastamalla valokuvausta, kuntosalilla ja elokuvissa käyntiä, lisäksi mm. ooppera ja aerobic kuuluvat lukijoiden suosimiin vapaa-ajanviettotapoihin. Tyypillinen lehden lukija on siis suhteellisen nuori ja hyvin toimeentuleva, koulutettu kaupunkilainen. Vaikka lukijakunnasta monet työskentelevät taide- tai markkinointialalla, ovat insinöörejä tai opiskelijoita, niin lukijoissa on myös mm. hoito- ja kasvatusalan ihmisiä, yrittäjiä ja sihteereitä (Image 3/1997:19). Vuonna 1997 tehdyn lukijatutkimuksen mukaan Imagen lukijoita ei suoranaisesti yhdistä mikään tietty ammattiala.

Lehden kannalta tällainen ostovoimainen, koulutettu nuori keski-ikäinen lukijayleisö on eittämättä ihanteellinen kohderyhmä. Imagenkin lukijatutkimus vahvistaa Kivikurun havaintoa suomalaisen aikakauslehdistön tarjonnan keskittymisestä samaan, ostovoimaiseen lukijayleisöön (Kivikuru 1996: 88).

Lukijoiden koulutustason tarkastelu vahvistaa käsitystä Imagesta hieman elististisenä, erityisryhmän lehtenä (vrt. Brusilan 1997: 81-84). Oletettavasti hyvin koulutetuilla on paremmat mahdollisuudet päästä osaksi eliittiä, ja oletettavasti he ovat kiinnostuneempia Imagen tyyppisestä journalistisesti korkeatasoisesta lehdestä kuin populistisemmista ja sisällöltään kevyemmistä, viihteellisistä aikakauslehdistä kuten Hymystä, Avusta tai Seura-lehdestä. Perustelen ajatusta sillä, että Imagen

sisällöistä kiinnostuminen edellyttää lukijalta kohtuullista oppineisuutta ja tietämystä maailmasta. Karkeasti yleistäen Image näyttää vastaavan pääasiassa koulutetun väestönosan intresseihin.

4. IMAGEN JUTTUTYYPIT VUOSIKERRASSA 1997

4.1. Lehden rakenne ja makasiinit

Lehden koko vaihtelee 100-140 sivun välillä, kokonaissivumäärään on laskettu mukaan mainossivut sekä etu- ja takakansi. Imagessa on sivuja keskimäärin 122, erikois- ja muotinumeroissa keskimäärin 134 sivua, normaalipainoksessa 103 sivua. Image on kookas ja näyttävä lehti, sillä lehden sivukoko on hieman tavanomaista A4-kokoa suurempi.

Imagen toimittamisen periaatteisiin on toiminnan alusta saakka kuulunut lehtien teemoittaminen väljästi yhden tai useamman aihealueen ympärille (Tapaninen 1995: 88-91). Lehden keskeisin ja suurin jutun aihe on esitelty yleensä lehden kannessa. Näiden juttujen perusteella vuoden 1997 kahdeksan Imagen teemat liikkuvat seuraavilla sektoreilla: elämäntavat ja elämänhallinta muutoksissa (Image 1/1997), muotiin, mediaan ja politiikkaan liittyviä aiheet (Image 2/1997), arvot, työ ja suhdeverkostojen käyttö politiikassa (Image 3/1997), ruoka- ja juomakulttuuri sekä itäisten naapurien (Viron ja Venäjän) poliittiset aiheet (Image 4/ 1997), taiteilija Andy Warhollin tuotanto ja elämä sekä miehiset urheilu- ja taistelulajit (Image 5/1997), muoti, huumeongelma ja työttömyys (Image 6/1997), tietotekniikan ja tekniikan aihepiirit ja televisiomedia (Image 7/1997) ja uususkonnot ja suomalaisuus (Image 8/1997).

Vuosikerran tarkastelu osoittaa lehden rakenteen olevan vahvasti konventionaalistunut, mikä on varsin tyypillistä ja osin tarpeellistakin erilaisille diskurssiyhteisöille, kuten tässä Image-lehden tekijä- ja lukijayhteisölle (vrt.Fairclough 1997 ja Kivikuru 1996). Image suosii samoja juttutyyppejä ja lehti rakentuu lehti lehdeltä lähes ennustettavassa järjestyksessä, eli tietynlaiset tekstityypit löytyvät lehdestä suurin piirtein samanlaisesta paikkaa ja samankokoisina, vaikka sisältö onkin aina uusi. Aikakauslehden formaatti yleensä vakiintuu omanlaisekseen, mikä palvelee sekä lukijoita että lehden tekijöitä. Lehti valitsee tietyt genret ja juttutyypit, jotka katsotaan tärkeiksi ja kiinnostaviksi. Samalla muokkautuu myös lehden journalistinen linja.

Imagen rakenne (ts. diskurssijärjestys) etenee yleensä siten, että lehden alkupuolelta löytyvät sisältösivu, mahdollisesti lukijapalsta ja joka lehdestä pääkirjoitus. Maailmanpyörä-osaston lyhyt ja kevyempi materiaali on myös sijoitettu lehden alkupuolelle ensimmäisenä varsinaisena osastonaan. Seuraavaksi tulevat kaikki kolme vakiokolumnia perä jälkeen. Lehden keskiosaan - kahden lyhyen henkilöhaastattelun jatkoksi - on sijoitettu lehden pisin ja asiasisällöllisesti painavin artikkeliaineisto. Lehden loppupuolelle on sijoitettu kaksi erittäin visuaalista, kuvaan painottuvaa juttutyyppiä: tyyliosasto ja kuvasalkut. Imagen julkaisema kaunokirjallinen aineisto - novellit, näytelmät tai esseet - on sijoitettu tyyliosaston ja kuvasalkkujen väliin, tosin jokaisessa Imagessa ei ole kaunokirjallista aineistoa. Aivan lopuksi Imagessa on lyhyiden tekstien pariin ja esitellään kirjauutuuksia, taidetta ja musiikkia. Ihan viimeisenä on yleensä vielä kolumni.

Seuraavassa esittelen Imagen juttutyypit ja niissä käsitellyt aiheet pääpiirteissään siinä järjestyksessä kuin ne toistuvat lehdessä. Lyhyiksi jutuiksi olen luokitellut lehden alkupuolen juttutyypit; pääkirjoituksen, lukijapalstan, maailmanpyörä-makasiinin jutut, kolumnit sekä pituutensa puolesta henkilöhaastattelut. Pitkät jutut eli artikkelit, henkilökuvat ja kaunokirjalliset tekstilajit sijaitsevat lehden keski- ja loppupuolella. Keskelle lehteä on sijoitettu Imagen journalistisesti tärkein aineisto pitkät artikkelit ja henkilökuvat. Lehden loppupuolella julkaistaan kaksi kuvamateriaalin ympärille rakentuva tekstityyppiä. Kaunokirjallisia juttutyyppejä ja kirjallisuusarvosteluja olen käsitellyt omana ryhmänään. Lopuksi esittelen lyhyesti Imagen visuaalista tyyliä ja mainoksia, koska aikakauslehtiformaatissa kuva on erittäin keskeinen mm. lehden ilmettä, kerrontaa ja tyyliä muokkaava tekijä. Nostan esiin visuaalisuudesta vain joitakin havaintoja, en siis ole järjestelmällisesti tutkinut Imagen vuosikerran visuaalisuutta, koska työni painopiste ei ole visuaalisuuden tarkastelussa.

Kuvaan makasiinien tai tekstityyppien tyyliä ja niitä diskursseja ja näkökulmia, joita jutuissa ilmenee. Artikkelit olen ryhmitellyt aihepiirin tai tyylin mukaan eri artikkelityyppeihin, aihepiireihin (tai teemoihin) jako on tehty karkeasti jutun käsittelemän keskeisen ilmiön tai aihealueen perusteella. Ratkaisuni ovat näin ollen tulkintoja ja yleistyksiä, enkä pyrikään tarkastelemaan juttuja yksityiskohtaisesti, vaan luomaan yleiskuvaa lehden sisällöistä, valinnoista ja teemoista. Tekstityypeistä osa on toimituksen nimeämiä, mm. jako henkilöhaastatteluihin ja henkilöprofiileihin, artikkelien ryhmittelyssä olen käyttänyt itse nimeämiäni luokituksia. En ole lähtenyt sijoittamaan kutakin tekstiä tiettyyn tekstilajiin siitä syystä, että tekstit eivät suinkaan ole helposti tunnistettavissa tiettyyn tekstigenreen kuuluviksi, joten niiden tarkka luokittelu vaatisi taas oman pienen tutkimuksensa ja kriteerien esittelyn.

Nimitän pitkiksi artikkeleiksi niitä Imagen juttuja, jotka on sijoitettu lehden keskiosaan itsenäisiksi jutuiksi, ts. ne eivät sisälly mihinkään makasiiniin, kuten esimerkiksi maailmanpyörän yksittäiset tekstit. Pitkiksi artikkeleiksi olen laskenut kaikki pituudeltaan vähintään kahdelle sivulle ulottuvat jutut. Imagen selkeästä taittotyylistä (kokosivutaitto) seuraa kuitenkin, että lähes aina artikkelit asetellaan sivukokonaisuuksina. Kuvien määrä tekstiin verrattuna vaihtelee pitkissä artikkeleissa paljonkin, joten sivumääräisesti pitkältä näyttävä juttu supistuu tekstiosuudeltaan usein jopa puoleen sivumäärästä. Pitkien artikkeleiden rajaaminen vähintään kahden sivun mittaisiksi juttutyypeiksi on jossain määrin keinotekoinen, sillä esimerkiksi juuri maailmanpyörässä on kahden sivun juttuja. Kahden sivun (tosin toinen sivuista on kuvasivu) pituisten henkilöhaastattelujen erottaminen omaksi ryhmäkseen on perusteltua niiden itsenäisen, vakiintuneen tekstityyppiluonteen vuoksi.

Vuoden 1997 Imageissa on yhteensä 57 pitkää juttua (henkilökuvat, artikkelit, kaunokirjalliset tekstit). Yksittäisessä lehdessä pitkien juttujen lukumäärä vaihtelee viiden ja kahdeksan artikkelin välillä, keskimäärin Imagessa on 6,75 pitkää aikakauslehtijuttua. Pitkien juttujen pituus sivuissa laskettuna vaihtelee lyhyimpien kahden sivun ja pisimpien neljäntoista sivun välillä. Pitkiksi artikkeleiksi luokittelin kaikki pitkät jutut paitsi omiksi tekstityypeiksi jakaantuvat kaunokirjalliset tekstilajit (esseet, novellit, matkakertomukset) ja henkilökuvat. Pitkiä artikkeleita vuosikerrassa on yhteensä 44.

4.2. Lyhyet jutut

4.2.1. Lukijoilta ja päätoimittajalta -palstat

Imagen sisältöä esittelevää sisältösivua seuraa Lukijoilta-palsta, jolla julkaistaan yleisön antamaa palautetta lehdestä. Vuoden 1997 vuosikerrassa lukijapalsta on ½-2 sivun kokoinen ja kirjoitusten määrä vaihtelee lehteä kohden 2-7 kirjoituksen välillä. Lukijapalsta julkaistiin Imagen numeroissa 1,2,3,4 ja 6/1997, numeroissa 5, 7 ja 8/1997 sitä ei ollut lainkaan. Vuosikerrassa 1997 julkaistiin kaikkiaan 20 yleisöltä tullutta kirjoitusta.

Poikkeuksetta palstalla julkaistut jutut ovat kriittisiä kannanottoja Imagen julkaisemiin. Yksittäisessä jutussa arvostelun kohteeksi voi joutua lehti kokonaisuudessaan (esim. Image 1/1997, 2/1997, 6/1997) tai tyypillisemmin jokin tietty kirjoittaja ja hänen juttunsa (Image 1-4/1997 ja 6/1997).

Yleisön palautteesta suuri osa on asiavirheisiin puuttuvia oikaisuja, sekä lehden lukijoiden että toimittajien tekemiä.
Itsekritiikin puutteesta Imagen toimittajia ei voi ainakaan moittia, sillä vastineet eivät ole imartelevia, vaikka osa kannanotoista onkin lehdelle myötämielisiä. Eräät artikkelit ovat keskusteluttaneet lukijoita tavallista enemmän. Aktiivista keskustelua lukijapalstalla on herättänyt mm. Jyrki Lehtolan artikkeli suomalaisen nykytaiteen tilasta (Lehtola, Jyrki 1997: 78-82), josta julkaistiin kolme kriittistä kirjoitusta (Image 1997: 6-7). Lehtolan lisäksi mm. Anna-Leena Härkösen pakinat ärsyttivät lukijoita (Image 3/1997: 7). Myös väkivaltaisesta Ultimate Fighting -taistelulajista oli kirjoitettu lukijoiden mielestä niin myönteisessä hengessä, että moitteita saivat niin päätoimittaja, artikkelin kirjoittaja Juha Turkka kuin Image-lehtikin (kts. Turkka, Juha 1997: 40-45 ja Image 6/1997: 16).

Muut tarkentamattomammin lehdelle osoitetut moitteet koskivat amerikkalaisen George-aikakauslehden matkimista ja uudelleenlämmittelyä Imagen konseptissa (Image 2/1997: 13), Suomi-palkintojen sisällöllistä laimeutta ja Imagen jälkeenjääneisyyttä muotiasioissa (Image 1/1997:8) tai esimerkiksi em. väkivallan suosimista (Image 6/1997: 15).

Päätoimittajalta-palstalla julkaistaan Imagen päätoimittajan laatima pääkirjoitus. Vuoden 1997 aikana päätoimittajat vaihtuivat useaan otteeseen: alkuvuodesta päätoimittajan tehtäviä hoiti Jaakko Tapaninen, häntä seurasi väliaikaisena päätoimittaja Marjaana Toiminen ja lopulta tehtävään valittiin Matti Apunen. Syksyllä 1999 vt. päätoimittaja Marjaana Toiminen nimitettiin Imagen päätoimittajaksi, hän hoitaa tehtävää edelleen (Nieminen 1999). Imagen pääkirjoitukset on aina julkaistu päätoimittajan omalla nimellä, joten ne edustavat päätoimittajan omaa, persoonallista kantaa sikäli, etteivät ne ole anonyymejä eli nimettömiä. Pääkirjoitukset ottivat kantaa ja arvottivat käsittelemiään teemoja, esimerkiksi Matti Apusen ironinen suhtautuminen uususkontoihin paljastuu jo otsikosta *Anteeksi, pääseekö tästä taivaaseen?* Toisaalta pääkirjoituksesta on kuultavissa lehti-instituution "virallinen" ääni ja siinä tyypillisesti otetaan esille jokin yhteiskunnallisesti merkittävä ajankohtainen aihe (esim. Kuutti, Heikki - Puro, Jukka-Pekka 1998: Mediasanasto). Myös Imagen pääkirjoitus liittyy yhteiskunnallisiin ilmiöihin tai tapahtumiin pääkirjoituksen toimiessa samalla lehden sisällön kokoamisen ja esittelyn kanavana.

Neljässä kahdeksasta pääkirjoituksesta päätoimittaja ottaa esille jonkin aikaan kuuluvan ilmiön, jonkin laajemman trendin, jonka avulla perusteltiin juttujen valintaa ja sidottiin sisältöjä ajankohtaisuuteen. Tällöin aikaa lähestyttiin hyvin laajasta yhteiskunnallisesta näkökulmasta. Meneillään

olleista yhteiskunnallisista muutoksista korostettiin ihmissuhteiden ja yksilöllisyyden merkityksen kasvua ja ihmisten jakautumista menestyjiin ja syrjäytyjiin. Antaa mennä -ajattelun ja välinpitämättömyyden nähtiin myös lisääntyvän yhteiskunnassa. Neljäntenä aikamme trendinä mainittiin uususkonnot ja New Age -liikkeisiin ja ufoihin uskovien ihmisten määrän kasvu. Pääkirjoitusten viesti voidaan tiivistää myös seuraavanlaiseksi: yksilölliset valinnat ja tarve löytää elämän yksilöllinen merkityksellisyys nousevat yhteiskunnallisen taistelun ja yhteiskunnallisten asioiden ohitse. (pääkirjoitukset Image 1, 3, 5 ja 8/1997.)

Pääkirjoituksissa ja myös Imagen jutuissa tulevat esiin yhteiskunnalliset ääripäät, erilaiset todellisuudet, joissa ihmiset elävät: työelämän menestyjät ja toisaalta työttömät ja syrjäytymässä olevat ihmiset, poliittisesti aktiiviset marginaalit, toisaalta ääripäiden välissä elävä enemmistö. Vaikka taloudellinen noususuhdanne oli tuolloin (1997) jo monelle todellisuutta, yhteiskunnassa nähtiin edelleen laman vaikutukset ja taloudellista ja sosiaalista eriarvoisuutta (esim. Image 3, 5 ja 6/1997).

Lähes jokaisessa pääkirjoituksessa mainittiin työttömyyden tuomat ongelmat tai sivuttiin niitä, vaikka työttömyys-teemaan paneuduttiin vain yhdessä numerossa. Muista yhteiskunnallisista asioista kantaa otettiin mm. median ja päätöksenteon suhteisiin. Jaakko Tapaninen moittii median tapaa uutisoida mielipidekyselyjen tuloksia, mikä heikentää hänen mielestään demokratiaa, suosii enemmistöpolitiikkaa ja viestii ihmisille - ei itse asiaa - vaan tietoa enemmistön mielipiteestä (Image 2/1997). Arvottavuutta tai hienoisia moraalisia kannanottoja esitettiin mm. kansan kahtiajakautumista (työttömät/työssäkäyvät, menestyjät/syrjäytyjät) ja uususkontojen suosion lisääntymistä vastaan, sen sijaan esimerkiksi yksilöllisyyden korostamiseen suhtauduttiin jokseenkin toteavasti.

Pääkirjoitusten kannanotot eivät koskeneet pelkästään yhteiskunnallisia asioita tai ajan ilmiöitä. Erityisesti Matti Apusen kirjoitukset olivat usein lehden kokonaisuuden kannalta jonkin suhteellisen pienen yksityiskohdan tarkastelua; ne saattoivat käsitellä esimerkiksi Slow food -liikkeen ruokailun ideologiaa ja samalla hieman maailmoja syleilevää ajatusta ilmaisun täsmällisyydestä ja ajattelun oikeanlaisesta hitaudesta (Image 4/1997) tai jääkiekkovalmentaja Sakari Pietilän erottamista Jokereiden valmennustehtävästä (Image 7/1997). Jälkimmäinen aihepiiriä ei samaisessa lehdessä käsitelty muuten lainkaan.

4.2.2. Maailmanpyörä - kotimaisen ja ulkomaisen kulttuurin kevyt sekoitus

Maailmanpyörä-osastossa on Imagen lyhyimmät ja viihteellisimmät jutut. Määrittelen viihteellisen aineiston ns. kevyeksi aineistoksi, jossa korostuu jonkinlainen populaarisuus käsittelytavoissa ja aihevalinnoissa. Kokonaisuudessaan maailmanpyörä-osastoa voisi kuvata pirstaleiseksi, sisällöltään hieman sekavaksi ja kevyeksi. Brusilan tutkimuksen mukaan lajityypiltään populaarit aikakauslehdet suosivat lyhyitä juttuja, joiden kuvitukselle on ominaista tietty pirstaleisuus (Brusila 1997). Tarkoitan tässä populistisella aineistolla juttuja, joihin em. kuvaus sopii. Osaston pisin juttu kuvien kanssa on korkeintaan kahden sivun mittainen. Foorumiin on sijoitettu lukumäärältään 12-17 vaihtelevan kokoista juttua: lyhyitä juttuja on lehteä kohden 4-5 ja hieman pidempien määrä vaihtelee 7-14 jutun välillä. Osaston materiaali on levitetty 10-14 sivulle, selkeät vähintään yhden sivun kokoiset mainokset olen jättänyt sivumäärien ulkopuolelle.

Kyseinen osasto vahvistaa kaupallisen kulttuurilehden profiilia, sillä sisällölliset valinnat painottuvat kulttuuri- ja taideaiheisiin. Toistuvia aiheita olivat esim. elokuvaa, musiikkia, valokuvausta nykytaidetta, teatteria, muotia, kirjallisuutta, muotoilua tai viihdettä käsittelevät jutut. Pienet jatkuvasti toistuvat vakiopalstat on rakennettu elokuvan, näyttelyiden, teatteriesitysten ja levyuutuuksien esittelyn varaan. Perinteinen kulttuurilehti tosin käsittelee aiheita laajemmin, Imagessa jutun rakentaminen keskittyy vaihtelevasti juuri kulttuurituotteiden esittelyn ympärille.

Osaston kaupallinen diskurssi ja tavarakulttuuriaiheet saavat aikaan pinnallisen vaikutelman. Lyhyet jutut mm. juomista, sikareista tai autoista välittävät mielikuvaa tietynlaisesta ylellisestä ja nautiskelevasta elämäntavasta. Lelulaatikko on ylellisen tavarakulttuurin huipentuma, täynnä muotoilun ja tuotekehityksen uutuuksia. Tavaraestetiikan oletetaan kiinnostavan lukijaa ja se vaikuttaa varsin voimakkaasti lehdestä syntyvään mielikuvaan. Lukijalle tarjotaan esteettistä nautintoa, mahdollisuutta kenties paeta hetkeksi arkisesta elämänpiiristä ja kuvitella itselle uusi identiteetti tai vain nauttia katseella uusista tuotteista ja niiden synnyttämästä mielihyvästä.

Kovin yleismaailmallisena tai kansainvälisenäkään aineistoa ei nimestään huolimatta voi pitää, sillä isoimmista jutuista selvä vähemmistö (alle 50%) käsitteli ulkomaista kulttuuria. Ulkomainen materiaali suosii amerikkalaista, eurooppalaista ja venäläistä aineistoa, mutta teksteistä löytyy viittauksia lähes kaikkialle maailmaan ja kulttuureihin .

Tekstityypeiltään tai genreltään maailmanpyörän aineisto on melko kirjavaa. Eräs tapa lähestyä

kulttuurin tapahtumia ja ilmiöitä on käyttää haastattelun tai arvostelun tekstityyppiä. Henkilöhaastatteluihin on valikoitu yleensä kotimaisia näyttelijöitä, muusikoita tai urheilijoita. Mika Siltalan ja Matti Paunion kirjoittamissa elokuva-arvosteluissa ohjaajaa ja hänen tuotantoaan käsitellään laajemminkin. Ulkomaisia elokuvia esiteltiin kotimaisia useammin ja niille annettiin enemmän palstatilaa.

Osaston kirjoittajissa on sekä lehden vakituisia toimittajia että uusia nimiä. Tietyntyyppisiä aiheita keskitetään tietyille kirjoittajille (kts. em. kappale). Osa aihevalinnoista perustuu tiukemmin ajankohtaisuuteen (esimerkiksi debyyttiteokset, tuleva näyttely), toisissa tällaista suoraa yhteyttä ei ole nähtävissä. Haastateltaviksi on valittu julkisuuden henkilöitä, joista useimmat ovat jo yleisölle varsin tuttuja. Yhteiskunnallisia tai poliittisia aiheita maailmanpyörä-osastossa on vuosikerrassa vain yksi, yksi juttu käsitteli yrityskulttuuria, yritysinnovaatiota.

4.2.3. Kolumnit

Jokaisessa Imagessa on *maailmanpyörän* jälkeen kolme sivun mittaista kolumnia. Kolumnit on sijoitettu peräkkäin siten, että niiden välissä on mainossivu. Kolumnien vakiopituuden lisäksi jokaista kolumnia kuvittaa graafinen värikuvapiirros, kolumnit on signeerattu ja kolmipalstaista tekstiä edeltää ingressi. Visuaaliselta asettelultaan kolumnit ovat selkeitä ja toistuvat toistensa kaltaisina.

Vuoden 1997 vuosikerrassa toistuvat tietyt nimikkokolumnit, joilla on aina samat kirjoittajat. Kolumneja on kaikkiaan kuusi, ja ne vuorottelevat numeroittain siten, että jokaisessa lehdessä on aina kolme kolumnia; esimerkiksi Anna-Leena Härkösen *Suhteetonta*-kolumni toistuu pääsääntöisesti jokaisessa lehdessä, muut kolumnit vuorottelevat keskenään ja ilmestyvät keskimäärin joka toisessa lehdessä. Kolumnit ilmestyvät säännöllisesti (tietyn vuoroittaisuuden mukaan) ja ne käsittelevät joko jotakin erityisalaa tai ovat ns. juorupalstoja (vrt. Kuutti & Puro 1998). Imagenkin kolumnit ovat asiantuntijoiden persoonallisia kannanottoja yhteiskunnalliseen asiaan tai pakinoita, jotka ovat huvittamistarkoituksessa kirjoitettuja persoonallisia kannanottoja (vrt. Kuutti & Puro 1998).

Kolumnien aihepiirit keskittyvät kullekin tyypilliselle aihealueelle. Anna-Leena Härkösen *Suhteetonta*-kolumnit käsittelevät tavallisen ihmisen kokemuksia ja sattumuksia yleensä koomisesta

tarkastelunäkökulmasta, vahva humoristinen kolumnistinote on myös Walter de Campin *Hienoa elämää* -kolumneissa, joissa kuvataan eliitin ja julkisuuden henkilöiden elämää ja juhlintaa seurapiireissä, edelleen samaan humorististen kolumnien kategoriaa kuuluu Ruben Stillerin *Stilleben*-kolumni, jossa Stiller käsittelee seksuaalisuutta varsin vapautuneesti. Edellä mainittujen kirjoittajien kolumnit ovat tyyliltään hyvin lähellä pakinan genreä.

Asiatyylisiä kolumneja, joissa pohtinta ja tiedollisen aineksen osuus ovat keskeisiä, edustavat Roope Lehtisen tietotekniikkaa ja tietoyhteiskunnan kysymyksiä käsittelevä *Nollat ja ykköset* -kolumni, Martin Scheinin oikeudellisia tapahtumia ja ilmiöitä sisältävä *J 'accuse*, ja uutena tulokkaana Olli Ainolan kolumni *Vallan kahva*, jossa ruoditaan poliittisia ja yhteiskunnallisia tapahtumia.

Lehden loppuosassa, *Kuvasalkkujen* jälkeen, ilmestyy jokaisessa lehdessä Miska Rantasen kirjoittama musiikkiin erikoistunut kolumni *Pop*. Lehden viimeinen juttu on Imagen viides *Viimeinen Sana* -kolumni, jonka aiheet ja kirjoittajat vaihtelevat suuresti.

4.2.4. Henkilöhaastattelut

Eräs selkeimmin tiettyä tekstikonventiota noudatteleva tekstityyppi Imagessa on lyhyet henkilöhaastattelut, jotka esitetään *Image kasvo* -logon alla. Jokaisessa numerossa on kaksi tällaista henkilöjournalismiin keskittyvää juttua. Henkilöhaastattelut on sijoitettu peräkkäin heti kolumnien jälkeen. Puolet haastatteluista on lehden vakinaisen henkilökunnan (Panu Räty, Marjaana Toiminen) kirjoittamia, toisesta puolesta vastaa toimituskunnan kuusi muuta toimittajaa.

Juttutyypin konventionaalistuminen ilmenee sekä muodossa että sisällöllisessä käsittelytavassa. Tekstin ja kuvan suhde on aina samanlainen: kaksisivuisessa haastattelussa ensimmäinen sivu on henkilöä esittävä lähikuva (kuvakulma kasvokuvasta vartalokuvaan), toinen sivuista on kolmipalstainen tekstisivu. Otsikoinnissa nimetään aina haastateltu ja esitetään jokin lyhyt, jutun sisältöön viittaava luonnehdinta henkilöstä, esimerkiksi *Marita Muukkonen - rasismitulkki* (Image 5/1997: 37) tai *Antti Kylliäinen - Pappi joka jäädytti helvetin* (Image 8/1997:31). Juttutyypille leimallinen ingressi on yleensä sitaatti haastateltavan puheesta, jokin muu kuin suora lainaus ingressinä oli vain kolmessa jutussa kuudestatoista. Henkilökuvien valokuvista toinen on aina värikuva ja toinen mustavalkoinen.

Vakiopituuden ja ulkoasun lisäksi henkilöhaasteluissa toistuu tietty rakenne; sisällön eteneminen on melko kaavamaista (vaihtuvista kirjoittajista huolimatta). Haastatteluissa toistuvia elementtejä ovat henkilön esittely ja kuvaus ja henkilöhistorian ja urakehityksen esittely. Juttuun on sisällytetty myös niitä syitä, miksi haastateltava on päässsyt lehteen (ajankohtaisuus tai jollain tavalla merkittävä). Imagen henkilöhaastattelut jäsentyvät työn kautta ja työnteon ja sen tuloksellisuuden ympärille. Imagen henkilöhaastatteluissa esitetyt ihmiset ovat kohtuullisen 'tuoreita' uutisoinnin aiheita aikakauslehtijournalismissa.

Valtavirtajournalismiin nähden haastateltavat on valittu eri kriteerein - ei esimerkiksi sensaatioiden tai jo olemassa olevan huomattavan mediajulkisuuden perusteella. Henkilöhaastatteluissa ei esitellä valtavirtajournalismin 'kestojulkkiksia', vaan suurelle lukijayleisölle hieman tuntemattomampia ihmisiä. Haastateltavien ja heidän työnsä tuttuuden ja vierauden aste vaihtelee. Haastatteluissa esitellään mm harvinaisia ammatteja ja uusia kiinnostavia tieteellisiä tutkimushankkeita: harvemmin mediassa kuullaan skin head -tutkijan ajatuksia skineistä tai tietokone- ja talousrikosten tutkintaan erikoistunutta poliisia.

Haastateltavat ovat työssään menestyviä suomalaisia miehiä ja naisia, jotka nostetaan julkisuuteen tai he ovat saaneet huomiota julkisuudessa jo aikaisemmin. He edustavat mitä erilaisimpia ammatteja, heidät kuvataan työnsä huippuosaajina, hiljaisina sankareina, joilla on ideoita, rohkeutta, persoonallisuutta ja näkemyksiä. Keskeinen osa henkilöhaastattelujen viehätystä onkin henkilöiden 'mukana' juttuun tulevat yhteiskunnalliset ja kulttuuriset ilmiöt. Yleensä samaan lehteen onkin valittu kaksi eri sektorin edustajaa, esimerkiksi kulttuurin tai taiteen alan vaikuttajahahmo ja jonkin yhteiskunnallisen tai poliittisen alueen vaikuttaja. Tekemäni jaottelun mukaan kuudestatoista henkilövalinnasta kuusi edusti kulttuuria, kuusi yhteiskunnallista, poliittista tai yhteiskuntapoliittista sektoria. Vajaa kolmannes valinnoista liittyi mediaan (kaksi henkilöä), urheiluun (yksi haastatelluista) tai uskonnon ja kirkon aihepiireihin (yksi haastattelu). Henkilöiden mukana em. alueiden diskurssit tulevat edustetuiksi; ne ilmenevät sanastossa ja aihepiireinä.

Kulttuurihenkilöistä esiteltiin mm. dramaturgi, näytelmäkirjailija Outi Nyytäjä ja näyttelijä, ohjaaja, näytelmäkirjailija Juha Turkka sekä tanssikoreografi Kirsi Monni. Taiteiden lajien - kirjallisuuden, teatterin, musiikin ja tanssitaiteen lisäksi - olen laskenut kulttuuriin myös mm. ruokakulttuuria ja elämäntapaa käsittelevät haastattelut. Ajankohtaiseen yhteiskunnalliseen keskusteluun lehti otti osaa haastattelemalla ja esittelemällä Kati Peltolan ja hänen hyvinvointivaltiota koskevan reformin (Image 1/97: 30-31). Samoin vuoden viimeisessä numerossa esitellään kirkon piirissä kohua

herättäneen pastori Antti Kylliäisen ajatuksia helvetin olemassaolon ja Jumalan kaikkivoipaisuuden kyseenalaistamisesta (Image 8/1997: 40-41). Yhteiskunnallisista ja poliittisista henkilöistä ja aiheista mainittakoon mm. Vasemmistoliiton nykyistä puheenjohtajaa, silloista varapuheenjohtajaa Suvi-Anne Siimestä kosiskeleva haastattelu (5/1997: 40-41).

Henkilöhaastatteluissa on nimensä mukaisesti käytetty paljon suoraa lainausta: puhujan ääni on haastateltavan, toimittaja enemmänkin kuvaa ulkoista vaikutelmaa ja raamittaa tämän puhetta. Kuva haastateltavan persoonallisuudesta syntyy toimittajan epäsuoran lainauksen sekä kuvauksen ja haastateltavan oman puheen välisessä dialogissa. Haastateltavan oma ääni, näkemyksineen, ideoineen ja mielipiteineen pääsee tässä juttutyypissä hyvin kuuluville.

Sivunkokoinen kasvokuva tai muu lähikuva haastateltavasta täydentää persoonallisuuden ja lähelle tulemisen vaikutelmaa. Persoonallisuuden vaikutelma valokuvissa tulee osaksi myös rekvisiitasta tai henkilön työhön liittyvästä ympäristöstä tai haastateltavan elämänpiiristä, jotka ovat merkkejä neutraloidusti toteutetusta manipulaatiosta. Kuvattavasta henkilöstä pyritään antamaan joko myönteinen tai vahvan persoonallinen vaikutelma esimerkiksi valikoitujen ilmeiden näytöllä. Mustavalkokuvat vuorottelevat värikuvien kanssa. Henkilökuvat edustavat Brusilan henkilökuvatyypeistä ns. simuloitua muotokuvaa, jossa kuvauksen kohteena on tavallisesti eliitin edustaja, kuvaustilanne on yleensä neutraalisti manipuloitu, ja henkilö esitetään suostuttelevassa (estetisoidussa) sävyssä (Brusila 1997: 129-130).

Tuomalla ihmisiä lukijoiden tietoisuuteen lehti luo eliittiä ja menestyjiä. Lehteen pääseminen on haastateltavalle hyvää mainosta ja tunnustus, sillä henkilöhaastattelut tehdään menestyvistä suomalaisista, ja henkilöhaastattelujen näkökulma on aina myönteinen ja henkilöä myötäilevä. Henkilöhaastattelussa haastateltava on kuningas, sillä haastateltava ja hänen elämäntyönsä esitetään myönteisesti. Henkilöhaastatteluja voi pitää eliitin imagonrakennuksen kanavana, etenkin kun näkökulma haastateltavaan on aina positiivinen ja tekstityyppi toistuu numerosta toiseen hyvin samankaltaisena. Haastateltujen kuvaaminen noudattaa samaa myönteistä imagonrakentamisen linjaa.

Henkilöhaastatteluissa korostuu tietty asiakeskeisyys, laaja-alaisuus, tehokkuuden, osaamisen ja vahvan identiteetin korostaminen. Sensaatiohakuisuus, mustamaalaaminen tai arvosteleva tai muulla tavalla arvottava suhtautuminen esiteltyihin ihmisiin ei myöskään kuulu Imagen tyyliin kyseisessä tekstityypissä. Samanlaisena toistuva käsittelytapa ja sen tietty mekaanisuus saattaisivat

ärsyttämään lukijaa ehkä enemmänkin, elleivät toimittajat onnistuisi konstruoimaan haastatellun persoonaa ja elämänpiiriä näinkin eläväksi. Henkilöhaastattelun juttutyypin voi nähdä taiteellista, kulttuurista ja tieteellistä valtaa uusintavana imagonrakentamisena ja osin uutta eliittiä rakentavana tekstityyppinä. Kuva ja teksti toimivat yksituumaisen samansuuntaisesti myönteistä henkilöjulkisuutta rakentaen (vrt. Brusila 1997: 130-132).

4.3. Pitkät jutut - Imagen tuotemerkki

4.3.1. Henkilöprofiilit eli henkilökuvat

Merkittävimpiin ja jo pituudeltaankin huomattavimpiin artikkeleihin kuuluvat henkilöprofiilit eli henkilökuvat, jotka myös toimittajat erottelevat omaksi juttutyypikseen (Panu Rädyn haastattelu 30.9.1997). Henkilöprofiileja kirjoitettiin vuoden 1997 aikana neljä, yksi on Heikki Hiilamon kirjoittama ja kolme muuta toimituspäällikkö Panun Rädyn kirjoittamia. Henkilöprofiilien pituus vaihtelee 7-8 sivun välillä.

Retusoitu mies -artikkelissa Heikki Hiilamo kirjoittaa, miten Jussi Lähteestä tuli Neloskanavan kehitysjohtaja (Hiilamo, Heikki, Image 3/1997: 34-41). Artikkeli esittelee henkilön elämänvaiheita ja urakehitystä, mutta persoonan esittämisen sijaan vähintään yhtä tärkeäksi jutussa nousee ns. lobbaus eli henkilösuhteiden merkitys politiikassa ja vaikuttamisessa. Kirjoittajan näkökulma asiaan on objektiivisen kriittinen. Hiilamon kannanotot kritisoivat Jussi Lähteen tapaisia mediavaikuttajia, jotka osaavat kyllä käyttää suhdeverkostoja hyväkseen, mutta ovat itse vailla poliittisia tai eettisiä ajatuksia ja päämääriä ja toimivat rahan ja vallan motivoimina.

Henkilöprofiili eli henkilökuva eroaa henkilöhaastattelusta pituutensa ja syvyytensä perusteella. Henkilöprofiilin suhde ajankohtaisuuteen on laajempi: ihmisen kiinnostavuus ja ajankohtaisuus kytkeytyy profiileissa laajempaan yhteiskunnalliseen tai kulttuuriseen ilmiöön. Vaikka jutun keskiössä onkin ihminen, niin sitä käytetään ikään kuin välineenä ilmaisemaan jotakin laajempaa ajassa olevaa ilmiötä:

Henkilökuvat on laajoja, pelkkä henkilö ei koskaan riitä. "Henkilökuvan kirjoittaja tavoittelee laajaa kokonaiskuvaa ihmisestä ja voimista ihmisen ympärillä, hän haluaa vaikuttaa lukijoihinsa, henkilökuva ei ole tietoa välittävää vaan tietoa muokkaavaa kirjoittamista." Tiedon välittäminen myös tietenkin mukana, oleellista on tiedon muokkaaminen, tulkinta. "Henkilökuva kasvaa ohi ihmisen, tarinaksi tästä ajasta tai tietystä yhteiskunnallisesta teemasta." Ihminen välineellistetään

tavallaan, pannaan se edustamaan jotakin tiettyä asiaa. (toimituspäällikkö Panu Rädyn haastattelusta 30.9.1997, sitaatit haastateltavan omaa tekstiä, jota hän lukee.)

Hiilamon artikkelia Jussi Lähteestä voi pitää yhteiskunnallisena kannanottona ja kuvauksena yhdenlaisesta vaikuttamistavasta poliittisessa päätöksenteossa. Artikkeli sisältää paljon erityisinformaatiota mm. Martti Ahtisaaren presidentinvaalinkampanjan vaiheista ja taistelusta, joka käytiin neljännen televisiokanavan herruudesta. Jutun kirjoittaja edellyttää lukijalta kohtuullista ennakkotietoa aiheesta, suomalaisen mediakentän rakenteesta ja tapahtumista, ja sikäli artikkelia voi pitää elitistisenä. Tosin on myös huomattava, että tekstissä annetaan riittävät tiedot lukijalle, joka on jonkin verran perillä yhteiskunnallisista asioista.

Muut henkilöprofiilit käsittelivät mm. tuhopolttajan tarinaa. Siinä kirjoittaja tarkastelee niitä, syitä, jotka saivat 22-vuotiaan Samuelin polttamaan Suomen vanhimman seksiravintolan, Pikku Pietarin, maan tasalle Helsingin keskustassa. Juttu ei kuitenkaan tyydy pintapuolisesti kuvaamaan tapahtumia ja niiden syitä, vaan Samuelin persoonasta, mm. kasvatuksesta, uskonnollisuudesta, moraalista ja elämänkaaresta muovataan kokonaisuus, jossa hänen tekonsa motiivit näyttävät perustelluilta, Samuelin oman moraalin mukaan hyviltä ja oikeutetuilta. Pikku Pietarin polttaja käy oma taistelua nuorisoa turmelevia tahoja vastaan uskonnollisen herätyksen voimalla; hän toteuttaa Jumalan Sanaa. Kirjoittajan suhtautuminen Samuelin tekoon ja sen motiiveihin ei ole tuomitsevaa vaan teksti herättelee ihmettelyyn ja avaa selittäviä näkökulmia tekoon mm. Samuelin ankarasta ja uskonnollisesta kotitaustasta ja syrjäytymisestä. *Samuelin tuli* on erikoinen tarina yksilöstä, jonka toiminnan ja motiivien välillä on jyrkkä ristiriita. Kerronnallisesti ristiriitaa vahvistetaan yhdistämällä Raamatun tekstiä yksityiskohtaiseen kuvaukseen tuhopolton vaiheista. (Panu Räty 1997: Samuelin tuli, Image 4/1997: 44-50.)

Samuelin tarinaa voi pitää - samalla tavalla kuin Panu Räty määrittelee Imagen juttujen luonnetta - "kertomuksena meidän ajastamme" (Panu Rädyn haastattelu 29.9.1997). Tämän tarinan perusteella aikaamme kuuluvat yksilöllisyys, ristiriitaisuudet ja toisaalta mahdollisuus tavoittaa hyvinkin toisenlaisia todellisuuksia. Samuelin tarina on marginaaliin jäävän ihmisen tarina..

Toinen Rädyn henkilöprofiileista on tarina suomalaisesta lääkäristä Pentti Karvosesta ja nuoresta narkomaanitytöstä Lotasta (Panu Räty 1997: Tri Temgesic, Image 6/1997: 50-63). Teksti on kiinnostavaa ja uskottavaa, mm. narkomaanitytön huumeiden käytöstä on artikkelissa hyvin yksityiskohtaisia kuvauksia ja huumeiden vaikutukset on kuvattu vahvasti jonkun kokemuksista. Haastatteluissakin korostuneita tekstin piirteitä onkin aitouden ja kokemuksellisuuden tavoittelu

(Apunen ja Räty 1997). Samalla kun huumeongelmaa lähestytään huumeiden käyttäjien ja hoitohenkilökunnan tarinoiden kautta, se on myös kertomus huumevieroituksen tilasta Suomessa ja huumevieroituksen vaihtoehdoista. Se on kannanotto vaihtoehtoisten huumevieroitusyksikköjen puolesta, kuten Räty itse kertoo haastattelussaan (Räty 30.9.1997).

Kiinnostava lisätutkimuksen aihe olisi tarkemmin tutkia kaunokirjallisen kirjoittamisen konventioiden käyttöä henkilöprofiileissa; millaisia kaunokirjallisuuden keinoja käytetään asian ja asenteiden välittämisessä. Esimerkiksi tässä artikkelissa kuljetetaan rinnan Karvosen ja Lotan tarinaa ja toisaalta asiatietoa huumeiden käytöstä ja huumevieroituksen mahdollisuuksista maassamme. Panu Rädyn mielestä pitkissä jutuissa kirjoittamisen tapa korostuu, koska Rädyn sanoin "lukijahan ei lue tekstiä, ellei häntä vietellä".

Neljäs henkilöprofiili on osa joulukuun uususkontojen nousun teemanumeroa, jossa käsitellään uususkontojen yleistymistä meillä ja maailmalla. Kanadassa vaikuttavan uususkonnon, raelismin, päämiehen Profeetta Raelin muutosta ralliautoilijasta profeetaksi esitellään ironisessa valossa, Rael on "nykyaikaisen hengenelämän helppoheikki" (Image 8/1997:44), vaikkakin kirjoittaja suhtautuukin ammattimaisesti raelistien uskomusten esittelyyn. Hyvin erikoinen aihevalinta tämäkin, suomalaisen lukijan kannalta jopa kaukaa haettu. (Panu Räty 1997: Tapaaminen messiaan kanssa, Image 6/1997: 44-54.)

Henkilöprofiilien kuvitus on runsasta. Pääosien kuvat ovat simuloituja muotokuvia tai fiktiivisiä, piktoriaalisesti rakennettuja henkilökuvia, henkilöprofiilia kohden 2-3 yleensä kokosivun kuvaa. Joukossa on muutama realistinen tapahtumaa kuvaava uutiskuva (Image 4/1997: 47) ja esinekuvia Raelin 'ufomaailmasta' (Image 8/1997: 48 ja 50).

4.3.2. Asia-artikkelit ja elämäntapa-artikkelit

Pitkistä artikkeleista lähes puolet (19/45) on asia-artikkeleita, joissa korostuu käsittelytavan asiantuntijuus ja tyylin asiallisuus ja monipuolinen argumentointi. Tyypillinen asia-artikkeli on esimerkiksi Kaja Grünthalin artikkeli *Naapurin nuoret ylimykset*, jossa esitellään Viron uutta valtaeliittiä, vallan vaihtumista Viron taloudellisen murroksen aikana (Image 4/1997:52-59). Kahdeksansivuisesta jutusta kuusi sivua on henkilöesittelyjä, joissa kerrotaan nuorten johtajien urakehityksestä. Itäisten naapurimaiden yhteiskunnallista historiaa ja nykytilannetta kuvataan myös

artikkelissa *Lohikäärmeen päät*, jonka esittelee Neuvostoliiton turvallisuuspalvelun KGB:n aikaisia tapahtumia ja sen venäläisten perillisten, salaisten palvelujärjestöjen toimintaa nyky-Venäjällä (Image 4/1997: 60-72).

Ulkomaisten poliittisten aiheiden lisäksi kahdessa artikkelissa käsitellään suomalaisen yhteiskunnan poliittisia teemoja, vastakkaisista näkökulmista: toisessa jutussa kerrotaan Vihreän liiton muuttumista vaihtoehtopuolueesta puolueinstituutioksi, jota kirjoittaja arvosteli vihreiden tavoitteiden toteuttamisen laimeudesta (Image 5/1997: 62-68), toisessa esitellään uusia vaihtoehtoliikkeitä, jotka ovat poliittista marginaalijoukkoa, "kummajaisia yksin kappalein", mutta jotka yhdessä ovat "verkosto, joka viitoittaa tulevaisuuden politiikkaa" (Image 2/1997: 44-61 ja kansiteksti). Jutuissa käsiteltiin kahta varsin erilaista poliittisen vaikuttamisen muotoa (puoluekoneistosta ja kansalaisjärjestöistä käsin tehtävää), yhteinen piirre jutuissa oli hienoinen perinteisen puoluepolitiikan kritisoiminen ja uuden poliittisen kansalaisaktiivisuuden muotojen etsiskely.

Tekniikkaa ja erityisesti tietotekniikkaa käsitteleviä aihepiirejä oli vuosikerrassa useampia. Tietotekniikan teemanumerossa (Image 7/1997) julkaistiin muutama tietotekniikkaa käsittelevä artikkeli, mm. *Mikropiirien valtiaissa* vertaillaan PC-mikrojen myyjien neljän suurimman vahvuuksia ja ennustetaan tulevaisuudennäkymiä (Image 7/1997:83-86) ja *Utopia nimeltä Xanadu* selittää lukijalle, mitä yhteys on webin, hypertekstin, Ted Nelsonin ja maailman haasteellisimman tietokoneohjelman välillä (Image 7/1997: 89-91). Tietoyhteiskunnan erästä haittapuolta, yksityisten ihmisten tietojen rekisteröintiä ja tietosuojan heikkenemistä arvosteltiin myös jyrkästi (Image 7/1997: 78-80).

Teknistä aihepiiriä käsitellään myös yritysjätti Nokiaa koskevassa artikkelissa (Image 7/1997: 64-69). Artikkelissa pohditaan pääasiassa matkapuhelimia myyvän Nokia-yhtymän merkitystä maan kansantalouden ja kansallisen identiteetin kannalta. Kirjoittaja ilmaisee epäuskonsa Nokian jatkuvan kasvun mahdollisuuteen. Jo kolme vuotta sitten kirjoitetun artikkelin monet arvelut ovat käyneet toteen, mm. kuluvan kevään aikana Nokian osakkeiden hinta on romahtanut New Yorkin pörssin teknologiaosakkeiden mukana. Tekniseen aihepiirin aiheita on myös tappavia tautiepidemioita selvittävän suomalaisen epidermologin työ Yhdysvalloissa (Image 7/1997: 71-76). Jutussa seurataan ryhmän työskentelyä kuuden päivän aikana taudin puhkeamishetkestä bakteerin tunnistamiseen ja tilanteen ratkeamiseen saakka.

Tiedotusvälineitä ja joukkotiedotusta käsiteltiin neljässä artikkelissa. *Vihainen kuin tiikeri, avuton*

kuin koulutyttö -artikkelissa (Image 2/1997: 64-69) kirjoittaja arvostelee tiedotusvälineitä poliittisen journalismin tarkoitushakuisuudesta, mikä ilmenee kuvien ja kielen tarkoituksellisuudessa. Toimittajilla on vapaus esittää poliitikko uhrina tai sankarina, samalla myös poliitikkojen suhde mediaan on muuttunut ammattimaisemmaksi ja harjoitelluksi. Artikkelissa on tiedotusvälineistä poimittuja kuvia poliitikoista, kuvat havainnollistavat tekstiä hyvin. *Elämä yleisönä* -jutussa (Image 7/1997: 46-62) arvioitiin television puheohjelmien tasoa (viihteellisesti). Television keskusteluohjelmien ohjelmatyyppiä pidettiin epädynaamisena ja ongelmallisena, niissä käydyn yhteiskunnallisen keskustelun merkitystä pidettiin lähinnä näennäisenä. Kaksi pienempää media-aihetta käsittelivät Yhtyneiden Kuvalehtien historiasta kirjoitetun juhlakirjan arviointia ja oikaisua (Image 2/1997: 62-63) ja elokuvan ennakkosensuurin poistamista (Image 2/1997: 84-85).

Asia-artikkeleiksi laskin myös ufokokemuksia (Image 8/1997: 57-65) ja uususkontojen yleistymistä koskevat artikkelit (Image 8/1997: 66-69), joiden lähestymistapa näihin ilmiöihin on asiallinen. Ufohavainnoista ja -sieppauksista on kerrottu ihmisten omien kokemusten kautta, ihmiset esiintyvät artikkelissa oikeilla nimillään. Uususkontoja - New Age -mystiikkaa, menestysoppeja, erilaisia henkisen kasvun oppeja ja terapiatekniikoita - käsittelevässä artikkelissa pohditaan uususkontojen syntyä historiallisesta ja yhteiskunnallisesta näkökulmasta ja etsitään mm. ilmiön psykologisia syitä.

Urheiluaiheita vuosikerran pitkissä artikkeleissa on vain yksi, jutussa esitellään Yhdysvalloissa suositun Ultimate Fighting -taistelulaji (Image 5/1997: 40-45). Laji ei ole tavanomainen taistelulaji vaan jättikokoisten miesten urheilumuoto, joka on myös kaupallista viihdettä ja väkivaltaa. Naisten suosimia tai harrastamia lajeja ei esitellä. Ainoa naisiin keskittyvä juttu vuoden 1997 Imageissa käsittelee naisten verkostoutumista työelämässä (Image 2/1997: 86-90). Jutussa todetaan naisten pääsevän johtavaan asemaan yhä miestä harvemmin ja silloinkin miesverkostojen avulla; naisverkostojen kontaktit eivät auta naista uralla etenemisessä.

Asiantuntijuuden ja journalistisen laadun vaikutelma syntyy asia-artikkeleissa täsmällisestä ilmaisusta, mikä tarkoittaa mm. kielenkäytössä alan sanaston hallintaa ja siten kirjoittajan vahvaa tietotaustaa. Usein asia-artikkelin lopussa on kerrottu artikkelin teossa käytetyt lähteet ja mainittu ihmiset, joita on haastateltu. Eritysalan sanastoa liittyy erityisesti tekniikan ja tietotekniikan aiheisiin:

> "Korkea teknologia ja iso raha tulivat Barksdalelle tutuksi jo ennen Netsscapea, kun hän seurasi aitiopaikalta logistiikkabisneksen kehitystä. Barksdale oli rakentamassa legendaarista Federal Expressin toimitusten seurantajärjestelmää, joka nosti yhtiön kuriiriyritysten huipulle." (Image 7/1997: 85.)

"Esimerkiksi saksalaisen Siemensin C-NET-tekniikka kävi kaupaksi vain Etelä-Afrikkaan ja Portugaliin. Ranskan RC-2000 ja Italian RTMS-tekniikka eivät kelvanneet kenellekään kuten ei myöskään japanilaisten NTT." (Image 7/1997: 68.)

"FAPSIn elektronisen seuranta- ja viestintäjärjestelmän ulkoiset yhteydet ovat olennaisia. Kiinteiden ja liikkuvien asemiensa verkon avulla FAPSI pystyy ensinnäkin lähettämään infoormaatiotaan mihin maapallon pisteeseen tahansa. Vastaanottimena järjestelmissä käytetään erityistä sifferintulkitsijaa, niin sanottua "mustaa puhelinta", joka kytketään tavalliseen kansainväliseen puhelinverkkoon." (Image 4/1997: 69.)

Asia-artikkelit ovat juuri sitä aineistoa Imagessa, jonka voi olettaa olevan perinteisesti miehille suunnattua. Imagen asia-artikkeleista ei löytynyt ainoatakaan perinteisesti naisten elämänpiiriin liittyvää pääteemaa, tarkoitan tällä perinteisten naistenlehtien sisältöalueita, kuten esimerkiksi terveyteen, kodinhoitoon tai -sisustukseen, perheeseen, terveyteen ja kauneuteen liittyviä teemoja. Naisia ja työelämää käsitteleviä juttuja oli yksi. Vaikka monet asia-artikkeleiden aiheista ovat yleisesti kiinnostavia, korostuu aihevalinnoissa tietty maskuliinisuus. Poikkeuksen tässä suhteessa tekee ihmisläheisesti ja perhekeskeisesti kerrottu reportaasi Kostamuksen kaivoskaupungista (kts. Image 1/1997: 44-57).

Elämäntapa-artikkelit tai elämäntapareportaasit liittyvät ihmisten elämäntapaa ja elämänarvoja käsitteleviin aiheisiin. Elämäntapa-artikkeleiden teemat koskettivat työnteon tai työn puutteen ja yksilöllisyyden, arvojen ja henkisen kasvun aiheita. Rajanveto asia-artikkelin ja elämäntapa-artikkelin välille on hankala, jokin teemat sopisivat sekä asia- että elämäntapa-artikkeliksi (esimerkiksi uususkontoja tai työttömyyttä koskevat aiheet).

Elämäntapa-artikkeleita aineistossa on viisi. Yrityskulttuuria leimaavia menestymisen oppeja ja jatkuvaa itsensä kehittämisen painetta arvosteltiin, samoin kirjoittaja piti ongelmallisena tilannetta, jossa arvotyhjiössä elävät ihmiset sitoutuvat palvelemaan pelkästään yrityskulttuurin arvoja. Menestystarinoina artikkelissa käytettiin mm. Nokiaa, Marimekkoa, menestysguruina olivat mm. Jari Sarasvuo ja Esa Saarinen. (Image 3/1997: 42-48.)
Vihan hedelmät (Image 6/1997: 64-71) kuvaa työttömyyttä harvinaisella tavalla työttömän päivän kulkua ja ajatuksia seuraamalla. Juttu ei käsittele työttömyyttä politiikan vaan yksilön omien kokemusten ja syrjäytymisen näkökulmasta. Artikkeli on akateemisen työttömän omakohtainen kuvaus työttömän elämäntavasta. Vapaaehtoisesta tai pakollisesta työelämän ulkopuolella olemisesta kirjoitetaan myös *Laiskuus, oleilun taidetta* -artikkelissa, jossa tyypitellään erilaisia "laiskurityyppejä". Lähes neljänsadantuhannen työttömän joukko ja toimettoman ihmisen elämäntapa ansaitsee sosiaalisen hyväksynnän. Toimettomuus on paitsi persoonallisuuskysymys, myös kulutuskulttuurin

ulkopuolella olemista. (Image 3/1997: 56-57.)

Myös *Elämme vain kerran* -artikkelissa (Image 1/1997: 34-43) kerrotaan ihmisten suhteesta työhön. Työelämän haasteellisuus ja epätyydyttävyys saavat ihmiset etsimään elämänlaatua: pelkkä työn olemassaolo ei riitä, vaan ihmisillä on yhä kasvava tarve hallinta elämäänsä ja toteuttaa unelmiaan. "Lopettajat" ovat 30-40 -vuotiaita rohkeita ja etuoikeutettuja, jotka ovat toteuttaneet suuren elämänmuutoksen. Muutoksen toteuttaneet ihmiset kertovat oman tarinansa siitä henkisestä prosessista, jota vanhan elämäntavan lopettaminen ja uuden aloittaminen edellyttää. Yksilöllisyys ja itsensä toteuttaminen ovat teemoja , jotka korostuvat myös ekstreme-lajeja harrastavien miesten elämäntavassa. *Kaksi minuuttia miehuuteen* kuvaa suomalaisen Mikon kokemusta Espanjan Pamplonan härkäjuoksusta (Image 1996: 73-78). Äärikokemusten hakeminen on eräs keino vahvistaa yksilöllistä elämäntunnetta ja tunnetta paitsi elämän merkityksellisyydestä myös hallinnasta.

Yhteistä kaikille elämäntapa-artikkeleille on keskustelu arvoista. Elämäntapa-artikkeleissa käsiteltiin työelämän ja yrityskulttuurin vaatimusten sekä toisaalta yksilön itsensä toteuttamisen ja henkisten arvojen välistä jännitettä. Ihmiset etsivät elämäänsä uutta sisältöä työn lisäksi tilanteessa, jossa työelämän vaatimukset kovenevat.

4.3.3. Viihteelliset artikkelit ja kulttuuriartikkelit

Omaksi ryhmäkseen erottuvat myös viihteelliset artikkelit ja kulttuuriartikkelit, jotka ovat tyyliltään selvästi asia- ja elämäntapa-artikkeleita kevyempiä tai selvästi kulttuuriaiheisia (yleensä taideaiheita tai populaarikulttuuriaiheita). Viihteellisiä artikkeleita on yhteensä kuusi, kulttuuriaiheisia kahdeksan ja ruoka- ja juomakultuuria esitteleviä viisi (yhteensä 20).

Pääasiassa asiallisesti kirjoitetuista asia- ja elämäntapa-artikkeleista erottuvat tyylillisesti hyvin erilaiset artikkeliratkaisut, jotka olen nimennyt tässä viihteellisiksi artikkeleiksi. Artikkeleita on vuosikerrassa kuusi, joista kaikki ovat Jyrki Lehtolan kirjoittamia (yhdessä artikkelissa toisena kirjoittajana on Matti Apunen) (kts. Liite 1). Viihteellisten artikkeleiden tunnusomainen piirre on lukijan viihdyttäminen: artikkelit ovat hauskoja ja kriittisiä ja poikkeavat huomattavasti asiatyylistä. Näissä artikkeleissa arvotetaan ja ilmaistaan kantaa paljon tavanomaista roisimmin. Tyypillinen viihteellinen artikkeli on paitsi kriittinen, myös ironinen ja humoristinen - painotukset vaihtelevat artikkelikohtaisesti. Tämän otoksen perusteella viihteellinen tyyli on nimenomaan Jyrki Lehtolalle

ominainen kirjoittamistyyli. Ironiset ja provosoivat artikkelit ovat päätoimittaja Marjaana Toimisen mukaan Imagen ylpeyden aihe, sillä hän kertoo Imagen olevan ainoa lehti, joka voi tehdä pääjuttuja satiirin keinoin (Markkinointi&Mainonta 20.1.1999). Imagen vuoden 1997 vuosikerrassa viihteelliset artikkelit ovat rohkeutensa ja 'äänekkyytensä' vuoksi kärkijuttuja, ts. juttuja, joilla erityisesti markkinoidaan lehteä ja houkutellaan ostajia. Satiirin ja ironian suosiminen paitsi viihdyttää, saattaa myös ärsyttää lukijoita. Päätoimittaja Toimisen mielestä tässä ei ole mitään ongelmaa, lehti saa myös ärsyttää (Nieminen 1999).

Kirjallisuus-, muoti- ja taideaiheista kirjoitettiin kriittisesti ja äänekkäästi, mikä on hieman yllättävää, sillä Image on erikoistunut juuri näihin teemoihin. Myös Turun kaupunki saa osansa kritiikistä, samoin juhlavuoden kunniaksi Suomi ja suomalaisuus. Hyvin otollinen viihteellisen artikkelin aihe on sukupuolten välinen tasa-arvo, Lehtola yhtyy keskusteluun kirjoittamalla miehen alistetusta ja epäoikeudenmukaisesta asemasta naiseen nähden.

Kahdeksan kulttuuriartikkelin aihepiirit käsittelivät taidetta ja populaarikulttuuria. Kiistellyn taiteilijan, ns. pop-taiteen luojan Andy Warholin muistoa vaalitaan peräti kolmen artikkelin verran, kiinnostusta aiheeseen selittää se, että Image-lehti sponsoroi yhdessä Helsingin Taidehallin kanssa näyttelyn Warholin taiteesta (Image 5/1997: 48). Warhol-aiheiset artikkelit kertoivat Andy Warholin elämästä ja ajattelutavasta (Image 5/1997: 48-54), hänen kuvataiteensa annista taide- ja kulttuurimaailmalle sekä filosofialle (Image 5/1997: 55-57) ja hänen elokuvatuotannostaan (Image 5/1997: 58-60).

Henkilöhaastattelun tyyppiset kulttuurijutut (kolme artikkelia) käsittelivät ulkomaista elokuvaa, niiden tekijöitä ja tähtiä (kaksi juttua) sekä suomalaista maailmalla menestynyttä muusikkoa. Elokuva-aiheissa esiteltiin Hollywood-elokuvan *Harry Flynt - minulla on oikeus* naistähti Courtney Love (Image 1/1997: 64-66) ja toisessa artikkelissa englantilainen ohjaaja-tuottajakolmikko Danny Boyle, John Hodge ja Andrew Mac Donald sekä heidän elokuvatuotantoaan (Image 8/1997: 89-95). Yksi teatteriaihekin mahtuu kulttuuriartikkeleiden sekaan: eurooppalaisen menestysteatterin 'resepteissä' käytetään kirjoittajan mukaan suomalaisen teatterin perinteisiä elementtejä (Image 6/1997: 73-77). Kaupallisuus on esillä Coco Chanelia ja hänen tyyliään ja hajuvesien luomista esittelevässä artikkelissa (Image 2/1997:94-96).

Oman ryhmänsä muodostavat ruoka- ja juomakulttuuria käsittelevät artikkelit, joita oli teemanumerosta (Image 4/1997) johtuen pitkissä artikkeleissa yhteensä viisi. Ruoka- ja juomakulttuuriaiheet

sijoittuvat asia-artikkelin ja elämäntapa-artikkelin väliin, tässä olen sijoittanut ne kulttuuriartikkeleihin.

Kotimaisesta ruokailukulttuurin murroksesta kirjoitettiin asiallisesta mutta kriittisesti (Image 4/1997: 76-77). Kirjoittaja moittii kaupan keskusliikkeillä olevan liian suuren määräysvallan suomalaisten ruokailutottumuksiin, syystä että kuluttajat arvostavat lähes yksinomaan ruuanlaiton nopeutta ja helppoutta. Kaksi muuta ruokakulttuuriartikkelia esittelevät eurooppalaista ravintolakulttuuria. Aiheet ja näkökulmat on valittu totutusta poikkeavasti: Lontoon ravintolakulttuuria kehutaan (Image 4/1997: 84-86) ja gastronomiastaan tunnetun Pariisin ravintolakulttuurista löytyy myös moitteen sijaa (Image 88-89).

Juomakulttuuriaiheet käsittelivät eurooppalaista viinikulttuuria (Image 4/1997: 78-81) ja suomalaista alkoholipolitiikkaa (Image 4/1997: 82-83). Eurooppalaisen viinikulttuurin arvostuksia ja kehityssuuntia esittelevässä jutussa vertaillaan eri viinien suosiota Euroopassa ja myös Suomessa, artikkeliin on liitetty myös viinin maistajan pikaopas lukijaa varten. *Viina vapaaksi ja kansa känniin!* -artikkeli lähestyy nimestään huolimatta asiantuntevasti ja asiallisesti suomalaista alkoholipolitiikkaa. Kirjoittaja vaatii kaupan vapauttamista ja Alkon monopoliaseman purkamista erityisesti alkoholin jälleenmyynnin osalta.

Kulttuurijutuissa on yksi pieni pukeutumiskulttuuria käsittelevä artikkeli, jossa pohditaan tuulipukuun sonnustautuvan "kansanmiehen" pukeutumisen filosofiaa hieman ironiseen sävyyn (Image 6/1997: 86-87).

4.4. Kuvaan painottuvat tekstityypit

4.4.1. Tyyliosasto

Imagessa seurataan muotiin ja tyyliin liittyviä asioita. Tästä painotuksesta kertovat jokavuotiset syys- ja kevätmuodin erikoisnumerot, joista otetaan korotettu painos normaalin sijasta (Imagen nrot 2 ja 6/1997). Tyyliosastojen materiaali on lehden itsensä toimittamaa materiaalia, ja osasto on toinen Imagen vakiintuneista visuaalisista foorumeista. Tyyli-osaston kuvaajat ja stylistit ovat suomalaisia tunnettuja ammattilaisia (Imagen mediakortti 99). Kuvasalkuista poiketen tyyliosasto on lähes poikkeuksetta tehty kotimaisin voimin tai yhteistyössä ulkomaisten ammattilaisten kanssa.

Tyylisivujen tärkeintä sisältöä ovat vaatteet ja vaatemuoti, tyylisivujen tekijäryhmään kuuluvat lisäksi kuvaaja, tyylistä vastaava stylisti, meikkaajat ja kampaaja. Lehdessä on aina yksi tai kaksi tyyliosastoa - muotiin painottuvissa erikoisnumeroissa on kaksi tai kolme erillistä tyyliä ja muotia käsittelevää kokonaisuutta. Muotia esitellään etupäässä visuaalisissa juttutyypeissä, vaikka muodista kirjoitettiin myös essee, pienehkö kulttuurijuttu ja viihteellinen artikkeli.

Tyyliosaston koko vaihteli vuoden 97 vuosikerrassa neljän ja kahdeksan sivun välillä, keskimääräinen sivumäärä oli kuusi sivua yhtä osastoa kohden. Muotinumeroissa sivumäärät olivat 14 ja 18 sivua lehteä kohden, eli siis jo varsin huomattava osa lehdestä.

Tyylissä ja muodissa on havaittavissa samanlainen tendenssi kuin mainostenkin kohdalla: perus- ja käyttövaatteet puuttuvat, tarjonta muodostuu muodikkaista ja kalliista merkkivaatteista, jotka ovat tuotesarjoja ja yksittäisten studioiden ja suunnittelijoiden yksilöllisiä töitä. Vaatevalmistajat ovat sekä koti- että ulkomaisia yrittäjiä. Tyyliosastojen kaupallista viritystä vahvistaa vaatteiden hinnoittelu ja muistakin tuotteista (meikit, hiustenhoitotuotteet, hajusteet) annetut tiedustelunumerot.

Aineiston sisältö on kirjavaa ja vaihtelee Kata Kärkkäisen alastonkuvista suomalaisen nykymuodin esittelyyn, uima-asusteista juhla- ja diskovaatteisiin. Tyyliosaston muoti edustaa nuorekkaiden aikuisten, rohkeiden ja muotitietoisten miesten ja naisten tyyliä, joka asettuu laadullisesti käyttövaatemuodin yläpuolelle. Calvin Kleinin yli kolmetuhatta markkaa maksavaa nahkableiseriä tai yli kahdeksansadan markan Polo-villapaitaa voi tuskin pitää tavanomaisina käyttövaatteina.

Imagessa esitellään sekä miesten että naisten vaatemuotia. Muotidiskurssi sekoittuu useissa tapauksissa tyylittelyyn. Vaatteiden ja tuotteiden esilletuominen ei suinkaan ole ainoa jutun funktio. Esimerkiksi Tiina Alvesalo lavastaa julkisuuden henkilöitä myyttisiksi hahmoiksi, esim.panee heidät esittämään Andy Warhollin maalausten henkilöitä tai Kalevalan sankareita. Suomalaisia yhteiskunnan ja kulttuurin vaikuttajia nostetaan tämän ajan Väinämöisiksi ja meidän kulttuurimme Madonniksi. Tällainen rinnastaminen vanhaan suomalaiseen kulttuuriin tai kansainvälisiin kuuluisuuksiin kertoo halusta nimetä tästäkin ajasta eräänlaisia suuruuksia tai vaikuttajia, tehdä 'tarinoita' tämän ajan ihmisistä. Edellä mainitun kaltainen julkisuuden henkilöiden kuvaaminen jossakin tietyssä roolissa esimerkiksi rekvisiitan, meikkauksen ja lavastuksen avulla on eräs tyyppiesimerkki fiktiivisen kuvan (Brusilan luokituksessa piktoriaalinen fiktivisoitu kuva) käytöstä henkilökuvauksessa viihdyttämisen funktiossa (vrt. Brusila 1997: 120-124, kts. luku 4.6.1.). Kokonaan toinen asia

on, ovatko avoimen keinotekoisesti luodut viittaussuhteet todella tehokkaita, parhaimmillaan niillä voidaan luoda hauskoja tai ironisia rinnastuksia ja viittaussuhteita, epäonnistuneet viittaussuhteet lukija kokee vain keinotekoisina ja ärsyttävinä.

4.4.2. Kuvasalkut

Jokaisessa Imagessa on Kuvasalkut-osasto, jonka pituus vaihtelee 6-13 sivun välillä, keskimääräinen jutun pituus on 9,75 sivua. Kuvasalkut sisältävät nimensä mukaisesti pääasiassa kuvamateriaalia, valokuvia tai editoituja kuvia. Kuvasalkut jakaantuvat kahdentyyppiseen aineistoon: toisaalta suurin osa jutuista (6/8) käsittelee valokuvataidetta, yleensä kansainvälisesti tunnettujen muoti- ja mainoskuvaajien töitä, pienempi osa kuvasalkuista (2/8) käsittelee (vakavia) yhteiskunnallisia aiheita.

Ulkomaiset kuvaajat edustavat amerikkalaista, venäläistä, eurooppalaista ja etelä-afrikkalaista kuvaajien huippua. Kuvien lisäksi juttu rakentuu lyhyestä johdantotekstistä, joka on lehden toimituksen tekemä ja kertoo kuvaajan 'menestystarinan' ja maininnan niistä aikakauslehdistä, joissa työt ovat olleet esillä ja tulleet tunnetuiksi. Imagessa julkaistaan samaa materiaalia, joka on alkujaan julkaistu ulkomaisissa muoti- ja laatuaikakauslehdissä. Aikakauslehtien aineiston vaihto ei sinänsä ole harvinainen toimintatapa (esim. Kivikuru 1996). Materiaali on siis toisilta lehdiltä lainattua aineistoa, johon on lisätty toimituksessa esimerkiksi johdanto- tai esittelyteksti.

Muotikuvissa toistuvia teemaelementtejä ovat eroottisuus ja seksuaalisuus, toisaalta myös kauhu ja kuolema, ironia ja vasta-argumentit, jotka kohdistuvat mm. tähtikulttiin ja materialistiseen elämäntapaan. Lukijassa kuvat herättävät voimakkaita tunteita ja reaktioita, siinä määrin rohkeita toiset aineistot ovat. Nykyään aikakauslehdissä suositaan visuaalisesti näyttäviä, lavastettuja kuvia. Brusilan mukaan uusi kuvajournalismi onkin ottanut tyylipiirteitä ilmaisuunsa mainonnasta ja muilta viestimiltä, erityisesti televisiolta (Brusila 1997: 23). 'Oikea todellisuus' on yhä harvemmin kuvauksen kohteena. Luonnehdinta sopii erityisen hyvin myös Imagen kuvasalkkujen muotikuvaajien töihin.

Kuvasalkkujen aiheet ovat pääosin ulkomaisia, vain yksi juttu kahdeksasta käsittelee kotimaista aihetta (suomalaisen kuvaajan teoksia). Ainoa kotimainen taiteilija Vertti Teräsvuori tiimeineen on esitelty ulkomaalaisia kollegoitaan monipuolisemmin. Näiden kuvien yhteydessä on julkaistu myös

artikkeli.

Osastossa on myös toisentyyppistä materiaalia: valokuvien lisäksi juttuun sisältyy reportaasi tai artikkeli. Nämä ovat tekstityyppinä lähempänä dokumenttia tai reportaasia ja niissä käsitellään vakavia ulkomaisia poliittis-yhteiskunnallisia aiheita. Toinen jutuista käsittelee Neuvostoliiton hajoamista ja sen jälkeistä Venäjän alennustilaa - väkivaltaa, ääriliikkeitä ja sekasortoa (Image 3/1997: 80-89). Näkökulma on varsin lohduton ja järkyttävä, eikä millään tavalla Venäjän yhteiskunnallista tilannetta imarteleva. Venäläisen valokuvaajan Hans-Jürgen Burkardin kuva-aineisto on Imagen vuosikerran järkyttävin: aineistossa on kuvia mm. venäläiseltä ruumishuoneelta, kadulla tapetusta ohikulkijasta, katujen vammaisista ja orvoista, kansanmurhaa todistavista pääkalloista ja kenkävuorista ja muusta ihmisoikeuksia rikkovasta mielivallasta (kts. Image 3/1997: 80-89).

Yksi syy lukijan hämmennykseen on se valtava kontrasti, joka on Imagen kuvajournalismin ja tämän jutun kuvien välillä. Todellisuutta estetisoivassa aikakauslehdessä tällaisen raa'an ja väkivaltaisen aineiston julkaiseminen on poikkeuksellista. Olemme tottuneet näkemään väkivaltaista aineistoa uutisissa päivittäin, mutta Burkardin kuvat ovat hätkähdyttäviä jopa television dokumenttiaineistoksi. Kuvat täydentävät ja syventävät tekstiä tavalla, jota pelkkä sanankäyttö ei olisi tavoittanut.

Dokumenteista toisessa aiheena on Etelä-Afrikan sisäinen tilanne apartheidin jälkeen (Image 8/1997: 111-121). Väkevässä reportaasissa esitellään totuus- ja sovituskomission työtä ja kerrotaan molempien osapuolten, sortajien ja uhrien, kohtaloita. Kuvat antavat ihmisille kasvot, jotka voisivat olla kenen tahansa valkoisen tai mustan miehen, naisen tai lapsen. Kuvat eivät ole viattomia sikäli, että ne olisivat realistisia henkilökuvia, vaan ne on otettu tietyissä ympäristöissä ja niillä pyritään selvästi luomaan tietynlaista representaatiota todellisuudesta, tässä tapauksessa henkilöistä.

Kuvasalkuissa esitellään siis ulkomaista valokuvamateriaalia, valokuvataidetta, muoti- ja mainoskuvaajien töitä. Rajanveto taiteen, muodin ja journalismin välillä on aineistoissa häilyvä, sillä kuvasalkuissa saatetaan sekoittaa näitä mm. siten, että lukija hämääntyy pohtimaan onko tämä nyt taidetta vai muotia vaiko kenties vastalause kumpaakin kohtaan (esim. 1/1997: 78-89). Reportaasityyppisissä kuvasalkuissa tällaisia kysymyksiä ei herää, vaikka niidenkin kuvamateriaali on erittäin vaikuttavaa ja tasokasta. Sen sijaan kiinnostavaa olisi tutkia tarkemmin, millaisia lisämerkityksiä ne tuovat juttujen tulkintaan ja miten lukijat ne kokevat. Myös kuvien suhde todellisuuteen on ongelmallinen: näkökulman tarkoituksenmukaisen manipuloinnin ja todistettavuuden ristiriita

on ilmeinen.

Kuvasalkut-osastolla jatkuu Imagen perinne suosia valokuvataidetta - tosin Image suosii enimmäkseen kansainvälisesti tunnustettujen valokuvaajien töitä, kun taas kotimaiset taiteilijat jäävät sivummalle. Tästä osastosta käsin Imagen visuaalisuus rakentuu trendinmukaisen ulkomaisen aineiston ja kuvakulttuurin varaan.

4.5. Kirjallisuusmakasiinit

4.5.1. Kaunokirjalliset genret Imagessa

Image julkaisee aika ajoin kaunokirjallisia tekstejä tai otteita niistä, esim. romaaneista sekä runo- ja novellikokoelmista. Tämän voi nähdä tapana antaa palstatilaa ja siten tuoda esille suomalaisia kirjailijoita ja esseistejä. Kaunokirjallista aineistoa voi myös pitää eräänlaisena Imagen lukemistona. Puhtaasti kaunokirjallisuuden genrejä olivat vuosikerrassa esseet, novellit ja näytelmät ja matkakertomukset. Kaunokirjallisuuden tekstilajien osuus jää kuitenkin varsin pieneksi, yhteensä tämäntyyppisiä juttuja aineistossa oli seitsemän. Kaunokirjallista aineistoa julkaistaan Imagessa varsin vähän; lehden ei voi moittia suosivan kirjallisuutta tai korkeakulttuuria. Kaunokirjalliset tekstit ovat otteita kirjailijoiden aikaisemmin julkaistuista teoksista, otteita romaaneista tai novellikokoelmista. Vuosikerran esseet ja näytelmä ovat oletettavasti Imagen toimituksen tilaamia ja ennen julkaisemattomia.

Kirjailijoista voisi mainita nuorta sukupolvea edustavan Kreeta Onkelin, Imagelle ennestään tuttuja kirjoittajia ovat kirjailija Juha Seppälä ja Walter de Camp. Juha Hurmeen kirjoittama kaupunkisarjan Oulua esittelevän jutun olen luokitellut kaunokirjalliseksi, koska se on kirjoitettu draaman muotoon.

Esseiden lukumäärä vuosikerrassa oli kolme kappaletta vuosikerrassa ja ne käsittelivät lähinnä historiallispoliittisia ja yhteiskunnallisia aiheita. Esseiden kirjoittajat - Putte Wilhelmsson, Juha Siltala ja Juha Seppälä - ovat kirjoittaneet useampiakin juttuja Imageen. Putte Wilhelmssonin esseessä pohditaan muodin, taiteen, rahan ja eliitin kohtaamista sekä arvioidaan edesmenneen muotisuunnittelija Gianni Versacen elämäntyön merkitystä.

4.5.2. Arvostelut

Kirjat & Taiteet osastolla esitellään uusin koti- ja ulkomainen kirjallisuus. Kirjallisuusarvostelujen lisäksi osastolta löytyy harvoja muitakin taide-esittelyjä, mm. valokuvataidetta (Image 1/1997: 92). Arvostelut ovat 3-4 sivun kokoinen makasiini, jolla esitellään lyhyesti keskimäärin parisenkymmentä kaunokirjallista uutuusteosta lehteä kohden, joten pitkiä arvostelut eivät ole. Vaikutelmaa makasiinin pirstaleisuudesta ja sen ei-lineaarisesta lukutavasta luovat kehystetyt ja eri väreillä muusta kokonaisuudesta irrotetut itsenäiset jutut, jotka käsittelevät erikoistuneemmin esimerkiksi jotain tiettyä kaunokirjallisuuden genreä tai tekstityyppiä, kuten esimerkiksi runoutta (Image 2/97: 125), rakkausaiheista kirjallisuutta (Image 8/1997: 126), sarjakuvia (Image 4/1997: 127) tai dekkareita (Image 4/1997: 125). Osassa arvosteluista paneudutaan tarkemmin kirjailijan työhön ja ajatuksiin, jolloin näkökulma on kirjailijan ja hänen teoksensa esittelyssä (esim. Image 5/1997: 102).

Kaunokirjallisuuden lisäksi tietokirjallisuuden eri alueilta on poimittu uusimpia julkaisuja, joita esitellään myös omina pieninä palasinaan kokonaisuudesta irrotettuina, esimerkiksi Suomen ympäristön tilaa koskevaa kirjallisuutta (Image 2/1997: 126), luontofilosofiaa (Image 7/1997: 127) paranormaaleja ilmiöitä (Image 3/1997: 92) ja ufosieppauksia käsitteleviä teoksia (Image 7/1997: 126), kirjallisuuskritiikin kritiikkiä (Image 1/1997: 91), kaupunkiarkkitehtuuria ja arkkitehtuuria (Image 1/1997: 93 ja Image 2/1997: 127), estetiikkaa (Image 3/1997: 93) ja maailmanselityksiä (Image 1/1997: 94). Lisäksi jokaisessa Kirjat & Taiteet -osastossa on pieni Muista myös - palsta, jossa on todella lyhyesti, muutamalla virkkeellä, nimetty muita mainitsemisen arvoisia kirjoja. Esitelty tietokirjallisuus mukailee siis lehden teemoja.

Lehdestä nro 5/1997 lähtien kirjallisuusarvostelut on koottu uudelle, Kari Hotakaisen kirjoittamalle Poikkeuksellisia Ominaisuuksia -kirjallisuuspalstalle. "Tämän otsikon alla kirjailija Kari Hotakainen ottaa esille kirjoja, jotka jostain syystä - hyvyyttään, huonouttaan tai irvokkuuttaan - ansaitsevat tulla esitellyksi muita kirjoja laajemmin (Poikkeuksellisia Ominaisuuksia -palstan esittelyteksti Image 5/1997: 100)." Se keskittyy 3-5 kaunokirjallisen uutuuden pidempään esittelyyn, joten esiteltyjen kirjojen määrä on huomattavasti pienempi. Kirjallisuuspalstan esittelytekstin mukaisesti Hotakainen ei pelkää ottaa vahvasti kantaa ja arvottaa teoksia. Raija Orasen Onnela-kirjasta Hotakainen kirjoittaa seuraavaa: "Päätin lukea yhden tuoreen menestysromaanin, että voisin perustella rikkaiden kirjailijoiden puutteita Imagen lukijoille, koska tiedän, että harva teistä on metrin tikullakaan koskenut Orasen tuotantoon". Hotakaisen palstan jatkoksi liittyvät tietokirjojen

arviot ja yllä mainitut erilliset pikkutekstit. Tässä vaiheessa palstan kirjoittajien kirjo kasvaa.

Kirjavalinnat ovat hyvin elitistisiä ja edustavat kirjallisuuden alueen arvostettua osaa: esimerkiksi kioskikirjallisuutta tai muuta populaarikirjallisuutta ei esitellä kuin ehkä juuri kritisoivassa tarkoituksessa (vrt. em. Raija Orasen Onnela). Erityisesti tietokirjallisuutta koskevat valinnat pureutuvat aihealueisiin, joihin 'sisään pääseminen' edellyttää vähintään kohtuullista ennakkotietämystä alalta.

4.6. Visuaalisuus ja Imagen kuvajournalismi

4.6.1. Pyrkimys esteettiseen mielihyvään

Ensinäkemältä Imagessa on huomattavan paljon kuvamateriaalia, jopa niin, että lehdestä syntyy katselulehden vaikutelma. Imagessa onkin keskimäärin lehteä kohti enemmän kuva- kuin tekstimateriaalia, jos mainossivut lasketaan mukaan. Mainokset ovat visuaalisesti näyttäviä, yleensä kokonaisen sivun, jopa aukeamankin kokoisia. Toinen syy visuaalisuuden korostumiseen on lehden suosimat visuaaliset juttutyypit. Jokaisessa Imagessa julkaistaan kaksi lähes yksinomaan kuvista rakentuvaa juttutyyppiä: lehden loppupuolen kuvasalkut ja tyyli -makasiinit. Myös pitkissä artikkeleissa on runsaasti kuvamateriaalia (valokuvia ja grafiikkaa eli mm. taulukoita ja piirroksia). Imagen kokosivutaitosta johtuen pitkissä artikkeleissa on keskimäärin 1-3 kokosivunkuvaa ja usein lisäksi pienempiä kuvia. Kuvakeskeisyydestä huolimatta Imagessa kuvan ja tekstin suhde ei Brusilan vuoden 1994 tutkimuksessa ollut omassa ryhmässään poikkeava: elitististen yleislehtien ja kulttuurilehtien ryhmän keskiarvoon nähden Image sisältää hieman enemmän tekstiä ja hieman enemmän kuvia kuin muut ko. ryhmän lehdet. Brusilan tutkimuksessa vain talouslehtien lehtiryhmässä tekstin osuus oli kuvan osuutta suurempi. (kts. taulukko Brusila 1997: 86.)

Imagen visuaalista perinnettä on pidetty varsin modernina, lehden on sanottu olevan uuden kansainvälisen valokuvan esittelykanava Suomessa (Vanhanen 1994: 10). Kiinnostus kuvaan ja erityisesti valokuvataiteeseen on jatkunut Imagen historian alkuvuosista saakka, jolloin lehden koko toimintaidea rakentui valokuvan ympärille. Kivikurun tutkimuksessa lukijaraatilaiset mainitsivat Imagen ainoana avantgardistisena aikakauslehtenä - avantgardella tarkoitettiin aiheiden, ilmaisun ja visuaalisuuden uusia aatteita (Kivikuru 1996: 230-231).

Kuvankäsittelyssä on siirrytty digitaaliseen kuvan käsittelyyn, digitaalitekniikka on mahdollistanut uudenlaiset tekniikat, jotka aikakauslehdistö on omaksunut erityisen innokkaasti. Eräs kuvajournalismin murroksista on Imagessakin toteutettu kokosivutaitto. Kuvajournalismi on erityisesti viimeisen vuosikymmenen aikana loitontunut dokumentaarisen valokuvauksen ihanteesta, ns. klassisen kuvajournalismin realistisesta kertomistavasta ja ottanut vaikutteita muiden viestimien (esimerkiksi television) ja mainonnan kuvakielestä. Mainoskuvien tyylin vaikutukset näkyvät mm. aikakauslehtien näyttävissä, lavastetuissa kuvissa. Imagessakin on runsaasti tällaisia lavastettuja mainosmaisia kuvia, niiden näyttävyyden kääntöpuoli on kuitenkin niistä välittyvä pinnallisuuden vaikutelma. (Vanhanen 1994: 9-10 ja Brusila 1997: 22-23.)

Riitta Brusilan tutkimus suomalaisten aikakauslehtien visuaalisuudesta osoittaa, että kuvajournalismissa on selkeästi nähtävissä siirtymä realistisesta valokuvasta fiktiiviseen. Kuvajournalismi on loitontunut klassisista realistisista kuvaihanteista ja kuvankäsittelyn eli kuvan manipulaation eri muodot ovat yleistyneet.Yhtenä syynä kehitykseen Brusila pitää uusiutumisen tarvetta erityisesti henkilökuvauksessa (Brusila 1997: 96). Käytännössä tämä merkitsee aikakauslehtien enemmistölle esteettisen, miellyttävän journalismin lisääntymistä. Jos esteettisyys määritellään Brusilan tapaan "vastaanotossa tapahtuvaksi tunneperäiseksi mielihyvän kokemukseksi", niin Imagen vuoden 1997 lehdissä se ainakin toteutuu (kts. Brusila 1997: 46-48). Aikakauslehtijournalismin valtavirtaa - Image mukaan luettuna - luonnehtii pyrkimys esteettisyyteen erityisesti henkilökuvauksessa. Aikakauslehdissä on Brusilan mukaan vain yksi lajityyppi, ns. sensaatiolehdet, jotka rikkovat kuvituksessaan esteettisyyden tavoittelemisen konventioita. (Brusila 1997.) Aikakauslehden esineellisestä luonteesta johtuen visuaalisuus on aikakauslehdelle tärkeä journalistisen ilmaisun keino. Aikakauslehden visuaalisuus on lehden taitosta l. elementtien järjestyksestä, typografiasta ja kuvien tyylistä muodostuva kokonaisuus (vrt. Brusila 1997). Ollakseen uskottava ja haluttava aikakauslehden on oltava myös miellyttävä 'tuotteena', epäesteettisyys hidastaa viestin vastaanottamista (Brusila 1997: 46-48).

Henkilöjournalismin laajan suosion vuoksi aikakauslehtien kuvista valtaosa on henkilökuvia, vain joissakin naistenlehdissä ja erikoisaikakauslehdissä esinekuvien prosentuaalinen määrä oli suuri (Brusila 1997: 89). Myös Imagen vuoden 1997 numeroissa henkilökuvat hallitsevat kuvien aiheita, joten henkilökuvien valta-asema ei ole horjunut sitten vuoden 1994 Brusilan tutkimuksen. Estetisoivan henkilökuvauksen rinnalla näyttäisi Imagessa yhä enenevässä määrin suosittavan myös fiktiivistä henkilökuvausta, erityisesti piktoriaalista ja plastista fiktivisointia. Fiktivisoivassa henkilökuvassa estetisointia ja muuntelua ei enää peitellä, vaan henkilö esitetään avoimesti

esimerkiksi johonkin rooliin tai ideologiseen ajatukseen liittyneenä (vrt. luku 4.4.1.). Fiktivisoituihin kuviin liitetään esim. rekvisiittaa, yhdistellään aiheita tai käsitellään kuvaa jälkikäteen plastisesti (esimerkkejä Imagen fiktisoiduista henkilökuvista: Image 1/1997: 34-43, Image 2/1997: 44-61, Image 3/1997: 34-41, Image 4/1997: 44-50). Imagessa suositaan huomattavan paljon myös täysin fiktiivistä kuvitusta, ts. graafisia piirroksia. (Brusila 1997: 91-93.)

Paitsi henkilökuvien, myös muun kuvamateriaalin osalta on määritelty kuvan esteettisyyttä luovia piirteitä. Goodmanin mukaan esteettinen kuva on syntaktisesti ja semanttisesti tiheä, kuvaan liittyy monia merkitseviä aspekteja ja kuvan viittaussuhteet ovat sellaisia, että merkki viittaa omaan ominaisuuteensa ja usein samanaikaisesti monilla eri tavoin, mikä mahdollistaa erilaiset tulkinnat ja jatkuvien uusien tulkintojen ketjun. Syntaktinen tiheys on kuville erityisen ominainen piirre, koska juuri kuvassa yksittäisillä merkeillä ja niiden eroilla synnytetään eroja merkityksessä. Semanttinen tiheys tarkoittaa eräänlaista ilmaisun tiiviyttä, jossa pienet erot referenttien (sisällön aineksen l. substanssin) välillä ovat merkitseviä. Yhtenä varsin tyypillisenä esteettisyyden piirteet täyttävänä kuvana voi pitää esimerkiksi Jyrki Lehtolan nykytaidetta käsittelevän artikkelin kuvausta, josta tarkemmin kuudennessa kappaleessa. (Brusila 1997: 46-48.)

Brusilan mukaan jokainen lehti valitsee lajityypilleen ominaisen tavan kuvata todellisuutta, joka on aina jotain olemassaolevaa, kameralla tavoitettavaa. Paitsi aikakauslehtiartikkelit, myös lehden kuvat ovat tietyllä tavalla värittyneitä "tematisoituja" tulkintoja todellisuudesta. (Brusila 1997: 24.) Lajityypin sisällä jokaisella lehdellä on oma visuaalinen tyylinsä (Brusila 1997: 52-54). Imagenkin suosima estetisointi muuntaa todellisuutta miellyttävämmäksi kuin mitä se luontaisesti olisi. Valokuvaan yhdistetään vieläkin uutiskuvasta peräisin olevat dokumentaarisuuden, luotettavuuden ja informaation välittämisen ominaisuudet (Brusila 1997: 71-73). Nykyään aikakauslehdessä valokuvan realistisuus ja "todistavuus" on vaihtunut tarkoitushakuiseksi hienovaraiseksi manipuloinniksi ja estetisoinniksi, josta kuvan katsoja ei välttämättä ole tietoinen.

4.6.2. Ylellisyyden markkinat

Lehden taloudelle kaupallisten tiedotteiden l. mainosten merkitys on suuri sikäli, että merkittävä osa aikakauslehden tuloista saadaan mainostajilta. Mainostajat pyrkivät valitsemaan lehden, joka tavoittaa sille tärkeän kohderyhmän: lehden täytyy olla uskottava ja sopiva ympäristö myös mainoksille (Matti Apunen 1997):

> Mä en tiedä siis, lehtihän ei valitse niitä tuotteita, mitä siellä mainostetaan, ne on ne tuotteet, jotka valitsee lehden. Ei me voida siitä sanoa, et me ei haluta sitä lauantaimakkaraa, me haluttas hajuvesii. Me otetaan ihan kaikki tiedotteet mitä tulee. Jos alakerran K-kauppa haluaa ilmottaa meillä, niin me otetaan. Meillä nyt sattuu oleen kenkiä ja vaatteita, et tulee sellanen mielikuva, et me ollaan hirveen elitistinen, ja sit kuitenkin samaan aikaan meidän ilmotusten lomassa on juttu, joka on täysin koruttomasti juttu pitkäaikaistyöttömän arkipäivästä, jossa ei oo mitään elitististä, ei mitään. Ja mä luulen, että ilmoittaja arvostaa vaan sitä, että sillä on luotettava ympäristö, ja että se lehden yleinen ilme on uskottava ja se on niinku vahva ja vakaa, ja että hänen oma ilmoituksensa näyttää hyvältä siinä ympäristössä ja siinä kaikki. Aikakauslehdethän elää kaikki lähestulkoon ilmottelulla. Niin vain on. (Matti Apusen haastattelu 30.9.1997.)

Joukkoviestinnän markkinoilla toimii kahden tuotteen markkinat; ensimmäisessä vaiheessa myydään aikakauslehti kuluttajille, toinen vaihe hyödyntää tuotetta ostavan yleisön huomiota. Lehti siis saa korvauksen siitä, että se tuottaa mainostajille sen tarpeisiin sopivan kohdeyleisön. Mitä suurempi ja ostokykyisempi yleisö on ja mitä tarkemmin yleisön kulutustarpeet tunnetaan, sitä suotuisampi tilanne on mainostajien ja lehden kannalta. (Kunelius 1997: 69-89.)

Mainokset ovat osa lehden visuaalisuutta ja mielikuvaa lehdestä. Mainosten perusteella Imagea voidaan kuvata hyvin trendikkääksi, jopa ylelliseksi tai elitistiseksi lehdeksi, mikä kertoo aika paljon Imagen tyylistä, kohdeyleisöstä ja lukijoiden oletetuista odotuksista. Imagessa mainokset ovat vaikuttavia, suuria (tyypillisimmin koko sivun kokoisia tai jopa koko aukeaman), selkeitä, esteettisiä, ja niitä voisi pitää laadukkaina tai ainakin hyvin tehtyinä. Esimerkkinä hauskasta automainoksesta on sivunkokoinen Audi-mainos, jossa ei suinkaan ole auto pääosassa, vaan kuvassa on sivuprofiili todella ryppyisestä, vanhasta miehestä, jonka kasvot ovat täynnä uurteita, mutta jolla on kuvassa tyytyväinen ja itsevarma ilme ja silmät suljettuina. Kuvassa on pitkähkö kuvateksti ja kasvokuvan alla seuraava lause: " Joillekin ikä ei merkitse mitään" (Image 7/1997: 34). Kuvan sisällä on seuraava teksti:

> Toiset on yksinkertaisesti tehty kestämään. He ottavat hymy huulillaan vastaan sen, mitä elämä tuo tullessaan. Ikääntyminen ei ole heille kirosana vaan synonyymi kokemukselle. Heille elämä ei ole vain laulua ja leikkiä. Se on myös ruusuilla tanssimista. (Image 7/1997: 34.)

Lehden lukijaryhmä eli mainosten kohderyhmä on otettu hyvin huomioon. Koska lehden lukijat ovat nuoria aikuisia ja hyvin toimeentulevia koulutettuja keski-ikäisiä, heitä oletettavasti mainostetut tuotteet saattaisivat kiinnostaa.

Vuosikerran 1997 perusteella Imagen mainokset ovat aika tavalla vakiintuneet; mainoksissa toistuvat samojen mainostajien tiedotteet ja tietyt tuotteet ja palvelut. Mainoksista on löydettävissä kaksi suurta teemaa tai päälinjaa: ulkonäkö, muoti, tyyli ja henkilökohtaiset tavarat sekä kulttuuritarjonta. Tavarat eivät ole kulutus- tai käyttöhyödykkeitä vaan ylellisiä merkkituotteita, usein

ulkomaisia globaalisti tunnettuja trendituotteita, kuten esimerkiksi vaatteita, parfyymeja ja muita hajusteita, kelloja, kameroita, matkapuhelimia tai tietokoneita.

Wolfgang Fritz Haug on kirjoittanut (Haug 1998: 5-12) mainonnan ylikansallisesta leviämisestä ja mainoskulttuurin muutoksesta. Käyttötavaroiden mainonta on vähenemässä kapitalistisissa yhteiskunnissa esteettisten globaalien massatuotteiden lisätessä suosiotaan.Tulevaisuudessa mainonnalle on Haugin mukaan yhä tunnusomaisempaa ylikansallisten mainosten levittäytyminen erityisesti television välityksellä ja tuotteisiin liitettävä tavaraesteettinen käyttöarvolupaus. Imagen mainoksissa etenkin vaate- ja hajuvesituotteiden kohdalla toistuivat samat kansainväliset tuotemerkit, esimerkiksi Gant, Hugo Boss, Calvin Klein, Dior, Chanel tai Jean Paul Gaultier. Tavaramainoksissa suostutellaan etenkin miesyleisöä mainostamalla miesten tuoksuja, miesten vaatteita, kelloja, kenkiä, toisaalta esillä on myös tekniikkaa (autot, kamerat, matkapuhelimet). Kenties miehille suunnattujen tuotteiden suosimisella pyritään vahvistamaan mielikuvaa lehden sopivuudesta miehelle, naisille suunnattujen tuotteiden näyttävä esilläolo viittaisi selkeästi naistenlehden lajityyppiin.

Kulttuurituotteet ja -tapahtumat muodostavat toisen merkittävän teemakokonaisuuden Imagen mainoksissa. Kirja- ja levyuutuuksien, elokuvien ja televisio-ohjelmien mainokset toistuvat joka numerossa. Kulttuuritapahtumien alueellinen painopiste sijoittuu Helsinkiin ja pääkaupunkiseudulle. Vuosikerrasta tapaa ainakin kaikkien suurimpien Helsingin teattereiden ohjelmaesitteitä, oopperan, joidenkin elokuvateattereiden ja mm. Radion Sinfoniaorkesterin ohjelmistoa on myös esillä. Pääkaupunkiseudulla on tarjota myös ravintolakulttuuria, taidenäyttelyitä, klubeja ja yöelämää. Sitä vastoin koko muun Suomen kulttuuritarjonta on varsin heikosti edustettuna.

Aikakauslehtimedia on kaupalllinen foorumi myös muille medioille. Iltapäivälehdistä Iltasanomat sekä sähköisistä viestimistä Mainostelevision Kolmoskanava ovat vakiinnuttaneet paikkansa Imagen mainoksissa, vilahtaapa siellä Helsingin Sanomien Kuukausiliitteen tiedotekin.

Elintarvikkeiden edustus mainoksissa jää jokseenkin vähäiseksi. Ruokanumeroa lukuun ottamatta vain huolella valitut, ylelliset nautintoaineet ja herkut löytävät paikkansa Imagen sivuilta (esimerkiksi kahvi, jäätelö, juustot, kermatuotteet tai kevyet ruuanlaittoon ilmaantuneet uutuudet). Perhelehtenä Imagea ei voida myöskään pitää, lapset ja vanhukset kohderyhmänä puuttuvat, samoin tavallisimmat terveys-, kodinhoito- ja sisustustuotteet. Arki ei ole nähtävillä, mainokset lupaavat ylellisiä hetkiä, nautintoa ja kulttuurielämyksiä - kaikkea mitä mielikuvia nuori, työssäkäyvä, hyvin

toimeentuleva menestyjä identiteettiinsä rakentamiseen saattaisi kaivata.

Imagen mainoksien perusteella syntyvä lukijaidentiteetti sopii hämmästyttävän hyvin yhteen lehden lukijatutkimuksen tietojen kanssa. Seija Ridell toteaakin joukkoviestinnän vastaanottoa käsittelevässä esityksessä yleisön kokoonpanon ja kiinnostuksen kohteiden tuntemisen olevan tärkeää juuri ilmoittajien palvelemisen vuoksi (Ridell 1998: 431-450). Joukkoviestinnän yleisöjen tutkimus onkin lähtenyt liikkeelle paljolti viestintäteollisuuden massatuotannon mahdollistuttua (Ridell emt. ja Kunelius 1997). Voidaan sanoa, että mainostajat ovat lukijatutkimuksensa lukeneet, vieläpä hyvin.

5. IMAGEN JA VALTAVIRTAJOURNALISMIN AIHEVALINTOJEN JA NÄKÖKULMIEN VERTAILUA

5.1. Suhde aikaan ja ajankohtaisuuteen

Imagen artikkelien ominaislaatua voi tarkastella vertaamalla Imagen aihevalintoja muuhun kotimaiseen ns. valtavirtajournalismiin, jota edustamaan olen valinnut päivälehti Keskisuomalaisen tärkeimmät uutiset vuoden 1997 tapahtumista (Vuosikirja '98 ja '99). Valtavirtajournalismilla tarkoitetaan journalismia, joka noudattaa siinä ajassa yleisesti vakiintunutta journalistista käytäntöä aiheiden valinnassa, esitystavassa ja kielenkäytössä (Kuutti & Puro 1998). On huomattava, että Keskisuomaisen uutisista koostetut Vuosikirjat ovat sinällään jo valikoima tärkeimmistä uutisaiheista Keskisuomalaisessa vuonna 1997, joten Imagen ja Keskisuomalaisen vuosikerran vertailu eivät ole identtisiä aineiston suhteen.

Tarkoitukseni on selvittää, missä määrin Image kirjoittaa samoista aiheista kuin valtalehdet eli missä määriin Imagen ja valtajournalismin aihevalinnat ja niiden näkökulmat ovat yhteneväiset. Aiheiden vastaavuus tarkoittaa, että Imagessa on käytetty Keskisuomalaisen uutisoimaa juttua siten, että uutinen tai aihe on esitetty sellaisenaan, tai että sitä on käytetty ainakin osana laajempaa artikkelia. Saman aihevalinnan käyttö perustuu jutun samaan pääteemaan, jolloin en ole ottanut lukuun juttujen sisältä löytyviä lyhyitä mainintoja tai viittauksia samaan uutisaiheeseen. Epäilen sellaisia löytyvän Imagen artikkeleista enemmänkin, koska lehdessä seurataan päivälehtiä ja käytetään myös uutismateriaalia jutun koostamisessa.

Luonnollisesti sanomalehden tapa tehdä juttuja poikkeaa paljonkin aikakauslehden tavasta, ovathan jo niiden suosimat tekstityypit erilaisia, aikakauslehti yleensä (niin myös Image) suosii argumentoivaa artikkelia ja subjektiivisia kirjoittamisen genrejä, kun sanomalehden jutuista suurin osa on objektiivisuuteen pyrkiviä uutisjuttuja. Vuosikirjoihin koottu uutiskokoelma tarjoaa kuitenkin oivan yleisesityksen vuoden tärkeimmistä uutistapahtumista erään maakuntalehden näkökulmasta. Yleisaikakauslehdistä olisi huomattavasti vaikeampi valita jokin tietty lehti vertailukohdaksi, koska aikakauslehdet ovat usein profiloituneet ja erikoistuneet, vähiten kuitenkin ns. populistiset yleisaikakauslehdet (Brusilan luokitus).

Niin valtava määrä tapahtumia kuin uutisvuoteen mahtuukin, Imagelle ja Keskisuomalaisen uutisvalikoimalle yhteisiä aiheita tai edes samaa aihepiiriä sivuavia juttuja löytyi lopulta yllättävän vähän - vain 32 juttua osui samaan aihepiiriin tai tapahtumaan koko vuoden aikajaksolla. Tulos osoittaa Imagen ja valtavirtajournalismin - jota tässä edustaa Keskisuomalainen - erilaisia sisältöpainotuksia aihevalinnoissa.

Valtaosa (20/32) samaa tapahtumaa käsittelevistä jutuista liittyi aihepiiriin, jonka olen luokitellut karkeasti yhteiskunnallisiin aiheisiin. Yhteiskunnallisista jutuista kolme neljästä (15/20) käsitteli kotimaisia aihepiirejä, esimerkiksi Aamulehden ja MTV:n yhdistymistä Alma-Mediaksi, tarhaajien ja eläinaktivistien välistä aseellista välikohtausta Orimattilassa, EHEC-bakteerin aiheuttamia sairas- ja kuolemantapauksia tai matkapuhelinten määrän kasvua. Sen sijaan ulkomaanuutisista löytyi vähemmän (5/20 juttua) yhteistä materiaalia: molemmat lehdet kirjoittivat henkilömiinat kieltävästä Oslon sopimuksesta, tietokonealan rikkaimmasta miehestä Bill Gatesista ja Winnie Mandelan kuulustelusta Etelä-Afrikan totuuskomissiossa.

Samoista aihepiireistä kaksitoista (12/32) liittyi kulttuuria käsitteleviin uutisiin, kuten esimerkiksi Frida Kahlon taidenäyttelyn tai uuden Star Trek -elokuvan ensi-illan esittelyyn. Hieman yli puolet (7/12) jutuista käsitteli ulkomaisia kulttuurihenkilöitä ja - tuotteita, kotimaiset jäivät lievästi vähemmistöön (5/12). Jutuista erottuivat omaksi ryhmäkseen kulttuurin ja taiteen alan tunnustukset ja palkinnot, joita oli myönnetty niin kotimaassa kuin kansainvälisestikin. Uutiskynnyksen ylittivät niin Imagessa kuin Keskisuomalaisessakin Finlandia-palkinnon, kirjallisuuden Nobel-palkinnon tai UKK-muistomerkkikilpailun voittajien ja heidän teostensa esittelyt. Samoin tunnettujen koti- tai ulkomaisten julkisuuden henkilöiden kuolemantapaukset olivat uutisoinnin arvoisia; esimerkiksi Seppo Heikinheimon ja italialaisen muotialan vaikuttajan, Gianni Versacen kuolema johon liittyen Imagessa julkaistiin Putte Wilhelmssonin essee (Image 6/1997: 102-108).

Kokonaisuudessaan vertailu osoitti, että Imagessa ja päivälehdessä (tässä Keskisuomalainen) oli vähän yhteisiä aihepiirejä vuoden 1997 aikana. Toinen havainto oli se, että Imagessa näistä aiheista ei tehty pääjuttuja, vaan näitä tapahtumia tuotiin esille lyhyinä uutismaisina ajankohtaisjuttuina. Pitkiä artikkeleita, jotka liittyivät myös Keskisuomalaisen uutisaiheisiin, tosin vaihtelevan kiinteästi, oli seitsemän. Loput 25 aihetta oli käsitelty pienempinä ajankohtaisjuttuina; ne sijoittuivat maailmanpyörä-osastoon tai henkilöhaastatteluihin, eräs oli kuvasalkut-osaston pitkähkön artikkelin osana. Image näyttääkin sivuuttavan päivälehtien valtajournalismin 'päävirtauksen'. Kun Imagessa kirjoitetaan ajankohtaisesta asiasta, se tehdään lyhyesti ja juttu sijoitetaan lehden "populistisille" osastoille, eimerkiksi Maailmanpyörään.

Image ei poikkea aikakauslehden yleisestä lajityypillisestä ominaisuudesta tuottaa hyvin erilaista materiaalia, siis myös hyvin lyhyitä juttuja, jotka ovat pitkiä juttuja enemmän perusteltuja niiden kytkeytymisestä aiheen ajankohtaisuuteen. Aikasyklin erilaisuus synnyttää eroja myös tekstityyppien valinnassa ja juttujen pituudessa. Imagen juttujen ajankohtaisuus vaihtelee, mitä lyhyempi juttu, sitä enemmän se rakentuu ajankohtaisuuden varaan, ja sitä enemmän se muistuttaa sähkemäistä uutista sen arvon perustuessa aiheen ajankohtaisuuteen (kts. Huovila 1995). Jo ajankohtaisuuden käsitekin on varsin väljä; journalismissa sillä tarkoitetaan erityisesti sähköisten viestimien ja sanomalehden sisältöä, juttujen uutiskriteerimäistä piirrettä, jossa painotetaan ajallisesti äskettäisiä tapahtumia tai puheenaiheita, jotka voivat olla reaaliaikaisia, päiväkohtaisia tai päiväkohtaista väljempiä (Kuutti, Heikki - Puro, Jukka-Pekka 1998). Esimerkiksi Imagessa 8/1997 on lyhyt henkilöhaastattelu Antti Kylliäisestä. Kylliäisen haastattelu julkaistiin Imagessa jonkin aikaa sen jälkeen, kun hänen kristinuskon oppeja ravisteleva kirjansa oli herättänyt äänekkään julkisen keskustelun (Pietilainen Jaakko: Antti Kylliäinen - Pappi joka jäädytti helvetin).

Aikakauslehdessä on paljon päiväkohtaista väljempää ajankohtaisuutta, mutta päiväkohtaisuuskaan ei ole nykyään harvinaista, sillä esimerkiksi Itsenäisyyspäivän juhlista on usein aikakauslehdissä kuvia jo seuraavana päivänä. Imagen juttujen ajankohtaisuus harvoin edustaa suoranaisesti mitään näistä.

> Me harvoin pystytään keksimään asiaa, joka olis ihan ennen kuulumaton, et sikäli me ei voida kilpailla varsinaisesti uutisilla, mut me voidaan kilpailla sillä taustatuksen syvyydellä, sillä että meillä asiat on esitetty paljon perusteellisemmin kuin jossain muualla. Se on se, se pitää näkyä sitten kaikessa, se pitää näkyä faktoissa, se pitää näkyä kielessä, joka meitä kovin kiinnostaa. (päätoimittaja Matti Apusen haastattelu 30.9.1997.)

Niissä seitsemässä pitkässä artikkelissa, jotka esiintyivät myös Keskisuomalaisen uutisaiheina, Imagen näkökulma oli varsin erilainen, huomattavasti Keskisuomalaisen näkökulmaa laajempi.

Esimerkiksi uutinen muotisuunnittelija Gianni Versacen murhasta muotoutui Putte Wilhelmssonin käsissä pitkäksi pohdiskelevaksi artikkeliksi, jossa selvitettiin Versacen merkitystä muotimaailmassa sekä yleisemmin muodin, talouden ja journalismin välisiä yhteyksiä aina luokka- tai säätyjakoon saakka. Imagen artikkelista huokuu paneutuminen, mikä näkyy eräänlaisena 'sisäpiirin' tietona, esimerkiksi tietona siitä, kenen kanssa Versace seurusteli ja ketkä yleensäkin olivat tuon ajan muodin tekijöitä ja mitkä olivat heidän menestyksensä syyt. Imagen tarina "Kuninkaan kuolemasta" on paitsi kunnianosoitus edesmenneelle muodin suuruudelle, myös laaja yhteiskunnallinen reportaasi muodin ja esteettisyyden kytkennöistä talouteen, journalismiin, taiteeseen ja valtaan. (kts. Wilhelmsson 1997: 102-108.)

Toisessa esimerkissä Keskisuomalaisen esitellessä työttömyystilastoja ja presidentin lausuntoa työttömyystilanteesta, sama tilasto löytyy graafisen kaavion muodossa pitkästä artikkelista, jossa Heikki Ikonen kirjoittaa omakohtaisesti ja elävästi työttömän ihmisen elämäntarinaa. Ikonen kertoo oman työttömyytensä historian ja sen kaikkialle ulottuvat vaikutukset: työttömyyden liikkeelle laittaman vihan, syrjäytymisen ja häpeän. Viesti on vaikuttava, koska se on koottu riipaisevan totuudenmukaisesti ja omakohtaisesti kuvaamalla yhden päivän kulkua ja sen herättämiä ajatuksia. Työttömän tarina on kuvaus syrjäytymisen ja häpeän ongelmissa painivan yksilön elämästä, kun taas artikkelin symboliset fiktiiviset (lavastetut) kuvat viestivät työttömyysongelman yhteiskunnallisesta räjähdysalttiudesta. (kts. Ikonen 1997: 64-71.)

Vastoin yleistä myös aikakauslehdistöä koskevaa kehitystendenssiä Imagessa on haluttu erikoistua pitkiin juttuihin, ja niistä on jossain määrin tullut Imagen tuotemerkki. Toimituspäällikkö Panu Räty kertoo:

> Koska muut mediat menee koko ajan, sähköset mediat, monet aikakauslehdetkin menee tosiaan yhä tihentyvään pieneen silppuun, mun nähdäkseni pitää olla joku - pitäis löytää tästä maailmasta vähän selittävämpiä, kokoavampia näkemyksiä, jossa ei vaan niinku tarjota tavallaan niinku jälkimodernille sirpaleiselle ajalle lisää sirpaleita. Vois olla myös kokoavia, selkeitä, niinku yhden ihmisen näkemyksiä. (Panu Räty haastattelussa 29.9.1997.)

Image jätti monet vuoden 1997 historiallisesti merkittävät tapahtumat huomiotta. Ulkomaan tapahtumista Englannin kuningatar Dianan kuolema tai Hongkongin liittäminen takaisin Kiinaan eivät kuuluneet Imagen aiheisiin, kotimaan tapahtumista kahden suomalaispoliisin surma Helsingissä tai suurvaltajohtajien tapaaminen Helsingissä eivät kuuluneet Imagen diskursseihin, puhumattakaan vuonna 1997 Suomessa toteutetusta lääninuudistuksesta. Vertailu osoitti siis paitsi tekstilajeista johtuvat erot, myös painotuserot aihevalinnoissa.

Lehden ilmestymistiheys on edelleenkin yksi tärkeimmistä teksteihin, lehden valintoihin, tyyliin ja koko konseptiin vaikuttavista tekijöistä. Suhde ajankohtaisuuteen luo eroja paitsi eri medioiden välille, myös aikakauslehdistön sisällä. Lehden tekijöiden kannalta ilmestymistiheys on osa viestintätilanteen diskurssikäytäntöjä, nimenomaan tekstien tuotantoon vaikuttava tekijä. Esimerkiksi Image ilmestyi vuonna 1997 kahdeksan kertaa, eli noin puolentoista kuukauden välein, kun taas monet yleisaikakauslehdet kuten Seura, Apu tai Suomen Kuvalehti ovat viikkolehtiä, joten niiden jututkin ovat uutismaisempia ja tiiviimmin sidottuja ajankohtaisuuden ja uutisoinnin vaatimuksiin. Suomen Kuvalehteä markkinoidaan uutis- ja asia-aikakauslehtenä (mainosesite vuodelta 1998), joka kilpailee ajankohtaisuudella ja tuoreudella. Suomen Kuvalehti ja Image kilpailevatkin eri 'sarjoissa' ajankohtaisuus-syvyys -jatkumolla mitaten.

Ilmestymistiheydeltään hidastempoisen lehden vahvuudeksi nousevat juttujen syventäminen ja taustatyön ja laadun kasvattamisen vaatimukset. Kivikurun tutkimuksessa (Kivikuru 1996: 223) aikakauslehtijournalistit itse mielsivät aikakauslehden funktioksi ajankohtaisaiheiden teemojen syventämisen, eikä aikakauslehden nähty tavoittelevan uutisjulkisuutta, päinvastoin kuin esimerkiksi Räty arvioi haastattelussaan (kts. edellä). Pitkien juttujen vetovoimaisuus ei niinkään riipu ilmiön ajankohtaisuudesta, vaan muista artikkelin ansioista. Suhteessa aikaan ja ajankohtaisuuteen Imagen tekijät korostavat lehden aikaa tulkitsevaa funktiota ja rohkeaa näkökulmaa asioihin:

> Imagella ei ole kilpailijoita, sillä se on lehti edelläkävijöille, jotka eivät tyydy vähään. Lehden funktio on tulkita aikaa, ja miten sen teemme, erottaa meidät muista lehdistä. Katsomme todellisuutta provokatiivisemmin kuin muu media. Suhteemme todellisuuteen on vino. (Vt. päätoimittaja Marjaana Toiminen Markkinointi & Mainonta -lehdessä 22.1.1999.)

Myös Panu Rädyn haastattelussa toistui ajan kuvaamisen teema, pyrkimys tavoittaa ehkä jotain syvempää ajassa olevaa. Vaikuttavia pyrkimyksiä, mutta voidaan kriittisesti kysyä, mikä tekee Imagen tästä ajasta esittelemistä ilmiöistä sitten niin erikoisia. Imagelaisten näkemystä lehdestä tämän ajan tulkitsijana voidaan pitää ympäripyöreänä ja itsestään selvänä määritelmänä, joka ei varsinaisesti vielä kerro mitään uutta.

5.2. Elitistinen, maskuliininen, laadukas

Yksi tapa lähestyä lehden luokittelua koskevaa ongelmaa on olemassaolevien luokitusten ja sisällön tutkimuksen lisäksi lehden tekijöiden eli toimituskunnan itsensä näkemykset. Niistä nousee esille halu erottautua muista lehdistä ja suomalaisesta aikakauslehtikulttuurista. 'Imagelaiset' mieltävät tekevänsä aivan uudenlaista aikakauslehtijournalismia, jota mikään muu suomalainen lehti ei tee.

Toimittajat pitävät Imagea laatuaikakauslehtenä, jonka esikuvat tai viiteryhmät eivät löydy kotimaisista vaan ulkomaisista aikakauslehdistä.

Heikkisen mukaan Imagelle ja uusille miesten yleisaikakauslehdille on yhteistä kunnianhimoinen journalistinen ote ja lehden ainutlaatuisuuden korostaminen (kts. Heikkinen 1999:16-17). Useat näistä lehdistä ilmoittavat suoranaisiksi esikuvikseen tai ainakin viiteryhmäkseen eurooppalaisen laatuaikakauslehden. Imagen silloinen päätoimittaja Matti Apunen ei halunnut lehden esikuvaa paljastaa. Imagen päätoimittaja Matti Apunen:

> Me luetaan monia ulkomaisia lehtiä, josta osa on hirveen hyviä, osa keskinkertaisia. Mitä ihmisten ajankäyttöön tulee, niin samat ihmiset, jotka lukee tätä niin ne lukee You Toota, Facea, ja tietysti samat ihmiset osaa lukea hyvin englanniksi ja ne lukee Facea ja ne lukee näitä ja ne vertaa näitä toisiinsa ja sanoo, että Face on parempi lehti, se tavallaan todistaa, että me ei välttämättä kilpailla minkään Suomen kuvalehden kanssa tai jonkun tämmösen Seuran kanssa, vaan ne vertailukohdat haetaan jostain ulkomaisista laatulehdistä. Ja se on niinku armoton vertailu meille, koska ne lehdet on hirveen hyvin tehtyjä lehtiä...(Matti Apusen haastattelu 30.9.1997.)

Toimituspäällikkö Panu Räty nimeää lehtiä, joita seurataan, ja joista on otettu vaikutteita Imageen:

> Ei suoranaisia esikuvia. Vaikutteita ulkomaisista lehdistä, kuten miehille suunnatut Gentlemen' s Quarterly, Arena, Vanity Fair, vaihtoehtolehtiä jonkin verran kuten esim. The Reader, kaikennäkösiä, kyllä me koko ajan seurataan. Seurataan, etsitään omaa linjaa, ei pyritä kopioimaan mitenkään. (Toimituspäällikkö Panu Rädyn haastattelu 29.9.1997.)

Imagesta syntyy tietty maskuliinisuuden ja kovuuden vaikutelma, mikä osaltaan johtuu ns. pehmeän aineiston - perinteisen naistenlehtiaineiston - puuttumisesta. Aihepiirit ja sisällöt ovat hienoisesti miehille suunnattuja, esimerkkejä erityisesti miehiä kiinnostavista jutuista ovat taistelulajeista (Ultimate Fighting) tai Pamplonan härkäjuoksusta (esitelty miehisenä rohkeuskokeena) kertovat artikkelit (Image 5/1997), samoin esimerkiksi Imagen tietotekniikan teemanumero (Image 7/1997) sisältää runsaasti juttuja, joista ainakaan perinteisesti ei naisten oleteta olevan kiinnostuneita. Osasyynä miehisten aiheiden valintaan saattavat olla Imagen muotiesittelyt (muotinumerot painetaan kaksi kertaa vuodessa) ja lehdittäin toistuva tyylin katselmus, nämä teemat ovat perinteisesti olleet muoti- ja naistenlehtien näyttävintä sisältöaluetta. Valitsemalla perinteisesti miehiä kiinnostavia aihepiirejä vältetään muutoin uhkaava naisten- tai muotilehdeksi profiloituminen. Toisaalta naislukijan silmään saattavat ottaa eroottinen miehille suunnattu aineisto mm. Kata Kärkkäisen alastonkuvat (Image 6/1997: 88-94) tai eroottiset muotikuvat ja kuvasalkut, joissa katseiden kohteina on vähäpukeisia tai osin alastomia naisia (Image 6/1997: 111-115 ja 116-128).

Ulkomaisen viiteryhmän olemassaolo heijastuu erityisesti kuvaan ja tyyliin painottuvissa jutuissa tai makasiineissa, mutta myös kauttaaltaan kaikissa jutuissa. Harvassa suomalaisessa aikakauslehdessä on käytetty niin runsaasti amerikkalaisten ja eurooppalaisten aikakauslehtien aineistomateriaalia. Esimerkiksi joulukuun Imagen (8/1997) *Sovitus*-kuvasalkun dokumenttikuvasarja on lontoolaisen valokuvaajan Jillian Edesteinin kuvaamaa, samoja kuvia on julkaistu mm. The New York Times -lehdessä, mahdollisesti juuri näitä samoja kuvia myös Sunday Timesissa, Marie Claire ja Gentlemen's Quarterly -lehdissä (Image 8/1997:114).Kuvasalkku-osastojen kuva-aineisto on lähes poikkeuksetta muilta lainattua, vain kesäkuun numeron (4/1997) kuvasalkun sisältö on täysin kotimainen (kts. kuvasalkut -kohta). Imagessa on myös kauttaaltaan paljon intertekstuaalisia mainintoja ulkomaisista lehdistä. Intertekstuaalisuus voidaan määritellä tekstin piirteeksi, jossa tekstiin sisältyy toisia tekstejä tai tekstikatkelmia. Imagessa intertekstuaalisuus ilmenee mm. muiden lehtien kirjoittelun seuraamisena ja kommentointina. Mainitut lehdet ja viittaukset ovat usein ulkomaisista (eurooppalainen tai amerikkalainen) aikakauslehdistä, mutta myös sähköistä mediaa seurataan:

> On iso juttu, että Jimi Tenor soi **Radio Energyn mainstream-taajuuksilla Pariisissa.** Sekin on, että Jimi Tenor on Radio Novan soittolistalla Chaka Khanin jälkeen toisena. Puhumattakaan siitä kuhinasta, jonka Tenor on saanut **brittiläisissä tiedotusvälineissä aikaan.** ***The Face, Arena, Loaded, Elle, NME, Wired, MTV ja*** **monet muut** ovat parin kuukauden ajan vaahdonneet suomalaisesta pop-tähdestä, Ilmiöstä. (Karvala, Kaappo 1997: 62.)

> Pieni ranskalainen ***Jill***-lehti antoi von Unwerthin kuville kuusi sivua. 38-vuotiaan Ellen von Unwerthin kuvia ovat julkaisseet mm. ***Vogue, Vanity Fair, Interview, The Face*** ja ***Arena*** (Apunen Matti: 1997:116).

> Jussi Lähde totesi kesäkuussa ruotsalaiselle ***M&MN -lehdelle***: "Uskon, että lupa myönnetään hakijalle, joka sitoutuu vahvimmin kehittämään kotimaista tv-tuotantoa" (Hiilamo, Heikki 1997: 41).

> Jonkin aikaa sitten ***Newsweek*** julisti: "London is the coolest city in the world"(Tapaninen, Jaakko 1997: 85).

Image-lehdessä viittaukset toisiin, yleensä ulkomaisiin laatulehtiin, tehdään lukijallekin näkyviksi. Niistä on löydettävissä lehden viiteryhmä, joukko ei-kotimaisia lehtiä, joiden kanssa Image on 'tekstuaalisessa dialogissa'.

Brusila tekee väitöstutkimuksessaan eron populistisen yleisaikakauslehden ja Imagen edustaman elitistisen yleislehden ja kulttuurilehden välille. Mielestäni näiden välillä on todellakin suuria eroja, sillä Imagesta puuttuu 'jokamiesluokan', yleiset aihepiirit, kuten perhekeskeiset teemat tai sensaatiohakuiset uutisaiheet. Imagella ei myöskään ole suoranaista palvelu- tai neuvontafunktiota, Image ei ole palvelulehti (vrt. Kuutti & Puro: 1998) monien yleisaikakaus- tai erityisesti naistenlehtien

tapaan (Heikkinen 1999: 16-17). Imagessa ei julkaista televisio- tai radio-ohjelmia, ei anneta kodinsisustamisvinkkejä, jumppaohjeita, reseptejä tai anneta tietoa tuotteista tai palveluista, joiden arveltaisiin hyödyttävän lukijaa.

On kuitenkin vältettävä tekemästä jyrkkiä rajauksia ns. massajournalismia edustavien tai populistisina pidettyjen lehtien ja vakavan tai arvostetun journalismin välille. Rajanvedon toimimattomuus tulee esille niin aiheissa kuin käsittelytavoissa; Imageen mahtuu myös viihteellisempää materiaalia, joista osaa voisi pitää jopa populistisena, ja esimerkiksi Avussa on journalistisesti korkeatasoisia juttuja. Populaarikulttuurin ja korkeakulttuurin raja on aina jossain määrin häilyvä ja eikä tarkoitukseni ole arvottaa toista paremmaksi. Mielestäni kummallakin on omat funktionsa ja yleisönsä suomalaisessa mediamaisemassa.

> Imagessa on pintaa ja syvällisiä juttuja. Tää hämmentää, koska Suomessa ei oo tän tyyppistä lehteä, on usein joko niin kuin Suomen kuvalehti, jossa on niinku pääasiassa kuitenkin hyvin asiapitoisia artikkeleita tai sitten niinku toisessa päässä on aivan himphamppua, tai tavallaan aivan pintaa. Kyl se on niinku oma keskustelunaihe, se että missä se raja on, että mikä näyttää groteskilta. Voiko Image julkaista kuvia nälkää näkevistä lapsista vai näyttääkö ne siltä, et mikä se viesti sitten on, kun ne on siellä tuhansien markkojen parfyymien seassa. Mutta toisaalta onhan, nehän on läsnä niinku meidän tajuntamme, omassa arkipäivässä, siinä on tää pinta, siinä on tää niinku kermavaahto, mutta siinä on myös tää substanssi taas toisaalta. (Panu Rädyn haastattelu 29.9.1997.)

Koska Imagea on vaikea määritellä tietyntyyppiseksi lehdeksi, voidaan siitä kenties sanoa helpommin mitä se ei ole. Image poikkeaa tyylillisesti mm. Suomen Kuvalehdestä vapaamman ja rohkeamman tyylinsä perusteella. Suomen Kuvalehti on enemmän uutis- ja asiapainotteinen viikkolehti Imagen suuntautuessa enemmän kulttuuriin ja omaperäisiin aihevalintoihin. Päätoimittaja Marjaana Toimisen mukaan Image on ainoa lehti, joka yhdistää yhteiskunnallisuuden ja tyylin (Nieminen 1999). Toisessa haastattelussa hän vakuuttaa, että "Image on ainoa aikakauslehti, joka voi tehdä pääjuttuja satiirin keinoin" (Heikkinen 1999: 16-17). Satiirin, ironian ja huumorin lisäksi Imagen tekstejä voisi luonnehtia rohkeiksi siinäkin mielessä, että ne ovat kärjistäviä ja ärsyttäviä ja jutun aiheiksi otetaan mielellään 'äärimmäinen' ilmiö tai ihminen. Rohkeista poikkeuksellisista aihevalinnoista kertoo sekin että Image voi julkaista pääjuttunaan tuhopolttajan tarinan (Panu Räty: Samuelin tuli) tai kuuden sivun mittaisen artikkelin raelismista, kanadalaisesta uususkonnosta (Panu Räty: Tapaaminen messiaan kanssa).

Imagen määritteleminen yleisaikakauslehtien ryhmään lienee kaikkein luontevinta, vaikka lehti ei suinkaan ole mitenkään tyypillinen suomalainen yleisaikakauslehti, vaan lehtituotteena moderni (vrt. Imagen Mediakortti 1997). Riitta Brusila tyypittelee Imagen elitistiseksi kulttuurilehdeksi,

samaan ryhmään kuuluvat myös elitistiset yleislehdet. Muita saman lajityypin lehtiä edustavat Helsingin Sanomien Kuukausiliite, Suomen Kuvalehti ja Helsingin yliopiston julkaisema Yliopistolehti. (Brusila 1997: 81-84.)

Ryhmän lehdet edustavat kulttuurisessa, taloudellisessa, poliittisessa tai muussa mielessä korkeatasoista aikakauslehtijournalismia, niiden kohdeyleisö on ns. populistisia yleisaikakauslehtiä (Apu, Seura, Hymy, 7 päivää) rajatumpi. Lehtien aihepiirit käsittelevät yhteiskunnallisia, taloudellisia tai kulttuurisia ilmiöitä. Brusila määrittelee eliitin ryhmäksi tai joukoksi, jolla on muita enemmän kulttuurista pääomaa ja hyvän maun kriteerien tuntemusta ja joka hallitsee useampia kulttuurisia koodeja. On syytä huomata, että Brusilan aineiston valinta ja luokittelu ei ole arvottava tai kattava, ryhmään on vain valittu joitakin lehtiä, Brusilan aineistovalintojen lähtökohtana on ollut lehtien ulkoasun samankaltaisuus. (Brusila 1997: 81-84.)

Laatulehden konseptilla tarkoitetaan alkuperin sanomalehden lehtikonseptia. Laatulehden konseptiin on kuulunut perinteisesti vaikuttaminen; halu muokata mielipiteitä ja tavoitella mielipidejohtajan asemaa. Kivikurun mukaan mielipidejohtajaksi pyrkiminen voidaan tulkita aikakauslehdessä joko moraalisen aikakauslehden muunnelmaksi tai laatulehden konseptiksi. Brusilan lehtiluokittelun elitistisillä yleislehdillä ja kulttuurilehdillä on paljon samoja piirteitä kuin ns. laatulehdellä. Elitistisyys ja laatulehden piirteet ovat yhteneväiset sikäli, että mielipidejohtajaksi ja laatulehdeksi 'pääseminen' edellyttää kohtalaista tietämystä maailman asioista - koulutus- ja taitotasoa, jota nimenomaan eliitillä on. Kivikuru mainitsee tässä kohtaa esimerkkinä Suomen Kuvalehden. (Kivikuru 1996: 59-60.)

Käytännössä elitistisyys tai laatulehden konsepti näkyy lehdessä esimerkiksi lukijalta odotettavana tietotasona eli siinä, minkä verran ennakkotietämystä lukijalta odotetaan esimerkiksi tieteen, kulttuurin tai taiteen alueella. Käsittelytavan monipuolisuus asettaa lukijalle aivan toisenlaiset vaatimukset kuin esimerkiksi monien populististen lehtien selkokieli, joka ei vaadi lukijalta ponnisteluja (Kivikuru 1996:246). Näkökulma, josta aiheita lähestytään on Imagessa usein hyvin spesifi. Esimerkiksi Juha Siltalan psykohistoriallisessa esseessä pohditaan kapitalistisen jälkiteollisen kulttuurin aiheuttamaa henkistä turvattomuutta ja kansan kahtiajakautumista mm. psykoanalyysin, yhteiskuntatieteiden, sosiaalisen konstruktivismin sekä historian ja taloushistorian näkökulmista (Siltala, Juha 1997: Luokat palaavat, palaako vallankumous, Image 3/1997: 50-54). Lukijan oletetaan hallitsevan tietyt perustiedot ja käsitteet, joiden kautta tekstin ymmärtäminen tulee mahdolliseksi. Asiantuntijuus on havaittavissa kielen tasolla mm. täsmällisestä terminologiasta tai

sanastosta yleensä.

Aihevalinnoissa pyrkimys mielipidejohtajaksi näkyy mm. siinä, että monien pitkien artikkelien aiheena on jokin valtaan tai alan huippuun liittyvän ihmisen ja ilmiön esittely: olisiko Seura tai Hymy-lehti julkaissut artikkelia Viron uusista johtajista, esitelly Andy Warhollin merkitystä taidemaailmalle kolmentoista sivun verran esitellyt, kuvannut elämää historiallisessa Kostamuksen kaivoskaupungissa tai kertonut Etelä-Afrikan sovituskomission työstä. Kotimaan aiheista Heikki Hiilamon artikkeli Jussi Lähteestä, Neloskanavan kehitysjohtajasta, on henkilökuvausta syvempi kuvaus sosiaalisten suhteiden poikkeuksellisesta hyödyntämisestä uralla etenemisessä. Esteettisyys ja siihen liittyvä valtaeliitin tukeminen tulivat esille Imagen visuaalisuuden osalta aikaisemmin (kts. kappale 4.2.4. ja 4.4.1.) Erityisesti lehden tiedotteissa elitistisyys korostuu (kts. kappale 4.6.2.).

5.3. Uuden journalismin perinteen jatkaja

Matti Apusen ja Panu Rädyn antamista haastatteluista nousi esille lehden pyrkimys tuottaa tietyntyyppisiä tekstejä. Monet mainituksi tulleista arvoista tai tavoitteista ovat samoja kuin 1960-luvulla Yhdysvalloista alkunsa saaneen uuden journalismin. Panu Räty mainitsee uuden journalismin vaikuttaneen lehden journalistiseen linjaan, ainakin lehden tekijöiden pyrkimysten kautta. Vaikka Image ei pyrkisikään toteuttamaan ohjelmallisesti uutta journalismia niin Imagen journalistisiin pyrkimyksiin ja ihanteisiin uudella journalismilla on tunnustettu olevan yhteys. Tässä luvussa nostan esiin joitain uuden journalismin keskeisimpiä lähtökohtia ja piirteitä, jotka tulevat esiin myös Imagen teksteissä ja niille asetetuissa päämäärissä. Imagessa on runsaasti aineistoa, joka olisi varsin suoraan peilattavissa uuden journalismin perinteen näkökulmasta, se vaatisi kuitenkin aivan oman tutkimuksensa, joten tyydyn käsittelemään aihetta varsin pintapuolisesti.

Amerikkalainen uusi journalismi (the New Journalism) oli Yhdysvalloissa 1960-1970 -luvuilla vaikuttanut journalistinen suuntaus, jonka keskeisiä piirteitä ovat subjektiivinen kirjoitustapa ja reportaasijournalismin toteuttaminen kaunokirjallisin keinoin. Uusi journalismi syntyi eräänlaisena vastavetona perinteisen journalismin objektiivisuudelle, jonka etenkin nuorempi toimittajasukupolvi koki riittämättömäksi ilmaisuvälineeksi yhteiskunnallisten ja kulttuuristen murrosten - mm. Vietnamin sodan aiheuttamaa keskustelun tai hippiliikkeen synnyn - kuvaajana. Uusi journalismi liittyi kriittisen journalismin suuntauksiin, nk. osallistuvaan journalismiin, joka oli osa kriittistä lehdistöä tutkivan journalismin ja ns. underground-journalismin eli vaihtoehtojournalismin rinnalla.

(Juusola: 1988.)

Uuden journalismin kukoistuskausi ajoittui 1960-luvun loppupuolelle. Se oli etenkin aikakauslehtijournalismia koskeva ilmiö, joka syntyi muutamien nimekkäiden niin kutsuttujen tähtikirjoittajien - kuten Tom Wolfen, Norman Mailerin, Hunter S. Thompsonin tai Truman Capoten - varaan. Tähtikirjoittajat olivat kirjailijatoimittajia, jotka tavoittelivat myös kirjallista arvostusta ja vaihtoehtolehdistöstä poiketen myös kaupallista menestystä. Useimmat heistä kirjoittivat myös kaunokirjallisia teoksia. (Juusola:1988.)

Imagen toimittajista useimmat voi rinnastaa uuden journalismin kirjailijatoimittajiin. Kaunokirjallista tuotantoa Imagen toimittajista on mm. Panu Rädyllä, Harri Sirolalla, Anna-Leena Härkösellä ja Juha Seppäsellä, muutamia mainitakseni. Imagen toimituskunnassa työskentelevien kirjoittajien määritteleminen ensisijassa toimittajiksi tai kirjailijoiksi on vaikeaa: painopisteet kirjallisen taustan ja journalistisen taustan välillä vaihtelevat. Panu Rädyn mukaan Imagekin on pyrkinyt etsimään juuri sellaisia kirjoittajia, joilla on myös kaunokirjallisen kirjoittamisen ammattitaito:

> Pitkien juttujen ongelma on se, ettei Suomessa ole hirveesti kirjottajia, pitkät jutut vaatii toisentyyppistä ammattitaitoa, koko artikkelin arkkitehtuuri, sekä estetiikka että sisältö, sisältö ja estetiikka ja vielä tavallaan kirjoittajan oma minä. Kirjoittajan pitäis olla kykynevä vetämään omia johtopäätöksiä, eikä vaan välittämään jotakin tietoa, vaan havainnoimaan itse jotakin todellista ympäristöstään. Se on ollut koko ajan jatkuva ongelma, et niitä kirjottajia ei tuu, sen takia pyydetään, et kirjailijat jotka tekee sitten aikakauslehteä (esim. Harri Sirola, no Harri ei oo tehny henkilökuvia). Tää on osin amerikkalainenkin perinne, että esim. Yhdysvalloissa monet kirjailijat kirjottaa myös aikakauslehteen. Suomessa on jako niin että on kirjailija ja toimittaja, meiltä puuttuu tämmönen kirjoittajan rooli, joka on jossain siinä välissä. (Panu Räty 29.9.1997.)

Uuden journalismin perinteen vaalijat pyrkivät saamaan juttuihinsa "taiteellista jännitettä" (Juusola 1988: 26), Räty käyttää nimityksiä "artikkelin arkkitehtuuri" ja "estetiikka".

Juusola on tutkimuksessaan sitonut uuden journalismin aikansa amerikkalaiseen yhteiskuntaan. Uuden journalistisen suuntauksen syntyyn vaikuttivat ratkaisevasti journalismin kentän kuohunnan ohella yhteiskunnan valtakulttuuria vastustavat vasta- tai alakulttuurit. Juusola on osoittanut, että uutta journalismia on pidettävä osana 1960-luvun kriittisten nuorisokulttuurien - erityisesti hippien, beatnikkien ja jippien - kaupallista mediakulttuuria. Uudella journalismilla oli keskeinen rooli tehdä uudet alakulttuurit ymmärrettäväksi vallitsevassa valtakulttuurissa. Uusista ekspressiivisistä ja aktivistisista alakulttuureista - beatnikeista ja hipeistä - oli peräisin uudelle journalismille tyypilliset piirteet, jotka Juusola on tiivistänyt tunteeksi ja toiminnaksi. (Juusola: 1988.)

Myös tiettyjen juttutyyppien suosimisessa ja mm. juttujen pituudessa on 'imagelaisen' journalismin ja uuden journalismin linjauksissa vastaavuuksia. Suomalaiseen aikakaus- ja osin sanomalehdistöönkin levinneet henkilöjutut olivat eräs uuden journalismin aluevaltauksista (Juusola 1988:50). Uuden journalismin vaikutteet elävät Rädyn mukaan vieläkin etenkin suomalaisessa aikakauslehdistössä. Sekä Räty että Apunen nimesivät henkilöjutut, Imagen henkilökuvat eli henkilöprofiilit tunnusleimallisimmiksi Imagen juttutyypeistä. Muutoinkin haastatteluissa korostui pitkien juttujen keskeinen merkitys. Rädyn mukaan uuden journalismin vaikutteet tulevat esille juuri pitkissä artikkeleissa.

Imagen tekijöiden teksteille asettamissa vaatimuksissa ja myös itse teksteissä on paljon piirteitä, jotka ovat luonteenomaisia myös uuden journalismin mukaisille pyrkimyksille (vrt. Juusola 1988). Siinä missä amerikkalainen uusi journalismi korosti subjektiivista kirjoittamistapaa, Imagessa pyritään tekemään persoonallisia, ilmaisuvoimaisia tekstejä, joissa kirjoittaja ottaa voimakkaasti itse kantaa, mikä Rädyn mukaan on havaittavissa myös juttujen rohkeassa ja persoonallisessa kielessä. Räty kuvaa haastattelussaan näkökulman vaihtuneen "lintuperspektiivistä sammakkoperspektiiviksi", mikä heijastelee myös nk. objektiivisen journalismin ihanteiden ja uuden journalismin välistä näkökulmaeroa (vrt. Juusola: 1988). Tyypillinen imagelainen lähestymistapa on yksilön kokemuksesta ja tulkinnasta ammentava, ja tässä mielessä luontevasti vastakkainen valtarakenteita tukevana nähdylle objektiiviselle journalismille. Kokemuksellisuus korostuu erityisesti elämäntapa-artikkeleissa (esimerkiksi Image 1/1997: 34-43), mutta myös muissa juttutyypeissä (esimerkiksi henkilökuvissa 6/1997: 50-63, asia-artikkeleissa ja 6/1997: 64-71 ja viihteellisissä artikkeleissa 1/1997: 58-60).

Persoonallisen kirjoittamisihanteen voisi olettaa näkyvän mm. siinä, että artikkeleista tulee tunnistettavia, lukija oppii tunnistamaan kirjoittajat tyylin perusteella.

Uuden journalismin mukaisesti myös Imagessa on toteutettu kirjoittamisen tapaa, johon on otettu vaikutteita kirjallisuudesta, lähinnä realismin perinteestä:

> "Usein pitkissä jutuissa käytetään jonkin verran kaunokirjallisuuden keinoja, mä usein tarkotan tällä kaunokirjallisella lähinnä realismin traditiota, luonnollisesti koska lehtikirjoittamisessa aikakauslehdessä äärimmäisen kokeellinen kirjoittaminen ei toimi. ..tavallaan se niinku teksti ei oo kaunokirjallinen, mutta siinä on haettu vähän sitä muotoilua, joka niissä artikkeleissa on tavallaan niinku väline ilmaista, jolla me niinkun viedään sitä asiaa niinku sen lukijan sisään, vietellään sitä niinkun imemään myös niinku tän sekä tiedon että niinku mun näkökulman ja mun tulkinnan itse asiasta." (Räty 29.9.1997.)

Kirjallisuudesta peräisin olevat ilmaisukeinot selittyvät myös kirjoittajien taustoista käsin.

6. Ironia vaikuttamisen keinona Jyrki Lehtolan artikkelissa *Nykytaide: puhetta ja pulleroita*

6.1. Ironia - mitä se on?

Tutkijoiden keskuudessa vallitsee yksimielisyys siitä, että ironia on hyvin monimutkainen kielellinen ilmiö, joka on vaikeasti tavoitettavissa määritelmien avulla (esim. Lähteenmäki 1993: 7). Määritelmien moninaisuuden ja jatkuvan muutoksenalaisuuden lisäksi ironian tavoittamisen vaikeutta lisää sen tulkinnallisuus ja se, että ironia muuttuu ja kehittyy jatkuvasti, kuten muutkin kulttuurin ja kielen ilmiöt (vrt. Muecke 1970: 10). Kielenkäyttöä - alkujaan puhekieltä - koskevana ilmiönä ironia on tunnettu jo antiikin retoriikan ajoista saakka (Lähteenmäki 1993 ja Muecke 1970).

Sanakirjassa ironia määritellään koomisuuden lajiksi, joka rakentuu puhujan sanoman ja puhujan tarkoittaman väliseen ristiriitaan, esimerkiksi puutteet ja viat esitetään avuina tai moite kehuna (Mitä, missä,milloin -Sivistys- ja lyhennesanakirja 1995). Ironialla tarkoitetaan tavallisesti ivaa tai salaivaa, ironisuus on tietynlaista ivallista puheen tapaa (vrt. Itkonen 1991). Satiirilla tarkoitetaan paitsi kirjallisuuden lajityyppejä kuten pilkkarunoa, pilkkaromaania tai esimerkiksi -näytelmää, yleensä pilkkaa ja ivaa (kts. Itkonen 1991).

Ironian ja satiirin 'perheeseen'kuuluu myös sarkasmi, joka on edellä mainittuja vahvempaa, ns. purevaa ivaa (Itkonen 1991). Sarkasmia pidetään ironian äärimuotona, erityisen voimakkaana ironiana, ja täten ironian erottaminen sarkasmista perustuisi vain ilmaisun vahvuuseroihin (Lähteenmäki 1993:7). Lähteenmäki on huomattanut, ettei ironisuus edellytä sarkasmia, ja että puhuja voi olla sarkastinen ilman ironiaa, vaikka usein ironian ja sarkasmin käyttö samanaikaisesti on varsin yleistä (Lähteenmäki 1993: 8). Lähteenmäki pitää sarkastista ironiaa yhtenä ironian alalajeista, johon tutkijat ovat liittäneet voimakkaan negatiivisen - jopa halveksivan ja vihamielisen - asenteen ilmaisemisen (Lähteenmäki 1994: 350-351).

Parodia on sanakirjamääritelmän mukaan satiiriskoomillinen kirjallisuuden laji, joka ivaillen matkii jotain toista kirjallista tuotetta (Mitä, missä,milloin -Sivistys- ja lyhennesanakirja 1995). Vaikka parodialla ja ironialla on Lähteenmäen mukaan sama funktio - ironian kohteen pilkkaaminen ja naurunalaiseksi tekeminen - erottaa parodian ironiasta parodiaan liittyvä pilkan kohteen matkiminen, esimerkiksi puhetyylin tai fyysiseen olemuksen imitointi (Lähteenmäki 1993: 7-8).

Journalismin tutkijat Mika Renvall ja Esa Reunanen viittaavat kolmenlaiseen ironiaan: verbaaliseen (tietynlaista sanankäyttöä), tilanneironiaan ja ironiseen elämänasenteeseen (Renvall & Reunanen 1998: 6). Ironia on merkittävä kulttuurin, kirjallisuuden ja kielen ilmiö (Muecke 1970), joka on osa jokapäiväistä kielenkäyttöä ja mm. journalismia.

Ironia on ollut mm. kirjallisuudentutkimuksen, kielentutkimuksen ja mm. journalismin tutkimuskohde. Vielä 1980-luvulla suomalaisessa journalismissa ironiaan liitettiin tuoreus ja kriittisyys ja ironiaa sekä käytettiin että tutkittiin ahkerasti. Kuitenkin 1990-luvulla ironian journalistiseen käyttöön on liittynyt vahvasti negatiivinen leima; ironisuus on yhdistetty milloin kyynisyyteen, milloin välinpitämättömyyteen ja passiivisuuteen. Yhtenä syynä tähän on pidetty turhautumista politiikan ja poliitikkojen ironisointiin. Poliittisen diskurssin ironian on nähty menettäneen toimivuutensa ja muuttuneen aidosta kriittisyydestä näennäiskriittisyydeksi, minkä on osaltaan ajateltu vähentävän ihmisten kiinnostusta politiikkaan ja yhteiskunnallisiin asioihin. (Väliverronen 1998: 1-3.)

Kiinnostus ironiaa kohtaan liittyy suomalaisen uuden journalismin tutkimusprojektiin. Uudeksi journalismiksi kutsuttiin Kauko Pietilän 1980-luvun alussa Suomessa kehittelemää journalismin uudistamismallia, jossa ironialla nähtiin olevan keskeinen asema pyrittäessä tasavertaistamaan journalistisia genrejä (kts. Kuutti, Heikki - Puro, Jukka-Pekka 1998). Ironia ja faktan sekoittaminen fiktioon olivat keinoja toteuttaa suomalaista uutta journalismia, jonka tavoitteena oli ihmisten kiinnostuksen herättäminen yhteiskunnallisia asioita kohtaan ja yhteiskunnallisten epäkohtien nostaminen esiin. Suomalaisessa journalismissa ironia koettiin keinoksi horjuttaa journalistisia käytänteitä ja koota journalistinen lukijayleisö valtainstansseja vastaan esittämällä instituutiot ironisessa valossa (Pietilä 1981: 61-62). Suomalaisen uuden journalismin 'missio' poikkesi siis amerikkalaisesta uudesta journalismista, joka pyrki korostamaan subjektiivista kirjoittamista ja yksilökeskeisyyttä. Suomalaisen uuden journalismin projektilla pyrittiin aktivoimaan yleisöä ja lisäämään kansalaisten osallistumista yhteiskunnalliseen keskusteluun puuttumalla sellaisiin journalistisiin käytänteisiin, mm. sanomalehtikirjoittamisen genreihin, joiden nähtiin vieraannuttavan kansalaisia yhteiskunnallisesta debatista (Väliverronen 1998: 1). Ironia journalismissa kytkeytyy siten vallankäyttöön ja vaikuttamiseen. (Renvall & Reunanen 1998: 4-5.)

Linda Hutcheon on tutkinut politiikan ja ironian vuorovaikutusta ja määrittelee ironian verbaalisen kielen tasolla operoivaksi diskursiiviseksi strategiaksi, eikä pidä ironiaa esimerkiksi pelkästään retorisena kielikuvana tai tietyntyyppisenä elämänasenteena (Hutcheon 1995: 10). Hutcheonin on

tutkinut kielellisen ironian lisäksi myös muiden ilmaisumuotojen ironisuutta, mm. musiikin ja kuvan (visuaalisuuden) ironiaa.

Perinteisesti ironiaa on luokiteltu kahteen erilaiseen tyyppiin: verbaaliseen ironiaan ja tilanneironiaan. Verbaalista ironiaa luonnehtii ironian tarkoituksellisuus, intentionaalisuus, kun tilanneironiaa voisi kuvata tilanteeksi, jossa tapahtuu jotain odottamatonta, sattumanvaraista. Tilanneironiaa on siten pidettävä tahattomana, se on ei-intentionaalista. (Lähteenmäki 1993: 5.)

Ehtona lausuman ironisuudelle on ironian tunnistaminen. Ironiseen kielenkäyttötilanteeseen osallistuvat ironisoija (puhuja tai kirjoittaja), ironisoitu eli ironian uhri sekä ironian tunnistava yleisö (Barbe 1993: 581). Renvall ja Reunanen nimeävät ironisessa tilanteessa esiintyvät roolit samaan tapaan, mutta lisäävät neljänneksi osallistujan rooliksi naiivin vastaanottajan, joka ei huomaa lausuman ironista aspektia, toisin kuin ironian oivaltava vastaanottaja tai Barben sanoin ironian tunnistava yleisö. Kaikki roolit voivat olla läsnä, mutta kaikki eivät ole välttämättömiä. Osallistuja voi esiintyä yhtä aikaa useassa roolissa, esimerkiksi ironisoija voi olla myös itse ironian kohteena. (Renvall & Reunanen 1998:11.)

Ironian olemassaolo edellyttää osallistujien (yleisö ja/tai ironian kohde eli uhri) havaitsevan, että puhujan tarkoittama ja lausetasolla ilmaistu tarkoitus ovat selvästi ristiriidassa (Barbe 1993: 580). Ironia syntyy aina tulkitsijan mielessä tulkitsijan aktiivisen työskentelyn tuloksena, minkä vuoksi ei ole takuita siitä, että tulkitsija ymmärtää lausuman ironian ironistin tarkoittamalla tavalla (Hutcheon 1995: 11). Juuri ironian tulkinnallisuuden vuoksi ironian käyttöön liittyy Hutcheonin mukaan riskejä. Ironia voi olla tahatonta, jolloin ironisti ei ole ironinen tarkoituksellisesti, vaan hänen sanomansa on tulkittu ironiseksi. Vastaavasti mahdollinen on tilanne, jossa ironisti tarkoittaa olla ironinen, mutta hänen lausumansa ironisuutta ei huomata: tälläista lausumaa ei voida pitää ironisena. Ironian olemassaolo ei siten edellytä ironistin tietoista ironista intentiota, myöskään yleisöllä ei odoteta olevan olettamuksia puhujan tai kirjoittajan ironisuuden tahalllisuudesta tai tahattomuudesta vaan ironisuuden kriteeriksi riittää vastaanottajan ironinen tulkinta (Renvall & Reunanen 1998:6). Selvimmin ironiseksi luokitellaan sellaiset kielelliset lausumat, joiden suhteen ironisti on tarkoituksellisesti ironinen ja jotka kuulija tai yleisö tulkitsee ironisiksi (vrt. Lähteenmäki 1993: 2). Ironia on luonteeltaan pragmaattinen ilmiö: ironia muuttuu ironiaksi vasta kielenkäyttäjän tulkinnan kautta (Leiwo & Pietikäinen 1996: 100-102).

6.2. Ironian funktiot

Ironian tärkein tehtävä on useimpien tutkijoiden mielestä ilmaista negatiivista suhtautumista, arvostelua, hyökkäystä tai paheksuntaa ironian uhria kohtaan - puhuja voi ilmaista kriittisyytensä jotakuta henkilöä, asiaa tai ajatusta kohtaan (esim. Lähteenmäki 1994: 350-352, Sperber ja Wilson 1986: 237-243, Barbe 1993: 579-590, Leiwo & Pietikäinen 1996: 100-102). Lähteenmäen mukaan puhujan tarkoituksena on saada kuulija tai yleisö tunnistamaan puhujan pilkallinen intentio ja saattaa kuulija naurunalaiseksi (Lähteenmäki 1994: 351).

Ironian mieltäminen pelkästään negatiiviseksi arvottamisstrategiaksi on osoittautunut riittämättömäksi selitettäessä ironian käyttötarkoituksia. Kriittisen suhtautumisen lisäksi ironialla voidaan ilmaista myös muunlaista, lähes päinvastaista suhtautumista. Lähteenmäen mukaan ironialla on kaksi muutakin funktiota kriittisyyden ilmaisemisen lisäksi. Ironian tehtävä voi olla sosiaalisen yhteenkuuluvuuden tunteen lisääminen, jolloin puhuja leikillisesti kritisoi esimerkiksi ironian uhrina olevaa henkilöä, ja kuulija tulkitsee puhujan suhtautumisen myönteiseksi. Tyypillisesti karkeiltakin näyttävät loukkaukset tulkitaan positiivisten tunteiden ilmaisemiseksi esimerkiksi ystävien keskinäisessä sosiaalisessa naljailussa. Kolmanneksi ironiaa voidaan käyttää erilaisten retoristen funktioiden ilmaisemiseen."Ironian käytölle retorisessa funktiossa on tyypillistä, että puhuja pyrkii ironian käytön avulla täyttämään niitä verbaalista käyttäytymistä koskevia vaatimuksia, joita kyseessä oleva keskustelun laji hänelle asettaa" (Lähteenmäki 1994:352). Retorisen funktion käyttöön liittyvät huumori, leikinlasku tai esimerkiksi humoristissävyinen jutustelu. Kaksi viimeksi mainittua ironian käyttötarkoitusta liittää siis ironian myönteiseen sosiaaliseen kanssakäymiseen.(Lähteenmäki 1993: 83-86 ja 1994: 350-352.)

Samaa ajatusta ironian käyttämisestä retorisessa funktiossa voidaan soveltaa keskustelujen ja puheen lisäksi myös teksteihin. Imagen artikkeleihin, mm. Jyrki Lehtolan tekstiin - ja lehden moniin pääjuttuihin - yhdistyy tietynlainen humoristinen käsittelytapa. Lehtolan teksteille on tyypillistä käyttää ironiaa retoristen funktioiden ilmaisemiseen, verbaaliseen kikkailuun, humoristisen ja viihdyttävän tyylin synnyttämiseen. Lähteenmäen ajatusta mukaellen Lehtolan tekstien ironiaa voi tarkastella retorisena tehokeinona, joka on osa juttutyypin genrevaatimuksia. Ironiaa olettaisi siten löytävän erityisesti kriittisistä tekstityypeistä ja yleensäkin kielenkäytökonteksteista, joihin liittyy arvioinnin, arvottamisen tai kannanottamisen näkökulmia, esimerkiksi juuri kritiikeistä. Toinen todennäköinen ironinen tekstikonteksti saattaisi löytyä viihteellisistä ja humoristisista konteksteista.

Ironian moninaisuuteen ja sen aikaisempaa monipuolisempiin käyttötarkoituksiin on kiinnittänyt huomiota myös Linda Hutcheon (Hutcheon 1995). Hutcheonin kehittämiä monipuolisempia ironian funktioita ovat soveltaneet uutisteksteihin Mika Renvall ja Esa Reunanen. He tarkastelevat ironiaa yhteiskunnallisen vuorovaikutuksen ja osallistumisen näkökulmasta ja pyrkivät osoittamaan ironian myönteiset ja aktivoivat voimat yhteiskunnallisen keskustelun virittämisessä. (Renvall & Reunanen 1998.)

Linda Hutcheonin on nimennyt yhdeksän erilaista ironian funktiota eli käyttötarkoitusta ja järjestänyt ne niiden tunnelatauksen voimakkuuden (tai affektiivisen latauksen) mukaan. Ironian funktiot pienimmästä tunnelatauksesta suurimpaan ovat: reinforcing (**vahvistava**), complicating (**monimutkaistava**), ludic (**huvittava**), distancing (**etäännyttävä**), self-protective (**suojautuva**), provisional (**häilyvä**), oppositional (**vastustava**), assailing (**hyökkäävä**) ja aggregative (**kokoava**) (Hutcheon 1995: 47, suomennokset Renvall ja Reunanen 1998: 14). Erilaisten tunnelatausten lisäksi jokainen ironiafunktio voidaan tulkita postiivisella tai negatiivisella tavalla: esimerkiksi etäännyttämisen funktio on negatiivisesti tulkittaessa pyrkimystä vieraannuttaa, olla välinpitämätön tai vältellä asiaan sitoutumista tai sen voi määritellä positiivisesti uuden lähestymistavan tai näkökulman tarjoamiseksi.

6.3. Ironian kielitieteelliset määritelmät

Ironiaa on tutkittu mm. kirjallisuuden -ja kielentutkimuksessa, tyylintutkimuksessa ja klassisessa retoriikassa, mutta verrattain vähän ja lähes poikkeuksetta teoreettisesta näkökulmasta. Ironian kielellistä luonnetta ovat tutkineet Suomessa Toini Rahtu (Rahtu: 1991a ja 1991b) ja Mika Lähteenmäki (Lähteenmäki 1993 ja 1994). Meillä ironia onkin kielenkäytön ilmiönä lähes tutkimaton alue, joka todellakin kaipaa konkreettisten empiiristen aineistojen ottamista tutkimuksen kohteeksi. Ironiaa koskevat semanttiset ja pragmaattiset tutkimukset ovat perustuneet yksittäisten tai muutaman lauseen mittaisten, usein vielä keksittyjen esimerkkilauseiden analyysiin (Rahtu 1991b: 193-194). Rahdun tutkimuksissa oli jo mukana todellinen empiirinen aineisto (vrt. Rahtu: 1991a ja 1991b), joissa hänen tarkoituksenaan oli selvittää, millä perusteilla lukijat tekivät päätelmiä esimerkkitekstien (mielipidekirjoituksen ja pakinan) ironisuudesta. Rahdun tekemistä ironian tulkintaa koskevista tutkimuksista esitykseni poikkeaa myös sikäli, että en käytä analyysissani mitään testijoukkoa, jonka tulkintoja tarkastelen (vrt. Rahtu 1991a ja 1991b). Tässä mielessä lausumien ironisuus perustuu yksinomaan omiin tulkintoihini.

Ironian teoreettisia tulkintamalleja arvioinut Mika Lähteenmäki on erottanut seitsemän erilaista ironian teoreettista kuvausmallia: Gricen, Searlen sekä Leechin ja Haverkaten loogis-pragmaattiset mallit, Kauferin ja Clarkin & Gerrigin retoris-pragmaattiset mallit sekä Sperberin &Wilsonin ironian kaikuteorian (Lähteenmäki 1993). Ironiaa koskevassa analyysissani tarkastelen ironiaa Searlen loogis-pragmaattisen mallin perusteella sekä hieman myös Sperberin ja Wilsonin 'uudemman' ns. 'modernin' (termiä käyttänyt Rahtu 1991a) kaikuteorian näkökulmasta. Searlen malli on osa ns. traditionaalista lingvististä ironiateoriaa - mikä muodostaa ironian tarkastelun lähtökohdan. Kolmanneksi kommentoin mm. Mika Lähteenmäen dialogista ironian tarkastelumallia, jossa korostetaan ironian tulkinnan kontekstisidonnaisuutta (Lähteenmäki 1993). Samansuuntaisia painotuksia ironian kontekstin merkityksestä ironian tulkinnassa on esittänyt Toini Rahtu (Rahtu 1991a ja 1991b).

Kielitieteellisiä ja pragmaattisia ironian määritelmiä hallitsevan ns. traditionaalisen lähestymistavan mukaan ironiseksi on määritelty ilmaus, jossa sanotaan yhtä ja tarkoitetaan toista (esim. Sperber ja Wilson 1986: 237-243 tai Barbe 1993: 580). Ironiassa korostetaan puhujan sanoman ja tarkoittaman asiantilan eroa, jolloin ironia on "saying something different from what you mean" (Barbe 1993: 579-590 ja Haverkate 1990: 77-109). Toinen traditionaalinen määritelmä korostaa ironian ei-totuudellisuutta: "Irony is saying one thing but meaning the opposite" (esim. Muecke 1970:8). Tämän ajatuksen mukaan ironisesta ilmauksesta on löydettävissä ns. pintamerkityksen (surface meaning) ja implikoidun merkityksen (implied meaning) vastakohtaisuus (Barbe 1993: 579-590). Leech ja Short puhuvat kaunokirjallisen ironian luomasta kontrastista:

> For fictional purposes irony may be defined as a double significance which arises from the contrast in values associated with two different points of view. So definied, irony is a wideranging phenomenon which can be manifested in a single sentence, or may extend over a whole novel. The most usual kind is that which involves a contrast between a point of view stated or implied in some part of the fiction, and the assumed point of view of the author, and hence of the reader. (Leech & Short 1981: 278.)

Mika Lähteenmäen mukaan ironia on perinteisesti määritelty "kielikuvaksi, jossa puhujan tarkoittama merkitys on päinvastainen tai eri kuin puhujan tuottaman lausuman kirjaimellinen merkitys" (Lähteenmäki 1994: 339). Toini Rahtu erottaa ironisesta ilmauksesta "sananmukaisen" ja "epäsananmukaisen" tulkinnan (Rahtu 1991a ja Rahtu 1991b). Kaikissa perinteisissä ironian määritelmissä on ironian tunnusmerkkinä pidetty siis puhujan intentioiden mukaisen merkityksen ja lausuman propositionaalisen sisällön inkongruenssia (Lähteenmäki 1993: 5).

Traditionaalinen ironiakäsitys juontaa juurensa pragmatiikasta: Austinin luomasta ja Searlen

edelleen kehittämästä puheaktiteoriasta sekä Gricen keskustelun maksiimeista. Lähtökohtana on näkemys, että ironia on epäsuora puheakti, sillä ironiassa puhuja esittää jonkin illokuution toisen illokuution avulla. Epäsuorassa puheaktissa puhujan lausuman muoto ja merkitys ovat inkongruessissa keskenään, jolloin lauseen tulkittu merkitys ei enää vastaakaan lauseen tai lausuman propositionaalista sisältöä. Ironialle on tyypillistä keskustelun maksiimien ja yhteistyön periaatteiden rikkominen (esim. Lähteenmäki 1993: 9-13).

H. P. Gricen mukaan keskustelussa pyritään noudattamaan yhteistyön periaatetta ja ns. keskustelun maksiimeja, joita ovat laadun, määrän, suhteen ja tavan maksiimit. Luonnollisissa kielenkäyttötilanteissa maksiimien rikkominen ja epäsuorien ilmausten käyttö on tavallista. Gricen mukaan ironiselle ilmaukselle on tyypillistä laadun maksiimin rikkominen. Laadun maksiimi voidaan tiivistää yhteistyöperiaatteeksi, jonka kuuluu seuraavasti: "älä sano sellaista, minkä uskot olevan valhetta" ja "älä sano sellaista, mistä sinulla ei ole näyttöä tai todisteita". Laadun maksiimilla noudattaminen siis tarkoittaa todenpuhumista. (Grice 1975: 46-47.)

Perinteisestä ironiakäsityksistä poikkeavaa näkemystä ironiasta edustaa Dan Sperberin ja Deidre Wilsonin **ironian kaikuteoria**, joka kieltää ironisen ilmauksen kaksimerkityksisyyden ja tulkitsee ironiset ilmaukset kaiuiksi. Jotta ilmaus tulkittaisiin ironiseksi, on sen ilmaus Sperberin ja Wilsonin mukaan tunnistettava kaiulliseksi, kaiutetun ilmaisun lähde on tunnistettava ja puhujan asenteen kaiutettavaan asiaan on oltava torjuva tai hylkäävä (Sperber&Wilson 1986: 240). Kaikuteoria selittää ironian kaiuksi, joka on toisen ihmisen (tai yleensä ihmisten) esittämä lausuma tai ajatus, jonka ironisti nyt uudelleen ilmaisee, kaiuttaa, ja samalla hän ilmaisee asenteensa kaiuttamaansa ajatusta kohtaan. Keskeistä teoriassa on jännite, joka muodostuu puhujan ajatuksen ja jonkun muun kuin puhujan ajatuksen välille. (Sperber & Wilson 1986: 237-243.)

Lähteenmäki pitää kaikuteoriaa puutteellisena ironian selitysmallina, koska myös kaiuton ilmaus voi saada ironisen tulkinnan, joten kaiun olemassaoloa ei voida pitää yksinään riittävänä ironisuuden tunnuspiirteenä. Lähteenmäki päätyy määrittelemään ironian joko kaikuironiaksi tai asiantilaironiaksi (Lähteenmäki 1994: 342-343). Edellisessä puhuja puhuja kohdistaa ironian lausumaan tai sen esittäjään, jälkimmäisestä puuttuu kaiku, jolloin ironian kohteena on asiantila tai jokin sen osa. Kaikuteoria tuo ironian ymmärtämiseen kuitenkin merkittävän lisäyksen. Lähteenmäki pitää ironian kaikuteorian kaiun käsitettä liian laajana ja rajaa kaiun koskemaan vain eksplisiittistä ironiaa, jossa puhuja viittaa lausumallaan eksplisiittisesti ironiseen tilanteeseen (Lähteenmäki 1994: 353).

Mika Lähteenmäki kritisoi tutkimuksessaan ironian tulkintaa pragmaattisesta näkökulmasta lähestyviä ironiateorioita ja Sperberin ja Wilsonin ironian kaikuteoriaa. Lähteenmäen näkemyksen mukaan mallien puutteellisuudet johtuvat tutkijoiden kieltä ja kommunikaatiota koskevista lähtökohtaoletuksista, ns. kartesiolaisesta kielen paradigmasta, joka perustuu staattiseen ja individualistiseen käsitykseen kommunikaatiosta lähinnä tiedon välittämisenä, ja josta puuttuu dialogisen kielikäsityksen oletus kielenkäyttäjän ja sosio-kulttuurisen ympäristön vuorovaikutuksesta. Lähteenmäki täydentää kartesiolaisiin näkemyksiin pohjautuvien ironiateorioiden kritiikkiä esittämällä oman ns. **dialogisen paradigman mukaisen mallin** ironian tulkinnasta. (Lähteenmäki 1993.)

Lähteenmäki määrittelee kielen luonteeltaan sosiaaliseksi ja korostaa sosiaalisen kontekstin keskeisyyttä lausuman merkityksen tulkinnassa. Lausuma tulee ironiseksi vain suhteessa sen sosiaaliseen kontekstiin, mitään lausumaa itsessään ei voida tulkita ironiseksi. (Lähteenmäki 1993: 88.)

Ironian tulkinnan kannalta tärkeimpänä sosiaalisen kontekstin piirteenä Lähteenmäki pitää kuulijan (tai lukijan) olettamuksia puhujan (tai ironisoija) maailmankuvasta eli puhujan arvoista, asenteista ja käsityksistä. Ironinen ilmaus on lausuma, jossa puhuja kertoo kuulijalle joitain omista käsityksistään ja asenteestaan puhumaansa kohtaan. Jotta kuulija voisi päätellä puhujan asenteen puhujan ilmaisemaan asiaan, täytyy kuulijalla olla tietoa puhujan persoonasta ja oletuksia puhujan käsityksistä, joihin kuulija puhujan arviota (eli lausumaa) vertaa. Tässäkään kuulijan odotusten ei tarvitse vastata totuudenmukaisesti puhujan käsityksiä, kuulija tekee tulkinnan ironisuudesta sen perusteella, että hänen tulkintansa on yhdenmukainen niiden käsitysten kanssa, joita hän itse olettaa puhujalla olevan puheenaiheesta. (Lähteenmäki 1993: 75-94 ja 1994: 345-354.)

Vaikka Lähteenmäki nimeää sosiaalisesta kontekstista ensijaiseksi yksittäiseksi kontekstipiirteeksi kuulijan olettamukset puhujan maailmankuvasta, silti lausuman tulkintaan vaikuttavat monet muutkin kontekstipiirteet, Lähteenmäen mukaan "lausuman sosiohistoriallinen konteksti kokonaisuudessaan" (Lähteenmäki 1994: 353). Lähteenmäki ei kuitenkaan määrittele tarkemmin, mitä nämä muut kyseisessä tilanteessa relevantit kontekstipiirteet voisivat olla. (Lähteenmäki 1993: 83-86 ja 1994: 350-352.)

Myös Toini Rahtu on korostanut tutkimuksissaan **sosiaalisen kontekstin** keskeisyyttä ironian tulkinnassa (Rahtu 1991a ja 1991b). Rahdun tutkimuksessa (Rahtu 1991b) koejoukot päättelivät

tekstin ironisuutta tekstinulkoisten ja tekstinsisäisten seikkojen perusteella. Tekstinulkoisista tekijöistä tärkeäksi osoittautuivat spekulaatiot kirjoittajan persoonasta. Rahtun tutkimustulokset ironisen tulkinnan synnystä perustuvat samaan tapaan kuin Lähteenmäelläkin lukijan tai kuulijan odotuksiin ironisoijan (kirjoittajan/puhujn) persoonallisuudesta.

6.4. Ironian kielelliset piirteet - miten ironia 'tehdään'

Puheessa ironiaa ilmaistaan elein, äänenpainoin tai kielellisin ilmauksin, esimerkiksi kielikuvien ja liioittelun avulla (Leiwo & Pietikäinen 1996: 100-102). Kirjoitetussa kielessä ironian ilmaiseminen on luonnollisesti vain kielellisten symbolien varassa. Varsinaisia ironian paljastavia "ironeemeja" (Rahtu 1991b: 193) ei kuitenkaan voida kielestä osoittaa, koska periaatteessa jokainen ilmaisu voidaan tulkita ironiseksi 'sopivassa' kontekstissa. (Rahtu 1991b: 193-208.)

Rahdun mukaan klassisessa ironiakäsityksessä ironinen ilmaus on pinnaltaan positiivinen mutta sanomaltaan negatiivinen (Rahtu 1991a: 114). Ironinen ilmaus on siis kaksitasoinen ja -tulkintainen: "sananmukainen" taso eli lausuman kirjaimellinen taso on yleensä positiivinen ja "epäsanan-mukainen" eli ironinen taso on yleensä pilkkaava (Rahtu 1991b: 193). Rahdun tutkimus osoittaa edellä mainitun jaon positiiviseen lausetasoon ja negatiiviseen ironiseen tasoon liian suppeaksi: esimerkiksi Rahdun tutkimuksessa ironiseksi tulkittiin myös lausumat, joissa pintailmaus oli negatiivinen mutta sanoma positiivinen. Rahdun mukaan tulkitsijat saattoivat pitää tulkintatasoa negatiivisena, vaikka kirjaimellinen taso ei ollutkaan positiivinen. "Sananmukaisen" tason arvottaminen positiiviseksi ja "epäsananmukaisen" negatiiviseksi ei siis ole riittävä vihje ironisen tulkinnan mahdollisuudesta, vaan ironiseen tulkintaan tarvitaan ylipäätään jokin ristiriita kirjaimellisen ja tulkintatason välillä. (Rahtu 1991:a 113-116.)

Rahdunkaan tutkimuksen (1991b) tulokset eivät keskity nimeämään konkreettisia kielellisiä piirteitä, joista lukijat päättelevät tekstin ironisuuden, vaan Rahtu päätyy pohtimaan laajemmin ironisen tulkinnan syntyehtoja - tekstinsisäisten seikkojen lisäksi tekstin ulkoisia, mm. lukijoiden arvomaailman, ironisoijan persoonallisuuden, ironian kohteen tunnistamisen, kulttuurikontekstin tai tekstilajin vaikutusta ironisen tulkinnan syntyyn. Rahtu arvelee, että ironisesta tulkinnasta saattavat vihjata parodiointi, liioittelu, kärjekkyys tai pilkka (epäsuora), jotka saivat Rahdun tutkimuksessa koehenkilöt epäilemään kirjoittajan lausuman todenmukaisuutta (Rahtu 1991b: 198). (Rahtu 1991b: 193-207.)

Geoffrey Leechin ja Michael Shortin mukaan englanninkielisen kaunokirjallisuuden ironia ilmenee sanaston ja syntaksin yksityiskohdista. Tutkijat nimeävät ironian kielellisiksi tuntomerkeiksi sanaliitot tai sanarykelmät, jotka joutuvat konfliktiin odotustemme kanssa ("collocative clash") sekä vaikutelmien järjestämisen ("sequencing of impression"). (Leech & Short 1981: 277-280.)

6.5. Kriittisesti nykytaiteesta

Analyysitekstiksi olen valinnut Jyrki Lehtolan artikkelin suomalaisesta nykytaiteesta (Lehtola 1997: 78-82). Jyrki Lehtolan jutut kuuluvat Imagessa säännöllisesti julkaistuihin: vuoden 1997 kahdeksasta numerosta peräti viidessä oli Lehtolan kirjoittama pitkä artikkeli . Jyrki Lehtola on eräs Imagen värikkäimmistä ja näkyvimmistä kirjoittajista. Kaikki Lehtolan artikkelit ovat tyyliltään varsin samantyyppisiä: huumori, ironia ja sarkasmi ovat Lehtolan tyylin keskeisiä piirteitä. Analyysiartikkeli edustaa tyypillistä Lehtolan artikkelia, jossa korostuu viihteellisyys. Olen luokitellut *Nykytaide: puhetta ja pulleroita* -artikkelin viihteellisten artikkelien joukkoon, koska sen tyylissä korostuu lukijan viihdyttäminen, siitäkin huolimatta että artikkeli yleensä on asiatyylinen tekstityyppi (kts. luku 4.3.3.).

Lehtolan näkemys nykytaiteesta ja sen tilasta on kielteisen kriittinen. Artikkelin sisällön voi tiivistää seuraaviksi väitteiksi:

1) Taidetta ei ole olemassa ilman taidepuhetta eli taidekriitikoiden tekstejä taideteoksista ja taiteen teorioista.

2) Taideteoksen arvo mitataan taidepuheen perusteella, ts. taideteos on niin hyvä kuin siitä kirjoitettu taidepuhe on.

3) Itse taideteos uhkaa jäädä tarpeettomaksi, taidetekstien ja taidekriitikoiden määrän yhä kasvaessa.

4) Taide ei ole kaikkia koskettava asia, vaan pienen taidekriitikoista ja taiteilijoista koostuvan piirin keskinäistä keskustelua.

5) Taidepuhe mahdollistaa kriitikoiden ja taiteilijoiden yhteistyön. Sen avulla taiteen parissa työskentelevät ihmiset hankkivat toimeentulonsa ja perustelevat työnsä tarpeellisuuden.

6) Taideyhteisön taiteen arvottamisen kriteerit ovat oikeammat kuin taiteesta nauttivan 'jokamiehen'. ('Tavallinen' ihminen ei osaa taidepuheen 'kieltä' ja jää taidekeskustelun ulkopuolelle.)

Kirjoittajan tyyliä voisi kuvata pisteliääksi, suorapuheiseksi, ronskiksi, tiukasti tulkittuna jopa julkeaksi ja panettelevaksikin. Lehtola kuvaa asioita, ihmisiä ja ilmiöitä mieluummin suuriäänisen kärjistävästi kuin hienotunteisesti ja vihjailevasti.

> Te ette ehkä tiedä - te ette varmasti tiedä - mitä nykytaide on, mutta minä tiedän. Nykytaide on prosessi, jossa kaikki osalliset päätyvät ennen pitkää hokemaan sanaa prosessi. (Lehtola 1997: 78.)
> Suomalainen nykytaide on kuin suljettu osasto täynnä Hannuja ja Kerttuja, jotka kävelevät ympyrää ja sirottelevat taakseen tekstejä, jotta taiteilija löytäisi tiensä niiden luo. (Lehtola 1997: 78 ja 82.)

Rakenteellisesti artikkeli koostuu pääosin Jyrki Lehtolan puheäänestä ja nykytaiteen parissa työskentelevien ihmisten, enimmäkseen kriitikoiden ja taiteilijoiden, kannanotoista. Lehtola siteeraa jokaisen uuden kappaleen alussa Marja-Terttu Kivirannan ja Leena-Maija Rossin tekstejä teoksesta *Koko hajanainen kuva,* minkä jälkeen Lehtola argumentoi oman näkemyksensä, jossa hän kyseenalaistaa ja tekee pilkkaa Kivirannan ja Rossin kirjoituksista. Kirjoittaja antaa selvästi ymmärtää olevansa eri mieltä kuin kriitikot tai taidehallinnon ihmiset ja osoittaa tyytymättömyytensä tuomalla esille instituution tai järjestelmän epäkohdat.

Myös artikkelin kuvitus on tulkittavissa kriittisesti kantaaottavaksi. Kolmisivuiseen juttuun on sisällytetty kolme kuvaa (yksi suurempi, kaksi hyvin pientä), jotka esittävät "taidepuuroa", johon viitataan ingressissä (Lehtola 1997: 78). "Taidepuuro" on mannapuuron näköistä valkoista mömmöä, jonka seassa on vaaleanpunaisia muovikuvia tai -esineitä, ja sen ympärillä on vaaleita helmiä. Puuro on levitetty spiraalinomaisesti lautaselle ja muoviset esineet tai kuvat on sijoitettu spiraaleihin. Kaksi pienempää kuvaa on irrotettu ensimmäisen sivun "puurolautaselta", ja nekin lähinnä symbolisesti kuvittavat tekstiä. Brusilan esinekuvien tyyliä koskevassa luokittelussa Lehtolan artikkelin kuvat ovat tyyliltään selvästi symbolisia. Symbolinen esinekuva on fiktiivinen kuva, joka pyrkii irrottautumaan realistisesta kuvauksesta. Brusilan mukaan symbolisten kuvien merkitys on jotain muuta kuin mitä ne konktreettisesti esittävät, vaikka ne olisivatkin realistisia. Mannapuuron näköinen mömmö ei väitä nykytaiteen olevan esitetynkaltaista, vaan kuvat viestittävät jotain nykytaiteen keinotekoisuudesta ja "halpuudesta". Symbolinen on myös kuvan suhde tekstiin: tässä taidepuurolla ja siihen liitetyillä kuvilla viitataan symbolisesti nykytaiteeseen ja sen tilaan. (Brusila 1997: 132-137.)

Kielellisesti Lehtolan artikkeli on taidokas ja erittäin sujuva, mistä kertoo myös kirjoittajan selkeät, kevyet lauserakenteet ja kyky käyttää arkipäiväistä kieltä. Lehtola käyttää myös sivistyssanoja - taiteen ja filosorian sanastoa - kuten *taideobjekti, prosessi, muotokieli, subjektiivisuus tai teoria- ja*

puhesidonnaisuus. Valtaosa Lehtolan käyttämästä erikoissanastosta on esillä vain mainintoina, ne ovat siteerauksia ns. taidepuheesta, esimerkiksi *ero, abjekti, toiseus, poissaolo, identiteetti, Lacanin ego-käsitys, läpinäkyvyys, dekoraatio, parodia, dekonstruoitu, yksinkertainen viittaavuus, minimalismi, postmodernismi tai eksistentiaalinen ahdistus*.

6.6. Ironia Jyrki Lehtolan artikkelissa *Nykytaide - puhetta ja pulleroita*

Ironian uhri/ironian kohde

Lehtolan artikkeli on ensisijaisesti kriittinen. Hän arvottaa negatiivisesti nykytaidetta ja niitä prosesseja, jotka taiteen tekemiseen ja arvottamiseen liittyvät. Kriittisyyden ilmaisuun Lehtola käyttää kahta keinoa: suoria kannanottoja ja epäsuoraa vihjailevaa kielenkäyttöä, josta ironian käyttö on osa. Esimerkkejä suorasta kielenkäytöstä Lehtolan kannanotoissa:

> Suomalaisen pitäisi tuntea ja muistaa Kekkosensa, mutta Kekkos-muistomerkkiehdo tusten arvottamista ei olisi voinut kuvitellakaan ilman ehdotusten mukana tulleita sanallisia selvityksiä, joissa taiteilijat toistivat kilpaa sellaisia ilmiselviä käsitteitä kuin *valta, muisti* ja *muistio* (Lehtola 1997: 80).

> Kriitikon toistama ajatus *rohkea, koska kyseenalaistaa* ei nimittäin kerro kyllä mistään muusta kuin siitä, ettei kriitikolla ole ollut rohkeutta kyseenalaistaa omaa sanastoaan (emt: 82).

> Aarporaaja ei tiedä, ettei nykytaiteessa ole enää kysymys katsomisesta tai ymmärtämi sestä. On kysymys tietotasosta ja tekstien hallinnasta (Lehtola 1997: 82).

> Ei koske, eikä ole. Taide on pienen piirin yksittäistä puuhailua, monologia ja sisäsii tosta. Ainoastaan taidekritiikki ja -koulutus, harvoin edes itse taiteilijat, yrittävät väittää sen olevan jotakin meitä kaikkia koskettavaa, sillä muuten oma ammatti tuntuisi...täysin tarkoituksettomalta. (emt: 82.)

Näihinkin suoriin kriittisiin ajatuksiin liittyy joitain kielellisiä piirteitä, joilla vielä tehostetaan lausumien kriittisyyttä: esimerkiksi toinen esimerkkilause kaiuttaa kriitikon muuten myönteisenä tulkittavaa arviota *rohkea, koska kyseenalaistaa.* Lehtolan kriittisessä lausekontekstissa se saa ironisen luonteen, ja kun Lehtolan vielä käyttää kriitikon sanoja kriitikkoa itseään vastaan, syntyy lauseeseen ironista, jopa sarkastista sävyä. Lehtola irrottaa kriitikon sanat niiden alkuperäisestä lauseyhteydestä ja liittää ne osaksi omaa sanavarastoaan ja käyttää niitä kritisoinnin kohdetta vastaan. Tällaista kirjoittamisen tapaa voi pitää myös kielellisenä parodiana; Lehtola imitoi toisten puhetta tekstikontekstin toimiessa tulkintavihjeenä.

Tekstissä on runsaasti muitakin esimerkkejä kirjoittajan suhteesta nykytaiteeseen. Ajatellaanpa vaikka lausetta *Suomalainen nykytaide on kuin suljettu osasto täynnä Hannuja ja Kerttuja, jotka kävelevät ympyrää ja sirottelevat taakseen tekstejä, jotta taiteilija löytäisi niiden luo.* Kertojalle nykytaide on suljettu osasto, mikä viittaa sekä mielisairaaladiskurssiin että yleensä taiteen eristäytymiseen, mielisairaaladiskurssin viittaa myös se, että Hannut ja Kertut kävelevät ympyrää, ts. käyttäytyvät järjettömällä tai älyttömällä tavalla, toiminnan mielipuolisuus on silmin havaittavissa. Vaikutelmaa lisää myös se, että tekstit ensin sirotellaan ympäriinsä, jotta taiteilijat löytäisivät ne. Hannuilla ja Kertuilla viitataan taidepuhetta tuottaviin kriitikoihin liittämällä heidät sadun tai satuilun diskurssiin, satusetiin ja -täteihin, jotka sepittelevät tekstejä, joilla ei ole tekemistä todellisuuden kanssa.

Tärkein Lehtolan kritiikin ja ironian kohde on itse taidekritiikki tai taidepuhe. Seuraavassa näyte kirjoittajalle tyypillisestä tavasta rakentaa tekstiä, kirjoittaja antaa taiteilija Pekka Kauhasen selittää omaa taideteostaan:

> "Stabiili kuvaa Urho Kekkosen sovittelevaa vaikutusta kahden valtaliittymän tasapainoilevaan politiikkaan. Työssä voi nähdä kahden blokin tilanteen ja rajanve dn, siitä löytää ristiriidan ja harmonian välimuodon. Veistoksen tasapainottava p a i n a u m a , elämäntyön jälki, on tarpeellisen suuri. Kaikki vain nuljahti paikalleen." (Lehtola 1997.)

Tätä seuraa Lehtolan oma kannanotto Kauhasen "taidepuheeseen":

> "Nuljahtipa hyvinkin! Kauhasen pullerot, Kauhasen kaksi sisäkkäin muovattua valkoista marmoripalloa...ne näyttävät sekä edestä että takaa aivan jättikokoiselta,epä symmetriseltä...perseeltä. Arse longa, vita brevis! Urho Kekkonen, isänmaan jättiko koinen epämuodostunut ja kolhittu istumalihas: uutta ja rohkeaa muotokieltä!" (Lehtola 1997.)

Lehtola irrottautuu taiteen selityksestä, taiteilijan tuottamasta taidepuheesta, ja asettuu "tavallisen taiteenkatselijan" näkökulmaan katsomaan nykytaidetta omin silmin, ilman minkäänlaista etukäteen annettua tulkintakehikkoa. Lehtolan mielipiteen alussa esitetty sitaatti Kauhasen puheesta asettaa taiteilijan puheen koomiseen ja naurunalaiseen valoon, samoin Lehtola käyttää retorisesti ironisoivia ilmaisuja, sanastoa, joka jää hyvin kauas taiteilijan omasta kuvauksesta. Diskurssin tasolla Lehtola tulkitsee nykytaiteen näkemykset kadunmiehen kielellä. Lehtolan ilmaus arvottaa teosta hienostelemattomasti "rahvaan" näkökulmasta, hän antaa ymmärtää, että jättää taiteilijan taidepuheen omaan arvoonsa ja luottaa siihen, mitä itse havaitsee. Näin Lehtola asettuu vastakkaiseen asemaan taidediskurssin kanssa, tavallisen "rivimiehen"näkökulmaan, joka puhe taiteilijan muotokielestä on kritiikin ja pilkan kohteena.

Ironian kaikuteoria osoittautuu ironista tulkintaa selittäväksi teoriaksi. Tarkasteltaessa Lehtolan artikkelia kokonaisuutena siitä on löydettävissä vahva eksplisiittisesti ilmaistu kaiku tai kaikuja. Ironian kaikuteorian mukaisia kaikuja eli kaiutettuja ajatuksia ja lausumia on artikkelissa paljon,

siteeraahan Lehtola jokaisen kappaleen alussa kriitikoiden (Kiviranta ja Rossi) tekstiä julkaisusta *Koko hajanainen kuva*. Koska Lehtolan artikkeli on kriittinen kannanotto nykytaiteesta jo sen otsikosta lähtien (*Nykytaide: puhetta ja pulleroita*), ja koska kriittistä asennetta nykytaidetta kohtaan voimistetaan heti artikkelin ingressissä, lukija omaksuu tekstin alusta lähtien oletuksen tekstin kirjoittajan negatiivisesta suhtautumisesta nykytaiteeseen ja niihin mekanismeihin, jotka Lehtolan esityksessä osallistuvat nykytaiteen tuottamiseen.

Esimerkkejä 'taidepuheen' ironisoinnista löytyy jokaisen kappalekokonaisuuden alusta ensimmäistä kappaletta lukuun ottamatta:

> "Pekka Kauhasen rauta- ja pronssiveistoksista voi lukea käsitetaiteen vaikutusta kieleen, jolla ne käsittelevät ihmisen eksistentiaalisen ahdistuksen tunteita."
>
> "Kari Cavenin romupuiset teokset elävät ikään kuin niihin säteilisi sadun haltijattaren taikasauva, joka herättää vanhaan puupalaan kätkeytyneen toiveen olla jotakin muuta kuin rojua."
>
> "Marika Mäkelän maalaustaiteen edessä saattaa myös riisua naamionsa ja löytää niiden monikerroksisuudessaan upean pinnan alta paljastuvan sydämen ja sielukkaat tasot."
>
> "Moxin taide on jatkuva, yhtenäinen prosessi." (Lehtola 1997: 80-82.)

Kappaleiden alkuun sijoitetut sitaatit on tulkittavissa ironisiksi jo ennen Lehtolan suoraa kritiikkiä, jossa viimeistään paljastuu kirjoittajan asenne ironian uhria kohtaan. Syynä sitaattien ironisoitumiseen on mielestäni Lehtolan voimakkaan kriittinen asenne nykytaiteeseen heti artikkelin alussa. Lukijalle syntyy jo tekstin alun perusteella käsitys kirjoittajan kantaa ottavasta ja kriittisestä tyylistä, jonka lukija odottaa jatkuvan läpi tekstin.

Lehtolan ironia muodostuu kaiusta, joka koostuu yleisestä nykytaidetta koskevista asenteista, jotka sisältävät oletuksen nykytaiteen älyttömyydestä. Elitistisen taidekäsityksen ironisointi tuo esiin yleisen, jossain mielessä siis populistisen mielipiteen nykytaiteesta. Ironia ei ole pelkästään kielen retorinen ja tyylillinen piirre (traditionaalisesta ironiakäsityksestä Haverkate 1990: 77) vaan ironiaa voidaan käyttää tiettyjen ideologioiden ja asenteiden palveluksessa: ironialla voidaan vahvistaa tai kyseenalaistaa tiettyjä asenteita ja rakentaa tekstin osallistujille erilaisia positioita (Hutcheon 1995: 10).

Kirjoittajan suhde taiteilijoihin on kaksijakoinen siten, että "taidepuheen kuvittajiksi alistuvat" taiteilijat liitetään mielikuviin laiskuudesta ja huijauksesta. Lisäksi nämä taiteilijat ovat omalta osaltaan pönkittämässä nykyistä kirjoittajan kritisoimaa taidepuheen ympärille rakentuvaa taidekä-

sitystä ja taideinstituution toimintaa. Toisaalta on olemassa hyvä taide ja "oikeat" taiteilijat, jotka eivät tähän prosessiin osallistu. He ovat tuntemattomia ja jääneet taideinstituution ja taiteen ulkopuolelle. He tuntemattomia sankareita, jotka eivät suostu 'taidepuheen kuvittajiksi' eivätkä puhu 'taidemaailman ylärakenteen kieltä'. Kirjoittaja samaistuu siihen osaan ihmisiä, jotka nauttivat taiteesta ja osallistuvat taiteesta keskustelemiseen ilman taidetta arvottavia teorioita. Aarporaajan näkökulman avulla kirjoittaja ravistelee käsityksiä taiteen kuulumisesta kaikille ja taistelee taiteen yläluokkaisuutta, elitismiä ja eristäytyneisyyttä vastaan. Keskeistä Lehtolan ironiassa on se, että ironia kohdistetaan instituutiota vastaan, taideinstituutiota ja taidehallintoa vastaan, vaikka Lehtola käyttääkin siinä yksilöitä (kriitikoita ja taiteilijoita) esimerkkinä. Lehtola moittii taidemaailmaa huonosti toimivasta kokonaisuudesta.

Vanhastaan suomalaisessa journalismissa yksilöiden ironisoiminen, nimenomaan esimerkiksi poliitikkoihin kohdistuva ironia on ollut tavallisempaa (vrt. Väliverronen). Lehtolan ironia sen sijaan on tietoisesti suunnattu instituutiota ja sen toimimattomuutta kohtaan. Lehtola käyttää ironiaa paljastaakseen instituutiota vaivaavan hapatuksen, eikä pyri tekemään tarkoituksellisesti henkilöistä itsestään ironisia.

Taiteen alan erikoissanastoa Lehtola käyttää ironisesti ja sikäli siis arvottaa sillä nykytaidetta. (Se onko kirjoittajan tarkoitus kokonaisuudessan kuitenkin 'vain' provosoida ja viihdyttää onkin jo toinen kysymys.)

Imagen muillekaan teksteille satiiri ei ole vierasta. Ironian keskeisyydestä Image-lehden kirjoittamisen tavassa kertoo päätoimittaja Marjaana Toimisen Markkinointi&Mainonta -lehdelle antama haastattelu, jossa hän mm. toteaa: "Image on ainoa aikakauslehti, joka voi tehdä pääjuttuja satiirin keinoin"(Heikkinen 1999: 16-17). Tämä asettaa lehdelle tietyn riskin; missä määrin on järkevää liikkua alueella, jossa lukija saattaa tulla loukatuksi. Imagelaiset määrittelevätkin ehkä juuri tästä syystä Imagen lehdeksi, joka saa ärsyttää, lehdeksi jonka ei tarvitse miellyttää lukijaansa (Heikkinen 1999: 16-17). Kun lukijat pystyvät nimeämään Imagesta joitain lempikirjoittajiaan, on oletettavaa lukijoiden pitävän Imagen satiirisesta tyylistä. Imagen lukijat osoittautuvat poikkeukselliseksi lukijayleisöksi, sillä Ulla-Maija Kivikurun tekemän pienen lukijatutkimuksen perusteella suomalainen lukija tuomitsee ironian ja satiirin käytön aikakauslehtikirjoittamisessa (vrt. Kivikuru 1996: 233). Näyttäisi siltä, että Imagen lukijoilla on kykyä sietää satiirista ja ironista kritiikkiä ja monimielisyyttä kuin myös vaikeammin avautuvia metaforia. Lehteä ei voi ainakaan moittia helpon ja tavanomaisen journalismin tarjoamisesta ja siten lukijoiden aliarvioimisesta.

Se että aikakauslehdessä on alettu toteuttaa tällaista kirjoittamisen tapaa tai journalismin linjaa, on suomalaisessa aikakauslehdistössä varsin uutta. Tässä mielessä Imagessa voi sanoa murrettavan aikakauslehtikirjoittamisen perinteisiä konventioita.

6.7. Palautetta lukijoilta

Jyrki Lehtolan suomalaisen nykytaiteen tilaa käsittelevä artikkeli on voimakkaasti kantaa ottava ja erittäin kriittinen, eikä Lehtolan provokatiivisena pidetty kirjoitus jättänyt lukijoita kylmäksi (vrt. luku 4.2.1.). Vaikka lukumäärällisesti Lehtolan artikkelin synnyttämiä 'vastineita' oli pieni määrä (kolme), niin Imagessa tällainen määrä palautetta julkaistuna yhdestä artikkelista on varsin paljon. Myös palautteen intensiteetistä päätellen artikkeli sai aikaan keskustelua, josta osa julkaistiin Imagen sivuilla.

Lehtolan artikkelia kritisoitiin mm. Lehtolan tavasta käsitellä suppeasti nykytaidetta ja pitäytyä 80-luvun lähteisiin ja tuon ajankohdan myöhäismodernistiseen taidekäsitykseen, joka 1990-luvun loppupuolella on auttamattomasti vanhentunut. Eräs kirjoittajista harmittelee, että vaikka kritiikki onkin osin tervetullutta ja tervehdyttävää, niin Lehtolan artikkeli jälleen kerran todistaa 'suurelle yleisölle' taiteen olevan ei-kiinnostavaa pienen piirin puuhailua, jolla ei ole annettavaa tavalliselle ihmiselle. Kirjoittaja kritisoikin tavallaan sitä, mihin Lehtola kritiikkinsä suuntaa ja millaisia seurauksia tällaisella kirjoitustavalla on sen levitessä yleisempään diskurssiin. Tässä mielessä kirjoittaja kyselee toimittajan moraalia ja vastuuta, etenkin kun kirjoitetaan näinkin huomiota herättävästi ja suurieleisesti. (Vähäkylä 1997: 6.)

Toisessa kannanotossa taidegraafikko Tuula Lehtinen antoi tukensa omasta ja kuvataiteilijoiden puolesta Lehtolan taideinstituutiolle ja taidekriitikoille osoittamalle kritiikille ja keskittyi vastustamaan taidehallinnon vallankäyttöä. Kirjoittaja pitää tällaista 'julkista likapyykin pesemistä' tarpeellisena ja näkeekin Lehtolan kirjoituksen olevan hyvä keskustelunavaus. Lukijapalstan kirjoitus paljastaa taiteilijoiden ja taiteen valtaeliitin väliset antipatiat, taiteen tekijöiden 'pinnan alaisen' kuohunnan. Kirjoitus osuu arkaan aiheeseen alueella, missä nähtävästikin tarvittaisiin todellista keskustelua. (Lehtinen 1997: 6.)

Itsekin alalla työskentelevä Kaija Kaitavuori antaa Lehtolalle sekä hyvää palautetta että oikoo hänen esittämiään näkemyksiä. Kaitavuori pitää monia Lehtolan väitteitä käsittämättöminä ja kyynisinä sekä arvostelee Lehtolan "populistista" kirjoitustyyliä, jossa "oikeat havainnot ja aiheellinen

kritiikki sekä ylimalkainen huiskinta, virheet ja kaunainen asenne menevät sekaisin.“ Kirjoituksessa Kaitavuori osoittaa yksityiskohtaisesti Lehtolan ajattelun puutteet ja virheet. Kirjoittaja ihmettelee Lehtolan käsitystä taideteoksen ja taiteen teorioiden suhteesta; hänen mielestään ei voi sanoa kumpi oli ensin, taide vai tekstit, sillä ne ovat monella tapaa dialogissa toistensa kanssa, ja että niiden vuorovaikutusta pyritään tietoisestikin hyödyntämään. Samoin kirjoittaja pitää luonnollisina ja itsestäänselvinä - vaikkakaan ei tavoiteltavina - Lehtolan kritisoimia väitteitä taiteen elitistisyydestä ja erikoistuneisuudesta. (Kaitavuori 1997: 6-7.)

Jotkut kirjoittajista oikaisivat Lehtolan näkemyksiä. Lukijat olivat tunnistaneet Lehtolan kritiikin ja pitivät sitä lähes poikkeuksetta ainakin jollakin tapaa liioittelevana. Kahdessa lukijapalautteessa pidettiin erittäin haitallisena Lehtolan kirjoittamisen tapaa ja kyseltiin kirjoittajan moraalia ja vastuuta. Lehtolan artikkeli ei ollut omiaan tekemään nykytaidetta yleisölle helpommin lähestyttäväksi, vaan kirjoittajat kokivat, että jälleen ihmisiä etäännytettiin nykytaiteesta vahvistamalla näkemystä taiteen elitistisyydestä. Suurieleistä ja näyttävää kirjoittamisen tapaa pidettiin populistisena. Artikkeli ei kirjoittajien mielestä onnistunut vieraannuttamaan lukijoita taidetta kohtaan tuntemasta vieraantuneisuudestaan, vaan pikemminkin vahvisti edelleen yhteiskunnan valtainstanssien (taide ja taidehallinto) ja yleisön vastakkainasettelua (vrt. Renvall & Reunanen 1998: 4-6). Juuri tämäntyyppisestä yleisöä etäännyttävästä ja yhteiskunnallista keskustelua heikentävästä journalismista on haluttu päästä eroon (emt.).

On huomattava, että negatiivista palautetta antaneet henkilöt ovat itse nykytaiteen alalla toimivia kriitikoita, taiteen ‘sisäpiirin’ edustajia. Tavallisen taiteenharrastajan kommentit jäivät puuttumaan, ehkä heidän palautteensa olisi ollut päinvastoin positiivista, sillä Lehtola lähestyi nykytaidetta myös tavallisen asianharrastajan "oppimattomasta" näkökulmasta. Kriitikoiden myönteinen palaute kiitti Lehtolaa lähinnä keskustelun avaamisesta ja rohkeasta käsittelytavasta.

7. PÄÄTÄNTÖ

Tutkimuksessa olen tarkastellut Imagea aikakauslehtenä suomalaisen joukkoviestinnän kentässä ja asemoinut lehteä sen sisällöistä nousevista teemoista käsin. Olen tarkastellut Imagen ominaislaatua lehden sisällön, näkökulmien ja tyylin kautta. Näitä piirteitä olen tarkastellut rinnan lehden toimittamisen käytänteiden ja tavoitteiden kanssa.

Mediatekstien sosiaalista kontekstia olen tarkastellut pohtimalla joukkoviestinnän luonnetta, taloutta ja politiikkaa, samoin olen selvittänyt aikakauslehtimedian erityislaatuisuutta ja lopulta myös Image-lehden erityisluonnetta ja siihen vaikuttavia sosiaalisen kontekstin piirteitä. Olen tarkastellut mihin yhteiskunnalliseen keskusteluun Image ottaa osaa, mitä ideologioita, arvoja ja asenteita se heijastaa. Tutkin lehden asemaa tiedonvälityksessä ja aikakauslehtimaailmassa sekä niitä mediakulttuurin käytänteitä, jotka osallistuvat lehden diskurssien ja tekstien muovaamiseen..

Imagen vuosikerran 1997 juttujen karkea sisällönanalyysi osoitti, että Imagessa - kuten aikakauslehdessä yleensä - on mukana hyvin monentyyppistä aineistoa: lyhyissä juttuissa korostuu ajankohtaisuus ja viihteellisyys, pitkien juttujen teemoissa tulivat henkilöjournalismin ohessa esille yhteiskunnallisesti ja kulttuurisesti merkittävät, ns. vakavammat aiheet.

Imagea aikakauslehtenä luonnehtii elitistisyydeksi nimeämäni piirre. Elistisyys ilmenee eri tavoin, mm. lehden aihevalinnoissa, tyylissä ja visuaalisuudessa. Elitistisyys korostuu erityisesti pitkissä jutuissa, jotka vaativat lukijalta kohtuullista ennakkotietämystä maailmasta. Juttujen kielellisessä tyylissä elitistisyys yhdistyy asiantuntijuuden vaalimiseen ja kirjoitustyyliin, jotka ilmenevät konkreettisesti mm. sanastosta ja kirjoittajien tavasta hyödyntää ilmaisussaan kaunokirjallisia tyylikeinoja. Toimittajien taustat, lehden journalistiset tavoitteet sekä lukijajoukon profiloituminen mm. koulutuksen suhteen tukevat toisiaan. Aihevalinnat keskittyvät kulttuurisen, tieteellisen tai yhteiskunnallisen valtaeliitin ympärille. Kuvajournalismissa suositaan henkilökuvausta ja estetisoivaa esittämistä, mitä pidetään eräänä keinona tukea valtaeliittiä. Imagen henkilöjournalismi nostaa julkisuuteen myös uusia vaikuttajahahmoja.

Aihevalintojen eli valittujen näkökulmien ja siten diskurssien osalta Imagessa korostuvat maskuliiniset 'kovat arvot' pienen tavallisen tai arkisen elämäntavan puuttuessa lähes kokonaan. Rahan, menestymisen, trendien, kuluttamisen ja vallan diskurssit ovat lehdelle tyypillisiä, toisaalta esimerkiksi perheeseen liittyviä teemoja lehdessä ei ole. Image ottaa kantaa myös yhteiskunnallisiin ja mm. moraalisiin kysymyksiin varsin monipuolisesti. Valintansa lehden tekijät perustelevat sillä, että ne ovat Panu Rädyn sanoin 'läsnä tässä meidän ajassamme'. Imagessa kirjoitetaan aikamme trendeistä, jotka koskettavat esimerkiksi muutoksia työelämässä tai ihmissuhteiden kasvavaa

merkitystä ja yksilöllisyyttä.

Tyylillisesti Imagen artikkeleissa sekoittuvat asiatyyli, viihteellisyys ja kaunokirjalliset ilmaisukeinot. Kokonaisuudessaan Imagen tyyliä kuvaa värikkyys: Image tyyli on puhua 'isoon ääneen' , näyttävästi ja rohkeasti, Imageen ei kirjoiteta 'pienesti', tai arkisesti. Tekstit herättävät huomiota, ärsyttävät, provosoivat, kärjistävät ja sanovat sanottavansa ilmeikkäästi ja rohkeasti - ts. lehdessä on mielipiteitä, näkemyksiä ja viihdyttävyyttä. Kirjoittajat ovat ammattikirjoittajia, mikä näkyy em. kaltaisena taitavana ilmaisuna. Kielellinen vaikuttavuus, jopa tramaattisuus ovat lehdelle tyypillisiä tapoja kertoa asioista. Oletettavasti tämäntyyppinen kirjoitustapa on lukijan kannalta kiinnostava ja on yhteydessä aikakauslehden kaupalliseen luonteeseen (vrt. Juusola 1988: 51).

Imagen kielellinen ja kuvallinen tyyli pyrkivät muuntamaan estetisoimaan todellisuutta. Visuaalisuudessa pyrkimys tarkoittaa esteettisyyden tavoittelua ja kuvajournalismin siirtymistä realistisesta kuvauksesta kohti estetisoivaa ja fktiivistä kuvausta. Kielellisessä tyylissä mm. kaunokirjallisten ilmaisukeinojen käyttö on eräs luonteva tapa muokata teksteistä vaikuttavampia ja kiinnostavampia. Myönteisten mielikuvien herättäminen kuvissa ja teksteissä liittää Imagen valtavirtajournalismiin ja erottaa sen sensaatiojurnalismista. Käsittelytavoissa korostuu asiantuntijuus ja laatu, mikä ei tarkoita kevyen ja viihteellisen aineiston puuttumista tai lehden epäkaupallista luonnetta.

Ironinen tyyli on eräs lehden kielellinen tehokeino, tyylilaji, jolla voidaan toisaalta viihdyttää lukijaa, toisaalta esittää kritiikkiä. Ironia on erityisen tyypillinen imagelainen tyylikeino erityisesti ns. viihteellisissä artikkeleissa. Tutkimus joutui varsin kauaksi niistä lähtökohdista ja tavoitteista, jotka liittyivät kriittiseen diskurssianalyyttiseen kielentutkimuksen lähestymistapaan. Tiukasti kriittistä diskurssianalyysia työhön soveltaen olisi tutkimuksesta saanut jämäkämmän. Aiheen rajaaminen ja keskittyminen tarkemmin johonkin suppeampaan tarkastelunäkökulmaan olisi poistanut laajuuden ja pintapuolisen käsittelyn ongelman, mikä koskee nimenomaan lehden esittelyä mediakontekstissa ja Imagen sisällönanalyysin osuutta. Tutkimusongelman tarkempi rajaus olisi myös sallinut varsinaisten tekstien tarkemman ja monipuolisemman tarkastelun. Tässä tutkimuksessa varsinainen tekstien kielellisten piirteiden tarkastelu rajoittuu yhteen - tosin lehdessä silmiinpistävään ominaisuuteen - ironiaan. Ironia osoittautui vaikeaksi kielellisen tutkimuksen kohteeksi mm. ironian tulkinnanvaraisuuden vuoksi.

Imagen vuosikerran sisällönanalyyttinen tarkastelu täydentää ja laajentaa tutkimusta aikakauslehtimedian ja kielellisen analyysiin osalta, mikä on tärkeää kielellisen analyysin jäädessä näin suppeak-

si (vrt. Fairclough 1997: 27).

Kriittinen diskurssianalyyttinen tutkimusote pyrkii tekstianalyysissa kaikkien kielellisten muotojen tai valintojen kuvaukseen, tässä olen valinnut vain ironiseen ilmaukseen liittyvät kielenpiirteet tarkasteltaviksi.Tutkimuksen suunnittelussa osoittautui hyvin konkreettisella tavalla ongelmaksi metodien hajanaisuus ja teoreettisen taustatuen puute - ongelmia, jotka koskevat kriittistä diskurssintutkimusta yleisemminkin (Kress 1990: 93-94).

Imagen toimittajat korostavat persoonallista kirjoitusotetta lehden teossa, siksi eräs kiinnostava tutkimuksen aihe juuri Image-lehden kohdalla olisi selvittää, miten persoonallinen tai subjektiivinen kirjoittamisen tapa konkreettisesti ilmenee teksteissä: miten kirjoittajan minä tulee esille teksteissä, mille kaikille tekstin tasoille subjektiivinen kirjoittamistapa ulottuu, ja missä määrin subjektiivinen kirjoitustapa on todella vakiintunutta kirjoittamiskäytäntöä Imagessa. Tutkimus on perusteltua myös siksi, että subjektiivisuus ja yksilöllisyys ovat sekä uuden journalismin mission että aikamme postmodernien populaaritekstien keskeisimpiä piirteitä. Image-lehdessä olisikin oivallista tutkimusaineistoa myös postmodernien populaaritekstien tutkimuksen virittämiseen.

Myös tyylintutkimuksella saattaisi olla paljon annettavaa tämänkaltaisen aineiston tutkimukselle. Tutkimuksen kohteena voisi olla yksittäisten kirjoittajien tyyli tai yleisesti lehdessä käytetyt tyylilliset ratkaisut. Tyyliseikkojen tutkimusta voisi lähestyä myös tekstien vaikuttamiskeinoja tarkastelemalla - ts. millä keinoin lukijan mielenkiinto herätetään ja lukija houkutellaan tekstien pariin.

Uuden retoriikan perinnettä jatkava argumenttianalyysi (esim. Kakkuri-Knuuttila 1998: *Argumentti ja kritiikki: Lukemisen, keskustelun ja vakuuttelun taidot*) voisi tarjota kiinnostavan lähestymistavan teksteissä käytettyjen perustelujen l. argumenttien tarkasteluun ja arviointiin. Imagen tekstien argumentaation tutkimuksen hyödyllisyyttä perustelen Imagen artikkelien retoriikan monipuolisuudella ja taitavuudella - juuri näiden 'suuriäänisten' tekstien äärellä on hyvä pysähtyä kyselemään, mihin perusteluihin ja taustaoletuksiin tekstin väitteet perustuvat ja mistä syystä.

LÄHTEET

Aineistolähteet:

Aikakauslehti Imagen vuosikerta 1997, numerot 1-8

Aikakauslehti Imagen Mediakortit 1997 ja 1999

APUNEN, MATTI 1997: Silmä ja avaimenreikä. - Image 6/1997: 116-128.

HIILAMO, HEIKKI 1997: Retusoitu mies. - Image 3/1997: 34-41.

IKONEN, HEIKKI 1997: Vihan hedelmät. - Image 6/1997: 64-71.

JOKINEN, HEIKKI 1997: Cohiba on hedonistin haave. - Image 1/1997: 14.

KAITAVUORI, KAIJA 1997: Hyvää kritiikkiä ja silkkaa kyynisyyttä. -Image 3/1997: 6-7.

KARVALA, KAAPPO 1997: Jimi Tenor - Supertähti. - Image 1/1997: 62-63.

LEHTINEN, TUULA 1997: Taiteellisen vapauden leikkikehässä. - Image 3/1997: 6.

LEHTOLA, JYRKI 1997: Nykytaide: puhetta ja pulleroita. - Image 2/1997: 78-82.

SILTALA, JUHA 1997: Luokat palaavat, palaako vallankumous? - Image 3/1997: 50-54.

TAPANINEN, JAAKKO 1995: Image 1985-1995 - Megalomaniaa, jäynää, journalismia ja hyviä juhlia. - Image 5/1995: 88-91.

TAPANINEN, JAAKKO 1997: Gastropolis Lontoo. - Image 4/1997: 84-86.

TOIMINEN, MARJAANA 1997: Sovitus. - Image 8/1997: 110-121.

TURKKA, JUHA 1997: Ultimate Fighting: viihteen viimeinen reuna, Image 5/1997:40-45 .

WILHELMSSON, PUTTE 1997: Kuninkaan kuolema. - Image 6/1997: 102-108.

VÄHÄKYLÄ, LIISA 1997: Moniarvoinen maailma, monenlaista nykytaidetta. - Image 3/1997: 6.

Matti Apusen haastattelu 30.9.1997
Panu Rädyn haastattelu 29.9.1997

Muut lähteet:

Aikakauslehdistö 1997: 1996. Aikakausmedia Oy, Tammer-paino Oy, Tampere.

BARBE, KATHARINA 1993: "Isn't it ironic that": Explicit irony markers. Journal of Pragmatics 20 s. 579-590.

BRUSILA, RIITTA 1997: Realismista fiktioon. Visuaalisuus ja suomalaiset aikakauslehdet. Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos. Acta Universitatis Tamperensis 557. Vammalan Kirjapaino Oy, Vammala.

EGGINS, SUZANNE &MARTIN, J.R. 1997: Genres and Registers of Discourse - van Dijk, Teun A. (toim.) 1997a: Discourse as structure and process - Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction, Volume 1. SAGE Publications . London, Thousand Oaks, New Delhi.

FAIRCLOUGH, NORMAN & WODAK, RUTH 1997: Critical Discourse Analysis (chapter 10, pages 258-284) - teoksessa TEUN, A. VAN DIJK (toim.) 1997b: Discourse as Social Interaction - Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction, Volume 2. SAGE Publications . London, Thousand Oaks, New Delhi.

FAIRCLOUGH, NORMAN 1992: Discourse and Social Change. Cambridge, Polity Press.

FAIRCLOUGH, NORMAN 1997: Viestintä joukkotiedotusvälineissä. - Fairclough Norman, Miten media puhuu (suom.) s. 52-73. Vastapaino, Tampere. (Alkuperäisteos Media Discourse.)

GRICE, H. P. 1975: Logic and Conversation - Teoksessa P. Cole & J. L. Morgan (toim.), Syntax and Semantics 3: Speech acts. Academic Press.New York, 41-58.

HAUG, WOLFGANG FRITZ 1998: Tavaraestetiikka globalisaatiovoimana (suom. Juha Koivisto). - Tiedotustutkimus 4/1998, 21. vuosikerta .

HAVERKATE, HENK 1990: A speech act analysis of irony. Journal of Pragmatics, vol. 14, No 1.

HEIKKINEN, LAURA 1999: Miesten yleislehdet - artikkeli Markkinointi & Mainonta 2/1999, 22.tammikuuta 1999, s. 16-17.

HUOVILA, TAPANI 1995: Uutisvuorokausi - tutkimus medioiden eroista. Hakapaino Oy, Helsinki.

HUTCHEON, LINDA 1994: Irony's Edge. The theory and politics of irony. Routledge. London and New York.

ITKONEN, TERHO 1991: Kieliopas (5.painos). Kirjayhtymä, Helsinki.

KALLIOKOSKI, JYRKI 1995: Johdanto (s. 8-36) - teoksessa KIELI 9: Teksti ja ideologia: Kieli ja valta julkisessa kielenkäytössä (toim. Jyrki Kalliokoski). Helsingin yliopiston suomen kielen laitos, Hakapaino Oy, Helsinki.

KARVONEN, PIRJO 1995: Oppikirjateksti toimintana, SKST 632, Gummerus Kirjapaino Oy, Jyväskylä.

KIVIKURU, ULLA-MAIJA 1996: Vieraita lehtiä. Aikakauslehti ajan ja paikan risteyksessä. Yliopistopaino. Helsinki.

KIVIKURU, ULLA-MAIJA & KUNELIUS, RISTO (toim.) 1998: Viestinnän jäljillä - näkökulmia uuden ajan ilmiöön. WSOY, Juva.

KRESS, GUNTHER 1990: Critical discourse analysis, s. 84-99 - teoksessa Annual Rewiew of Applied Linguistics 11. USA. Cambridge University Press.

KUNELIUS, RISTO 1997: Viestinnän vallassa. Johdatusta joukkoviestinnän kysymyksiin. WSOY. Juva.

KUUTTI, HEIKKI - PURO, JUKKA-PEKKA 1998: Mediasanasto. Atena Kustannus Oy, Jyväskylä.

LEECH, GEOFFREY N. & SHORT, MICHAEL H. 1981: Style in fiction. A linguistic introduction to english fictional prose. English language series, title no 13. Longman. London and New York.

LEIWO, MATTI, LUUKKA, MINNA-RIITTA & NIKULA, TARJA 1992: Pragmatiikan ja retoriikan perusteita. Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen julkaisuja 8. Jyväskylän yliopisto, Viestintätieteiden laitos, Jyväskylä.

LEIWO, MATTI & PIETIKÄINEN, SARI 1996: Kieli vuorovaikutuksen ja vallankäytön välineenä. - Palonen, Kari & Summa, Hilkka (toim.) 1996: Pelkkää retoriikkaa s.85-108. Vastapaino, Tampere.

LUUKKA, MINNA-RIITTA 1995: Puhuttua ja kirjoitettua tiedettä: funktionaalinen ja yhteisöllinen näkökulma tieteen kielen interpersoonallisiin piirteisiin. Jyväskylä Studies in Communication 4. Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto.

LÄHTEENMÄKI, MIKA 1993: Ironian tulkinnan mallintamisesta: Kohti ironian dialogista kuvausmallia. Pro gradu-tutkielma, Jyväskylän yliopisto, Viestintätieteiden laitos, Soveltava kielitiede.

LÄHTEENMÄKI, MIKA 1994: Ironia, relevanssi ja kielen dialogisuus: kaikuteoria ironian selittäjänä. - Virittäjä 1994 nro 3, 98.vuosikerta s. 339-356.

MUECKE, D.C. 1970: Irony. Methuen & Co Ltd. Bristol.

NIEMINEN, MARTTA 1999: Rima korkealla. Helsingin Sanomat 29.8.1999

NORDENSTRENG, KAARLE 1995: Median tehtävät yhteiskunnassa. - Elina Sana (toim.),Tietoopista mediapeliin - journalismin tutkimuksen näkökulmia s. 47-70. WSOY, Juva.

NORDENSTRENG, KAARLE & WIIO, OSMO A. (toim.) 1994: Joukkoviestintä Suomessa. Kolmas, uudistettu laitos. WEILIN+GÖÖS. Porvoo.

PIETILÄ, KAUKO 1981: Journalismin kritiikin mahdollisuuksia - kuusi kirjoitusta vuosilta 1978-1981. Tiedotusopin laitoksen julkaisuja, sarja C1. Tampereen yliopisto, Tampere.

RAHTU, TOINI 1991a: Pahan professorin kaksiteräinen kieli: mikä panee tulkitsemaan tekstin ironiseksi? - Laitinen Lea, Nuolijärvi Pirkko, Saari Mirja (toim.) 1991: Leikkauspiste - kirjoituksia kielestä ja ihmisestä. SKS. Gummeruksen Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

----------1991b: Millainen teksti tulkitaan ironiseksi? - Niemi, J. (toim.): Papers from the Eighteenth Finnish Conference of Linguistics. S. 192-208. Joensuun yliopisto, Joensuu.

RENVALL, MIKA & REUNANEN, ESA 1998: Kaiken pelastava journalistinen ironia: teoria ja käytäntö. - Tiedotustutkimus 3/1998, 21. vuosikerta.

RIDELL, SEIJA 1994: Kaikki tiet vievät genreen - Tutkimusretkiä tiedotusopin ja kirjallisuustieteen rajamaastossa. Tampereen yliopisto, Tiedotusopin laitos. Julkaistu sarjassa A 82/994. Tampereen yliopisto, Jäljennepalvelu, Tampere.

RIDELL, SEIJA 1998: Suuri yleisönmetsästys - Joukkoviestinnän vastaanoton käsitteellistämisestä ja tutkimisesta 1930-luvulta nykypäiviin. - Teoksessa Ullamaija Kivikuru ja Risto Kunelius (toim.) 1998: Viestinnän jäljillä - näkökulmia uuden ajan ilmiöön. WSOY, Juva.

SALOKANGAS, RAIMO 1998: Aikakauslehtiä kansalle. - Teoksessa Tommila, Päiviö & Salokangas, Raimo (toim.) 1998: Sanomia kaikille - Suomen lehdistön historia. Oy Edita Ab, Helsinki.

SALOKANGAS, RAIMO 1998: Aikakauslehdistön levottomat markkinat. - Teoksessa Tommila, Päiviö & Salokangas, Raimo (toim.) 1998: Sanomia kaikille - Suomen lehdistön historia. Oy Edita Ab, Helsinki.

SILTANEN, JUHA 1996: Syvä kiintymys on kestävämpää kuin raju rakkaus. - Aikakauslehti Magazine 3/1996. Aikakausmedia Oy.

SKS= Suomalaisen Kirjallisuuden Seura

SPERBER, IAN & WILSON, DEIRDRE 1986: Relevance. Communication and Cognition. Basil Blackwell. London and Rome.

TOMMILA, PÄIVIÖ 1998: Aikakauslehdistön nousu. - Teoksessa Tommila, Päiviö & Salokangas, Raimo (toim.) 1998: Sanomia kaikille - Suomen lehdistön historia. Oy Edita Ab, Helsinki.

TURTIA, KAARINA (toim.)1995: Mitä, missä, milloin -Sivistys- ja lyhennesanakirja.Kustannusosakeyhtiö Otava. Keuruu.

VAN DIJK, TEUN A. 1997: The Study of Discourse (chapter 1, pages 1-34) - teoksessa van Dijk, Teun A. (toim.) 1997a: Discourse as structure and process - Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction, Volume 1. SAGE Publications . London, Thousand Oaks, New Delhi.

VANHANEN, HANNU (toim.) 1994: Kuvan journalismi. Julkaisija Sanomalehtien Liitto. Forssan Kirjapaino Oy, Forssa.

Vuosikirja '98 (toim. Veikko Ahola) - Vuoden tärkeimmät tapahtumat kuvin ja sanoin (1.9.'96-31.8.'97): 1997. Gummerus Kustannus Oy ja Graface Oy. Jyväskylä, Helsinki.

Vuosikirja '99 (toim. Veikko Ahola) - Vuoden tärkeimmät tapahtumat kuvin ja sanoin (1.9.'97-31.8.'98): 1998. Gummerus Kustannus Oy ja Graface Oy. Jyväskylä, Helsinki.

VÄLIVERRONEN, ESA 1998: Ironia elämänasenteena ja journalismin lajina. - Tiedotustutkimus 3/1998, 21. vuosikerta.

Liite 1. Pitkät juttujen luokittelu vuoden 1997 lehdissä

HENKILÖKUVAT
- Jussi Lähteen menestystarina: *Retusoitu mies*
- tuhopolttajan tarina: *Samuelin tuli*
- narkomaanien vaihtoehtohoidot Suomessa: *Tri Temgesic*
- raelismi - uususkonnot: *Tapaaminen messiaan kanssa*

PITKÄT ARTIKKELIT

Asia-artikkelit
-Kostamuksen kaupungin tarina ja nykytila: *Kaukon kaupunki*
-totuus Yhtyneiden Kuvalehtien juhlahistoriikista: *Julkisivu uusiksi*
-vaihtoehtoliikkeet ja marginaaliryhmät Suomessa: *Maan vihaiset*
-media poliitikkojen imagonrakentajana: *Vihainen kuin tiikeri, avuton kuin koulutyttö*
-elokuvasensuuri: *Jäähyväiset sensuurille*
-naisverkostot ja valta: *Hyvä sisar*
-Viron nuoret johtajat: *Naapurin nuoret ylimykset*
-Venäjän salaiset tiedustelupalvelut: *Lohikäärmeen päät*
-Ultimate Fighting -taistelulajin esittely: *Ultimate Fighting: viihteen viimeinen reuna*
-Vihreän liiton poliittinen historiikki: *Vallan sylikoirat*
-työttömyys: *Vihan hedelmät*
-keskustelua television keskusteluohjelmista: *Elämä yleisönä*
-Nokia Mobile Phones ja Suomen tulevaisuus: *Usko, toivo, Nokia?*
-tautietsivät - epidemioiden tutkijat: *Tappajan jäljillä*
-henkilötiedot tietoyhteiskunnassa: *Kuule, sinua valvotaan*
-tietotekniikan valtaeliitti: *Mikropiirien valtiaat*
-maailman haasteellisin tietokoneohjelma Xanadu: *Utopia nimeltä Xanadu*
-suomalaisten ufokokemuksia: *Ensimmäinen yhteys*
-uususko ja uususkonnot: *Kaikki se uskoo, kaikki se kuluttaa*
-rasistiset vitsit: *Epäkorrektin naurun alkeet*

Elämäntapa-artikkelit
-elämänmuutokset lopettamisen ja aloittamisen näkökulmasta: *Elämme vain kerran*
-uudet menestyksen arvot työelämässä: *Arvon mekin ansaitsemme*
-joutilaisuuden problematiikka: *Laiskuus, oleilun taidetta*
-Pamplonan härkäjuoksu - espanjalainen miehuusrituaali: *Kaksi minuuttia miehuuteen*

Viihteelliset artikkelit
-miehen epäoikeudenmukainen kohtelu tasa-arvon näkökulmasta: *Mies on maailman neekeri*
-nykytaide ja taidekritiikki: *Nykytaide: puhetta ja pulleroita*
-kirja ja kirjallisuus tulevaisuuden yhteiskunnassa: *Kirja 1997: hyväiltävää huusiin*
-muodista: *Kenen joukoissa vaaput?*
-matkalla Turussa: *Se kauppunki täyttys hoirell!*
-suomalaisuus: *80 syytä rakastaa Suomea*

Muoti sekä ruoka- ja juomakulttuuri
-ruokakulttuurista kotimaassa: *Kadonneen maun metsästys*

-viinikulttuurista: *Maassa mantereen tavalla*
-viinan myynti: *Viina vapaaksi ja kansa känniin!*
-ravintolakaupunki Lontoo: *Gastropolis Lontoo*
-Pariisin ravintolat; *Kliseiden tuolla puolen*
-muoti ja pukeutuminen: *Tuulipuku - ikuinen megatrendi*

Kulttuuriaiheiset artikkelit
-Taiteilija Andy Warhol: *Elämä Andy Warholin mukaan*
-pop-taide ja Andy Warhol: *Pinnallinen on syvällistä*
-Warhol ja elokuva: *Warholin tallin julmat leikit*
-menestyvä näytelmä: *Puskateatteria Euroopan eliitille*
-Danny Boyle ja taivaallinen rakkauselokuva: *Oh Boyle!*
-nainen ja legenda: *Chanel - todella upeeta* (viihteellinen)
-Jimi Tenor - Supertähti
-Courtney Love - luonnerooli pornotähtenä

KAUNOKIRJALLISET TEKSTIT
-essee Suomen poliittisten kulissien takana tapahtuneesta: *Suomalainen testamentti*
-matkakertomus Rovaniemen kansainvälistyvästä kaupungista: *Rovaniemen markkinoilla*
-essee jälkiteollisen Suomen jyrkkenevästä luokkajaosta ja kapinasta: *Luokat palaavat, palaako vallankumous?*
-essee muotiguru Gianni Versace: *Kuninkaan kuolema*
-matkakertomus Bangkokin kulttuurista: *Farangina enkelten kaupungissa*
-reportaasi Suomen Oulusta: *Päästä vai joutua Ouluun: kaksinäytöksinen draama*
-Juha Seppälän novelli *Isoisä*
-Kreetta Onkelin novelli *Elämä toisensa kaltainen*

Lehtola, Jyrki 1997: Mies on maailman neekeri (Image 1/1997: 58-60)
Lehtola, Jyrki 1997: Kirja 1997: hyväiltävää huusiin (Image 3/1997: 72-78)
Lehtola, Jyrki 1997: Kenen joukoissa vaaput? (Image 6/1997: 79-84)
Lehtola, Jyrki 1997: Nykytaide: puhetta ja pulleroita (Image 2/1997: 78-82)
Lehtola, Jyrki 1997: Se kauppunkki täyttys hoirell! (Image 7/1997: 108)
Lehtola, Jyrki & Apunen, Matti 1997: 80 syytä rakastaa Suomea (Image 8/1997:71-78))