

**Kansallisaarre vai kauppatavaraa? – Systeemifunktionaalinen ja visuaalinen analyysi luonnon representaatioista kevään 2019 eduskuntavaalimainoksissa**

**Maisterintutkielma  
Noora Ahonen  
Suomen kieli  
Kieli- ja viestintätieteiden laitos,  
Jyväskylän yliopisto  
Syyskuu 2020**



# JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty Humanistinen tiedekunta	Laitos – Department Kielten laitos
Tekijä – Author Noora Ahonen	
Työn nimi – Title Kansallisaarre vai kauppatavaraa? – Systemisfunktionaalinen ja visuaalinen analyysi luonnon representaatioista kevään 2019 eduskuntavaalimainoksissa	
Oppiaine – Subject Suomen kieli	Työn laji – Level Maisterintutkielma
Aika – Month and year Syyskuu 2020	Sivumäärä – Number of pages 71
Tiivistelmä – Abstract	
<p>Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miten luontoa representoidaan kevään 2019 eduskuntavaalimainoksissa. Teema on ajankohtainen IPCC:n (2018) julkaiseman ilmastoraportin myötä kansalaisten halutessa politiikalta vahvempia vastauksia ja ratkaisuja ilmastokysymysten suhteen. Ilmastokysymykseen liittyy Suomessa vahvasti myös maa- ja metsätalouden näkökulma, joten on tärkeää tutkia aihetta laajemmasta luonnon näkökulmasta.</p> <p>Tutkimus pohjautuu merkityksiä rakentavien representaatioiden analyysiin. Analyysi rakentuu kielellisestä ja visuaalisesta aineksesta tehtyihin havaintoihin. Teoriataustana ja analyysimenetelmänä toimivat M.A.K. Hallidayn systeemifunktionaaliseen kieliteoria ja Kressin ja van Leeuwenin visuaalinen kielioppi. Tutkin representaatioita metafunktioiden näkökulmasta tarkastelemalla kielellisessä ja visuaalisessa aineksessa syntyviä prosesseja sekä sanavalintoja ja muita representaatioiden rakentamisen kannalta oleellisia tekijöitä.</p> <p>Tutkimuksen aineisto koostuu seitsemän eduskuntavaalipuolueen videomuotoisesta eduskuntavaalimainoksesta. Tavoitteena on selvittää aineistosta syntyviä representaatioita ja miten ne rakentuvat. Tutkimuskysymykseni ovat: 1) Miten luontoa representoidaan kielellisesti ja visuaalisesti seitsemän puolueen kevään 2019 eduskuntavaalimainoksissa? ja 2) Millaisia luonnon representaatioita syntyy kevään 2019 eduskuntavaalimainoksissa</p> <p>Aineistosta erottuu neljä vahvaa luonnon representaatiota: ilmastonmuutoksen vaikutus luontoon, luonto elinkeinona, luonto äänestämiseen vaikuttavana tekijänä sekä luonto yhteiskunnan vastakohtana. Viimeisimpänä mainittu esiintyy ainoastaan Perussuomalaisten mainoksessa, mutta muut representaatiot esiintyvät useammassa mainoksessa. Lisäksi esiintyy muita mainoskohtaisia representaatioita, jotka käyn läpi mainoskohtaisessa analyysissä. Luonnon representaatio ilmastonmuutoksen kautta voidaan nähdä ominaiseksi ajalleen, sillä ihmiset kokevat sen vaikuttavan äänestämiseen. Luonnon representaatio äänestämiseen vaikuttavan liittyy osittain ilmastonmuutokselliseen representaatioon, mutta osittain elinkeinolliseenkin representaatioon. Elinkeinollinen representaatio tulee esiin maa- ja metsätalouden kautta. Perussuomalaisten mainoksessa esiin tuleva representaatio luonnosta yhteiskunnan vastaisena voidaan nähdä muista mainoksista erottuvana, mutta puolueen viestintätapaan nähden puolueelle ominaisena tapana käsitellä luontoa teemana.</p>	
Asiasanat – Keywords representaatiot, systeemifunktionaalinen kielioppi, visuaalinen kielioppi, luonto, politiikka, mainonta	
Säilytyspaikka – Depository Jyväskylän yliopisto, suomen kielen oppiaine	
Muita tietoja – Additional information	



# SISÄLLYS

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>1</b>
<b>2 TEORIA</b>	<b>4</b>
2.1 Representaatiot	4
2.2 Systemis-funktionaalinen kieliteoria	5
2.3 Visuaalinen kielioppi	7
2.4 Metafunktiot	8
<b>3 AINEISTO JA ANALYYSIMENETELMÄT</b>	<b>11</b>
3.1 Kevään 2019 eduskuntavaalimainokset analyysin kohteena	11
3.2 Systemis-funktionaalinen kieliteoria ja visuaalinen kielioppi tutkimusmetodeina	13
<b>4 LUONNON REPRESENTAATIOIDEN ANALYYSI</b>	<b>19</b>
4.1 Suomen Keskusta – Minä rakastan tätä maata	19
4.2 Vasemmistoliitto – Me olemme suuren päätöksen äärellä	23
4.3 Suomen sosialidemokraattinen Puolue – Ilmastonmuutos täytyy saada aisoihin	30
4.4 Perussuomalaiset – Läpi metsien aina pääkaupunkiin saakka	33
4.5 Kansallinen Kokoomus – Suomeen voi luottaa	39
4.6 Suomen ruotsalainen kansanpuolue – Otetaanko ilmastonmuutos vakavasti?	46
4.7 Vihreät – Näytä luontososi ja äänestä	50
<b>5 LUONNON REPRESENTAATIOIOT</b>	<b>53</b>
5.1 Luonto elinkeinona	53
5.2 Luonto ja ilmastonmuutos	55
5.3 Luonto vastakohtana yhteiskunnalle	58
5.4 Luonto äänestämiseen vaikuttavana tekijänä	60
<b>6 PÄÄTÄNTÖ</b>	<b>64</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>69</b>

# 1 JOHDANTO

Ihminen on monellakin tapaa riippuvainen luonnosta ja sen tarjoamista varoista. Luontoon kohdistuvat uhkakuvat nousivat esiin 1960- ja 1970-lukujen vaihteessa ympäristöherätyksen myötä. Ympäristön merkitys vaihtui muuttumattomasta ja elämää ympäröivästä keskustelun keskipisteeksi ja uhatuksi. Ympäristö politisoitui. (Haila & Jokinen 2001: 9–11.) Tämän jälkeen luonto, luonnon suojelu ja ilmastokysymykset ovat nousseet yhteiskunnallisesti yhä tärkeämpään asemaan. Luonto on merkittävässä asemassa ihmisille niin elämän itsensä kuin myös talouden, virkistäytymisen sekä hengellisyyden kannalta. Ihmisen toiminnan vaikutukset ulottuvat kuitenkin jo 75%:iin maanpinnasta ja 66%:iin merialueista ja uhkaavat ekosysteemejä sekä luonnon monimuotoisuutta ympäri maailmaa (IPBES 2019: 4).

Suomi on tuhansien järvien ja metsien maa ja pinta-alasta jopa 75% on metsää ja 10% sisävesiä (Luke 2019, Maa- ja metsätalousministeriö 2020). Luonto on suomalaisille yksi tärkeimmistä ylpeydenaiheista Suomeen ja suomalaisuuteen liittyen (Suomalaisen työn liitto 2017). Ympäristönsuojelun aate on kuitenkin Suomessa kohtalaisen uusi. Suomeen perustettiin ympäristöministeriö vuonna 1983, kun useissa muissa teollistuneissa maissa oltiin havahduttu asiaan jo kymmenen vuotta aiemmin (Haila & Jokinen 2001: 33). Nykyisin Suomi on ratifioinut Kioton pöytäkirjan ja sitoutunut osana Euroopan unionia Pariisin ilmastopöytäkirjaan. Sopimusten tavoitteena on vähentää päästöjä ja tasapainottaa ihmisen aiheuttamien kasvihuonekaasujen päästöt ja nielut tämän vuosisadan jälkipuoliskoon mennessä. (Ympäristöministeriö 2018, Ympäristöministeriö 2019b.) Luonnonvarojen kulutus on kuitenkin edelleen Suomessa huomattavan korkea jopa verrattuna muihin EU-maihin (Suomen ympäristökeskus SYKE 2017).

Kevään 2019 eduskuntavaaleja voidaan pitää osittain myös ilmastovaaleina. Ympäristöministeriön (2019a: 5) tuottama ilmastobarometri osoitti, että 70% suomalaisista toivoo kevään 2019 eduskuntavaalien jälkeiseltä hallitukselta ilmastomuutosta hillitsevää politiikkaa ja ratkaisua ilmastokriisiin. Ilmasto näkyikin yhtenä vahvimista teemoista vaalimainonnassa. Vaikka kaikki eduskuntapuolueet ovat julkaisseet ilmasto-ohjelman, ovat ohjelmat hyvin eri tasoisia ja puolueet esittävät ilmastotoimien määrästä ja nopeudesta erilaisia arvioita (Elonen & Mikkonen 2019). Voidaankin pitää selvänä, että puolueet suhtautuvat ilmastokysymykseen eri näkökulmista.

Tämän tutkielman tarkoituksena on selvittää, miten kevään 2019 eduskuntavaalimainoksissa kuvataan luontoa. Käsittelen tutkielmassa eduskuntavaaleja varten

luotuja Youtube-videoalustalla julkaistuja mainosvideoita seitsemältä eduskuntapuolueelta, jotka ovat Suomen Keskusta, Kansallinen Kokoomus, Ruotsalainen Kansanpuolue (RKP), Vihreät, Vasemmistoliitto, Perussuomalaiset ja Suomen Sosialidemokraattinen Puolue (SDP). Tutkielmani käsittelee näistä vaalivideoista löytyviä luonnon representaatioita ja miten luonnon representaatiot rakentuvat videoissa kielellisesti ja visuaalisesti. Analysoin kielellistä ainesta tukeutuen M.A.K Hallidayn (Halliday & Matthiessen 2013) systeemis-funktionaaliseen kieliteoriaan ja visuaalista ainesta Kressin ja van Leeuwenin (1996) visuaalisen kieliopin avulla. Tarkoitukseni on selvittää miten luonnon representaatiot rakentuvat videoissa kielellisesti ja visuaalisesti. Tutkimuskysymykseni ovat: 1) Miten luontoa representoidaan kielellisesti ja visuaalisesti seitsemän puolueen kevään 2019 eduskuntavaalimainoksissa? ja 2) Millaisia luonnon representaatioita syntyy kevään 2019 eduskuntavaalimainoksissa? Vastaan tutkimuskysymyksiin analysoimalla mainosten luontoa käsitteleviä kielellisiä ja visuaalisia jaksoja ja erittelemällä mainoksista syntyviä luonnon representaatioita.

Tutkielmaa motivoi halu selvittää, miten luontoa kuvataan poliittisessa mainonnassa keväällä 2019 ilmastonmuutoksen ollessa erittäin ajankohtainen ja toisaalta äänestämisen kannalta tuore mutta vaikuttava puheenaihe. Nykyisellään vaalimainonta on jakautunut useisiin kanaviin aina tienvarsimainonnasta ehdokkaiden omille sosiaalisten medioiden tileille. Vaikka kansanedustajan paikoista kilpailevat yksityiset ehdokkaat, korostaa suhteellinen vaalitapa kuitenkin puolueiden merkitystä. Sosiaalisessa mediassa leviävät videot ovat tapa ilmaista puolueen tärkeimmät teemat äänestäjille, jotka pohtivat ketä äänestäisivät.

Luontoa on tarkasteltu politiikan suhteen Suomessa ja kansainvälisesti eniten yhteiskuntatieteen näkökulmasta. Bruno Latour (2004) käsittelee kirjassaan *Politics of Nature: how to bring the sciences into democracy* politiikan ja luonnon suhdetta. Yrjö Haila ja Pekka Jokinen (2001) ovat toimittaneet ympäristön politisoitumisesta kirjan, jossa käydään läpi ympäristön politisoitumista 1960- ja 70-luvuilta vuosituhaten vaihteeseen. Sakari Siltala (2018) tarkastelee kirjassaan metsäteollisuutta poliittisena voimana sadan vuoden ajalta 1918–2018. Myös vaalimainontaa on tarkasteltu yhteiskuntatieteiden näkökulmasta. Pekka Isotalus ja Eeva Aarnio (2000) ovat toimittaneet vuoden 2000 presidentinvaaleista kirjan, jossa on tarkasteltu vaalimainonnan välittämää kuvaa presidenttiehdokkaista (Hovi-Wasastjerna 2000). Herttaliisa Tuure (2008) on tarkastellut valtio-opin pro gradu -tutkielmassaan kolmen suurimman puolueen vaalimainontaa kevään 2007 eduskuntavaaleissa.

Luontoa on käsitelty viime vuosina diskursiiviselta kannalta suomen kielen pro gradu -tutkielmissa. Ruut Majuri (2016) on tarkastellut tutkielmassaan luonnon diskursiivista rakentumista luontomatkailevustavoilla ja Olli Ruha (2019) on tarkastellut luontodiskursseja

Urho Kekkosen kansallispuiston autiotupien vieraskirjamerkinnoissä 2010-luvulla. Kotimaiseen politiikkaan liittyviä suomen kielen pro gradu -tutkielmia on tehty ainakin kansanedustajien julkisuuskuvasta (Haverinen 2009), maahanmuuttodiskursseista vaalimateriaaleissa (Herneaho 2016) ja vihreyden retoriikasta Kansallisen Kokoomuksen ympäristöpoliittisessa ohjelmassa 2011 (Pohjolainen 2012).

Tämä tutkielma keskittyy luonnon representaatioiden analyysin kevään 2019 eduskuntavaalimainoksista ja tuottaa tietoa mainosten luontoa kuvaavasta sisällöstä. Tutkielman tarkoituksena on esitellä puolueiden vaalivideoissa esiintyviä luonnon representaatioita ja esittää miten representaatiot syntyvät mainosten kielellisestä ja visuaalisesta aineksesta. Vaalimainontaa ja sen teemoja on tärkeää tutkia kielitieteen näkökulmasta. Kieli rakentaa ja välittää kulttuurisia merkityksiä, eli representaatioita mielen konsepteista, ideoista ja tunteista (Hall 1997: 1). Kielitieteen avulla on mahdollista tutkia kielen rakenteita, joista representaatiot syntyvät.

Tutkielmassa on viisi päälukua. Johdannon jälkeen keskityn ensin kuvaamaan työn teoreettiset lähtökohdat. Kolmannessa luvussa esittelen aineiston yleisiä piirteitä ja kuvailen, miten valitsemani teoriatausta toimii myös analyysin työkaluna. Neljännessä luvussa on varsinainen aineiston analyysi jaoteltuna mainoksittain. Viides luku esittelee mainoksista syntyneitä representaatioita. Kuudes pääluku on päätäntö, jossa kokoan tutkielman tärkeimpiä tuloksia, vertaan niitä aiempaan tutkimukseen ja luonnostelen jatkotutkimusideoita.



## 2 TEORIA

### 2.1 Representaatiot

Representaatio tarkoittaa eri aiheista ja niihin liittyvistä toimijoista, toimijoiden välisistä suhteista sekä identiteeteistä rakentuvaa kuvaa. Erilaisia representaatioita voidaan hyödyntää esimerkiksi poliittisessa kielenkäytössä luomalla puolueesta ympäristöystävällistä kuvaa. (Pietikäinen & Mäntynen 2009: 55.) Representaatio yhdistää merkityksen ja kielen kulttuuriin representoimalla eli esittämällä merkityksiä kielellisesti. Representaatioilla voidaan viitata joko oikeaan maailmaan tai kuvitteellisiin objekteihin, ihmisiin tai tapahtumiin ja ne tapahtuvat kulttuurin sisäisesti. Puhutun ja kirjoitetun kielen lisäksi myös kuvat ja merkit osallistuvat representaatioiden luomiseen. (Hall 1997: 15–16.)

Kielen representaatioluonne syntyy eri tavoista esittää asioita ja kielen tavasta mahdollistaa asioiden esittäminen uudelleen hyödyntäen aiempia resursseja luoden kuitenkin samanaikaisesti jotain uutta ja ainutlaatuista. Representaatioiden avulla on mahdollista tarkastella esimerkiksi todellisuuden kuvaamista eri näkökulmista eri keinoin. Representaation käsite mahdollistaa kielen käsittelyn merkityksiä tuottavana. (Pietikäinen & Mäntynen 2009: 56–57.) Visuaalisessa kieliopissa (Kress & van Leeuwen 1996: 6) representaatio nähdään prosessina, jonka tarkoituksena on kuvata objektia tai kokonaisuutta. Prosessin taustalla vaikuttavat representaation tuottajan kulttuurinen, sosiaalinen ja psykologinen tausta sekä mielenkiinnon kohteet.

Representaatioiden luominen on kaksiosainen prosessi. Ensimmäinen representaation prosessi koostuu systeemistä, jossa kaikki objektit, ihmiset ja tapahtumat asetetaan vastaavuussuhteeseen omien mentaalisten representaatioidemme kanssa. Ilman tätä prosessia emme voisi tulkita maailmaa merkityksellisesti. Näitä mielensisäisiä representaatioita Hall nimittää konsepteiksi. Konseptuaaliset kartat ohjaavat merkityksiä ja ovat kulttuurin sisäisesti jaettuina. Ne mahdollistavat kommunikaation ja ymmärtämisen samaan kulttuuriseen ryhmään kuuluvien ihmisten välillä. (Hall 1997: 17–18.)

Representaatioita voidaan luoda siis myös muista kuin fyysisistä asioista. Käytämme fiktiivisten asioiden representaatioiden luomiseen esimerkiksi samanlaisuuden ja erilaisuuden konsepteja. Ne auttavat meitä luomaan suhteita tai eroja eri konseptien välillä sekä järjestelemään, ryhmittelemään ja luokittelemaan konsepteja. Lintu voidaan erottaa lentokoneesta, sillä konseptit järjestellään eri luokitusyhteisöihin. Sekä linnut että lentokoneet lentävät, mutta ainoastaan lentokoneet ovat ihmisen luomia elottomia rakenteita, kun taas linnut

evoluution muovaamia elollisia ja orgaanisia eläimiä. Kieli on toinen representaatioiden luomisen prosessi. Hall käsittää kielen laajasti sisältävän puhutun ja kirjoitetun kielen lisäksi myös esimerkiksi visuaaliset kuvat, ilmeet, eleet ja musiikin. Kieleltä kuitenkin vaaditaan, että sen merkit järjestyvät muiden merkkien kanssa systeemiksi, jonka on mahdollista sisältää ja ilmaista merkityksiä. (Hall 1997: 17–19.)

Representaatioilla on myös valtaa esimerkiksi sen suhteen kuka kuvaa ketä ja missä kontekstissa kuvaus tapahtuu. Valtaa on myös valinnassa näyttää ja jättää näyttämättä. Representaatiot ovat hyvin kontekstisidonnaisia ja saavat merkityksiä kontekstissa aiempaan. (Pietikäinen & Mäntynen 2009: 56–57). Representaatiot eivät ole koskaan täydellisiä, vaan niissä tehdään valintoja sen suhteen, mitä kuvataan tai jätetään kuvaamatta sekä mitä asetetaan etusijalle ja toissijaiseksi (Fairclough 1997: 13).

## 2.2 Systeemis-funktionaalinen kieliteoria

Systeemis-funktionaalinen kieliteoria käsittää kielen sosiaalisena toimintana ja resurssina sekä keskittyy tutkimaan merkityksenantoa ja kielisysteemin toimintatapoja. Teoria ottaa huomioon merkitysten rakentamiseen osallistuvat kielelliset tekijät aina kulttuurikontekstista pienimpiin äänteellisiin resursseihin asti ja rakentaa näin kielestä yhtenäistä mallia, jossa eri kielen tasot linkittyvät toisiinsa ja ovat ymmärrettävissä vain suhteessa toisiinsa. (Luukka 2002: 89–90.)

Kieltä systeemisestä näkökulmasta katsoville lingvisteille on yhteistä kiinnostus kielestä sosiaalisena semiotiikkana eli miten ihmiset käyttävät kieltä toistensa kanssa jokapäiväisessä elämässä. Tämä lähestymistapa voidaan jakaa neljään teoreettiseen väitteeseen kielestä: 1) kielenkäyttö on funktionaalista, 2) kielen funktio on luoda merkityksiä, 3) merkityksiä muokkaa se sosiaalinen ja kulttuurinen konteksti, jossa niitä luodaan ja 4) kielenkäyttö on semioottinen prosessi, jossa merkityksiä luodaan valintojen avulla. (Eggins 2004: 3.) Kielen keskeisenä tehtävänä nähdään merkitysten rakentaminen ja teorian keskiössä ovat kielen sosiaalisuus, funktionaalisuus, systeemisyys, semioottisuus ja kontekstuaalisuus (Luukka 2002: 90). Teorian nimen alkuosa pohjautuu *systeemin* käsitteeseen ja kuvaa sitä ”vaihtoehtojen joukkoa”, josta kielenkäyttäjät tekevät valinnat tilanteisesti. (Luukka 2002: 98.)

Systeemis-funktionaalinen kieliteoria koostuu siis *kontekstista*, *tekstistä* ja kielen *systeemistä* ja kuvaa näin kielen merkitystä osana sosiaalista toimintaa (Luukka 2002: 90). Kykymme johtaa konteksti tekstistä, eli ennustaa milloin ja miten kielenkäyttö vaihtelee, sekä ymmärtää kielen monimerkityksellisyyttä jopa erillään kontekstista tarjoaa todisteita siitä, että on tärkeää keskittyä tarkastelemaan kielenkäyttöä kontekstissaan. Näin päästään ymmärtämään

paremmin, miten myös konteksti vaikuttaa kieleen. Tärkeitä kysymyksiä ovat: 1) Mitkä kontekstin ulottuvuudet ovat tärkeitä kielenkäytön kannalta? ja 2) Mitkä kielen osaset näyttäisivät ottavan vaikutteita tietyistä kontekstin osasista? (Eggins 2004: 9.) Halliday näkee tärkeänä, että kielioppi ja kielentutkimus hakevat merkityksensä ympärillä olevasta maailmasta, eli kielestä, merkityksenannosta, teksteistä, kielen omaksumisesta ja oppimisesta (Luukka 2002: 92). Voidaan siis huomata, että kontekstin merkitys korostuu systeemis-funktionaalisisessa kieliteoriassa.

Koska yksikään teksti ei ole irrallinen kontekstista, ei se voi myöskään olla irrallinen ideologiasta. Kieltä käytetään tiettyjen asemien (*position*) ja arvojen koodaamiseen. Monien kielenkäyttäjien voi kuitenkin olla vaikeaa huomata näitä ideologioita teksteistä. Sen sijaan he lukevat tekstit luonnollisina, vääjäämättöminä representaatioina todellisuudesta. On tärkeää, että tekstien lukijoiden taitoja kehitetään erottamaan teksteistä niihin koodatut ideologiset asemat, jotta näitä asemia voidaan myös vastustaa ja haastaa. Tämän takia on tärkeää esittää, miten kieli ei vain representoi, vaan myös aktiivisesti rakentaa näkemystämme maailmasta. (Eggins 2004: 11.) Kieli ei ole itsenäinen systeemi, vaan riippuvainen yhteisöstä, jossa sitä käytetään. Kieli kehittyy yhteisön tarpeiden mukaan ja on riippuvainen tilanteesta, jossa sitä käytetään. (Luukka 2002: 93.)

Systeemis-funktionaalisen teorian taustalla vaikuttaa John R. Firthin kehittämä kielen ja kontekstin välisen systemaattisen kuvauksen täsmentyminen. Firthille tärkeää oli kuvata niitä käsitteitä ja kategorioita, joiden avulla kieli linkittyy kulttuurikontekstiin. Hän täsmensi, että kieltä tulee tutkia osana *sosiaalisia prosesseja*, jolloin huomioidaan merkityksien rakentuminen myös tiiviissä yhteydessä kielenkäyttäjiin ja kielenkäytön konteksteihin eikä ainoastaan kielellisessä kontekstissa, eli esimerkiksi sanoissa ja äänneissä. (Luukka 2002: 95–96.)

Systeemis-funktionaalinen kieliteoria keskittyy tutkimaan *systeemisyyden* periaatteen mukaan kieltä ja merkityksenantoa *valintojen ja vaihtoehtojen näkökulmasta*. Tätä mahdollisten valintojen joukkoa kutsutaan *merkityspotentiaaliksi*, johon ihmiset kieltä käyttäessään myös tukeutuvat ja jota he käyttävät merkityksiä ilmaistessaan, sekä kielellisiä tekoja tehdessään. Merkityspotentiaali muotoutuu sosiaalisesti eikä myöskään näin ole pysyvä tai ennalta määritelty, vaan ”avoin ja muuntuva semioottinen systeemi”. Merkityspotentiaali mahdollistaa ihmisten tekemät erilaiset kielelliset valinnat, mutta myös samanaikaisesti rajoittaa kielellisiä valintoja ja mahdollisuutta ymmärtää ilmaistua sekä hahmottaa maailmaa. Kielen systeemissä on kolme tasoa (*strata*): 1) *merkitys* (semantiikka), *kielioppi* (leksikko) ja *ilmaisu* (fonologia ja grafeemit). Tasot eivät ole erillisiä, vaan rajat ovat läpinäkyviä ja eri tasot ovat realisaatiosuhteessa toisiinsa. Esimerkiksi metafunktiot ovat läsnä kaikilla kolmella

systemin tasolla ja niiden ”rakentumista palvelevat niin semanttiset, kieliopilliset kuin fonologisetkin kielen resurssit”. (Luukka 2002: 104–105.)

Merkitykset luodaan usein lausetta isommissa yksiköissä, sillä tekstin ymmärtäminen on vaikeaa yksittäisen lauseen perusteella ja esimerkiksi ongelman osoittamisen ja mahdollisten ratkaisuiden esittäminen yhdessä virkkeessä on käytännössä mahdotonta. (Eggins 2004: 5.) Tämä ajatus perustuu Malinowskin ajatteluun, jossa keskeisintä on idea *tekstistä* kielenkäytön *perusyksikkönä*. Kieli ei siis ole ainoastaan lauseiden joukko, vaan se realisoituu teksteissä, jotka esiintyvät kulttuurisissa konteksteissaan. Kieltä ei ymmärretä eikä käytetä kuin konteksteissaan, joihin luetaan niin kielellinen kuin ei-kielellinen ympäristö. (Luukka 2002: 94.) Esimerkiksi käytetty sanasto vaikuttaa tekstistä syntyvään vaikutelmaan, eli lukijan tulkitsemaan merkitykseen. Lukija voi jo pelkästään tekstin lukemalla päätellä paljon sen lähteestä ja tämän takia voidaan päätellä, että tekstissä on myös konteksti, johon se liittyy. (Eggins 2004: 7.)

### 2.3 Visuaalinen kielioppi

*Visuaalinen kielioppi* (the grammar of visual design) on Gunther Kressin ja Theo van Leeuwenin (1996: 1–2) kehittämä termi, joka kuvaa sitä, miten esitettävät ihmiset, paikat ja asiat yhdistyvät visuaalisiksi kokonaisuuksiksi. Visuaaliset rakenteet luovat merkityksiä kielellisten rakenteiden tapaan mutta eri keinoin. Jos merkitykset luodaan kielellisesti tekemällä valintoja esimerkiksi eri sanaluokkien välillä, voidaan merkityksiä luoda visuaalisesti tekemällä valintoja esimerkiksi eri värien välillä.

*Visuaalinen kielioppi* pohjautuu alkujaan Prahan koulukuntaan 1930- ja 1940-luvuille, jolloin tutkimuksen kohteena olivat esimerkiksi taiteen tutkimus, teatteri, elokuva ja puvustus. Prahan koulukuntaa seurasi 1960- ja 1970-lukujen Pariisin koulukunta, joka sovelsi muun muassa de Saussuren ja muiden lingvistien ideoita, valokuvausta, muotia, elokuvaa, musiikkia ja sarjakuvaa. Kolmas *visuaalisen kieliopin* kehittymiseen vaikuttanut suuntaus lähti liikkeelle Australiasta. Michael Hallidayn *sosiaalinen semiotiikka* inspiroi erilaisten semioottisten moodien, kuten kirjallisuuden, visuaalisen ja musiikin tutkimusta. (Kress & van Leeuwen 1996: 5.)

Visuaalinen kielioppi pohjaa semiotiikkaan keskittyen merkkeihin ja merkitysten luomiseen. Viestijöinä toimivat ihmiset rakentavat merkityksiä ja representaatioita prosesseina. Prosessien taustalla vaikuttavat viestijän kulttuurinen, sosiaalinen ja psykologinen tausta sekä konteksti, jossa viesti luodaan. Viestin taustalla on merkitys, jonka viestijä tuottaa hänen

mielestään sopivan semioottisen moodin kautta. Tämä erottaa visuaalisen kieliopin kielentutkimuksesta. Merkitysten tuottamiseen käytetyt merkit toimivat visuaalisessa kieliopissa melko itsenäisinä tuotettaviin merkityksiin nähden, kun taas kielen käyttö pohjaa pitkälti yhteisesti sovittuihin merkkeihin, joilla merkityksiä tuotetaan. (Kress & van Leeuwen 1996: 5–7.)

Myös kieli voi kuitenkin olla multimodaalista. Puhuttu kieli sisältää kielen lisäksi myös visuaalisia moodeja, kuten ilmeet ja eleet. Kirjoitettuun kieleen taas vaikuttaa esimerkiksi materiaali, jolle kirjoitetaan. Representaatioita rakennetaan useampien moodien kautta, joista jokaisella on erilainen mahdollisuus rakentaa merkityksiä kokonaisuudessa. Erilaiset moodit toimivat representaatioita rakentaessaan interaktiivisesti yhdessä. (Kress & van Leeuwen 1996: 39.) Tämän takia multimodaalisia tekstejä tutkittaessa on tärkeää analysoida tekstin lisäksi myös muita merkityksiä tuottavia semioottisia moodeja.

## 2.4 Metafunktiot

Metafunktiot jäsentävät funktionaalista kielenkäyttöä ja ryhmittyvät kielenkäytön saamien merkitysten mukaan (Shore 2012: 145–146). Systemis-funktionaalisen kieliteorian kolme metafunktiota ovat *ideationaalinen*, *interpersoonainen* ja *tekstuaalinen* metafunktio. Ideationaalinen funktio käsittelee maailman hahmottamista. Ideationaalisten resurssien avulla puhujat jäsentävät, nimeävät, luokittelevat ja kuvaavat maailmaa sellaisena kuin he sen kokevat ja havaitsevat. Ideationaalinen metafunktio on jaettavissa kahteen alaluokkaan: kokemukselliseen (*eksperientaaliseen*) ja loogiseen merkitykseen. Kokemuksellinen merkitys ilmentää kielen varsinaista sisältöä ja looginen asioiden välisiä suhteita. Interpersoonainen funktio käsittelee maailmaan osallistumista, vuorovaikutussuhteiden ylläpitämistä sekä mielipiteiden, tunteiden, asenteiden ja arviointien ilmaisemista. Interpersoonainen funktio tekee mahdolliseksi ilmaista rooleja ja kattaa kielenkäytön sosiaalisena yhdessäolona ja itseilmaisuna. Tekstuaalinen metafunktio käsittää sekä puhuttujen että kirjoitettujen tekstien koherenssin ja tekstin rakenteen syntymisen. Näin syntyvät yhtenäiset tekstit erotettuina satunnaisista virkejonoista. Metafunktiot jakavat siis kielisysteemin kolmeen osa-alueeseen, jotka kuitenkin ovat toisistaan riippuvaisia ja toimivat teksteissä yhdessä ja samanaikaisesti (Luukka 2002: 102–103.)

Ideationaalisen metafunktion alle sijoittuvalla eksperientaalisella metafunktiolla viitataan tapahtumia, toimintoja ja tiloja sekä niihin liittyviä olioita ja olosuhteita jäsentävään kielenkäyttöön. Eksperientaalisen metafunktion kannalta oleellisia ovat etenkin tekstin

prosessityypit, jotka voidaan jakaa materiaalisiin, mentaalisiin sekä kommunikaatio- ja suhdeprosessityyppeihin. (Shore 2012: 163–165.) Materiaaliset prosessityypit konstruoivat tekoja ja tapahtumia. Materiaalisiin prosessityyppeihin lasketaan transitiiviset ja intransitiiviset lauseet, jotka ilmaisevat tiettyyn kohteeseen vaikuttavia materiaalisia tapahtumia ja tekoja. Transitiivisista lauseista voidaan erottaa toimija, toiminnan prosessi ja toiminnan kohde eli objekti, intransitiivisista lauseista taas toimija ja prosessi. (Shore 2012: 164–165; Halliday & Matthiessen 2013: 226.)

Materiaalisista prosessityypeistä voidaan erottaa verbaalinen ja mentaalinen prosessityyppi, sillä niiden toiminta ei saa materiaalista lopputulosta eikä näillä prosesseilla ole vaikutusta kohteeseen. Mentaaliset prosessit liittyvät sisäiseen käsityksemme maailmasta ja ne koostuvat kokijasta ja aistittavasta. Mentaaliset verbit voidaan edelleen jakaa esimerkiksi tunnetta, havaintoa ja tiedontilaa ilmaiseviin. (Shore 2012: 164–165; Halliday & Matthiessen 2013: 245, 249.)

Kolmas kategoria on suhdeprosessityyppi, joka kuvaa kahden olion tai olion ja olosuhteen välistä suhdetta. Suhdetta kuvataan joko *olla*-verbin tai vastaavan suhdetta konstruoivan verbin avulla. Suhdeprosessityypistä on erotettavissa esimerkiksi luonnehtiva ja identifioiva lause, joita erottaa subjektin ja predikatiivin mahdollinen käänteisyys. Lisäksi suhdeprosessityyppeihin lasketaan olosuhteista kertovat prosessit, jotka ilmaisevat sijoittumista paikkaan tai tilaan. Suhdeprosessit merkitsevät erityisesti olemista verrattuna materiaalisiin prosesseihin tekemistä merkitsevinä ja mentaalisiin prosesseihin aistimista merkitsevinä. (Shore 2012: 165; Halliday & Matthiessen 2013: 259.) Prosessityypit eivät ole täysin tarkkoja, vaan osalla lauseista voi olla piirteitä useammasta kuin yhdestä kategoriasta. Toisaalta Hallidayn esittelemät prosessityypit on luotu käsittämään englanninkielisiä lauseita, jolloin niitä on tarpeen myös soveltaa suomen kieltä analysoitaessa. (Shore 2012: 166.)

Systemis-funktionaalisen kieliteorian mukaisesti myös Kress ja van Leeuwen (1996: 13) tiedostavat merkitysten tuottamisen funktiot. Visuaalinen kommunikaatio on aina koodattua ja luo näin ollen merkityksiä (Kress & van Leeuwen 1996: 32). Visuaalisen aineksen luomia merkityksiä voidaan tekstien tapaan tarkastella Hallidayn (Halliday & Matthiessen 2013) systemis-funktionaalisen teorian metafunktioiden avulla. Ideationaalisen funktion avulla representoidaan ympäröivää ja sisäistä maailmaa ja interpersoonaisen funktion avulla toteutetaan sosiaalista vuorovaikutusta sosiaalisina suhteina, eli tuodaan itsensä osaksi sosiaalista ympäristöä. Kress ja van Leeuwen (1996: 40–41) huomioivat visuaalisessa kieliopissaan metafunktioiden olemassaolon myös muiden kielenulkoisten semioottisten moodien yhteydessä.

Ideationaalisen metafunktion avulla on visuaalisen aineksen analyysissä mahdollista analysoida visuaalisia objekteja ja niiden välisiä suhteita. Suhteita voidaan kuvata visuaalisesti esimerkiksi vektorien tai luokittelun avulla. Ideationaalinen metafunktio korostaa osanottajien merkitystä ja kuvien narratiivisuutta. Vektorit, jotka näkyvät kuvissa yksinkertaisimmillaan kohdetta osoittavina nuolina kuvaavat toiminnan prosessia toimijasta toiminnan kohteeseen. Toiminta voi näkyä myös esimerkiksi katseen kohdistumisena tai puhekuplina sarjakuvissa. (Kress & van Leeuwen 1996: 40–41, 46, 49, 64, 67.) Prosesseja analysoimalla on mahdollista tarkastella kuvista syntyviä representaatioita toimijoista, itse toiminnasta, toiminnan välineistä ja toiminnan kohteista.

Interpersoonaisen metafunktion avulla pystytään visuaalisesta aineksesta tarkastelemaan tuottajan, katsojan ja representoidun objektin välistä sosiaalista suhdetta. Tämä suhde voi esiintyä esimerkiksi kuvattavan katseen kohdistuessa katsojaan tai pois katsojasta, jolloin suhde kuvattavan ja katsojan välille joko luodaan tai jätetään luomatta. Esimerkiksi katse tai katsojaa osoittava sormi tekee katsojasta osallisen kuvan prosessiin. Jos kuva ei sisällä ihmistä tai ihmismäistä toimijaa, jonka katse kohdistuu katsojaan, ei katsojaa osallistavaa prosessia synny, jolloin katsoja jää tarkkailijan rooliin ja kuva toimii tarkastelun kohteena ja informaation lähteenä persoonattomasti. Interpersoonaiseen metafunktioon liittyy myös esimerkiksi kuvan rajaus ja perspektiivi. (Kress & van Leeuwen 1996: 40–41, 123–124, 130, 135.)

Tekstuaalinen metafunktio näkyy visuaalisesti etenkin asettelussa. Erilaisten sommitelmien avulla on mahdollista muodostaa erilaisia tekstuaalisia merkityksiä. Kuvan merkitys kokonaisuudessaan syntyy tekstuaalisen metafunktion avulla ja sitä voidaan käyttää analysoimaan representoitujen ja prosessien yhteyttä kuvassa. Tätä eri osien sijoittumista kuvaan kutsutaan sommitteluksi ja sen tärkeimmät systeemit ovat informaatioarvo, huomattavuus sekä kehysteisyys. Informaatioarvo syntyy representoitujen sijoittumisesta kuvaan vasemmalle tai oikealle, ylös tai alas sekä keskelle tai marginaaliin. Huomattavuus syntyy siitä, mihin katsojan huomiota ohjataan esimerkiksi kuvan etu- tai takakenttään sijoittamisen, koon tai kontrastin avulla. Kehysteisyys tarkoittaa sitä, miten kuvan sisäiset kehykset, kuten kuvaa rikkovat suorat viivat merkitsevät mitkä osat kuuluvat ja eivät kuulu yhteen. (Kress & van Leeuwen 1996: 40–41, 181, 183.)

## **3 AINEISTO JA ANALYYSIMENETELMÄT**

### **3.1 Kevään 2019 eduskuntavaalimainokset analyysin kohteena**

Tarkastelen tutkielmassani seitsemää kevään 2019 eduskuntavaaleja varten tehtyä mainosta. Mainokset on julkaistu YouTube-videojulkaisualustalla 26.1.–4.4.2019 välisenä aikana ja ne ovat pituudeltaan 0:40–6:40 minuuttia pitkiä. Kaikissa mainoksissa käsitellään puolueiden eduskuntavaaliteemoja ja luonto esiintyy kaikissa mainoksissa yhtenä teemana. Osassa mainoksista pääosassa on kielellinen aines ja osassa taas visuaalinen aines. Olen päätenyt valitsemaan tämän aineiston, sillä nämä kevään 2019 eduskuntavaaleihin osallistuvat puolueet ovat julkaisseet videomuotoiset puolueen eduskuntavaaliteemoja käsittelevät mainosvideot. Kaikissa valitsemisani videoissa on myös kuvattu luontoa sekä kielellisessä että visuaalisessa aineksessa.

YouTube on julkinen videojulkaisualusta, johon rekisteröityneet käyttäjät voivat ladata videoita ja jonka kautta katsojat voivat toistaa sinne ladattuja videoita. YouTubessa on videosivulla myös kommentointimahdollisuus, jos videon lataaja ei ole ottanut sitä pois käytöstä. Videon yhteydessä näkyvät myös videolle annettu nimi, videon saamat näyttökerrat, latauspäivämäärä, videon lataaja, lataajan kanavan tilaajat, lataajan videolle antama kuvaus sekä videon saamat ylä- ja alapeukalot, eli miten paljon videosta on tykätty tai oltu tykkäämättä. Käsitelen analyysissäni kuitenkin ainoastaan videoiden sisältämää ainesta, sillä en koe esimerkiksi videoiden kuvausten luovan lisämerkityksiä videoiden sisältöön, sillä videoita on voitu esittää myös tästä kontekstista erillään. Lisäksi videoiden kielellisessä ja visuaalisessa sisällössä riittää tarpeeksi analysoitavaa ainesta maisterintutkielmaa varten. Tärkeää julkaisualustan kontekstissa on kuitenkin videoiden lataajat, jotka ovat käsittelemieni eduskuntapuolueiden viralliset YouTube-kanavat. Näin ollen voidaan olettaa, että videot ovat puolueiden virallisia eduskuntavaalimainosvideoita eikä niitä ole esimerkiksi muokattu alkuperäisestä asustaan.

Analysoin mainoksista sekä kielellistä että visuaalista ainesta. Kielellisen aineksen suhteen käsitelen sekä puhuttua kielellistä ainesta tekemieni litteraatioiden perusteella, että kirjoitettua ainesta, kuten tekstityksiä tai ruudulla näkyviä kirjoitettuja tekstejä. Erottelen puhutun ja kirjoitetun aineksen sekä edelleen tekstitykset toisistaan siten, että puhuttu aines on kirjoitettu ilman muotoiluja, kirjoitettu aines on alleviivattu ja tekstitykset on alleviivauksen lisäksi kursivoitu. Mainosten visuaalista ainesta analysoin videoilta otetuista still-kuvista. Tämä mahdollistaa esimerkiksi kuvien asettelun, värien ja toimijoiden tarkan analyysin, mutta



toisaalta esimerkiksi liike jää tällöin huomaamatta analyysissä. Olen tehnyt tämän rajauksen, jotta analyysi pysyisi sopivana tutkielman kokoon ja tarkkuuteen nähden, mutta on hyvä huomata, että tällöin osa videon aineksesta ja etenkin videoille tyypillinen liike ja dynaamisuus jäävät analysoimatta, jolloin myös osa merkityksistä voi jäädä huomaamatta.

Keskustan video on muodoltaan musiikkivideon tyylinen (Suomen Keskusta 2019). Videon kielellinen aines on laulettu, jonka olen litteroinut analyysia varten. Vaikka lauluissa myös sävelvaihteluilla voi olla merkityksen kannalta painoarvoa, olen tässä tutkielmassa päättänyt jättää muut kuin kielelliset ja visuaaliset merkitykset huomiotta, jotta analyysi pysyisi tutkielman kokoon verrattuna tarpeeksi rajattuna. On kuitenkin tarpeen huomata, että osa merkityksistä saattaa jäädä huomaamatta tämän rajauksen takia. Visuaalinen aines koostuu henkilöiden lähikuvista ja taustakuvista henkilökuvien taustalla, jotka molemmat ovat dynaamisia ja liikkuvia. Lisäksi videon lopulla nähdään teksti Suomen arvoisia tekoja, keskustan logo, sekä teksti Keskusta kuvan oikealla puolella.

Kokoomuksen (2019) video koostuu erilaisista videopätkistä, joista osa on vanhoja mustavalko- tai värifilmejä ja osa uudempia digivideoita. Videolla on myös käytetty mustavalko- ja värielokuvia. Video on tekstitetty, mutta tekstitys on täsmällinen puhutun kielellisen aineksen kanssa, joten käytän analyysissä aineksena tekstitettyä kieltä. Videon lopulla olevan kuvan oikeassa yläalaidassa on teksti Petteri Orpo, jonka alapuolella lukee tarkennus Kokoomuksen puheenjohtaja. Tämän jälkeen kuva vaihtuu ja ruudun keskelle ilmestyy teksti KOKOOMUS, jonka alla lukee puolestaan Luotamme Suomeen.

Suomen ruotsalaisen kansanpuolueen (sfprkp 2019) vaalivideossa kuvataan henkilöitä erilaisissa ympäristöissä. Leikkaukset ovat nopeita ja videolla esiintyviä hahmoja ovat lapsi, mies työpaikallaan, nuorempi nainen vanhemman naisen kanssa sekä äidistä, isästä ja lapsesta koostuva perhe. Videolla kuullaan kertoja, joka puhuu videon kielellisen sisällön, jonka olen litteroinut. Videon lopulla kuvataan myös naista avarassa käytävässä ja lopuksi ruutuun ilmestyy keskelle tekstit SFP ja RKP, joiden keskelle on sijoitettu leppäkerttu.

Vihreiden (Vihreat 2019) vaalivideossa kuvataan tarina lapsen matkasta koulusta kotiin. Teemat esitellään kuvan keskiosaan ilmestyvien tekstien avulla ja lopussa kuullaan miehen äänen sanovan ”Valinta on sinun. Näytä luontosi ja äänestä vihreitä”. Lähes sama teksti nähdään myös kuvassa kirjoitettuna: Eduskuntavaalit 14.4.2019, jonka alla teksti NÄYTÄ LUONTOSI JA ÄÄNESTÄ. Alimpana on vihreään laatikkoon sijoitettuna teksti Vihreät De Gröna.

Vasemmistoliiton (2019) vaalivideon tekstitetty ja puhuttu aines on tehty kirjeen muotoon. Videon kertojana toimii Li Andersson, joka nähdään kirjoittamassa kirjettä, sekä viisi

muuta henkilöä, jotka puhuvat osioittain. Puhuttu kielellinen aines eroaa tekstitetystä kielellisestä aineksesta toisin kuin Kokoomuksen vaalivideossa. Puhutussa kielessä esiintyy puhekielisyyskäsitteitä, esimerkiksi tekstitetty sana *päiväkodissa* on puhutussa kielellisessä aineksessa ”tarhassa”, minkä lisäksi osa tekstitetyn aineksen sanoista joko puuttuu puhutusta aineksesta tai on eri muodossa kuin tekstitettyssä aineksessa. Esimerkiksi tekstitetty ilmaisu *rahan puutteeseen* on puhutussa aineksessa ”rahan puutteen takia”. Erot puhutun ja tekstitetyn aineksen välillä eivät ole suuria ja esimerkiksi lauserakenteet ovat yhtäläisiä, ilmaisujenkin erotessa toisistaan vain harvoissa tapauksissa. Luontoa käsittelevässä jaksossa eroja puhutun ja tekstitetyn kielen välillä ei ole juuri ollenkaan. Käsittelen analyysissä tekstitettyä kieltä, sillä en koe, että sen ja puhutun kielen välillä on isoa eroa. Videon lopussa ruutuun ilmestyy teksti 14.4., jonka alla lukee #SINÄPÄÄTÄT ja tämän alla sijaitsee vielä vasemmistoliiton logo ja teksti vasemmisto.

Perussuomalaisten (Verkkomedia Perussuomalaiset 2019) video on tehty lyhytelokuvan muotoon ja yhdistää etenkin sadullisia, sarjakuvamaisia ja elokuvallisia keinoja tarinankerronnassaan sekä kielellisesti että visuaalisesti. Kielellinen aines koostuu puhutusta kielestä, mutta osassa ruuduista voidaan nähdä myös sarjakuvamaisia puhekuuplia. Käsittelen mainoksesta puhuttua kieltä, jonka olen litteroinut. Muiden videoiden tapaan viimeisessä ruudussa nähdään puolueen logo.

SDP:n (Sosialidemokraatit SDP 2019) mainoksessa kuvataan eri ikäisiä henkilöitä bussipysäkillä. Kielellinen aines koostuu eri henkilöiden puhumista lyhyistä lausahduksista, jotka olen litteroinut. Videon lopussa nähdään visuaalisena SDP:n logo sekä kuvasta poistuvan bussin takaosassa että keskellä ruutua.

### **3.2 Systemis-funktionaalinen kieliteoria ja visuaalinen kielioppi tutkimusmetodeina**

Representaatiot toteutuvat Faircloughin (1997: 143) mukaan teksteissä lausetasolla tai lausekokonaisuuksissa. Tärkeää representaatioiden kannalta on etenkin sanasto sekä toiminta- ja osallistujatyypit. Systemis-funktionaalinen kieliteoria on kehittäjänsä Hallidayn mukaan *käytännönläheinen*. Teoria on kehittynyt nimenomaan kielenkäytön analyysin pohjalta, jolloin se toimii teoriapohjan lisäksi hyvin myös analyysimenetelmänä (Luukka 2002: 89). Hallidayn tapaan myös Kress ja van Leeuwen ovat pyrkineet luomaan visuaalisesta kieliopista mahdollisimman käytännönläheisen ja kuvailevan. (Kress & van Leeuwen 1996: 12.)

Tarkastelen analyysissä erikseen kielellistä ainesta, jolla tarkoitan puhuttua ja kirjoitettua kieltä, sekä visuaalista ainesta, eli mainoksista otettuja still-kuvia. Tarkastelen kielellisestä aineksesta sanavalintoja ja prosessityyppejä, eli lauseen predikaattiverbiä ja siihen kuuluvia välttämättömiä lauseenjäseniä. Prosessityypit voidaan jakaa materiaalisiin, mentaaliin ja suhdeprosessityyppeihin. Materiaaliset prosessit kuvaavat transitiivisesti kohteeseen tai tulokseen vaikuttavaa tai intransitiivisesti ilman kohdetta tai tulosta tapahtuvaa toimintaa tai tekoa. Mentaaliset prosessit konstruoivat ihmisen tietoisuutta, eli kuvaavat esimerkiksi ajattelua, tuntemista ja aistitoimintaa. Mentaaliset prosessit erottuvat materiaalisista siinä, etteivät ne kohdistu kohteeseen tai vaikuta kohteeseen. Suhdeprosessit konstruoivat yleensä *olla*-verbin avulla olion ja toisen olion tai olosuhteen välistä suhdetta. (Shore 2012: 164–165.)

Transitiivisia materiaalisia prosessiverbejä ovat esimerkiksi valmistus- ja käsittelyverbit, siirtämis- ja asettamisverbit sekä yhteisöllisiin toimintoihin liittyvät verbit (VISK § 461). ”Poika kutoi huivin” on transitiivinen materiaallinen prosessi, jonka toimijana on *poika*, prosessina *kutoa* ja kohteena *huivi*. Osa transitiivisista verbeistä voi kuitenkin esiintyä transitiivilauseiden lisäksi myös yksipaikkaisina intransitiivilauseen muodossa, niin myös *kutoa* (VISK § 460). Lause ”Poika kutoi ahkerasti” ei saa lopputulosta, jolloin se esiintyy lauseessa intransitiivin muotoisena. Mentaaliset verbit voivat esiintyä transitiivisesti, mutta prosessilla ei ole vaikutusta kohteeseensa, vaan se kuvaa ainoastaan subjektin havaintoa, kuten lauseessa ”Minä näen sinut” (Shore 2012: 164–165). Suhdeprosesseista voidaan erottaa luonnehtiva suhdeprosessi, joka konstruoii suhteen subjektin ja predikaatiivin välille. Identifioiva lause samaistaa kaksi oliota tai olosuhdetta, jolloin subjektin ja predikaatiivin raja ei ole täysin selvä. Lisäksi suhdeprosesseihin lasketaan esimerkiksi olion paikkaan tai tilaan sijoittumista ilmaisevat prosessit sekä omistamista ilmaisevat prosessit. (Shore 2012: 165.)

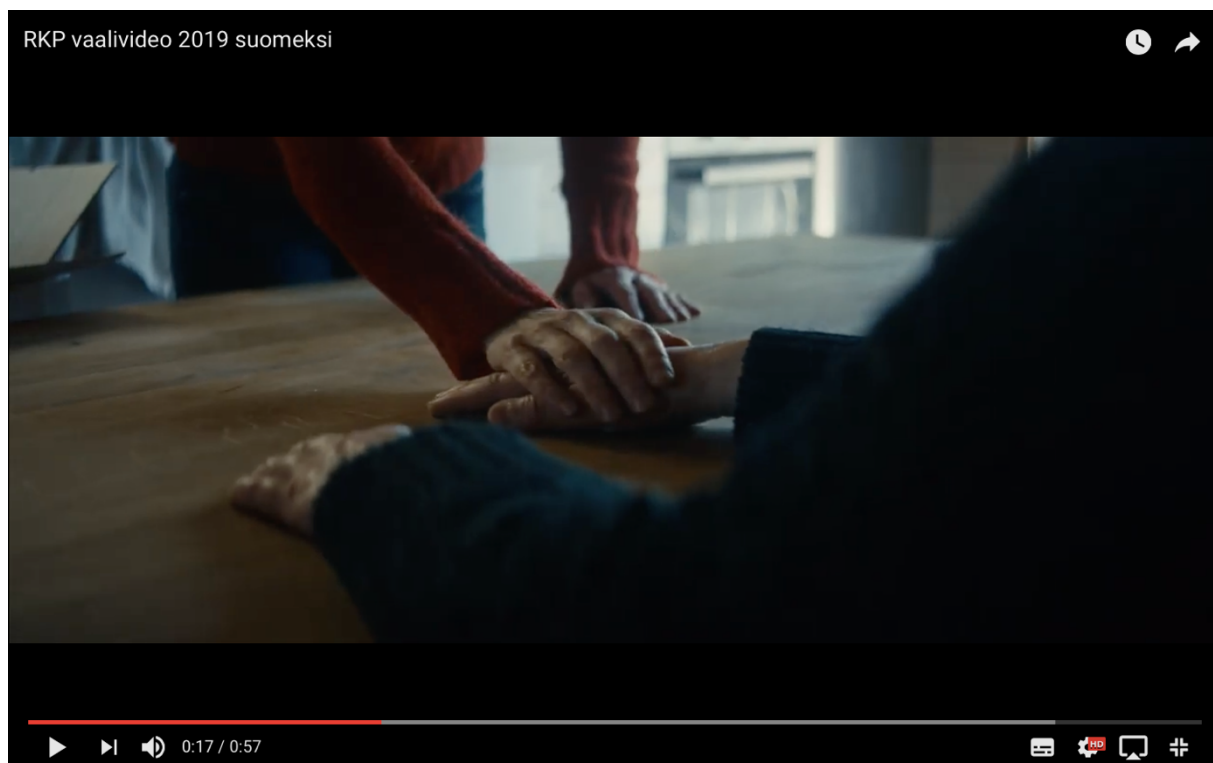
Tarkastelen prosessityyppejä analyysissä mainosten kielellisen aineksen luontoa koskevista jaksoista ja analysoin miten luontoa ja erilaisia toimijoita representoidaan prosesseissa. Tarkoituksena on eritellä materiaallinen ja mentaalinen toiminta sekä suhdeprosessit ja tarkastella minkälaisia toimijoita, kokijoita ja suhteita prosesseissa esiintyy. Kuudennessa pääluvussa *LUONNON REPRESENTAATIO* tarkastelen miten representaatiot rakentuvat eri tavoin esitetyistä prosesseista ja miten esimerkiksi sanavalinnat vaikuttavat syntyneisiin representaatioihin.

Toteutan visuaalisen aineksen analyysin kaikkien metafunktioiden avulla ja pyrin esittelemään kuvista rakenteet, jotka vaikuttavat kyseisessä kohdassa syntyvään representaatioon. Käsittelen analyysissä kuvia tekstistä irrallisina, mutta ajattelen niiden olevan riippuvaisia puhutusta tai kirjoitetusta tekstistä, joka sitoo ne kevään 2019 eduskuntavaaleihin.

Tästä syystä ja analyysin pituuden rajoittamiseksi en koe, että on tarpeen analysoida kuvista kaikkea, vaan voin keskittyä tarkastelemaan representaatioiden syntymisen kannalta tärkeimpiä metafunktioiden vaikuttavia rakenteita. Metafunktioina esiintyy visuaalisessa kieliopissa systeemis-funktionaalisen teorian mukaisesti ideationaalinen, interpersoonainen sekä tekstuaalinen metafunktio (Kress & van Leeuwen 1996: 40–41).

Ideationaalisen metafunktion avulla tarkastelen kuvista prosesseja ja prosessien osallistujia. Ideationaalinen metafunktio rakentaa vektorien tai luokittelun avulla narratiivia siitä kuka toimii, mitä toiminta on ja mihin toiminta kohdistuu (Kress & van Leeuwen 1996: 56).

Ideationaalisen metafunktion rakentumista voidaan tarkastella esimerkikuvan A<sup>1</sup> avulla:



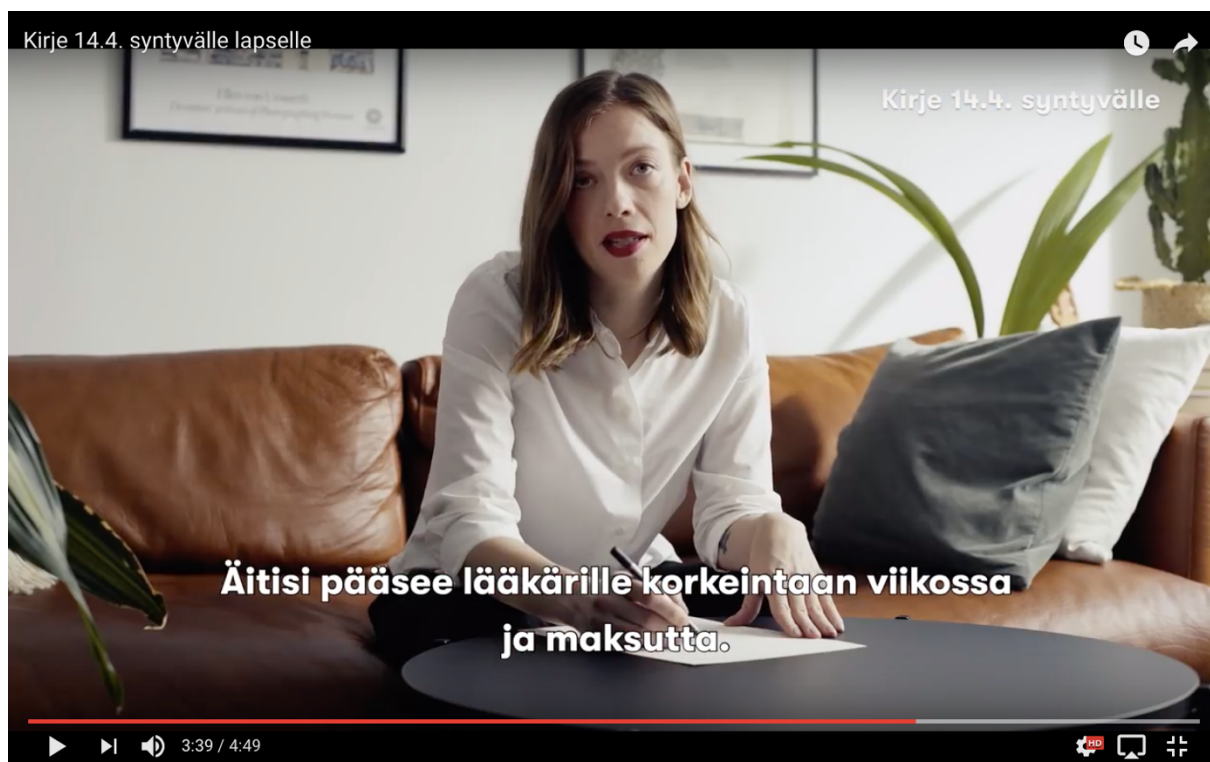
Esimerkki A – RKP.

Esimerkkikuva A kuvaa toimintaa kahden kohtauksessa esitetyn naisen välillä. Naisista punapaitainen on nuorempi ja sinipaitainen vanhempi. Kuvassa toiminta näkyy koskettamisena, joka on prosessina lähtöisin nuoremasta punapaitaisesta naisesta, jonka käsi sijoittuu kuvassa vanhemman naisen käden päälle. Kohtauksessa kuullaan puhuttu kysymys: ”Antavatko

<sup>1</sup>Tässä tutkielmassa kuvaesimerkit on merkitty aakkosin (A–X) ja tekstiesimerkit numeroitu (1–48).

vanhainkodit ikäihmisille turvallisen elämän?” Kontekstissa nuoremmen naisen toimintana esitetty kosketus representoituu huolena tai välittämisenä vanhempaa naista kohtaan ja korostaa jo kielellisestä aineksesta syntyneitä vaikutelmaa ikäihmisistä toiminnan kohteena.

Interpersoonaisen metafunktion avulla on mahdollista tarkastella kuvassa luotuja kuvatun, kuvaajan sekä katsojan välisiä suhteita. Tärkein työkalu on tarkastella kohdistuuko kuvatun katse katsojaan vai poispäin katsojasta sekä kuvatun kohteen etäisyyttä ja perspektiiviä, josta kuvataan. (Kress & van Leeuwen 1996: 41, 130, 135.) Interpersoonaisen metafunktion rakentumista voidaan tarkastella esimerkkikuvasta B:



Esimerkki B – Vasemmistoliitto.

Esimerkkikuva B kuvaa Vasemmistoliiton puheenjohtajaa Li Anderssonia, jonka katse kohdistuu suoraan katsojaan. Andersson sijoittuu kuvassa lähelle ja on kuvattu hieman alakuvakulmasta, mutta lähes kohtisuoraan, jolloin hän näkyy katsojalle suhteellisen luonnollisesta kulmasta. Kuva ottaa katsojan osaksi prosessia, jossa Andersson puhuu tälle. Kuvasta syntyy Anderssonin ja katsojan välille neutraali suhde, jossa kumpikin on yhtä tärkeä, mutta katsoja hienoisesta alakuvakulmasta syntyvän vaikutuksen takia kuuntelijan roolissa. Tarkoituksena on osallistaa katsojaa osaksi prosessia viestin vastaanottajan rooliin.

Kolmas metafunktio on tekstuaalinen ja sen avulla on mahdollista tarkastella kuvasta syntyvää representaatiota kokonaisuudessaan. Tekstuaalinen metafunktio syntyy kuvan

sommittelusta, jonka ilmenemismuotoja ovat informaatorakenne, huomattavuus sekä kehysteisyys. Esimerkkinä sommittelun vaikutuksesta on informaatorakenteen rakentuminen vasemman ja oikean avulla. Tämänkaltainen visuaalinen sommittelu on huomattavissa esimerkiksi aikakauslehdissä, joissa tunnettu informaatio sijoittuu vasemmalle ja uusi informaatio oikealle samantapaisesti kuin teksteissä. Sama informaatorakenne on löydettävissä myös esimerkiksi mainoksista, diagrammeista sekä elokuvista ja televisiosta. (Kress & van Leeuwen 1996: 183, 186–192.) Avaan informaatorakenteen rakentumista esimerkkikuvan C avulla:



Esimerkki C – Vihreät.

Esimerkkikuva C sijoittuu kohtaukseen koululuokasta. Esimerkkikuvaa edeltävä kuva esittää opettajan liitutaululle kirjoittamaa kysymystä ”Lempiammattisi?” Esimerkkikuvassa C nähdään kuvan vasemmassa laidassa avaruusrakettia kuvaileva askartelu. Myöhemmät kuvat paperista, jolle tytön nähdään piirtävän sanaa ”ASTORNAUTTI” vahvistavat askartelun luomaa representaatiota siitä, että tytön lempiammatti on astronautti. Kuva esittää tunnettuna informaationa sen, että astronautti on mahdollinen lapsen lempiammatti. Tyttö sijoittuu kuvassa oikealle ja tarjoaa uutta informaatiota siitä, että tyttö voi pitää astronauttia lempiammattinaan. Vaikutelmaa korostaa edelleen kuvan taka-alalle sijoittunut poika, joka näkyy kuitenkin sumennettuna ja vahvistaa kuvan keskiosaan sijoittuneena vanhan ja uuden informaation välistä erottelua.

Keskityn analyysissä käsittelemään ensin kielellistä ainesta, jolla tarkoitan kirjoitettua ja puhuttua kieltä. Käsittelemän tämän jälkeen visuaalista ainesta, eli aineistosta otettuja still-kuvia. Keskityn visuaalisen aineksen analyysissä tekstin analyysia tukeviin työkaluihin. Käsittelemän kuvia tekstiä tukevana semioottisena moodina, jolloin ei ole tarvetta lukea kuvia itsenäisinä, vaan tekstiä tukevana ja esimerkiksi tekstiin merkityksiä luovina. Viidennessä pääluvussa *LUONNON REPRESENTAATIOIT* käsittelemän kielellistä ja visuaalista ainesta yhdessä ja pyrin selittämään luonnon representaatioiden syntymisen esimerkein kielellisestä ja visuaalisesta aineksesta.

## 4 LUONNON REPRESENTAATIOIDEN ANALYYSI

Analysoin tässä luvussa aineistosta luonnon representaatioita. Luku etenee mainoksittain ja jakaantuu seitsemään analyysilukuun.

### 4.1 Suomen Keskusta – Minä rakastan tätä maata

Suomen Keskustan mainos rakentuu kielellisesti laulun muotoon ja representoi jo sanatasolla luontoa puhuttaessa maasta ja sen fyysisistä ominaisuuksista. Mainos koostuu mentaalista prosessilauseista ja yhdestä suhdeprosessilauseesta.

Teksti rakentuu neljästä virkkeestä, joista kahta ensimmäistä (esimerkit 1 ja 2) yhdistää sama mentaalinen prosessi:

- 1) Minä rakastan tätä maata, se on karu ja kaunis niin.
- 2) Minä rakastan tätä maata, meren saarilta tunturiin.

Kolmas esimerkkivirke eroaa kahdesta aiemmasta sen päälauseen sisältäessä *maan* määreen *pohjoinen* ja ilmaisee ”kesän loistoa häikäisevää” *rakastamisen* prosessin toisena kohteena:

- 3) Minä rakastan pohjoista maata, kesän loistoa häikäisevää.

Neljäs esimerkkivirkevirke koostuu kahdesta mentaalista prosessilauseesta:

- 4) Sanoin kuvata en sitä saata, sitä sydän vain ymmärtää.

Mainoksessa ei kielellisesti kuvata tekemistä, vaan ainoastaan tuntemista ja olemista. Tuntemista kuvataan prosessien *rakastaa* ja *ymmärtää* kautta. *Kuvata sanoin* -prosessi voitaisiin nähdä sanallisena prosessina, joka lasketaan mentaalisen prosessityypin alapuolelle. Jo prosesseja analysoimalla voidaan huomata niiden liittyvän syviin positiivisiin tuntemuksiin. Tarkoituksena ei ole kielellisesti ilmaista ja representoida tekemistä, vaan kokemista.

Mentaaalisissa prosesseissa kokijana on minä, kuten toistuvassa lauseessa: ”Minä rakastan tätä maata.” Ja *sydän* lauseessa: ”– – sitä sydän vain ymmärtää.” *Sydämen* voidaan kuitenkin nähdä tässä kontekstissa saavan merkityksen ’ihmisen syvimmistä tunteista, ajatuksista yms., sisin.’ (KS. s.v. *sydän*), jolloin sen voitaisiin ymmärtää viittaavan tekstin tasolla myös muissa lauseissa kokijana toimivaan *minään*. *Minä* näyttäisi visuaaliseen aineistoon verrattuna olevan esimerkiksi maanviljelijä, metsätyöntekijä, sairaanhoitaja, vanhempi mies, lapsi tai lapsen äiti. Hahmoista maanviljelijä ja metsätyöntekijä linkittyvät niin edustamansa ammatin kuin visuaalisesti taustalla näkyvän kuvan perusteella luontoon.



Tarkastelen seuraavaksi tarkemmin kielellisesti esiintyviä mentaalisia prosesseja. Ensimmäinen on ”Minä rakastan tätä maata”, joka kuvaa *minän* syvää kiintymystä *tätä maata*, eli mainoksen kontekstista sekä määrittävistä demonstratiivipronominista *tätä* päätellen Suomea kohtaan. Tässä kontekstissa voitaisiin ajatella *minän* kuvaavan tuntijana suomalaista ihmistä tai Keskusta-puolueen jäsentä. Voidaan olettaa, että tunteita luontoa kohtaan representoidaan erityisesti tästä lähtökohdasta.

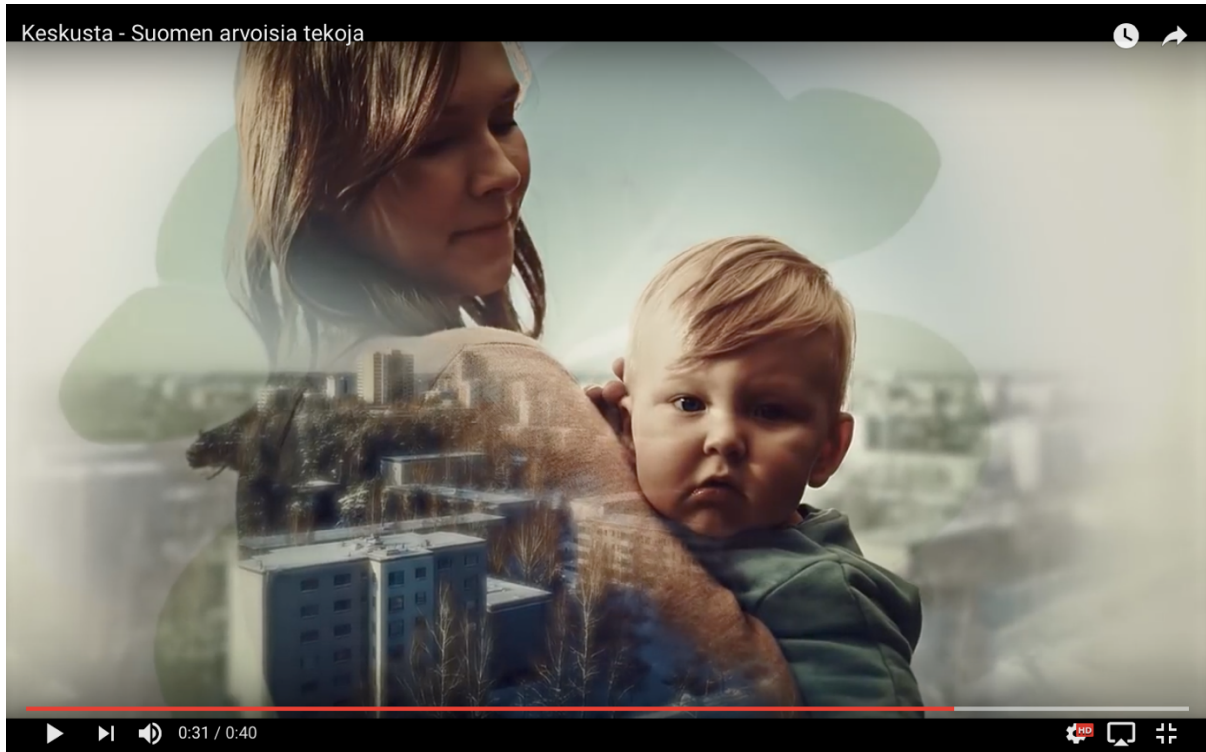
Mentaalisen prosessin *rakastaa* kohteena on *tämä maa*. Sanan *maa* (KS. s.v. *maa*) voidaan nähdä viittaavan Suomen valtioon tai fyysiseen maan pintaan, luontoon. Seuraavassa virkkeessä mentaaliseen prosessilauseeseen liitetään määrittely ”meren saarilta tunturiin”, eli *maata* rakastetaan aina *meren saarilta* etelästä *tunturiin* pohjoiseen. Valinta tuo esille keskiverrosta poikkeavan kuvan Suomesta jättäen esittämättä esimerkiksi Suomen perinteisemmän luontokuvan maaseudusta ja metsästä. Määrittely vahvistaa myös *maan* merkitystä fyysisenä valtiollisen sijaan, sillä määreet viittaavat maan fyysisiin ominaisuuksiin.

”Minä rakastan pohjoista maata” toistaa samaa, mutta *maa* saa määreeksen adjektiivin *pohjoinen*, mikä vahvistaa käsitystä, että puhutaan Suomesta. ”Kesän loistoa häikäisevää” korostaa *kesän* merkitystä *pohjoisessa maassa*. *Kesän loiston* voidaan nähdä merkitsevän esimerkiksi pohjoisen Suomen yöttömiä öitä, jolloin aurinko ei laske ollenkaan, tai metaforisesti luonnon kukoistusta kesäisin (KS. s.v. *loisto*).

Prosessina erottuu myös suhdeprosessi ”se on karu ja kaunis niin”. Prosessi kuvaa Suomen olosuhteita *karuksi* ja *kauniiksi*, mitä korostetaan vielä adverbialilla *niin* (KS. s.v. *niin*). *Karu* ja *kaunis* kuvaavat Suomea hedelmättömäksi ja alastomaksi, mutta esteettiseksi. Usein negatiivisen konnotaation saava *karu* rinnastetaan lauseessa positiivisen konnotaation saavaan sanaan *kaunis*, jolloin niiden merkitys tulee samankaltaiseksi.

”Sanoin kuvata en sitä saata” on verbaalinen prosessi, mikä sijoittuu mentaalisen prosessityypin alapuolelle. *Sitä* viittaa aiemmin tekstissä mainittuun *tähän* ja *pohjoiseen maahan*, jota ei kyetä kuvaamaan *sanoin* ainakaan täysimittaisesti (KS. s.v. *saattaa*). ”Sitä sydän vain ymmärtää” korostaa tunnetta *maata* kohtaan ja korostaa aiempaa lausetta. Sydämen tunnetta ei ole mahdollista tuottaa sanoiksi. *Maata* ja luontoa kohtaan korostuu siis arvostus ja sanoin kuvailematon tunne, *rakkaus*.

Kun tarkastellaan mainosta visuaalisesti kokonaisuudessaan, huomataan, että kuvat muotoutuvat samojen periaatteiden mukaisesti. Taustalle on sijoitettu kuva laajemmasta ympäristöstä, kuten pellostä, metsästä tai kaupunkimaisemasta ja kuvan etualalla on henkilö, joka tuo kuvaan inhimillisen merkityksen. Esimerkkikuvassa D kuvan etualalle on sijoitettu äiti lapsensa kanssa ja takana näkyy ilmakuvaa urbaanista kerrostalomaisemasta.



Esimerkki D.

Kuvan etualalle sijoitettu toinen kuva henkilöistä luo yhdessä taustalla näkyvän kuvan kanssa representaatiota kodista ja asumisesta. Kuvan äidin katse kohdistuu sylissä pitämäänsä lapseen. Äiti toimii kuvassa toimijana ja lapsi toiminnan kohteena, voidaan katsoa, että äidin puolesta syntyy suojelullinen prosessi lasta kohtaan, jolloin edelleen asumiseen taustalla näkyvässä ympäristössä voidaan katsoa liittyvän myös turvallisuus. Toisaalta lapsi osallistaa samanaikaisesti myös katsojaa ottamalla katsojaan suoran katsekontaktin. Näin myös mainoksen kohdeyleisö, eli äänestäjät tulevat osalliseksi kuvan prosessia.

Visuaalisesti luonnon kuvaus keskittyy sen elinkeinolliseen representoimiseen. Mainoksessa esiintyvistä henkilöistä kaksi esitetään olevan ammattinsa puolesta tekemisissä luonnon kanssa. *Maanviljelijä* esiintyy mainoksessa kahdesti ja *metsätyöntekijä* yhdesti. *Maanviljelijä* (esimerkkikuva E) esitetään punaisessa ruutupaidassa, päässään lippalakki. Hänen katseensa kohdistuu alaspäin, kuvan vasempaan laitaan, maahan. Kuvan taustalla on toinen kuva viljapellostä, mikä vahvistaa miehen olevan maanviljelijä. Toisaalta etualalle sijoitettu mies vahvistaa samalla taka-alalla olevan kuvan representaatiota elinkeinollisena. Kuvat toimivat suhteessa toisiinsa ja vahvistavat toistensa merkityksiä. *Pelto* ei ole ainoastaan luonnon tuote, vaan suhteessa ihmiseen.



Esimerkki E.

*Maanviljelijä* esiintyy myös mainoksen viimeisessä kuvassa, jossa hänen taustallaan nähdään kuva ruohosta. Maanviljelijä sijoittuu kuvan vasempaan laitaan ja oikealla puolella nähdään visuaalisesti teksti ”Suomen arvoisia tekoja”, jonka alla Keskustan logo ja teksti ”Keskusta”. Maan tasolta kuvatun maanpinnan voidaan nähdä korostavan *maan* fyysistä merkitystä suhteessa poliittiseen merkitykseen, kun kuvaa verrataan tekstiin. Valtiollisen yhteisön sijaan korostuu fyysisen *maan* arvostaminen. Toisaalta myös ihmisen ja luonnon välisen suhteen arvostaminen, kun nämä kaksi esitetään yhdessä.

*Metsätyöntekijä* kuvastaa jo itsessään esimerkkikuvan F etualalla työtä ja elinkeinon harjoittamista. Kuitenkin vasta yhdistettynä takana näkyvään kuvaan metsästä, syntyy elinkeinollinen representaatio luonnosta. Huomataan taas, että kaksi päällekkäistä kuvaa ovat riippuvaisia toisistaan, eivätkä toimisi yksinään samaan tapaan. Kuvan miehellä on päällään työvaatteet, oranssi kypärä ja huomioliivi. Päässään hänellä on myös kuulosuojaimet. Miehen katse kohdistuu ylöspäin, takana näkyvän metsän kuvan mukaan kohti aurinkoa, joka näyttäisi paistavan vasemmasta yläkulmasta. Edelleen toiminta on visuaalisesti hyvin pientä, luonto on toiminnan kohteena ja toiminta näkyy katseen kohdistumisena.



Esimerkki F.

Taustalla näkyvistä luonnon kuvista voidaan huomata niiden molempien olevan kuvattu kesällä. Aurinko näkyy peltokuvan taustalla ollen laskenut jo horisontin taa, kun taas metsäkuvassa se paistaa puiden takaa vasemmasta yläaidasta, minne myös *metsätyöntekijän* katse kohdistuu. Viimeisessä kuvassa ruohon taustalla näkyy pilvinen taivas. Värisävyt ovat murrettuja ja etenkin punaiset, siniset ja vihreät sävyt korostuvat. Käytetyt värisävyt liittyvät perinteisesti luonnon kuvaamiseen. Vihreä kuvaa luonnon kukoistusta ja hyvinvointia. Punaisten sävyjen voitaisiin ajatella liittyvän elinkeinolliseen representaatioon. Peltojen ruskistuessa vilja muuttuu toiminnan kohteeksi, eli kerättäväksi.

*Maa* toimii kuvissa tekstin tapaan kohteena ja ihmiset, eli tekstin *minä* toimijana ja kokijana. Toiminta on visuaalisesti aistimista materiaalisen sijaan ja näkyy katseen kohdistumisena. Lämpimät värisävyt luovat lämmintä tunnelmaa, mikä välittyy myös tekstistä puhuttaessa luonnon arvostamisesta ja tunteista *maata* kohtaan. Kokonaisuudessaan Keskustan mainos representoi luontoa sen arvostamisen näkökulmasta. Luontoa eli *maata* arvostetaan sen monimuotoisuuden kautta, minkä lisäksi elinkeinollisesti sen hyödyn kautta.

## 4.2 Vasemmistoliitto – Me olemme suuren päätöksen äärellä

Vasemmistoliiton mainos rakentuu kielellisesti kirjeen muotoon. Kirje on kohdistettu eduskuntavaalipäivänä 14.4. syntyville lapsille ja se rakentuu kokonaisuudessaan kuudesta

teemasta, jotka ovat työttömyys, ilmasto, koulutus, tasa-arvo, terveydenhuolto sekä vanhustenhoito. Teemat käydään tekstissä läpi siitä näkökulmasta, mitä ne voivat vaalipäivänä syntyvälle lapselle merkitä.

Esimerkkivirke 5 kohdistaa tekstin eduskuntavaalipäivänä syntyville lapsille, mutta esimerkkivirkkeen 6 monikollinen persoonapronomini ”me” sisällyttää itseensä myös mainoksen katsojan:

5) Tämä on kirje sinulle, huhtikuinen 2019.

6) 14.4. me voimme yhdessä päättää, että saat kasvaa Suomessa, --.

Esimerkkivirkkeen 5 suhdeprosessi luo omistussuhteen eduskuntavaalipäivänä syntyvän lapsen ja kirjeen välille. Allatiivipääte *-lle* kertoo lapsen olevan kirjeen vastaanottaja (VISK § 1257). Esimerkkivirkkeen 6 ”me” ei voi kuitenkaan sisällyttää itseensä vaalipäivänä syntyvää lasta, jolloin se sitoo itseensä mainoksen puhujan ja mainoksen tarkoitetun kohdeyleisön.

Vasemmistoliiton mainoksen luontoa käsittelevä jakso koostuu neljästä mentaalisesta prosessilauseesta, viidestä suhdeprosessilauseesta ja kahdesta materiaalisesta prosessilauseesta. Luontoa kuvaava jakso lähtee liikkeelle suhdeprosessilauseella ”Kun olet yläkouluikäinen, --”. Olosuhdetta osoittava lause määrittää tapahtuman tulevaisuuteen.

Seuraavaksi esiintyvät neljä mentaalista prosessia (esimerkit 7 ja 8):

7) -- haluan, että voit rauhassa keskittyä kouluun.

8) Tänään kaikki lapset eivät voi tehdä niin, koska he kokevat niin suurta huolta ilmastosta, --.

Esimerkistä 8 voidaan huomata ensimmäisen lauseen persoonamuotoinen verbi *tehdä*, jonka itsessään voitaisiin nähdä viittaavaan materiaaliseen prosessiin. Tekstiä tarkastellessa huomataan, että *tekemisen* kohde on adverbiaali *niin*, joka viittaa aiempaan mentaaliseen prosessiin *keskittyä*. Verbiä *tehdä* käytetään tässä yhteydessä korvaamaan verbiä *keskittyä* (KS s.v. *tehdä*), jolloin prosessi on mentaalinen. Tätä selitetään edelleen mentaalisella prosessilla ”-- koska he -- kokevat -- huolta --.” Sanan *huoli* määreenä on *ilmasto*, mikä liittyy jakson ilmastoteemaan.

Toimijoina mentaalisisissa prosesseissa ovat *minä, sinä, kaikki lapset* ja edelliseen viittaava *he*. Vaalipäivänä syntyvä lapsi erotetaan *kaikista lapsista* puhuttelemalla häntä suoraan pronomiinilla *sinä*. Esimerkkilauseessa 8 määre *kaikki* toimii kieltolauseessa lasten joukkoa rajaavana tekijänä. Osa lapsista ei voi keskittyä rauhassa kouluun. Mentaalisella prosessilla ”kokea” on jo itsessään negatiivinen konnotaatio (KS s.v. *kokea*), jota prosessin kohde, eli *huoli*

määreineen vahvistavat. Tulevaisuuteen kohdistuvat mentaaliset prosessit esimerkissä 7 ja nykypäivään viittaavat prosessit esimerkissä 8 osoittavat, että ilmasto on teemana pitkäaikainen ja mentaalisten prosessien kokijoiden painottuessa lapsiin korostetaan sen merkitystä etenkin lapsiin vaikuttavana tekijänä.

Esimerkin 7 määrittää tulevaisuuteen sitä edeltävä suhdeprosessilause ”Kun olet yläkouluikäinen”, joka määrittää ilmastonmuutoksen rajoittamisen noin 15 vuoden päähän mainoksesta. Myös Vasemmistoliiton ilmasto-ohjelmasta voidaan huomata samankaltainen tavoite Suomen päästövähennystavoitteiden pienentämisestä ja hiilinielujen kasvattamisesta 2030-luvulle tultaessa (Vasemmistoliitto 2018).

Luontoa kuvaavassa jaksossa on käytetty eniten suhdeprosessilauseita, joita on yhteensä viisi. Esimerkkilause 9 määrittää esimerkin 8 mentaalisia prosesseja.

9) — että he ovat koululakossa yhteisen tulevaisuutemme puolesta.

He, eli kaikki lapset ovat ”koululakossa yhteisen tulevaisuutemme puolesta”. Koululakolla viitataan Greta Thunbergin aloittamaan liikehdintään ilmaston puolesta lakkoilemalla. Esimerkin 9 suhdeprosessilauseessa kuvataan koululakkoa olotilana. Tämä valinta esittää koululakon pysyvämpänä kuin esimerkiksi kuvitteellinen materiaallinen prosessilause ”he lakkoilevat yhteisen tulevaisuutemme puolesta”. Ilmasto näkyy virkkeessä mentaalisen toiminnan kohteen määrittäen ja suhdeprosessilauseen olotilan määrittäen.

Esimerkin 10 suhdelause kuvaa *meidän*, eli mainosta katsovien aikuisten suhdetta ilmastonmuutoksen torjumiseen.

10) Me olemme suuren päätöksen äärellä.

Äärellä kuvaa ajankohtaa, päätös tehdään eduskuntavaaleissa 14.4. *Päätös on suuri*, eli vaikutukseltaan huomattava (KS. s.v. *suuri*). Ilmastonmuutosta representoidaan äänestyspäätökseen vahvasti vaikuttavana tekijänä.

Esimerkkilauseet 11 ja 12 korostavat aiempaa tekstiä.

11) Nyt meillä on vielä mahdollisuus turvata elinkelpoinen planeetta sinulle ja ystäville.

12) Se on meidän aikuisten vastuu sinua kohtaan.

Esimerkkilauseessa 11 korostetaan edelleen *päätöksen* merkittävyyttä: ”— meillä on vielä mahdollisuus—”. Ajan määre *vielä* korostaa päätöksen ajoittumista eduskuntavaaleihin. Luonnon ja ihmisen välistä suhdetta kuvastaa *planeetan* saama määre *elinkelpoinen*. Ilman elinkelpoisuutta ei olisi elämää, luontoa tai ihmistä (KS. s.v. *elinkelpoinen*). Ajanmääreet *nyt*

ja vielä korostavat toimien kiireellisyyttä viitaten mainoksen ilmestymisen ajankohtaan (KS. s.v. nyt, vielä). *Elinkelpoisen planeetan turvaaminen* esitetään aikuisten vastuuna. Aikuiset esitetäänkin esimerkkilauseessa 12 vastuun kantajina ja heiltä edellytetään toimia.

Esimerkkivirke 13 sisältää kaksi materiaalista prosessia:

13) *Elämme ratkaisevia aikoja ja ilmastotoimet on tehtävä ennen kuin sinun yläkoulusi alkaa.*

Ensimmäinen materiaallinen prosessilause korostaa *ratkaisevien aikojen* jatkuvuutta ja muistuttaa osaltaan jopa suhdeprosessia ilmaisten suhdetta meidän ja *ratkaisevien aikojen* välillä. Prosessissa korostuu monikkomuodon sisältävä prosessi, joka sisällyttää itseensä niin äänestävät aikuiset, nykyajan lakkoilevat nuoret kuin myös vaalipäivänä syntyvät lapset. Persoonamuotoisen materiaallisen prosessin avulla osallistetaan myös katsoja osaksi prosessia ja mainosta. Toisen lauseen prosessi *on tehtävä* kuvaa pakollisuutta, mutta nollapersoonamuotoisena jättää subjektin ilmaisematta, korostaen tekemisen kohdetta, eli *ilmastotoimia*.

Eduskuntavaaleja kuvataan tekstissä *suurena päätöksenä, mahdollisuutena* (esimerkki 11),  *vastuuna* (esimerkki 12) ja *ratkaisevina aikoina* (esimerkki 13). Luonto representoituu taustalla huolta aiheuttavana mutta mahdollisena pelastaa. Luontoa representoidaan äänestämiseen vaikuttavana tekijänä ja luonnon hyvinvointia oikean valinnan vaativana. Lisäksi ilmasto näyttäytyy esimerkkien 7 ja 8 perusteella etenkin lapsille huolta tuottavana ja jopa koulunkäyntiin vaikuttavana.

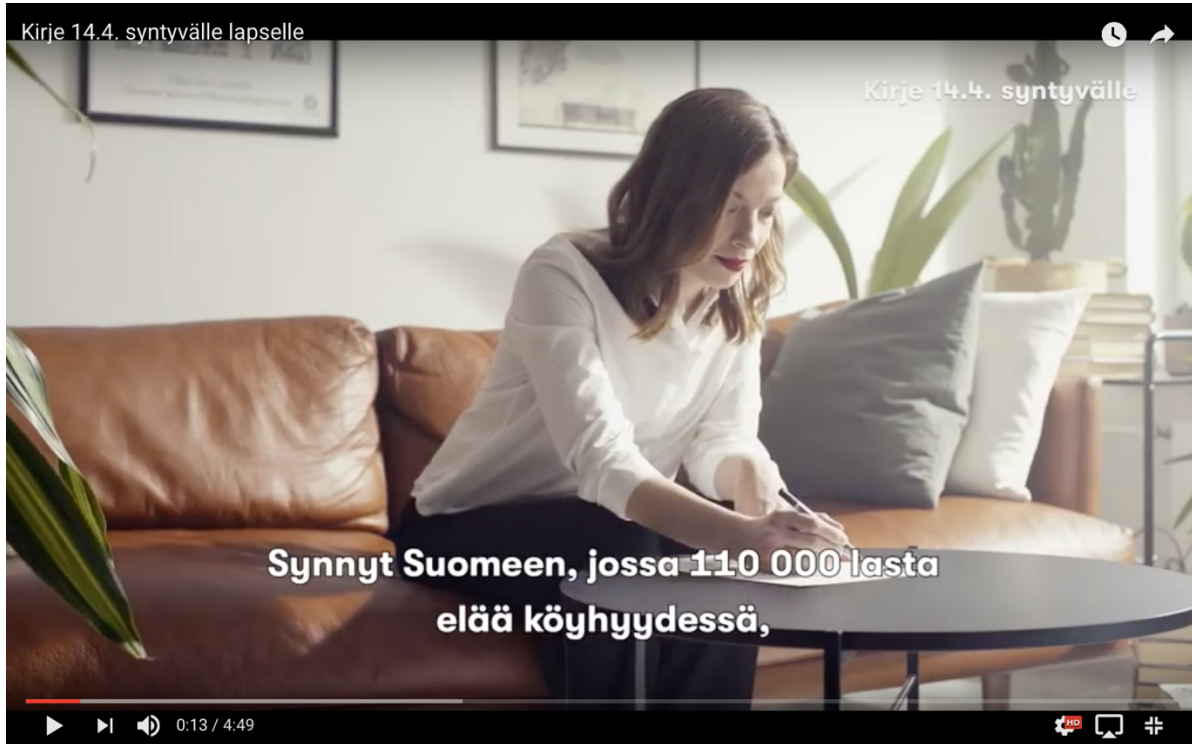
Mainoksen lopussa ilmaistaan kaikki teemat yhteen vetäen äänestämisen tärkeyttä esimerkin 14 suhdeprosessilauseen avulla.

14) *Niin, se millaisessa Suomessa huhtikuisena sunnuntaina syntyvät lapset saavat kasvaa on meistä tämän päivän aikuisista kiinni.*

14.4. syntyvien lasten olot tulevaisuuden Suomessa ovat riippuvaisia *tämän päivän aikuisista*, eli äänestäjistä. Tekstiyhteydessä myös luonto ja ilmastonmuutos representoituvat vaikuttavina tekijöinä tulevaisuuden Suomeen ja näin ollen myös eduskuntavaaleissa äänestämiseen vaikuttavina.

Seuraavaksi tarkastelen Vasemmistoliiton mainoksen visuaalisia representaatioita luonnosta. Vasemmistoliiton mainos rakentuu visuaalisesti kuvista, joissa esiintyy ihminen, seinälle heijastettu käsiteltävään teemaan liittyvä kuva tai visuaalisesti esitetty kirje, joksi mainoksen kielellinen sisältö rakentuu. Visuaalinen aines on tiukasti yhteydessä kielelliseen sisältöön – esimerkiksi käsiteltävän teeman voidaan huomata vaihtuvan, kun ruudussa esiintyvä

ihminen tai seinälle heijastettu kuva vaihtuu. Poikkeuksen luo Vasemmistoliiton puheenjohtaja Li Andersson, joka esiintyy visuaalisesti läpi aineiston ja joka nähdään visuaalisesti aktiivisena toimijana kirjoittaessaan kirjettä:



Esimerkki G.

Anderssonin katse kohdistuu esimerkkikuvassa alaspäin oikeaan alakulmaan ja paperia kohti. Samalla tavoin Anderssonin käsi toimii vektorina kohti paperia. Andersson toimii kuvassa toimijana ja kirje toiminnan kohteena. Mainoksen kielellinen sisältö, eli kirjeen kielellinen sisältö korostaa äänestämistä ja aikuisten vastuuta tulevia sukupolvia kohtaan. Informaattiorakenteen mukaisesti toiminta tapahtuu eduskuntavaaleissa ehdokkaana olevasta Li Anderssonista kohti kirjettä, joka symboloi kielellisesti esitetyn vastaanottajansa, eli vaalipäivänä syntyvän lapsen mukaisesti tulevaisuutta. Toiminnan voidaan katsoa tapahtuvan myös visuaalisesti eduskuntavaalikeväästä 2019 kohti tulevaisuutta.

Kielellisen ja visuaalisen sisällön perusteella voidaan huomata, että Vasemmistoliitosta Li Anderssonin johdolla rakennetaan representaatiota oikeaan päämäärään kannustavana. Kuten kielellisessä aineksessa, myös visuaalisessa aineksessa sitoutetaan myös katsoja osaksi prosessia. Kuvissa esiintyvät henkilöt ottavat suoraa katsekontaktia katsojaan (esimerkkikuva H), mikä tekee katsojasta vaikuttamisen prosessin kohteen. Samoin toimii kielellisen aineksen *me* katsojat mukaan lukevana ja katsojia osallistavana, kuten tekstiesimerkissä 6.



Osassa luontojakson kuvista tilan seinälle heijastettujen kuvien eteen on sijoitettu nuori nainen (esimerkki H). Suurimmassa osassa ruuduista hän sijoittuu juuri ruudun keskikohdan vasemmalle puolelle, mutta lähikuvassa hän sijoittuu ruudun oikeaan laitaan. Informaattorakenteen mukaisesti tuttu asia sijoittuu tekstissä uuden informaation edelle, saman voidaan ajatella tapahtuvan myös kuvissa. Lähikuvalla ja henkilön eli toimijan sijoittamisella kuvan oikeaan laitaan voidaan hakea kuvaan vaikuttavuutta ja huomiota herättävyyttä. Katsoja on tottunut siihen, että kuvaus tapahtuu vasemmalta oikealle, joten päinvastoin aseteltu kuva rikkoo tätä kaavaa ja pitää katsojan mielenkiintoa yllä. (Kress & van Leeuwen 1996: 186–187.)



Esimerkki H.

Luontoa kielellisesti kuvaavan jakson kuvia tarkastelemalla huomataan, että luontoa representoidaan suorasti kahden tyhjän huoneen seinälle heijastetun kuvan kautta. Toinen kuvaa jäävuoren seinämää ja toinen palavaa metsää (esimerkki I):



Esimerkki I.

Kuvat ovat hyvin saman tyyppiset jopa värisävyiltään kylmien sävyjen korostuessa. Esimerkkikuvasta I huomataan seinälle heijastetun kuvan jakautuvan yläreunan valkoiseen savuun, alareunan sinivihreään metsään ja vaakasuoraan aaltoilevasti sijoittuvaan oranssiin tuleen. Seinälle heijastetussa kuvassa korostuu vastakohtaisuus. Tuli symboloi kuvassa tuhoa, eli tekstissä ilmaistua ilmastonmuutosta. Metsän osuus jää taas kuvassa pieneen osaan, jolloin kuvan voidaan nähdä vahvistavan tekstissä esitettyä käsitystä toimien kiireellisyydestä. Käytetyt värisävyt ovat kuitenkin hyvin hillityt, eivätkä kuvat juuri erotu tilan seinästä. Luonnon kuvauksen voidaan nähdä jäävän taustalle, jolloin ihmisten kuvaus toimijoina korostuu.

Seinälle heijastettujen kuvien teemoja tarkastelemalla huomataan, että ne kuvaavat ilmastonmuutoksen vaikutuksia tämän päivän maailmassa. Metsäpalot ja jäätikköjen sulaminen ovat globaalisti vaikuttavia ongelmia, vaikka eivät näkyvimpiä Suomessa. Huomataan, että visuaalisesti luontoa representoidaan tuhon kautta, jolloin luonto representoituu ilmastonmuutoksen kautta. Ilmastonmuutosta symboloidaan mainoksessa sen näkyvimpien ilmenemismuotojen kautta. Tuhon aiheuttajaa ei kuvata visuaalisesti eikä kielellisesti. Mainos korostaa kokonaisuudessaan kielellisesti ja visuaalisesti luonnon nykyisen tilan huonoutta ja poliittisen vaikuttamisen tärkeyttä myös ilmastonmuutoksen torjumiseen osallistamalla katsojaa mukaan prosessiin sekä kielellisesti että visuaalisesti. Tärkeää ei ole kuka on aiheuttanut luonnon tuhon, vaan kuka auttaa korjaamaan tilanteen.

### 4.3 Suomen sosialidemokraattinen Puolue – Ilmastonmuutos täytyy saada aisoihin

Suomen sosialidemokraattisen puolueen eli SDP:n mainos koostuu kielellisesti neljästä esitellystä teemasta, viidestä mainitusta arvosta ja lopun katsojaa sitouttavasta osiosta. Luonto tulee teemana esiin heti mainoksen alussa kahden suhdeprosessilauseen (esimerkkilauseet 15 ja 17) ja yhden materiaalisen prosessilauseen (esimerkki 16) mittaisena jaksona:

15) Noillaki pikkusilla koko elämä edessä.

16) Ilmastonmuutos täytyy saada aisoihin.

17) Kyllä se näin on.

Jakso lähtee liikkeelle esimerkkilauseella 15, joka suhdelauseena kuvaa *noiden pikkusten* suhdetta *elämään*. Lapsilla on *koko elämä edessä*. Sana *elämä* ajanmääreen *edessä* kanssa korostaa tulevaisuuden merkitystä lasten kannalta. Seuraava materiaalinen prosessi (esimerkki 16) kuvaa prosessin avulla *ilmastonmuutosta*. Nollapersoonamuotoinen prosessi *täytyy saada* korostaa prosessin lopputulosta toimijan sijaan. Sanaa *aisoihin* käytetään kuvainnollisesti merkitsemään sitä, että *ilmastonmuutosta* saataisiin rajoitettua ja hillittyä. Prosessi muistuttaa osittain suhdeprosessia ja määrittää ilmastonmuutosta asiana, joka voitaisiin saada kontrolliin. Esimerkkilauseen 17 suhdeprosessi vahvistaa aiempia lauseita ja toistaa esimerkkilauseiden 15 ja 16 suhdeprosessit demonstratiivipronominin *se* ja sanan *nämä* instruktiivimuodon *näin* viitatessa aiempien prosessien osapuoliin. Lause on riippuvainen tekstiyhteydestä ja toimii vahvistavana ilmauksena suhteessa aiempiin prosesseihin.

Suhdeprosessien osapuolia tarkastelemalla huomataan, että luonnehditut osapuolet ovat *pikkuset* ja *ilmastonmuutos*. Ilmastonmuutoksen voidaan nähdä vaikuttavan *pikkusten* tulevaisuuteen tavalla tai toisella. Käyttämällä lapsista sanaa *pikkunen* korostetaan lasten vähäisyyttä ja vaikutusmahdollisuuksien olemattomuutta suhteessa aikuisiin (KS. s.v. *pieni*). Ilmauksista puuttuu kuitenkin kokonaan esimerkiksi Vasemmistoliiton mainoksissa esitetty *aikuinen*, jota ei esimerkiksi esimerkkilauseessa 12 ilmaista *ilmastonmuutoksen* hillitsemisen prosessin toimijana.

Mainoksen teemat vedetään mainoksen lopussa yhteen kielellisesti esimerkkilauseilla 18 ja 19:

18) Meillä taitaa olla sama suunta.

19) Tulkaahan kyytiin.

Esimerkin 18 suhdeprosessi ilmaistaan ehdolliseksi sanalla *taitaa* (KS. s.v. *taitaa*). *Me* sitouttaa katsojaa osaksi eräänlaista omistusprosessia, jonka kohteena on *sama suunta*, eli mainoksessa esitetyt arvot: ”Työ, koulutus, turvallisuus, tasa-arvo, luonto.” Materiaalinen prosessi esimerkkilauseessa 19 kehottaa katsojia kuvainnollisesti liittymään SDP:n mainoksessa esiteltyihin teemoihin ja äänestämään SDP:tä eduskuntavaaleissa.

Mainoksen lopussa on tulevaisuuteen suuntaava jakso, johon sijoittuu mentaalinen prosessilause:

20) Näissä vaaleissa päätämme yhdessä Suomen suunnan.

Mentaalinen prosessilause sitouttaa edelleen katsojaa *meihin* eli äänestäjiin. Prosessin kohteena on *Suomen suunta*, eli esimerkiksi SDP:n esittelemiin teemoihin liittyvä politiikka. *Suunta* itsessään saa merkityksen *pyrkimys* (KS. s.v. *suunta*), joka esimerkin 18 mukaisesti luo epävarmaa kuvaa tulevaisuudesta. Sen sijaan, että luontoon kohdistuviin uhkauksiin vastattaisiin esimerkiksi *toimin*, käytetään epävarmempaa ilmausta *suunta* ja mentaalista prosessia *päättää*.

Seuraavaksi tarkastelen mainoksen visuaalista sisältöä. Mainos sijoittuu visuaalisesti bussipysäkille kaupunkiympäristöön. Bussipysäkillä seisovat ihmiset edustavat *meitä*, eli mainoksessa esiteltyjä teemoja ja arvoja. Mainoksen lopussa tapahtuu siirtymä bussipysäkiltä SDP:n puheenjohtajan Antti Rinteen ajamaan SDP:n logolla varustettuun bussiin. Tapahtuu esimerkkipöytäkirjan 20 mukainen siirtymä SDP:n *suuntaan*. Se esitetään esimerkkikuvassa J aurinkona, jota kohti SDP:n bussi ajaa. Bussi toimii kuvassa toimijana sisältäen kielellisesti ilmaistun *meidät* ja sen liike kohti aurinkoa kuvaa *päättämisen* prosessia. Visuaalisesti esitettyyn prosessin kohteeseen *aurinkoon* liittyy positiivinen konnotaatio, jota ei kielellisesti esitetä, jolloin se luo mainokseen lisämerkityksen.



Esimerkki J.



Esimerkki K.

Luonto ei representoidu visuaalisesti auringon lisäksi kuin ainoastaan kohtausten taustalla olevana. Kuvattu ympäristö on perinteistä urbaania lähiöympäristöä, jossa luonto on kuvattu yhtenä kerroksena sekä ihmisen että ihmisen rakentaman ympäristön yhteydessä. Luonto ei

sijoitu kuvan etu- eikä taka-alalle, vaan sijaitsee näiden kerrosten välissä, kuten esimerkkikuvassa K.

Luonto sointuu myös värisävyiltään kuvan muuhun ympäristöön, esimerkiksi ihmisten korostuessa punaisen värisävyn myötä, jota esiintyy heidän vaatteissaan. Luonto representoituu mainoksessa taustalla visuaalisesti olemassa olevana ja ihmisen rakentaman ympäristön kanssa harmoniassa olevana.

SDP:n mainos keskittyy kuvaamaan visuaalisesti ihmisiä representoiden *meitä* eli *äänestäjiä* sen sijaan, että siinä tuettaisiin esimerkiksi ilmastonmuutoksellista representaatiota luonnosta kuvaten luontoa prosessien kohteena tai toimijana.

#### 4.4 Perussuomalaiset – Läpi metsien aina pääkaupunkiin saakka

Perussuomalaisten mainos lähtee kielellisesti liikkeelle satumaisesti esimerkkivirkkeellä 21, joka kuvaa *valtiota*, jossa asuu *kansa*:

21) Olipa kerran pieni valtio, jossa asui tyytyväinen kansa.

Nämä sanat tuovat mieleen poliittisen ja yhteiskunnallisen puolen sen sijaan, että kuvaisivat maata fyysisenä ja luonnollisena. Myös seuraava esimerkkivirke 22 kuvaa samankaltaista suhtautumista:

22) Kansalaiset nauttivat kovasti maasta, jonka itsenäisyyden he olivat raskain uhrauksin saavuttaneet.

Vaikka esimerkissä 22 käytetään sanaa *maa*, jonka voidaan nähdä viittaavan myös fyysiseen *maahan* ja luontoon, voidaan tekstitasolla huomata, että mainoksen alussa viitataan *maahan* yhteiskuntana ja poliittisena ja sosiaalisena kokonaisuutena. Tekstin alun sanastossa korostuvat esimerkiksi sanat *valtio*, *kansa*, *itsenäisyys* ja *demokraattisesti*.

*Maan* fyysiseen ja luonnolliseen puoleen voitaisiin nähdä viittaavan ensimmäisen kerran esimerkkivirkkeessä 23, jossa *maan kantokyky* ilman erillisiä, esimerkiksi talouteen tai yhteiskuntaan liittyviä määreitä mieltyy merkitsemään maan fyysistä kantokykyä (KS. s.v. *kantokyky*).

23) Välittämättä maan kantokyvystä ja turvallisuudesta johtajat ottivat ihmistulvan vastaan, mukana myös sellaisia, joilla ei ollut koskaan oikeaa tarvetta turvaan.

Vaikka mainoksen alussa korostuu kielellisesti poliittinen konteksti, voidaan huomata, että esimerkissä 23 käytetään sanaa *ihmistulva* kuvaamaan suurta ulkomailta saapuvaa ihmisjoukkoa. Sanaa *tulva* voidaan käyttää kuvaamaan tämän kaltaista ihmispaljoutta, tässä

kontekstissa etenkin negatiivisen konnotaation saaden (KS. s.v. *tulva*). Luontoon liittyvää sanastoa käytetään luomaan negatiivisia tunteita katsojassa ja kuvaamaan ulkomailta saapuvan ihmisjoukon hallitsemattomuutta ja epätoivottavuutta.

Seuraavaksi tarkastelen lähemmin mainoksen luontojakson prosesseja ja näiden prosessien osapuolia. Jakso lähtee liikkeelle esimerkkivirkkeellä 24, joka koostuu kahdesta mentaaliseen prosessilauseesta. Lauseet on yhdistetty virkkeeksi rinnastuskonjunktion *ja* avulla ja ne kuvaavat käytännössä samaa *kansalaisten ärsyyntymistä*. Esimerkkivirke 25 kuvaa materiaalisesta ja suhdeprosessilauseesta avulla siirtymää kansalaisten ja yhteiskunnan näkökulmasta luontoon.

24) Kansalaisten mitta alkoi vihdoinkin tulla täyteen ja heitä alkoi toden teolla ketuttamaan.

25) Heidän ketutuksestaan alkoi muodostua energiaa, joka oli mustaa ja paksua, aivan kuin savua.

Ärsyyntymistä kuvaavan mentaalisen prosessin *ketutus* nimitys on muodostettu koiran sukuista luonnonkappaletta kuvaavasta sanasta *kettu*, jota voidaan käyttää myös kuvainnollisesti 'ovelasta, viekkaasta ihmisestä'. (KS. s.v. *kettu*). Sanavalinnalla voidaan viitata niin valtaansa väärinkäyttäviin *demokraattisesti valittuihin johtajiin* kuin myös hirviöön, jota kuvataan esimerkkivirkkeessä 26 *ketutuksen ruumiillistumana*. Linkkiä luontoon luodaan näin jo sanatasolla ennen kuin luonto itsessään näkyy prosessien osapuolena.

Siirtymä luonnon toimijuuteen voidaan huomata esimerkkivirkkeestä 26:

26) Kun tämä synkkä energia eräänä iltana saavutti riittävän massan, itse äiti maa alkoi voimaan niin pahoin, että se oksensi maan syvyyksistä hirviön, joka oli ketutuksen ruumiillistuma.

Virke koostuu kahdesta materiaalisesta prosessilauseesta, yhdestä mentaaliseen prosessilauseesta ja yhdestä suhdeprosessilauseesta. Ensimmäinen lause koostuu materiaalisesta prosessista jo aiemmin mainitun *energian saavuttaessa massan*. Toisessa mentaaliseen prosessilauseesta voidaan huomata luonnon kuvaus *äiti maan* hahmossa. Lause kuvaa *äiti maata* kokijana. Edelleen kolmannessa materiaalisesta prosessilauseesta luonto esitetään toimijana *äiti maan oksentaessa*. Esimerkkivirkkeistä 24–26 voidaan huomata siirtymä ihmisistä toimijoina luontoon toimijana ja kokijana.

Luonto saa kielellisesti *äiti maan* hahmon. *Luontoa* ja *maata* kuvataan *äidin* hahmon kautta alkuna ja ylläpitäjänä (KS. s.v. *äiti*). Hahmo representoituu kielellisesti ihmismäisenä toimijana, jolle ovat mahdollisia sekä mentaaliset että materiaaliset prosessit. Sana *itse* korostaa *äiti maan* hahmon arvoa (KS. s.v. *itse*). Luonto saa hahmon muodossa feminiinisen

representaation, verrattuna esimerkivirkkeeseen 27, jossa maskuliininen *isänmaa* liitetään yhteiskuntaan viittaaviin sanoihin *kulttuuri*, *perinteet* ja *arvot*. Tämä voidaan nähdä lisäävän luonnon representaatiota toimijana liitettynä rooliin, joka mielletään suhteessa synnyttämäänsä.

27) He halusivat unohtaa isänmaansa kulttuurin, perinteet ja arvot.

Hahmon toimintaa kuvataan kuitenkin *oksentamisena*, joka viittaa negatiiviseen lopputulokseen, johon prosessin voidaan myös toimijan sijaan nähdä keskittyvän (KS. s.v. *oksentaa*). Prosessissa toimijaa oleellisempi on prosessin lopputulos, jota esimerkivirkkeen 26 viimeinen lause kuvaa suhdeprosessin avulla *ketutuksen ruumiillistumaksi*.

*Ketutuksen ruumiillistuma*, eli hirviö kuvastaa ihmisten ärsyyntymisen henkilöitymää (KS. s.v. *ruumiillistuma*) eikä niinkään representoi luontoa *äiti maan* hahmon tavoin. Luonto kuitenkin esiintyy taustalla esimerkivirkkeessä 28 paikan määreenä *läpi metsien*.

28) Vaelletuaan läpi metsien aina pääkaupunkiin saakka, hirviö löysi viimein johtajat.

Prepositio *läpi* kuvaa yhteydessään *vaeltamisen* määrätietoisuutta ja tarkoituksellisuutta (KS. s.v. *läpi*). Monikkomuoto *metsien* kuvaa isompaa kokonaisuutta ja pidempää matkaa kuin jos olisi käytetty mahdollista yksikkömuotoa *läpi metsän*. Sana *viimein* korostaa matkan ajallista pitkäkestoisuutta (KS. s.v. *viimein*). Luontoa representoidaan kokonaisvaltaisena ja jatkuvana läpi maan. Virkkeessä korostuu erottelu *metsien* ja *pääkaupungin* välillä.

Esimerkivirke 29 kuvaa jälleen luonnon toimintaa materiaalisen prosessin avulla:

29) Maa alkoi täristä --.

Lause kuvaa luonnonilmiötä, jossa *maa* ei esimerkivirkkeen 26 *äiti maan* tavoin ole henkilöitynyt aktiivinen toimija. *Tärinän* voidaan nähdä tapahtuvan maassa, mutta *maa* ei itsessään voi aktiivisesti aiheuttaa tärinää. Luonto representoituu myös materiaalisten prosessien kautta eri tavoin joko esimerkivilauseen 26 mukaisesti aktiivisena toimijana tai esimerkin 29 mukaisena toiminnan lähteenä.

Mainoksen lopussa konteksti vaihtuu taas yhteiskunnalliseksi.

30) Viime hetkellä johtaja huudahti, että hän tekisi miehen työn, eroaisi ja lähtisi maanpakoon.

*Maasta* puhutaan *valtion* merkityksessä (KS. s.v. *maa*) ja materiaalisten, mentaalisten ja suhdeprosessilauseiden osallistujina ovat ihmisiin viittaavat *johtaja* ja *kansa*. Edelleen esimerkin 27 mukaisesti yhteiskunnallisen kontekstin saavaa *maanpakoa* kuvataan



esimerkkivirkkeessä 30 *miehen työksi*. Yhteiskunnallinen konteksti representoidaan maskuliiniseksi vastapainona luonnon saamalle feminiiniselle representaatiolle.

Esimerkkilauseessa 31 ihmisen kaltaiseksi, mutta luonnosta lähtöisin olevaksi aiemmin kuvailtu *hirviö haihtuu* materiaalisen prosessin seurauksena *savuna ilmaan*:

31) Tämän kuultuaan hirviö haihtui savuna ilmaan.

Tämä viittaa kuvainnollisesti hirviön katoamiseen (KS. s.v. *savu*), mutta viittaa myös hirviön alkuperään luonnossa, johon se siis myös lopulta palamisen tuotteena hajoaa.

Mielenkiintoista mainoksen luontoon liittyvässä jaksossa on valinta luonnon edustamisesta hirviön hahmossa. Hirviö on jo käsitteenä ’luonnoton olento’, eli luonnonvastainen (KS. s.v. *hirviö*). Toisaalta tämä valinta viittaa varmasti vahvasti myös luonnon tuhovoimaan. On kuitenkin mielenkiintoista, miksi tekstin alussa esitettyyn yhteiskuntaan ja ihmisiin liittyvään ongelmaan korruptiosta ja kansalaisten *ketutuksesta* esitetään vastauksena luonnosta lähtöisin oleva ’luonnoton olento’. Hirviö voi lisätä osaltaan tarinan satumaisuutta ja korostaa erottelua hyvän ja pahan välillä. Mainoksen lopun todellisuuteen perustuvassa jaksossa kertojana toimiva Jussi Halla-Aho toteaa: ”– – ketutushirviötä ei ole olemassa eikä se tule pelastamaan ketään”, eli tarina on ainakin hirviön osalta tarua eikä *äiti maan* ja *hirviön* muodossa kuvattu luonto pelasta yhteiskuntaa johtajiltaan.

Seuraavaksi tarkastelen luonnon representaatioita Perussuomalaisten mainoksen visuaalisesta aineksesta. Mainos rakentuu visuaalisesti kuvaukseltaan elokuvamaiseen muotoon lainaten myös sarjakuvista, kuten esimerkkikuvassa L:



Esimerkki L.

Luonto representoituu mainoksen alussa kielellisen aineksen mukaisesti myös visuaalisesti vähäisesti. Rakennusten etualalla on nähtävissä lehdettömiä puita ja ilmakuvasa viheralueita, mutta kuvaus keskittyy esittämään ihmisiä, rakennuksia ja objekteja, kuten Euroopan lippua tai tuomarin nuijaa. Huomataan, että kielellisen aineksen mukaisesti myös visuaalinen aines keskittyy kuvaamaan luonnon sijaan yhteiskuntaa, ihmisiä ja ihmisen rakentamaa. Ihmiset toimivat kuvissa niin toimijoina kuin toiminnan kohteena. Katsojaa osallistetaan mainokseen kuvatun henkilön ottaessa katsekontaktia katsojaan.

Luonnon kuvaus alkaa visuaalisesti samoihin aikoihin kuin kielellisesti. Visuaalinen luonnon kuvaus on kielellisen aineksen mukaisesti suppeaa ja aktiivisena toimijana esitetään myös visuaalisesti ihmismäiseksi kuvattu hirviö (Esimerkkikuva M). Luonnon kuvaus keskittyy kuvissa kuvien taka-alalle tai on laajempaa ilmakuva luonnosta (esimerkkikuva N).



Esimerkki M.



Esimerkki N.

Väreiltään luonto esitetään tummanpuhuvana ja synkkänä. Vihreän sijaan metsä kuvataan muun muassa esimerkkikuvissa M ja N tumman sinisenä ja lähes mustana. Kontrastia kuvaan luo punainen väri, joka keskittyy hirviön ympärille kuvaten hirviön syntymää. Kielellisesti esitetty *oksentaminen* on kuvattu visuaalisesti punaisena esitetyn palamisen kautta. Tulen lieskojen kautta palamisen prosessi on lähtöisin esimerkkikuvassa N metsän keskeltä kuvan vasemmasta alareunasta ylöspäin ja oikealle. Samoin sijoittuu hirviön liike vasemmalta oikealle.

Hirviö sijoittuu aluksi kuvissa oikealle puolelle, jolloin kuvan vasemmalla puolella on nähtävissä karrelle palaneita puita. Kielellisen aineksen mukaisesti hirviön vaihtuessa toimijaksi, sijoittuu se kuvissa vasemmalle puolelle. Toiminnan nähdään tapahtuvan vektorimaisesti vasemmalta oikealle. Myös hirviö kuvataan aluksi luonnon mukaisesti mustana erottuvana hahmona kuvan etualalla ja se sulautuu kuvan alareunassa näkyvään maahan, josta sen on kielellisesti kuvattu olevan lähtöisin. Mainoksen edetessä hirviön hahmo muuttuu yhä ihmismäisemmäksi ja mainoksessa tapahtuu sekä kielellisesti että visuaalisesti siirtymä luonnosta yhteiskuntaan.

Mainoksen loppu kuvaa alun mukaisesti visuaalisesti ihmismäisenä esitettyä hirviötä, ihmisiä, esineitä ja kaupunkia. Hirviö esitetään kuitenkin visuaalisesti erilaisena kuin muut ihmiset. Hirviön kasvoissa näkyvät viillot hohkavat punaisena ja luovat kontrastia muuten tummanpuhuviin kuviin. Sama punainen näkyy myös esimerkkikuvassa N metsän keskellä ja muistuttaa näin hirviön alkuperästä luonnossa.

#### 4.5 Kansallinen Kokoomus – Suomeen voi luottaa

Kansallisen Kokoomuksen vaalivideo etenee kielellisesti menneestä tulevaisuuteen ja kuvaa suomalaisuutta esimerkiksi *hommien hoitamisena* ja *mahdollisuutena*. Luonto tulee mainoksessa kielellisesti esiin heti mainoksen alussa esimerkkivirkkeessä 32 perfektimuotoisen materiaalisin prosessin *on löytänyt* kautta:

32) *Oli kyse sitten sotakorvausten maksamisesta, koulutuksen kehittämisestä tai ilmastomuutoksen torjumisesta, meidän kortemme on kekonsa löytänyt.*

33) *Läpi vuosien suomalaiset ovat aina hoitaneet hommansa – vaikeissakin paikoissa.*

”Kortemme on kekonsa löytänyt” -ilmauksella osoitetaan vertauskuvallisesti suomalaisten antaneen panoksensa muun muassa *ilmastonmuutoksen torjumiseen*. Perfektimuoto *on löytänyt* viittaa menneeseen, mutta toimii esimerkkivirkkeen 33 yhteydessä ilmaisten myös nykyistä

tilaa sanan *aina* viitatessa myös nykyiseen hetkeen (KS. s.v. *aina*, VISK § 1535). Vertauskuvan avulla syntyy myös suora viittaus luontoon, kun suomalaisia verrataan korsista kekoja rakentaviin muurahaisiin. Luonto yhdistetään näin vertauskuvallisesti työn tekemiseen ja esimerkkiprosessin 33 *hommien hoitamiseen*. Ilmastonmuutoksen torjuminen esitetään käsitteenä, josta esimerkkiprosessin 33 materiaalisesta prosessin toimija *suomalaiset* ovat pitäneet huolta niin menneisyydessä kuin nykyisyydessä.

Mainos jatkuu kuvaten Suomea materiaalisella prosessilla *on tullut* ja mentaalilla prosessilla *voi luottaa*:

34) *Suomesta on tullut yksi maailman parhaimmista maista.*

35) *Suomeen voi luottaa.*

Materiaalinen prosessi *on tullut* kuvaa perfektimuotona esimerkkiprosessin 32 mukaisesti menneisyydessä alkanutta prosessia, joka tekstitasolla luonnehtii myös nykyhetkeä. Tekstitasolla voidaan huomata tässä kohtaa siirtymä predikaattien perfektimuotoisesta käytöstä (esimerkki 34) niiden preesensmuotoiseen käyttöön (esimerkki 35). Tekstitasolla tapahtuu siirtymä menneen kuvaamisesta nykyajan kuvaukseen. Nollapersoonamuoto *voi luottaa* korostaa Suomen merkitystä prosessin kohteena, kun prosessin toimija jätetään ilmaisematta. Relevanttia ei ole kuka luottaa Suomeen, vaan Suomi luottamuksen arvoisena ja aiemmin esimerkkiprosessissa 32 mainitut teot muun muassa ”ilmastonmuutoksen torjumisesta”.

Esimerkkivirke 36 koostuu materiaalisesta prosessilauseesta sekä sitä määrittävästä suhdeprosessista:

36) *Ja juuri siksi täällä on tehtävä hartiavoimin töitä sen puolesta, että jokaisella on mahdollisuus tehdä oma parhaansa, yhteisöstä tukea saaden mahdollisuus toteuttaa oma tarinansa, päättää itse euroistaan ja elämästään sen laidalta toiselle.*

Virke lähtee liikkeelle nollapersoonamuotoisella materiaalisella prosessilla *on tehtävä*. Instruktiivimuotoinen määre *hartiavoimin* kuvaa työnteon tapaa fyysiseksi (KS. s.v. *hartiavoimin*). Toinen, kolmas ja neljäs lause määrittävät ensimmäisen lauseen prosessin kohdetta *töitä*. Omistamisen prosessi kuvaa *hartiavoimin tehtäviä töitä* edellytyksenä *mahdollisuutta* määrittäville prosesseille *tehdä, toteuttaa ja päättää*.

Esimerkkivirkkeet 37–39 kuvaavat Kokoomuksen tulevaisuudennäkymiä kahdella materiaalisella prosessilauseella (esimerkki 37), kahdella suhdeprosessilauseella (esimerkkivirke 38) ja yhdellä mentaalilla prosessilauseella (esimerkki 39)

37) *Aina kun suomalaisille edellytykset on annettu, Suomi on kohonnut.*

38) Niin se on ollut ja niin se on tulevaisuudessakin.

39) Tästä Kokoomus haluaa pitää huolen.

Lauseet kuvaavat menneisyyttä ja tulevaisuutta. Esimerkkivirke 37 korostaa passiivimuodolla *edellytyksiä* ja niiden vastaanottajia, eli *suomalaisia* sekä Suomen valtion merkitystä *kohoamisessa*, perfektimuotoiset predikaatit sijoittavat tapahtumat menneeseen. Esimerkkivirke 38 rinnastaa menneen ja tulevan toisiinsa. Fokuspartikkeli *-kin* sanassa ”tulevaisuudessakin” vahvistaa virkkeen jälkimmäistä lausetta vahvistaen *tulevaisuuden* merkitystä (VISK § 1635). Mentaalinen prosessi ”haluaa pitää huolen” ilmaisee, että Kokoomus tavoittelee sitä, että edellytykset Suomen kohoamiseen ovat olemassa myös tulevaisuudessa.

Kokoomuksen mainoksen kielellinen aines representoi luontoa ilmastonmuutoksen näkökulmasta. Ilmastonmuutoksen torjuminen esitetään jo alkaneena prosessina, jonka ansiosta ”Suomeen voi luottaa”. Luonto on kielellisessä aineksessa hyvin pienessä osassa, mutta *ilmastonmuutoksen torjuminen* linkittyy tekstitasolla myös isompaan kokonaisuuteen, jonka ansiosta ”Suomi on kohonnut”.

Seuraavaksi siirryn analysoimaan mainoksen visuaalista ainesta. Mainos rakentuu visuaalisesti kuvaamaan ympäristöä esimerkiksi laajojen ilmakuvienv kautta, ihmisiä ja erilaisia objekteja, kuten lippuja ja työnteon tai harrastusten instrumentteja. Luonto näkyy teemana visuaalisessa aineksessa itsessään (esimerkkikuvat O – Q) sekä ihmisten taustalla (esimerkkikuva R).

Esimerkkikuva O kuvaa luontoa itsessään ilman ihmistä. On kuitenkin huomattava, että tämänkaltaisia kuvia on mainoksen kaikista kolmestakymmenestä kahdesta kuvasta ainoastaan kolme kuvaa, eli vain pieni osa.



Esimerkki O.

Esimerkkikuvassa O näkyy vihreää metsää, joka on kuvattu ylhäältä päin. Laaja linssi mahdollistaa laajan näkymän ja korostaa metsän ja vihreyden paljoutta. Kuva representoi suomalaista luontoa metsänä, jonka voidaan nähdä linkittyvän osaltaan myös elinkeinolliseen representaatioon tai luonnonsuojelulliseen representaatioon luonnosta. Lisäksi maiseman kuvauksessa korostuu vesi, jota näkyy esimerkkikuvassa O vasemmassa reunassa. Nämä valinnat voidaan nähdä perinteisinä suomalaisen luonnon kuvauksina, sillä Suomesta puhutaan tuhansien järvien maana. Valinta esittää metsät ja vesistöt ilman ihmistä viittaa metsien ja vesistöjen luonnonsuojelulliseen representaatioon.

Luonto esitetään Kokoomuksen mainoksessa myös liitettynä ihmisiin. Esimerkkikuva P kuvaa esimerkkikuvan O mukaisesti laajempaa aluetta, saaristoa, johon sijoittuu myös kaksi punaista mökkiä. Kuvassa nähdään myös kaksi ihmistä:



Esimerkki P.

Esimerkkikuva P kuvaa kuitenkin lähtökohtaisesti ympäristöä, ihmisten ja mökkien sijoituessa kuvan keskiosaan, jolloin luonto ympäröi kuvan aktiivisia toimijoita. Tämänkaltaisia kuvia on mainoksessa kaksi. Ne keskittyvät kuvaamaan asutusta, jota luonto ympäröi. Vastakohtana näille *asutus osana luontoa* -kuville voidaan nähdä kuva, jossa roolit vaihtuvat, jolloin ainoastaan puiden latvat näkyvät asutuksen välistä. Mainoksessa tuodaan esiin siis molemmat puolet asutuksen ja luonnon yhdistelmästä, mutta näytetään kuitenkin enemmän niitä kuvia, joissa luonto on hallitsevampi osapuoli.

Luonto näkyy myös osiossa, jossa esitetään vanhoja filmipätkiä, joissa esiintyy esimerkiksi sotilaita, työmiehiä ja lapsia koulussa. Kuvat liittyvät vahvasti kielelliseen ainekseen ja esimerkkipätkiksiin 34–37. Luontoa korostavat kuvat esiintyvät samanaikaisesti esimerkkipätkien 32 kanssa ja liittyvät siis erityisesti kielellisesti kuvattuihin *hommien hoitamiseen* ja *vaikeisiin paikkoihin*. Kuvat erottuvat nykyaikaisista kuvista etenkin värisävyiltään ja ovat joko mustavalkoisia tai värisävyiltään murrettuja. Yhdessä kuvassa nähdään ihmisiä työskentelemässä viljapellolla, mikä korostaa luonnon elinkeinollista representaatiota. Toisessa kuvassa nähdään sotilaita hiihtämässä lumisessa metsässä. Tämä kuva korostaa kielellisesti mainittuja *vaikeita paikkoja* ja korostaa suomalaisen luonnon



armottomuutta, mutta toisaalta viittaa myös suomalaisten sisukkuuteen ja *hommien hoitamiseen*. Kuvat siis tukevat kielellisesti esitettyä viestiä.

Historiallisten kuvien keskelle on sijoitettu esimerkkikuva Q, joka eroaa muista jakson kuvista tarkkuudellaan ja värisävyiltään, sillä se on kuvattu nykyaikaisella kameralla, mikä sijoittaa sen nykyaikaan:

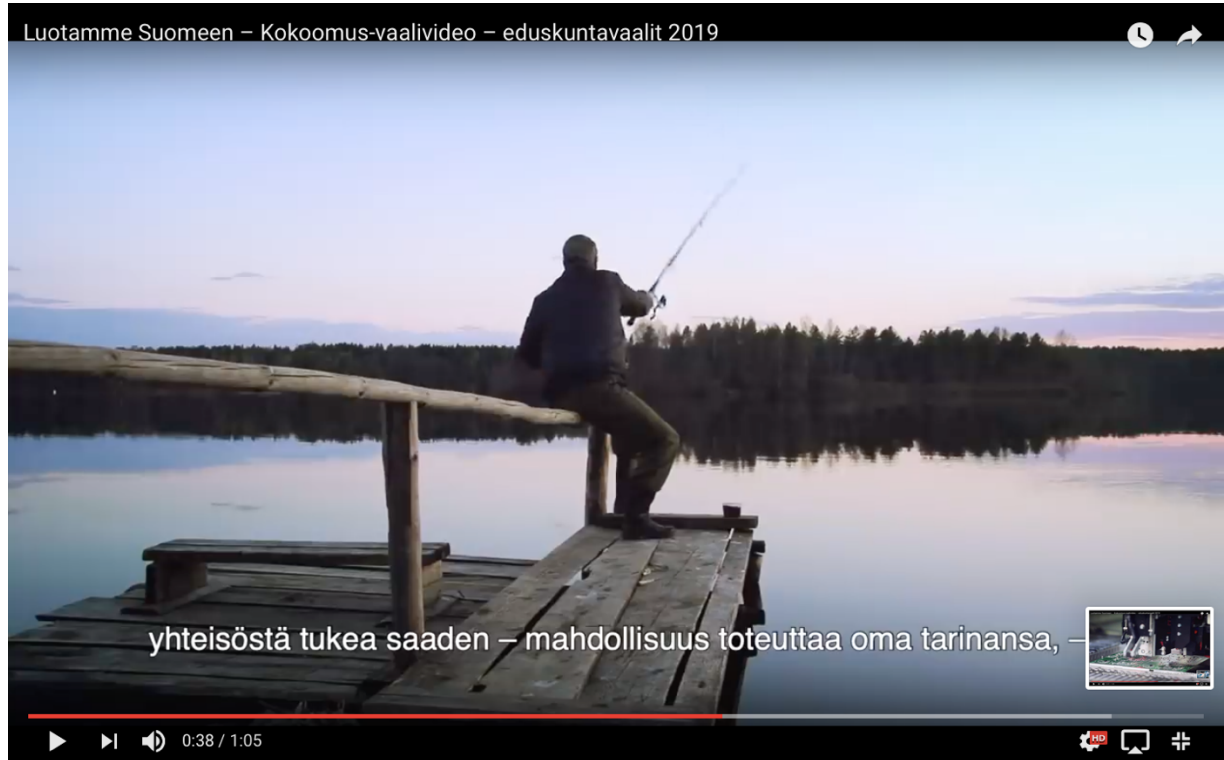


Esimerkki Q.

Esimerkkikuva Q liittyy vahvasti kielellisesti esimerkkivirkkeessä 34 ilmaistuun *ilmastonmuutoksen torjumiseen*. Kuva on lähikuva sulavasta jääpuikosta. Visuaalisesti esitetty jään sulaminen rinnastetaan kielellisesti esitettyyn *ilmastonmuutoksen torjumiseen*. Kuvan sijoittuminen nykyaikaan viittaisi siihen, että *ilmastonmuutoksen torjuminen* sijoittuisi ainakin lähemmäksi nykyaikaa kuin esimerkiksi visuaalisesti menneisyyteen sijoitetut *sotakorvausten maksaminen* ja *koulutuksen kehittäminen*. Visuaalinen kuva lisää tässä kohtaan tekstiin merkityksen erotellen *ilmastonmuutoksen torjumisen* erilleen kahdesta muusta samassa yhteydessä esitellystä teemasta. *Ilmastonmuutoksen torjuminen* representoidaan myös nykyaikaiseksi haasteeksi.

Lopuksi käsittelen visuaalisen aineiston luonnon representaatioita ihmisen taustalla. Muiden mainosten tapaan Kokoomuksen mainos keskittyy kuvaamaan ihmisiä ja suurimmassa osassa kuvia luonto esiintyy ainoastaan ihmisen taustalla. Luonto representoituu näitä kuvista

ihmisen kautta: elinkeinona, harrastuksena tai vapaa-ajan ympäristönä. Esimerkkikuva R kuvaa miestä kalastamassa järvimaisemassa. Kuvan voidaan nähdä luovan harrastuksellista representaatiota luonnosta.



Esimerkki R.

Esimerkkikuvassa R mies sijoittuu kuvan etualalle järvimaiseman näkyessä taustalla. Mies pitää kädessään virveliä ja on kuvan aktiivinen toimija. Luonto toimii ympäristönä ja tapahtumapaikkana, mutta toisaalta myös toiminnan, eli kalastamisen kohteena. Luonto representoituu näistä elinkeinoista, harrastamista ja vapaa-aikaa esittävistä kuvista mahdollisuutena harrastaa, saada ruokaa tai vain nauttia luonnosta. Luonnosta syntyy mahdollistava representaatio, sen sijaan, että sitä kuvattaisiin esimerkiksi uhkaavana voimana.

Luonto representoituu Kokoomuksen mainoksesta visuaalisesti itsenäisenä entiteettinä, asutusta ympäröivänä tai osana asutusta, sekä elinkeinona tai harrastuksena. Vahvimmin tulee esiin representaatio luonnosta ihmisen ympärillä ja ihmisen toiminnan kohteena. Luonto näyttäytyy mahdollisuutena elinkeinon, asumiseen ja harrastamiseen. Visuaaliset luonnon kuvaukset esittävät luonnon ihmisen toiminnan kohteena ja ympäristönä. Ilmastonmuutoksen representaatio syntyy kielellisestä ja visuaalisesta aineksestä kuvaamaan prosessia, joka on jo osittain aloitettu, mutta edelleen ajankohtainen. Luontoa representoidaan vahvana osana suomalaisuutta aina menneestä nykyisyyteen.

## 4.6 Suomen ruotsalainen kansanpuolue – Otetaanko ilmastonmuutos vakavasti?

Suomen ruotsalaisen kansanpuolueen eli RKP:n vaalivideo koostuu kielellisesti alussa esitetyistä kysymyksistä ja lopun toteavasta osasta. Mainos osallistaa katsojan heti aluksi esittämällä kysymyksiä, joihin ei mainoksessa tuoda kuitenkaan vastauksia. Näihin retorisisina tulkittaviin kysymyksiin sisältyy ennakko-oletuksia kysymyksen saamasta vastauksesta (VISK § 1705).

Video alkaa kielellisesti esimerkkilauseella 40:

40) Otetaanko ilmastonmuutos vakavasti?

Esimerkkilause 40 on passiivimuodossa oleva kysymyslause. Mentaalinen prosessi *otetaanko* määritteleenään sana *vakavasti* kuvaa suhtautumista ilmastonmuutokseen (KS. s.v. *ottaa, vakava*). Passiivimuoto korostaa lauseen objektia, eli *ilmastonmuutosta* ja jättää subjektin mainitsematta (VISK § 1313). Kysymyslause sitouttaa katsojaa kysymyksen lisäksi jättämällä kysymyksen kohdistamatta tiettyyn ryhmään muista kysymyksistä poiketen. Verrattaessa esimerkkilauseetta 40 esimerkkilauseisiin 41 ja 42, huomataan, että jälkimmäiset prosessit kohdistetaan persoonamuotoisten verbien ja subjektien avulla koskemaan vain tiettyjä ryhmiä:

41) Antavatko vanhainkodit ikäihmisille turvallisen elämän?

42) Onko pienten lasten vanhemmilla voimavaroja olla läsnä lapsilleen?

Esimerkissä 41 materiaalisen prosessin toimijana ovat *vanhainkodit* ja esimerkkilauseen 42 olotilaa ilmaisevan suhdeprosessin toinen osapuoli on *vanhemmat*. Nämä lauseet käsittävät siis kohteiltaan pienemmän ryhmän kuin passiivimuotoinen esimerkkilause 40, joka jättäessään viittaamatta tiettyyn ryhmään päättyy viittaamaan yleisesti kaikkiin. On huomattava, että muiden teemojen nähdään mainoksessa vaikuttavan ainoastaan rajatumpiin ryhmiin, kun taas ilmaston nähdään olevan kaikkien yhteinen teema. Kysymyksiin ei kuitenkaan oleteta saatavan vastausta, joten esimerkkiin 40 voidaan huomata sisältyvän ennakko-oletus siitä, ettei ilmastonmuutosta oteta vakavasti.

Eri teemojen esittelyn jälkeen mainos kuvaa RKP:n suhtautumista esittelemiinsä teemoihin:

43) Nämä ovat niitä asioita, joita me Suomen ruotsalaisessa kansanpuolueessa haluamme parantaa Suomessa.

Esimerkkivirke 43 kuvaa suhdeprosessin ja mentaalisen prosessin avulla, että aiemmin esitellyt teemat ovat niitä asioita, joita *Suomen ruotsalainen kansanpuolue* kokee tarpeellisena kehittää (KS. s.v. *parantaa*). Aiemmin mainittu *ilmastonmuutos* representoidaan siis asiana, jonka takia on tarpeellista toimia edelleen. Virke määrittää myös tekstitasolla aiemmin esitettyjä retorisia kysymyksiä. Prosessi *haluta parantaa* määrittää esimerkkien 40–42 saamat ennako-oletukset negatiivisiksi, sillä kysymysten on vaikea kuvitella saavan positiivista vastausta, jos niiden esittelemiä teemoja halutaan parantaa (KS. s.v. *parantaa*; VISK § 1705).

Esimerkkivirke 44 kuvaa suhdeprosessin avulla Suomen ruotsalaisen kansanpuolueen toivomaa lopputulosta:

44) Kaikilla pitäisi olla vapaus unelmoida ja toteuttaa unelmansa.

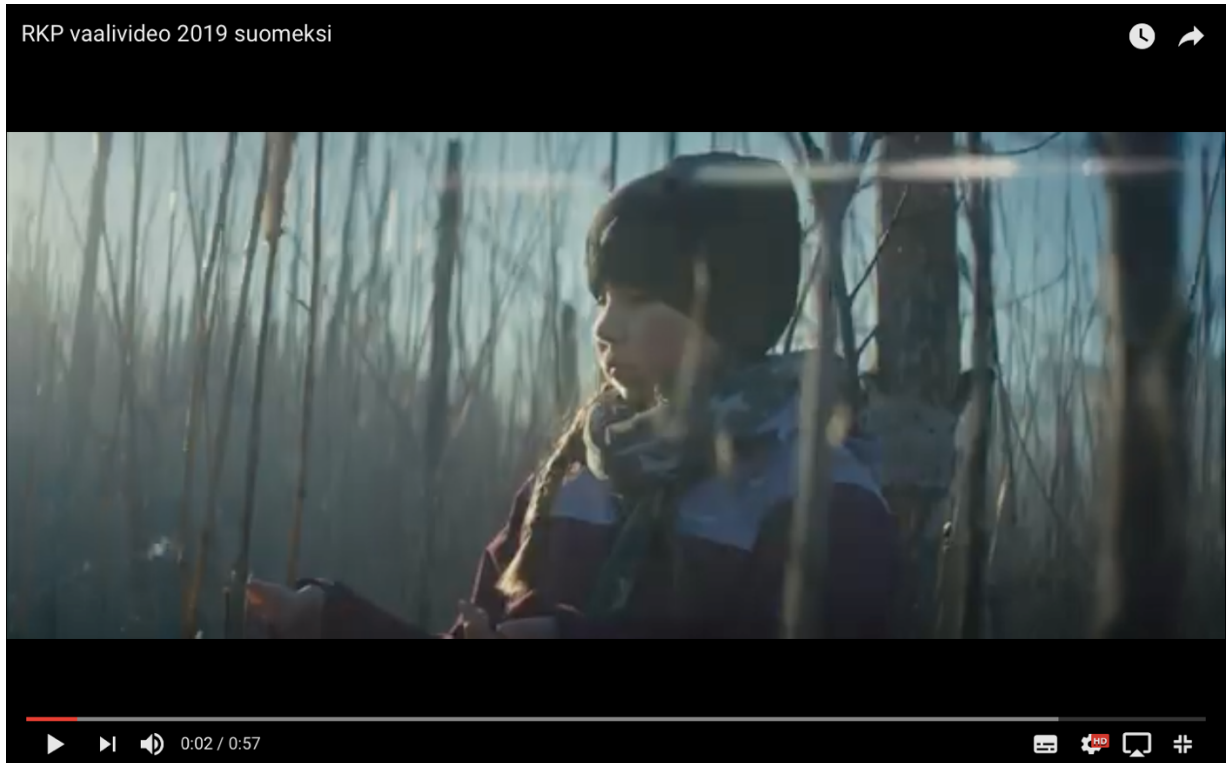
Esimerkkivirkeessä 44 verbin *pitää* konditionaalimuoto *pitäisi* tekee lauseesta mahdollisuuden tahdon tasolla, mutta ei vielä todellisuudessa (VISK § 1592) ja näin ollen kääntää lauseen merkitsemään, että kaikilla ei ole nykyajassa vapautta ”unelmoida ja toteuttaa unelmansa”. Tekstiyhteydessä *unelmointi ja unelmansa toteuttaminen* viittaavat aiemmin mainittuihin teemoihin, esimerkiksi ilmastonmuutokseen. Ilmastonmuutosta representoidaan siis esteenä *unelmoimiselle* ja *unelmien toteuttamiselle*, eli tulevaisuuden suunnitteluun vaikuttavana (KS. s.v. *unelma*).

Esimerkkivirke 45 päättää mainoksen ja esittelee RKP:n kohderyhmän:

45) Suomen ruotsalainen kansanpuolue on kaikille, jotka haluavat toimia kaksikielisen ja liberaalin Suomen puolesta.

Esimerkkivirke 45 identifioi suhdelauseella *suomen ruotsalaista kansanpuoluetta* ja kertoo sen olevan ”kaikille”. Seuraava mentaalinen prosessilause rajaa *kaikkien* joukkoa ja korostaa puolueen pyrkimyksiä *kaksikieliseen* ja *liberaaliin* Suomeen. RKP:n *liberalismi* on puolueen eduskuntavaaliohjelman (Suomen ruotsalainen kansanpuolue 2019b) mukaan *vastuullista vapautta* ja korostaa yksilönvapautta, oikeuksia ja tasa-arvoa. Esimerkissä 44 esitetty ”vapaus unelmoida ja toteuttaa unelmansa” yhdistyy tässä puolueen liberalismiin, jolle siis myös ilmastonmuutos esitetään ongelmana.

Seuraavaksi käsittelen RKP:n mainoksen visuaalista ainesta. Luonto esiintyy mainoksessa visuaalisesti heti alussa lapsen taustalla esimerkkikuvassa S. Kuvaus keskittyy lapseen sijoittaen tämän kuvan keskelle toimijaksi. Luonto näyttäytyy lapsen taustalla keväisenä, mutta lehdettömänä ja karuna. Tarkastellessa kuvaa suhteessa mainoksen muihin kuviin, luonto representoituu myös esimerkkikuvassa S puuna. Puu jatkuu teemana luonnon representaatioissa myös myöhemmin mainoksessa (esimerkkikuvat T ja U).



Esimerkki S.

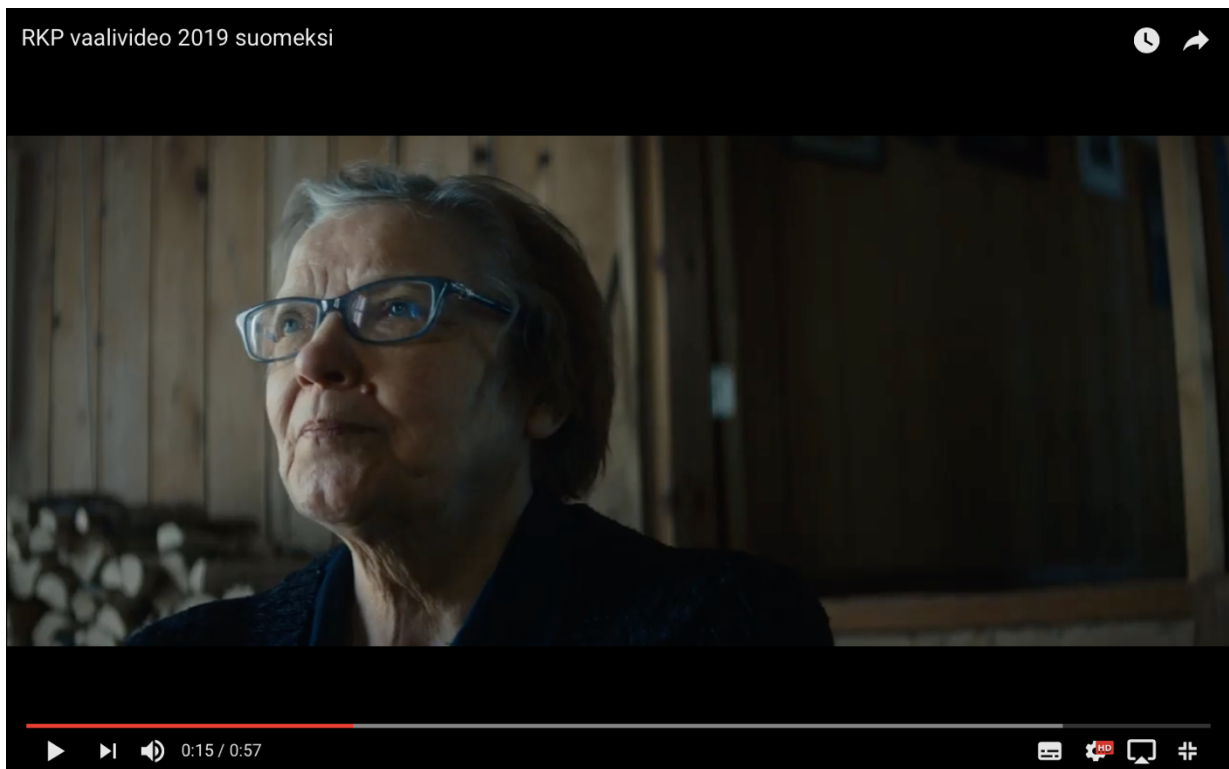


Esimerkki T.

Puu esiintyy esimerkkikuvan S lisäksi työmateriaalina (esimerkkikuva T), sekä pintamateriaalina (esimerkkikuva U). Noin 70% kuvista sisältää puuta joko elävänä kasvina, materiaalina tai pintana. Mainoksen alkua lukuun ottamatta kuvat sijoittuvat sisätiloihin, jolloin luonnon kuvaus ympäristönä jää pienempään osaan kuin luonnon kuvaus työ- tai pintamateriaalina.

Esimerkkikuvaa T tarkastelemalla huomataan, että kuvassa puu on toiminnan, eli *työn* kohteena. Luonto representoituu mainoksesta ihmisen (tai esimerkkikuvassa T myös koneen) muokattavissa olevana. Samassa kohdassa kuullaan kielellisesti puhuttavan *pienyrittäjistä*, mikä luo puusta materiaalisena ympäristöystävällisempää kuvaa kuin esimerkiksi *tehotuotannosta* puhuttaessa. Kuvan lämpimät värisävyt edistävät edelleen tätä jopa kotoista tunnelmaa, joka tähän mainoksen kuvaamaan työtilaan syntyy.

Esimerkkikuvaa U tarkastelemalla huomataan, että vanhan naisen tausta on kokonaisuudessaan puuta:



Esimerkki U.

Kuvassa taustalla nähdään halkopino, joka sijoittaa tilanteen katsojan mielessä vanhempaan puulämmitteiseen taloon, esimerkiksi mummolaan. Kuvattu vanha nainen korostaa edelleen tätä mummolamaista tunnelmaa kuvassa. Puu näkyy kuitenkin mainoksen seuraavassa osiossa samantapaisesti myös nuoren perheen taustalla esimerkiksi seinäpintana ja huonekalujen

materiaalina. Luonto representoituu kuvista pitkäikäisenä rakentamisen materiaalina. Sitä kuvataan vanhemman naisen taustalla, jolloin syntyy representaatio pitkäikäisyydestä, mutta samankaltaisesti nuoren perheen taustalla, jolloin se representoituu myös modernina materiaalina. Luonto representoituu RKP:n mainoksesta kielellisesti ilmastonmuutoksen näkökulmasta vapautta ja mahdollisuuksia rajoittavana tekijänä, mutta visuaalisesti mahdollisuutena materiaalisesti esimerkiksi elinkeinollisesti tai rakentamisessa.

#### 4.7 Vihreät – Näytä luontososi ja äänestä

Vihreiden mainos koostuu kielellisesti visuaalisesti tekstinä esitetyistä kysymysmuotoisista vaihtoehdoista (esimerkki 46) ja tämän jälkeen puhutuista toteavasta suhdeprosessilauseesta (esimerkki 47) sekä kaksi käskymuotoista materiaalista prosessia sisältävästä virkkeestä (esimerkki 48).

Alun kysymysmuotoisista virkkeistä esimerkki 46 liittyy luontoon. Virke vertaa kahta erilaista representaatiota samanaikaisesti visuaalisesti esitetystä metsästä:

##### 46) Kansallisaarre vai kauppatavaraa?

Ensimmäinen sana *kansallisaarre* saa positiivisen konnotaation ja luo representaatiota metsästä sekä kansallisesti että kulttuurisesti arvokkaana ja merkittävänä varana (KS. s.v. *kansa; aarre*). Konjuktiolla *vai* rinnastettu *kauppatavaraa* saa verrattaessa aiempaan negatiivisen konnotaation ja luo representaatiota metsästä välineenä ja hyödykkeenä (KS. s.v. *kauppatavara; tavara*). Sanojen merkitykset eivät ole itsessään täysin vastakkaiset, mutta samassa verrannollisessa yhteydessä korostuvat niiden saamat polaariset konnotaatiot.

Esimerkkilause 47 on toteava suhdelause, joka luonnehtii sanaa *valinta*:

##### 47) Valinta on sinun.

Sana *valinta* viittaa mainoksessa aiemmin esitettyihin *vai* -konjuktiolla rinnastettuihin sanoihin ja korostaa näiden sanojen polaarisuutta suhteessa toisiinsa. Genetiivimuotoinen *sinun* luonnehtii sanaa *valinta* ja täsmentää sanaa *valinta* kohdistuvaksi katsojalle (VISK §574). Sanalla *sinun* viitataan katsojaan, eli äänestäjään.

Käskylauseet esimerkkivirkkeessä 48 vetoaa katsojaan. Materiaaliset prosessit *näytä* ja *äänestä* kehottavat katsojaa toimimaan:

##### 48) Näytä luontososi ja äänestä vihreitä.

Materiaalinen prosessi *näytää* kehottaa katsojaa tuomaan esiin oman näkökantansa. Lauseen objekti *luonto* viittaa samanaikaisesti luontoon ympäristönä tuoden mieleen vihreiden ympäristö- ja ilmastopolitiikan (Vihreät 2019) sekä ihmisluontoon, eli ihmisen luonteeseen (KS. s.v. *luonto*). Virke korostaa ihmistä osana ympäristöään ja korostaa ympäristö- ja ilmastokysymyksiä äänestämiseen vaikuttavina. Mainos representoi kielellisesti vahvasti luontoa äänestämiseen vaikuttavana.

Seuraavaksi käsittelen luonnon representaatioita vihreiden mainoksen visuaalisesta aineksesta. Vihreiden mainos rakentuu visuaalisesti tarinaksi lapsen matkasta koulusta kotiin. Kielellisesti kuvatut teemat liittyvät vahvasti visuaalisesti kuvattuihin kohtauksiin ja suurin osa kielellisestä aineksesta esitetään visuaalisina kerroksina kuvan päällä. Luonto näkyy visuaalisessa aineksessa kerroksena ensimmäisen kerran tasa-arvoa kuvaavassa kohdassa:



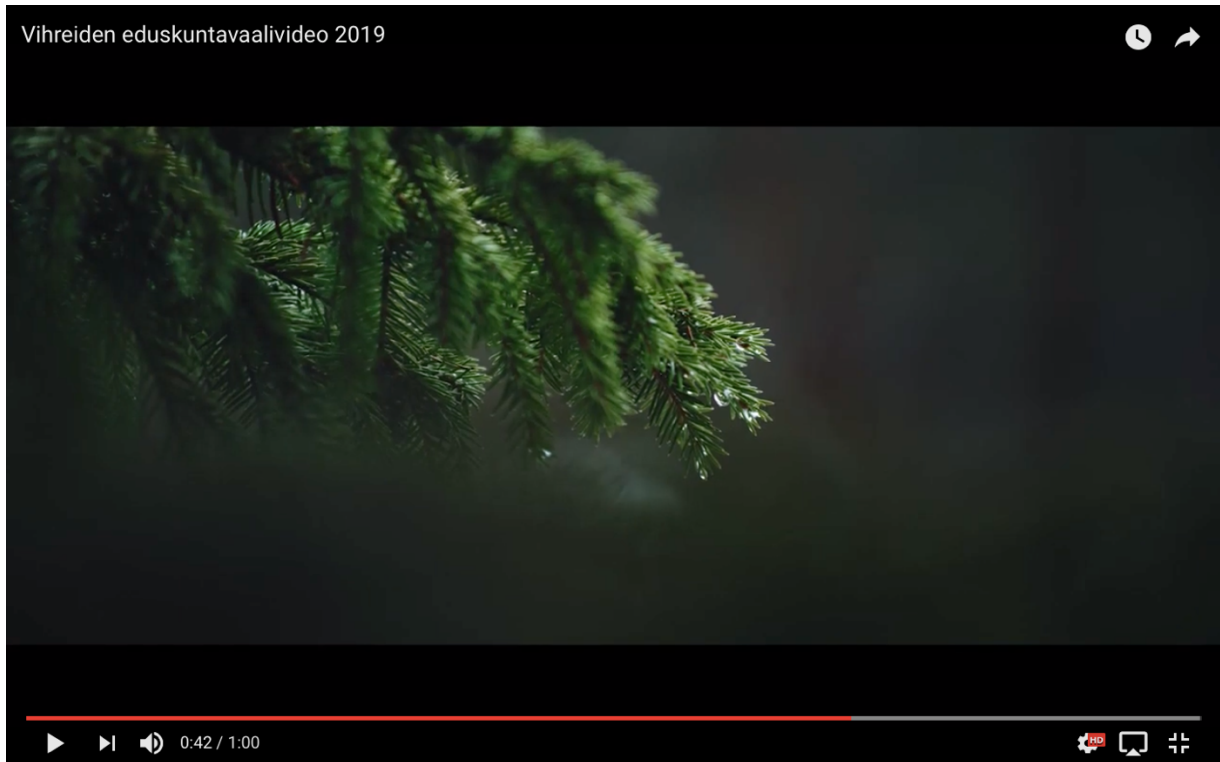
Esimerkki V.

Luonto jää näissä kuvissa vahvasti taka-alalle kuvauksen kohdistuessa ihmisiin ja taustan ollessa sumennettu. Taustalla nähdään sumennettuna lehdettömiä puita ja yksittäisiä lumikasoja. Luontoa ei tässä vaiheessa mainosta tuoda vielä esiin ja se toimii ainoastaan taustalla ilman tärkeämpää merkitystä.

Luonnon kuvaukseen keskittyvä jakso representoi luontoa metsänä. Samanaikaisesti yhdessä jakson kuvassa nähdään visuaalisen teksti ”Kansallisaarre vai kauppatavaraa”. Teksti



luo metsästä kahdenlaista representaatiota. Esimerkkikuvassa X korostuu yksittäinen kuusen oksa:



Esimerkki X.

Esimerkkikuva X representoi luontoa yksityiskohtina. Värisävyt ovat luontojakson muissakin kuvissa esimerkkikuvan X mukaiset ja niissä korostuu syvä ja kirkas vihreän sävy, mikä vahvistaa kielellisesti luotua representaatiota *kansallisaarteesta*. Metsän merkittävyyden representaatiota vahvistavat myös kuvat, joissa metsää on kuvattu alhaalta maan tasolta ylöspäin. Puut näyttävät katsojalle isommilta ja vaikuttavammilta, kun niitä kuvataan alhaalta päin.

Kokonaisuudessaan Vihreiden mainos representoi luontoa *metsän* näkökulmasta. Representaatio korostaa metsän kahtiajakoisuutta henkisenä varana tai elinkeinona ja liittää näihin polaariset konnotaatiot. Visuaalinen aines vahvistaa *kansallisaarten* saamaa positiivista konnotaatiota metsästä puhuttaessa ja metsän arvoa kansallisena henkisenä varana. Metsätalous saa negatiivisen konnotaation. Representaation voidaan nähdä olevan luontainen Vihreille, sillä puolue korostaa politiikassaan metsien merkitystä hiilinieluinä ja haluaa vähentää metsien hakkuita (Vihreät 2018).

## 5 LUONNON REPRESENTAATIOT

Kokoan tässä pääluvussa yhteen näkyvimvät luonnon representaatiot ja esittelen, miten nämä representaatiot mainoksista syntyvät. Mainoksista tuli esiin neljä päärepresentaatiota: *luonto elinkeinona*, *luonto ja ilmastonmuutos*, *luonto vastakohtana yhteiskunnalle* ja *luonto äänestykseen vaikuttavana*.

### 5.1 Luonto elinkeinona

Luontoa representoidaan mainoksissa elinkeinollisesti metsätalouden ja maatalouden kautta. Metsätalouden representaatio esiintyy Vihreiden mainoksessa kielellisesti, minkä lisäksi Keskustan ja RKP:n mainoksissa visuaalisesti. Maatalouden representaatio esiintyy Keskustan ja Kokoomuksen mainoksissa. Myös maatalouden representaatiot rakentuvat pääasiassa visuaalisesti. Representaatiot rakentuvat kuitenkin kokonaisuuksina sekä kielellisestä että visuaalisesta aineksesta.

Elinkeinollinen representaatio metsästä tulee esiin kielellisesti Vihreiden mainoksessa puhuttaessa *kauppatavarasta* (esimerkki 46). Tekstin taustalle sijoitettu kuva puista yhdistää sanan tarkoittamaan metsää. Elinkeinollisen representaation rakentuminen metsästä vaatii tässä kohtaa kielellisen ja visuaalisen aineksen tarkastelemisen yhdessä. Metsää representoidaan elinkeinollisesti myös Keskustan ja RKP:n mainoksissa, joissa representaatio syntyy kuitenkin ainoastaan visuaalisesta aineksesta. Kolmea mainosta tarkastelemalla huomataan, että jokainen niistä kuvaa metsäteollisuuden eri vaihetta. Keskustan mainos kuvaa metsäteollisuuden alkuvaihetta ja metsäyöntekijää (esimerkki F), jonka taustalle on sijoitettu kuva metsästä. Vihreiden mainos kuvaa metsäteollisuuden kauppavaihetta, jolloin metsä, eli puutavara vaihtaa omistajaansa. RKP:n mainos kuvaa puuta työmateriaalina ja metsäteollisuuden mahdollisena lopputuotteena (esimerkit T ja U).

Metsän representaatioon elinkeinona liittyy positiivinen konnotaatio Keskustan ja RKP:n mainoksissa. Positiivinen konnotaatio syntyy Keskustan mainoksessa visuaalisesti, kun metsäyöntekijää ja takana olevaa metsää kuvataan alhaalta päin (esimerkki F). Alakuvakulma korostaa metsän ja metsäyöntekijän arvokkuutta, kun ne esitetään katsojaan nähden ylempänä. Mainoksen kielellinen aines vahvistaa positiivista konnotaatiota, kun kielellisesti ilmaistu positiivisia konnotaatiota saavien mentaalisten prosessien subjekti *minä* yhdistyy mainoksessa visuaalisesti kuvattuihin henkilöihin, joista yhtenä esiintyy metsäyöntekijä. Visuaalisesti esitettyyn elinkeinolliseen representaatioon yhdistyy kielellisesti esitetyt mentaaliset prosessit *rakastaa* ja *ymmärtää*, joiden kohteena on *maa*, josta metsänkin voidaan nähdä olevan

lähtöisin. Tämän kaltaisen metsää elinkeinona arvostavan representaation voidaan katsoa olevan Keskustalle ominainen, sillä Keskusta pyrkii suomalaisen metsäteollisuuden kasvuun ja korostaa metsäteollisuuden merkitystä myös talouden kasvun kannalta (Keskusta 2019: 1-2).

Positiiviset konnotaatiot puusta elinkeinona rakentuvat RKP:n mainoksessa visuaalisesti samankaltaisesti kuin Keskustan mainoksessa. Kun puuta kuvataan lähikuvassa työmateriaalina, korostuu kuvassa alakuvakulma, joka saa aikaan merkittävyyden vaikutelman (esimerkki T). Kohtauksen kanssa samanaikaisesti kuultu kielellinen aines kuvaa *pienyrittäjiä* ja *käsipareja*, mikä vahvistaa visuaalisesti esitettyä lämpimin värein kuvattua, jopa pehmeäntuntuista kuvaa työtilasta, jossa nähdään enimmillään kaksi ihmistä samanaikaisesti. Visuaalisesti ja kielellisesti luotu representaatio pienyrittäjänä toimivasta puutuotteiden valmistajasta on hyvin mahdollinen, mutta mielestäni epätavallinen, kun otetaan huomioon Suomessa toimivien käsityöyritysten vähäisyys yrityskannassa (Lith 2019: 9) ja toisaalta huonekalujen valmistuksen ollessa ainoastaan 14% puutuoteteollisuuden tuotannon bruttoarvosta (Sorsa 2019). Metsän representaatio elinkeinona on kuitenkin myös RKP:lle ominaista, sillä puolue korostaa kestäväen metsäteollisuuden merkitystä ja puurakentamisen merkitystä hiilivarastona (Suomen ruotsalainen kansanpuolue 2019a).

Ainoastaan Vihreiden mainoksessa syntyy negatiivinen konnotaatio metsän elinkeinollisesta representaatiosta, verrattaessa sanaa *kauppatavara* sanaan *kansallisaarre*. Sanan *kauppatavara* voidaan nähdä viittaavan metsäteollisuuden tuotteiden runsaaseen vientiin (Suorsa 2018: 1). Elinkeinollinen representaatio näyttäytyy negatiivisena verrattuna etenkin sanaan *kansallisaarre*, joka korostaa visuaalisesti esitetyn metsän (esimerkki X) merkitystä kansallisena, eli suomalaisille merkityksellisenä (KS. s.v. *kansa, aarre*). Representaatio kuvaa Vihreiden suhtautumista metsään ja esimerkiksi hakkuisiin. Vihreät korostavat politiikassaan hiilinielujen merkitystä verrattuna puun käyttöön teollisuudessa (Vihreät 2018).

Maatalouden representaatio rakentuu Keskustan mainoksessa metsäteollisuuden representaation kaltaisesti positiiviseksi. Visuaalisesti esitetty katse kohti maata (esimerkki E) korostaa kielellisesti esitettyjä positiivisen konnotaation saavia mentaalisia prosesseja *rakastaa* ja *ymmärtää*. Kielellisesti esitetty sana *maa* rinnastuu visuaalista ainesta tarkastelemalla tarkoittamaan fyysistä maata, saaden myös elinkeinollisen representaation kuvatessa viljelysmaata. Maatalouden representaatio rakentuu jopa kansallisromanttiseksi, kun kuvassa näkyy ainoastaan mies ja pelto. Kuva korostaa ihmisen toimijuutta maataloudessa ja jättää esittämättä esimerkiksi nykyiselle maataloudelle merkitykselliset koneet, joiden avulla maatalous käytännössä hoidetaan. Kielellisesti esitetyt mentaaliset prosessit korostavat positiivisten tunteiden merkitystä maatalouden hoitamisessa ja romanttista mielikuvaa

maanviljelijän kokemuksesta maata ja luontoa kohtaan. Representaation voidaan nähdä olevan luontainen Keskustalle, joka korostaa politiikassaan esimerkiksi tasapainoista aluekehitystä ja maaseudun merkitystä raaka-aineiden, yrittäjyyden ja luonnon kannalta (Keskusta 2018: 4).

Kokoomuksen mainoksessa maataloutta kuvataan vanhassa mustavalkoisessa filmipätkässä, jossa joukko naisia kokoaa heinää pellolta käsivoimin. Maatalouden representaatio rakentuu myös Kokoomuksen mainoksessa positiiviseksi, kun tarkastellaan visuaalista ja kielellistä ainesta yhdessä. Visuaalisesti esitetty vanhanaikainen maatalouden hoito rinnastuu kielellisesti samanaikaisesti esitettyyn *hommien hoitamiseen*. Ilmais ”*vaikeissakin paikoissa*” luo viittauksen sota-aikaan ja maataloustöitä koskevaan kuvaan liitettynä myös sodan aikaisiin sadonkorjuutalkoisiin. Kuvassa esiintyvät henkilöt ovat kaikki naisia, mikä lisää vaikutelmaa sota-ajasta, jolloin miehet olivat luontaisesti rintamalla.

Positiivinen representaatio maataloudesta syntyy, kun se esitetään samassa kuvasarjassa esimerkiksi sotilaita ja sairaanhoitajaa esittävien kuvien kanssa. Maatalouden hoitajat esitetään sotilaiden ja sairaanhoitajien tapaan kuuluvana ryhmään, jotka ovat kielellisen aineksen mukaisesti ”*hoitaneet hommansa – vaikeissakin paikoissa.*” Kuva pellolla työskentelevistä naisista ihanoi käsin tekemistä ja esittää ihmiset toimijoina sen sijaan, että kuvattaisiin esimerkiksi modernimpaa koneellisesti toimivaa maataloutta. Tämän kaltainen representaatio maaseudusta ja maataloudesta on luontainen Kokoomukselle, joka korostaa politiikassaan maaseudun merkitystä (Kokoomus 2020b) ja nostaa maaseutupolitiikassaan esille maatalouden positiivisen merkityksen (Kokoomus 2020a).

## 5.2 Luonto ja ilmastonmuutos

Ilmastonmuutos oli yksi kevään 2019 merkittävimpiä teemoja myös eduskuntavaaleissa. Ilmastonmuutos liittyy erottamattomasti luontoon. Se muokkaa myös suomalaista luontoa, vesistöjä ja kasvillisuutta (Nousiainen 2017). Luonnon representaatioon ilmastonmuutoksen kautta liittyy etenkin uhkakuva luonnon tuhoutumisesta ja ympäristökatastrofeista, mutta luonnon voidaan nähdä olevan myös vastavoima ilmastonmuutokselle. Yksi tärkeimpiä suomalaisen ilmastonmuutoksen vastaiseen keskusteluun liittyviä teemoja on hiilinielut, eli metsien itseensä sitoman hiilidioksidin määrä. Hiilinieluilla on suuri merkitys ilmastonmuutoksen torjumisessa, sillä metsän sitoessa hiiltä itseensä on ilmakehän hiilidioksidipitoisuus pienempi (Kimmo 2015).

Ilmastonmuutos esiintyy kielellisesti Kokoomuksen, RKP:n, Vasemmistoliiton ja SDP:n mainoksissa ja visuaalisesti sen voidaan nähdä tulevan esiin Kokoomuksen ja Vasemmistoliiton

mainoksissa. Representaatiot syntyvät kuitenkin kokonaisuuksina, kun tarkastellaan kielellistä ja visuaalista ainesta yhdessä. Ilmastonmuutos representoituu huolta aiheuttavana (RKP) ja toimia edellyttävänä (Vasemmistoliitto, SDP), mutta toisaalta jo hoidettuna (Kokoomus).

Ilmastonmuutos ja sen aiheuttamat uhkakuvat tulevat vahvimmin esiin Vasemmistoliiton mainoksesta. *Ilmasto* esitetään mentaalisen prosessin *kokea huolta* objektina. Kokijoina prosessissa ovat *lapset*, mikä osoittaa huolen kohdistumisen yhteiskunnan vaikutusmahdollisuuksiltaan vähäisimpään osaan. Lasten toimintaa kuvataan suhdeprosessilla ”*he ovat koululakossa*”, mikä luo kuvaa toiminnasta pitempiaikaisena olotilana eikä niinkään aktiivisena. *Ilmastotoimien* korostetaan kuuluvan aikuisten vastuulle ja niiden tärkeyttä korostetaan materiaalisen prosessin nollapersoonamuodolla ”*on tehtävä*”. Muoto ei kohdistu toimia kuitenkaan millekään tietylle ryhmälle. Visuaalisesti ilmastonmuutos representoituu tehdasmaisen tilan seinälle heijastuneista kuvista jäätiköiden sulamisen ja metsien palamisen (esimerkki I) kautta. Luonto representoituu sen tuhoutumisen kautta, jolloin ilmastonmuutoksellinen representaatio vahvistuu.

Vasemmistoliiton mainoksessa visuaalisesti esitetyt kuvat luonnosta eivät kuitenkaan ole tyypillisiä suomalaiselle luonnolle. Metsäpalot eivät ole Suomessa yhteiskunnallisesti iso ongelma, vaikka ilmastonmuutos voi lisätä metsäpalojen riskiä tulevaisuudessa (Lindberg, Heikkilä & Vanha-Majamaa 2011: 5). Jäätiköiden sulamisesta aiheutuva merenpinnan nousu ei ole myöskään yhtä suuri uhka Suomelle kuin monelle muulle valtiolle, sillä Suomen maanpinta kohoaa edelleen voimakkaasti edellisen jääkauden jäljiltä. Merenpinnan kohoaminen saattaa kuitenkin voimistaa meritulvia myös Suomen rannikoilla. (Ilmasto-opas 2013.) Molemmat teemat ovat siis relevantteja myös Suomen kontekstissa, mutta linkittyvät enemmän ilmastonmuutoksen kansainvälisiin vaikutuksiin.

Ilmastonmuutoksen representointi visuaalisesti kansainvälisten uhkakuvien kautta linkittyy kielellisesti esitettyyn tulevaisuuden representaatioon. Uhkakuvat ovat mahdollisia myös suomalaiselle yhteiskunnalle pitkällä aikavälillä aiheuttaen näin ongelmia tämän päivän lapsille, joilla ei kuitenkaan esitetä olevan tarpeeksi toimivaltaa ilmastonmuutoksen torjumisessa. Ilmastonmuutos representoidaan tämän päivän ongelmaksi, jolla on pitkäkantoiset tuhoisat vaikutukset, jos tämän päivän aikuiset eivät tee toimia sen aktiiviseksi hillitsemiseksi.

SDP:n mainoksessa ilmastonmuutos representoituu Vasemmistoliiton mainoksen tapaan kielellisesti lapsiin ja tulevaisuuteen vaikuttavana. Vasemmistoliiton mainoksen tapaan ilmastonmuutoksesta puhuttaessa tekstissä esiintyy nollapersoonamuoto, joka on SDP:n mainoksessa ”täytyy saada aisoihin”. Muoto ei ilmaise toimijaa, jolloin voitaisiin ajatella

vastuun toimista jakautuvan yhteiskunnan kesken. Prosessi vaatii toimia kaikilta, ei vain tietyltä ryhmältä. Kielellisesti voidaan huomata Vasemmistoliiton ja SDP:n representaatioiden ilmastonmuutoksesta olevan hyvin samankaltaiset. Vasemmistoliiton eduskuntavaaliohjelmaa (Vasemmistoliitto 2019) ja SDP:n vaalitavoitteita (Suomen Sosialidemokraattinen Puolue r.p. 2019) tarkastelemalla voidaan huomata, että molemmat puolueet nostavat ilmaston yhdeksi tärkeimmistä teemoistaan kevään 2019 eduskuntavaaleissa.

RKP:n mainos kysyy ”Otetaanko ilmastonmuutos vakavasti?”. Kysymyslause ja passiivimuoto sitouttavat katsojaa osaksi teemaa ja passiivimuoto laajentaa kysymystä koskemaan isompaa määrittelemätöntä joukkoa. Myöhemmin ilmaistaan, että aiemmin esitellyt teemat ovat niitä, joita RKP haluaa parantaa Suomessa. Kysymys on retorinen ja siihen sisältyy ennako-oletus siitä, että ilmastonmuutos tulisi ottaa vakavasti (VISK § 1705). Adverbiaali *vakavasti* ilmaisee, että ilmastonmuutos tulee ottaa tosissaan. Myöhemmin ilmaistaan myös konditionaalinen avulla vapaudesta ”unelmoida ja toteuttaa unelmansa”, konditionaalinen kääntäessä merkityksen nykyhetken kannalta epätodennäköiseksi (VISK § 1592), mutta tulevaisuuden kannalta toivottavaksi (VISK § 1545). Ilmastonmuutos esittyy tekstiyhteydessä esteenä vapaudelle.

Ilmastonmuutoksen representaatio rakentuu RKP:n mainoksessa Vasemmistoliiton ja SDP:n mainosten mukaisesti uhkaavana tulevalle, toisaalta samanaikaisesti rakennetaan representaatiota mahdollisuudesta *parantaa* ilmastonmuutos, jolloin tulevaisuus näyttäytyisi parempana. Representaatio rakentuu kokonaisuudessaan vastakkainasetteluun, eli uhkaan ja mahdollisuuteen, mikä vahvistaa Vasemmistoliiton ja SDP:n mainosten mukaista käsitystä ilmastotoimien tärkeydestä tulevaisuuden kannalta. Aktiiviseen suhtautumiseen ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi viittaa myös RKP:n (2019a) ilmastopoliittisen ohjelman nimi ”Näin hillitsemme ilmastonmuutosta”.

Kokoomuksen mainos kuvaa kielellisesti ilmastonmuutoksen torjumista Suomessa lauseella ”*meidän kortemme on kekonsa löytänyt*”. Materiaalinen prosessi kuvaa aktiivista toimintaa, perfektimuoto vie prosessin menneisyyteen. Mainoksen alku jatkuu kuvaten menneisyyttä perfektimuotoisin prosessein. Ilmastonmuutoksen torjuminen sijoitetaan menneisyyteen, mutta jatkuvuutta korostetaan kuvaamalla myös nykyaikaa ja tulevaa. Vasemmistoliiton ja SDP:n mainosten mukaisesti Kokoomuksen mainoksessa esiintyy nollapersoonamuoto ”*on tehtävä*”, joka korostaa toimien tärkeyttä myös tänä päivänä ja tulevaisuudessa. Kokoomuksen mainoksen representaatio ilmastonmuutoksesta poikkeaa Vasemmistoliiton, SDP:n ja RKP:n mainosten representaatiosta korostaen myös mennyttä ja jo tehtyjä toimia.

Ilmastonmuutosta representoidaan Kokoomuksen mainoksessa visuaalisesti kuvalla sulavasta jääpuikosta (esimerkki Q). Kuva symboloi ilmastonmuutosta samankaltaisesti kuin Vasemmistoliiton mainoksessa esiintyvä kuva jäävuoresta. Kokoomuksen mainos esittää ilmaston lämpenemisestä johtuvan jään sulamisen kuitenkin pienemmässä mittakaavassa kuin Vasemmistoliiton mainos. Kokonaisuudessaan ilmastonmuutoksen representaatio rakentuu Kokoomuksen mainoksessa samankaltaiseksi kuin Vasemmistoliiton, SDP:n ja RKP:n mainosten representaatiot. Kuitenkin verrattaessa näihin muista mainoksista syntyviin representaatioihin, Kokoomuksen mainoksesta syntyvä representaatio ilmastonmuutoksesta korostaa enemmän jo tehtyä tulevan sijaan.

Kaikkiaan ilmastonmuutoksen representaatiot Vasemmistoliiton, SDP:n, RKP:n ja Kokoomuksen mainoksissa ovat melko samankaltaisia. Representaatioissa korostuvat kielellisesti tulevaisuuden uhkakuvat ja nollapersoonamuodoilla ilmaistu tekojen kohdistuminen yleisesti kaikille (VISK § 1348). Visuaalisesti korostuvat tulevaisuuden uhkakuvat, jäätiköiden sulaminen ja metsäpalot. Mainokset representoivat ilmastonmuutosta kaikkien yhteisenä ongelmana, jonka vaikutukset näkyvät kuitenkin suurimmaksi osaksi vasta tulevaisuudessa, jota representoidaan lasten kautta. Suurimpana kärsijänä näyttäytyvät vaikutusmahdollisuuksiltaan vähäisiksi kuvatut lapset ja toimintaa edellytetään tämän päivän aikuisilta.

### **5.3 Luonto vastakohtana yhteiskunnalle**

Luonto representoituu yhteiskunnan vastaisena Perussuomalaisten mainoksessa. Representaatio syntyy mainoksen kielellisestä ja visuaalisesta aineistosta kokonaisuudessaan. Representaatio luonnosta yhteiskunnan vastaisena syntyy kielellisestä aineksesta esimerkiksi sanavalinnoin ja toimijoin ja visuaalisesta aineksesta esimerkiksi ympäristön ja toimijoiden kuvauksesta. Mainoksesta syntyy jyrkkä kahtia-asettelu korruptoituneen pääkaupungin ja aktiivisena toimijana esitetyn luonnon välille. Samankaltaista luonnon ja ihmisen rakentaman yhteiskunnan välistä erottelua ei ole huomattavissa muista käsittelemistäni kevään 2019 eduskuntavaalimainoksista. Luonto pikemminkin korostuu muissa mainoksissa luonnollisena osana yhteiskuntaa ja ihmistä ympäröiden, minkä takia on tärkeää tarkastella muista mainoksista näin vahvasti eroavaa representaatiota luonnosta.

Perussuomalaisten mainos eroaa luonnon kuvaukseltaan muista mainoksista myös siten, että siinä ei käsitellä kielellisesti lainkaan ilmasto- tai ympäristökysymyksiä. Visuaalisesti voidaan huomata samankaltaisia luonnon tuhoutumisen kuvauksia kuin Vasemmistoliiton

mainoksen visuaalisessa aineksessa, mutta näitä ei sidota kontekstiltaan mitenkään ilmastoteemaan. Perussuomalaisten eduskuntavaaliohjelman (Perussuomalaiset 2019) tarkastelemalla huomataan, että ilmastokysymykset mainitaan ainoastaan lyhyesti ja niitä käsitellään lähinnä talouden kannalta. Ilmastokysymyksiin suhtaudutaan negatiivisesti ja Suomen merkitystä päästövähennysten suhteen ilmaistaan vähäisenä globaalilla tasolla.

Perussuomalaisten mainos lähtee liikkeelle kuvaten Suomea yhteiskunnallisesta näkökulmasta *valtiona*. Sanavalinnat, kuten *kansa*, *kansalaiset*, *itsenäisyys*, *demokraattisesti* ja *johtajat* korostavat maan yhteiskunnallista ulottuvuutta luonnollisen sijaan. Kahtia-asettelu syntyy, kun tarkastellaan mainoksen luontojakson sanavalintoja, kuten *savu*, *energia*, *massa*, *ruumiillistuma* ja *metsä*. Nämä sanat korostavat maan fyysistä ulottuvuutta ja ovat aiempiin sanoihin verrattuna konkreettisempia. Esimerkiksi sana *kansa* kuvaa Perussuomalaisten mainoksessa yhteisöä, jota sitoo yhteen muun muassa kulttuuri, hallinto ja kieli. Vaikka näiden voidaan nähdä syntyvän luonnollisesti, ovat ne kuitenkin vahvasti käsitteellisiä ja ihmisten luomia. (KS. s.v. *kansa*.) Sana *ruumiillistuma* taas kuvaa Perussuomalaisten mainoksessa aineettoman ja luonnonvastaisen *hirviön* muutosta fyysiseksi ja luonnolliseksi olennoksi. (KS. s.v. *ruumiillistuma*, *hirviö*.) Luontojakson sanasto kuvaa verrattain aineellisempia kohteita kuin mainoksen muu sanasto.

Perussuomalaisten mainoksen prosesseissa esiintyy neljä eri toimijaa tai toimijoiden joukkoa, joista voidaan erotella edelleen erilaisia kuvattuja toimijoita. Ensimmäinen toimija on *johtajat*, joita kuvataan myös sanalla *päätäjät* ja joiden joukkoon mainoksessa erikseen mainitun *johtajan* voidaan myös olettaa kuuluvan. Lisäksi mainoksen lopun todellisuuteen pohjaavassa jaksossa voidaan olettaa tähän *johtajien* joukkoon viitattavan ilmaisulla *vanhat puolueet*. Toinen toimija on *kansalaiset*, josta erotellaan edelleen *naiset ja lapset* sekä *tavalliset työssäkäyvät ihmiset*. Luontojaksossa toimijoina esiintyvät *äiti maa* sekä *hirviö*, johon viitataan myös *kansan ärtymyksenä*, sekä *kansan puolustajana*. Hirviö samaistetaan osittain *kansaan*, ja hirviön toiminnan kuvataan myös olevan lähtöisin *kansan ärtymyksestä*.

*Johtajia* kuvataan mainoksessa *demokraattisesti valittuina*, mutta asemaansa väärinkäyttävinä. Johtajien toimintaan liittyy negatiivisen konnotaation saavia verbejä, kuten *pettää*, *halveksua* ja *riistää*. *Kansalaisia* kuvataan *johtajien* toimien kautta. *Kansan* kuvataan olleen *tyytyväinen* ja *nauttineen* maasta, mutta *menettäneen* ”työpaikkoja ja – – lopulta kaiken” *johtajien* toiminnan takia. *Hirviötä* kuvataan *äiti maasta* lähtöisin olevana ja *kansaa* puolustavana ja se toimii *korruptoituneita päätäjiä* vastaan. Hirviöstä syntyy *päätäjien* vastaisena positiivinen konnotaatio *kansan pelastajana*, jolloin myös luonto näyttäytyy *päätäjien* ja näiden edustamien yhteiskunnan rakenteiden vastaisesti positiivisena. Luonnon



representaatio rakentuu positiiviseksi yhteiskunnan vastaisena, kun taas yhteiskunta järjestelmänä näyttäytyy negatiivisena.

Visuaalista ainesta edelleen tarkastelemalla huomataan, että suurin osa mainoksen kohtauksista sijoittuu kaupunkiympäristöön. Luonnon kuvaus keskittyy visuaalisesti vahvasti kohtaukseen, jossa *hirviö* syntyy. Kielellisen aineksen mukaisesti luonto näyttäytyy visuaalisesti *metsänä*, jonka läpi hirviön kuvataan kielellisesti *vaeltavan*. Liikettä kuvaavan prosessin myötä korostuu *metsän* sekä vaeltamisen kohteena esitetyn *pääkaupungin* kahtiajako. Kaupunkiympäristöön sijoittuvat kuvat keskittyvät kuvaamaan rakennuksia, ihmisiä ja objekteja. Jopa laajoissa ilmakuvissa luonnon osuus kuvasta jää hyvin pieneksi ja kuvissa korostuvat lähinnä rakennukset.

Luonnon representaatio yhteiskunnan vastaisena syntyy Perussuomalaisten mainoksesta kokonaisuudessaan. Tarinamaisesti luotu mainos kuvaa perinteistä sankaritarinaa, jossa hyvä voittaa pahan. Mainoksessa pahan rooli on *päättäjillä*, kun taas luonto *hirviön* hahmossa toimii sankarina. Vastakkainasettelu tulee esiin myös visuaalisesta aineksesta, joka tukee vahvasti kielellistä ainesta jopa elokuvallisin tarinan rakentamisen keinoin. Kielellisen aineksen sanavalinnat vahvistavat edelleen käsitystä ihmisen luoman yhteiskunnan ja luonnon eriävyydestä. Luonto representoituu mainoksessa aktiivisena toimijana ja positiivisena vastavoimana yhteiskunnan negatiivisille puolille, kun taas muissa kevään 2019 eduskuntavaalimainoksissa luontoa representoidaan ihmisen toiminnan kohteena tai ihmisen ympäristönä.

#### **5.4 Luonto äänestämiseen vaikuttavana tekijänä**

Luonto representoituu mainoksissa äänestämiseen vaikuttavana tekijänä etenkin ilmastonmuutoksen kautta. Luonto representoituu äänestämiseen vaikuttavana Vasemmistoliiton, SDP:n, Kokoomuksen ja Vihreiden eduskuntavaalimainoksissa. Representaatiot rakentuvat pääasiassa kielellisesti, mutta visuaalinen aines vaikuttaa representaatioiden rakentumiseen, kun tarkastellaan mainoksia kokonaisuuksina.

Vasemmistoliiton mainoksessa luonto representoituu äänestämiseen vaikuttavana ilmastonmuutoksen kautta. Tulevaisuuden nuoria kuvataan ilmastonmuutoksen vaikutusten kärsijöinä, kun taas tämän päivän aikuisia kuvataan vastuunkantajina ja päättäjinä. *Me eli aikuiset* esitetään *päättäjinä, päätöksen äärellä* olijoina, *mahdollisuuden* haltijoina ja *vastuun* kantajina. Avain ilmastonmuutoksen ratkaisuun näyttäisi siis olevan kevään 2019 eduskuntavaaleissa äänestäminen. Representaatio ilmastonmuutoksen vaikuttavuudesta

äänestämiseen rakentuu, kun tulevaisuuden Suomen ilmaistaan olevan ”meistä tämän päivän aikuisista kiinni”. Mainos korostaa aikuisten vastuuta äänestää ilmaston kannalta kestävästi ja esittää aikuiset ainoina mahdollisina aktiivisina toimijoina ilmaston puolesta.

Vasemmistoliiton mainoksen visuaalista ainesta tarkastelemalla ilmastonmuutosta koskevasta jaksosta syntyy jopa oppituntimainen tunnelma tilan luokkahuonemaisen asettelun myötä (esimerkki H). Taustalle heijastetut kuvat ilmastonmuutoksen seurauksista toimivat samaan tapaan kuin opetusaineiston esittely koko ryhmälle luokan etuosaan sijoitetun taulun tai valkokankaan avulla. Kuvaan sijoittuva hahmo, eli jakson kertoja sijoittuu tilassa opettajan rooliin taakse heijastetun kuvan (opetusaineiston) ja mainoksen katsojan väliin. Katsoja jää oppilaan rooliin seuratessaan kohtausta. Kertojan suoraan katsojaan kohdistettu katse ottaa katsojan mukaan kuvan prosessiin. Kertojan kuvaus hieman alhaalta päin vahvistaa tämän auktoriteettiasemaa katsojaa kohtaan. Luokkatilassa tämä saatetaan järjestää esimerkiksi sijoittamalla luokan etuosaan opettajalle varatulle alueelle koroke.

Visuaalisesti oppituntimaisena esitetty tilanne yhdistettynä kielellisesti esitettyyn representaatioon ilmastosta äänestämiseen vaikuttavana tekijänä lisää mainoksen vaikuttavuutta. Luonto ja ilmasto representoituvat ihmisen toiminnan kohteina, joita peilataan uhkakuvien kautta. Ilmastonmuutos esitetään asiana, jonka pysäyttämiseksi ihmisten tulisi äänestää oikein kevään 2019 eduskuntavaaleissa. Toisaalta samanaikaisesti rakentuu representaatio siitä, miten luonto tulee tuhoutumaan, jos ilmastotoimia ei tehdä lähiaikoina.

SDP:n mainos kuvaa Vasemmistoliiton mainoksen tapaan ilmastonmuutosta äänestämiseen vaikuttavana. Mainoksen alussa esiintyy kolmesta virkkeestä koostuva ilmastonmuutosta koskeva jakso, joka kuvaa Vasemmistoliiton mainoksen tapaisesti lapsia ilmastonmuutoksen seurauksista kärsijöinä. Lasten vaikutusmahdollisuuksien vähäisyyttä korostetaan käyttämällä heistä nimitystä *pikkuset* (KS. s.v. *pikkuinen*), mikä korostaa vastakkainasettelua siitä, keihin ilmastonmuutos eniten vaikuttaa ja keillä on suurimmat vaikutusmahdollisuudet ilmastonmuutoksen torjumiseksi. Samanaikaisesti visuaalisesti kuvattu tilanne, jossa kertojana esitetään vanha mies, korostaa tätä kielellisesti esitettyä vastakohtaisuutta ilmastonmuutoksen vaikutusten kärsijöistä ja ilmastonmuutoksen torjumisen vaikuttajista.

SDP:n mainoksen lopussa on mainoksessa esitetyt vaaliteemat yhteen vetävä jakso, joka koostuu toteavasta lauseesta: ”Meillä taitaa olla sama suunta”. Huoli ilmastonmuutoksesta esitetään yhtenä *samaan suuntaan* sisältyvistä asioista. Representaatio ilmastonmuutoksesta äänestämiseen vaikuttavana tekijänä syntyy kehottavasta lauseesta: ”Tulkaahan kyytiin”. Sana

*kyytiin* kuvaa prosessia, joka lähtee liikkeelle SDP:n äänestämisestä ja jatkuu edelleen puolueen toimiessa eduskunnassa esittelemiensä teemojen ja arvojen mukaisesti (KS. s.v. *kyyti*).

Mainoksen lopussa esiintyy toteava lause: ”Näissä vaaleissa päätämme yhdessä Suomen suunnan”. Kevään 2019 eduskuntavaalit esitetään ajankohtana, jolloin päätetään esimerkiksi ilmastonmuutoksen suhteen tehtävistä toimenpiteistä. *Päättää* kuvaa prosessina äänestämistä ja *Suomen suunta* sitä, miten eduskunta rakentuu vaalitulosten perusteella. Ilmastonmuutos esitetään mainoksessa yhtenä teemoista, jotka vaikuttavat siihen, minkälainen tulevaisuuden Suomi on. Vasemmistoliiton mainoksen tapaisesti SDP:n mainoksesta syntyy representaatio siitä, että äänestämällä pystytään vaikuttamaan siihen, minkälaisia tekoja eduskunnassa tehdään ilmastonmuutoksen torjumiseksi.

SDP:n mainos kuvaa kielellisesti ilmaistua *kyytiin tulemisen* prosessia myös visuaalisesti hyvin kirjaimellisesti. Mainos kuvaa bussipysäkkiä ja sillä odottavia ihmisiä (esimerkki K) ja bussia, jonka kuskina on SDP:n puheenjohtaja Antti Rinne. *Suomen suunta* kuvataan visuaalisesti bussin ajaessa ihmiset kyydissään auringonlaskuun (esimerkki J). Visuaalinen aines luo merkitystä siitä, että *Suomen suunta* olisi sama kuin SDP:n suunta. Edelleen kuvataan SDP:n Antti Rinnettä, jonka katse kohdistuu peilin kautta bussissa istuviin matkustajiin, joiden on aiemmin esitetty pohtivan mainoksen esittelemiä teemoja. Kuvasta syntyy käsitys siitä, että Antti Rinne pitää huolta näistä ihmisistä ja ohjaa heitä oikeaan suuntaan. Visuaalinen aines tukee kielellistä ainesta vahvistaen representaatiota luonnon vaikutuksesta äänestämiseen. Jos äänestäjä kokee huolta ilmastosta, hän voi äänestää SDP:tä ja luottaa, että SDP ajaa ilmastotekoja myös eduskunnassa ja pitää tästä ihmisistä huolestuttavasta temasta huolta.

Vihreiden mainos representoi metsää ja metsätaloutta äänestämiseen vaikuttavana. Mainos luo alkuun kahta vastakkaista mielikuvaa metsästä *kansallisaarteena* ja *kauppatavarana*. Kahteen erilaiseen representaatioon metsästä liittyy myös erilaiset konnotaatiot. *Kansallisaarre* näyttäytyy vihreiden mainoksessa positiivisena ja *kauppatavara* negatiivisena. Mainos päättyy toteavaan lauseeseen ”Valinta on sinun” ja kehottavaan virkkeeseen: ”Näytä luontosi ja äänestä vihreitä.” Sana *valinta* viittaa mainoksen alussa ilmaistuihin vastakkainasetteluihin, joista *kansallisaarre* esitetään positiivisessa valossa. Kehottavan virkkeen materiaallinen prosessi ”näytä luontosi” viittaa Vihreiden vahvasti ajamiin ympäristö- ja ilmastotavoitteisiin (Vihreät 2019) ja liittyy virkkeessä *äänestämisen* prosessiin. Tällöin syntyy representaatio luonnosta äänestämiseen vaikuttavana.

Luonnon representaatio äänestämiseen vaikuttavana syntyy Vasemmistoliiton, SDP:n ja Vihreiden mainoksissa hyvin samankaltaisesti mainoksen kielelliseen ainekseen sisältyvän luontojakson ja mainoksen lopussa sijaitsevan eduskuntavaaleja 2019 ja äänestämistä koskevan

jakson vaikutuksesta. Jotta luonnosta syntyy äänestämiseen vaikuttava representaatio, tarvitaan mainoksessa molemmat osat. Luontoon liittyvä jakso sitoo luonnon yhdeksi puolueen tärkeimmiksi nostamista teemoista, joita se haluaa myös eduskunnassa ajaa eteenpäin. Äänestämiseen liittyvä jakso sitouttaa katsojan osaksi tätä vaikuttamisen prosessia. Luontoon liittyvän jakson on myös tarkoitus tuoda esiin kysymys tai huoli katsojalle. Esitettyyn huomioon samaistuessaan katsojalle kerrotaan, että myös kyseinen puolue ajaa tätä asiaa. Edelleen tehokkaampi tapa on ilmaista tämä käskymuotoisena kehotuksena, kuten *tulkaahan* tai *äänestä*. Representaatio syntyy mainoksissa lähinnä kielellisesti, sillä esimerkiksi äänestämistä ei kuvata visuaalisesti, mutta Vasemmistoliiton ja SDP:n mainoksista voidaan huomata, että visuaalinen aines tukee kuitenkin kielellistä ainesta vahvistaen kielellisestä aineksesta syntyvää representaatiota.

## 6 PÄÄTÄNTÖ

Tutkielmassani olen tarkastellut luonnon representaatioiden rakentumista seitsemän puolueen eduskuntavaalimainoksista keväältä 2019. Olen analysoinut aineiston luontoon liittyvät kielelliset sekä visuaaliset jaksot ja kuvannut jaksoista syntyviä representaatioita, jonka jälkeen olen tarkastellut mainoksille yhteisiä representaatioita ja niiden syntymistä eri puolueiden mainoksissa. Eri puolueilla on hyvin erilainen näkökulma luontoon, joten mainoksia oli tarpeen analysoida yksittäisinä kokonaisuuksina. Löysin mainoksista kolme luonnon representaatiota, jotka toistuivat useammassa mainoksessa: *Luonto elinkeinona*, *Luonto ja ilmastonmuutos* ja *Luonto äänestämiseen vaikuttavana tekijänä*. Lisäksi halusin tarkastella tarkemmin Perussuomalaisten mainoksesta nousevaa representaatiota *Luonto vastakohtana yhteiskunnalle*. Tämä oli tarpeellista, sillä Perussuomalaisten mainos erosi huomattavasti muista käsittelemistäni mainoksista sisällöllisesti ja etenkin luontoa käsittelevältä osuudeltaan.

M.A.K. Hallidayn systeemis-funktionaalinen kieliteoria (Halliday & Matthiessen 2013) ja Kressin ja van Leeuwenin (1996) visuaalinen kielioppi toimivat hyvin sekä teoriapohjana että analyysin välineinä representaatioita tutkittaessa. Halliday sekä Kress ja van Leeuwen lähestyvät merkitysten tuottamista hyvin samankaltaisesta näkökulmasta. Kress ja van Leeuwen ovat omaksuneet teoriaansa Hallidayn metafunktiot, jolloin teorioiden yhdistäminen työvälineiksi kielen ja visuaalisen aineksen analyysissä oli helppoa. Heikkoutena tutkielmassani oli kielen analyysin välineiden suppeus. Ideationaalisen metafunktion alle kuuluvaan eksperientiaaliseen metafunktiioon keskittyminen toimi kuitenkin representaatioiden tarkastelussa, sillä representaatioiden avulla kuvataan maailmaa merkityksellisesti (Hall 1997: 15). Eksperientiaalinen metafunktio prosessityyppineen käsittelee näitä merkitysten ja representaatioiden tuottamisen keinoja (Halliday & Matthiessen 2013: 212).

Keskityin kielen analyysissä Faircloughin (1997: 143) mainitsemien representaatioiden kannalta tärkeiden sanastollisten valintojen ja prosessien tarkasteluun. Kielentutkijana keskityin visuaalisen aineksen avulla lähinnä tukemaan kielellisen aineksen analyysiä, jolloin visuaalisen aineksen analyysi ei välttämättä ollut yhtä tarkkaa ja kohdistettua, mutta palveli tämän tutkielman tarpeita. Tutkimuskysymykseni olivat: 1) Miten luontoa representoidaan kielellisesti ja visuaalisesti seitsemän puolueen kevään 2019 eduskuntavaalimainoksissa? ja 2) Miten luonnon representaatioita rakennetaan kielellisesti ja visuaalisesti?

Luontoa representoitiin kaikissa tarkastelemissani mainoksissa mutta eri tavoin. Representaatioista näkyvin oli ilmastonmuutos, joka tuli esiin Vasemmistoliiton, SDP:n, Kokoomuksen ja RKP:n mainoksista. Ilmastonmuutos representoitui mainoksista vahvasti

tulevaisuuden uhkakuvana, jonka hoitamiseksi on tehtävä toimia jo nyt. Ainoastaan Kokoomuksen mainos korosti, että toimia on tehty myös menneisyydessä. Prosessityypeissä korostuvat materiaaliset prosessit, mutta prosessin toimija häivytettiin, mikä osaltaan korosti kaikkien yhteistä vastuuta ilmastotoimista. Ilmastonmuutoksen vahva representaatio voidaan nähdä luontaisena Vasemmistoliitolle, SDP:lle ja RKP:lle, sillä puolueet korostavat vaaliohjelmissaan ilmastonmuutoksen torjumista yhtenä tärkeimmistä vaaliteemoistaan (Suomen Sosialidemokraattinen Puolue r.p. 2019; Suomen ruotsalainen kansanpuolue 2019b; Vasemmistoliitto 2019). Kokoomus on ympäristöohjelmansa mukaan ”– vapauden ja vastuun puolue” (Kokoomus 2019). Kokoomuksen mainos korosti menneisyyden merkitystä tämän päivän hyvinvoinnin takana ja esitti vastuun tulevaisuuden vapaudesta kuuluvan nykyiselle sukupolvelle. Vaikka puolue korostaa vapautta valita, halutaan kuitenkin ilmaista, että tietyt vastuut on jo aiemmin kannettu, jolloin ne tulee kantaa edelleen.

Vahvana näkyi myös luonnon elinkeinollinen representaatio. Metsätaloudella on vahva poliittinen vaikutus Suomessa (Siltala 2018: 7). Luonnon positiivinen elinkeinollinen representaatio voidaan nähdä ominaisena Keskustalle ja Kokoomukselle, jotka korostavat politiikassaan maa- ja metsäteollisuuden merkitystä. Myös RKP korostaa ilmasto-ohjelmassaan maa- ja metsätalouden positiivista roolia (Suomen ruotsalainen kansanpuolue 2019a). Vihreille taas voidaan nähdä olevan ominaista metsätalouden esittäminen negatiivisessa valossa, sillä puolue korostaa politiikassaan metsien hakkuumäärän rajoittamista entistä pienemmäksi (Vihreät 2018). Analyysin tulokset noudattivat puolueiden politiikassaan esille tuomia näkökulmia luontoon elinkeinona liittyen. Elinkeinollinen representaatio näyttäytyy mainoksissa sekä positiivisessa että negatiivisessa valossa. Maa- ja metsätaloudella on vahva pohja Suomessa. Suomessa suurin osa maatalojen ja metsän omistajista on yksityishenkilöitä (Luke 2015: 8, 42), mikä tekee heistä myös äänestäjiä. Ei siis ihme, että maatalouden ja metsäteollisuuden puolesta politiikassaan puhuvat puolueet haluavat tuoda luonnon elinkeinollisen puolen myös vaalimainonnassaan ilmi positiivisesta näkökulmasta.

Luonnon representaatio äänestämiseen vaikuttavana tekijänä liittyi vahvasti ilmastonmuutoksen representaatioon. Loisteen (2019) tuottaman tutkimuksen mukaan jopa 51% suomalaisista pitää ehdokkaan näkemyksiä ilmastonmuutoksesta ja sen torjumisesta äänestämiseen vaikuttavana tekijänä. Vaaleja pidettiin osittain myös ilmastovaaleina. IPCC:n lokakuussa 2018 julkistama ilmastoraportti toi esille huolestuttavaa tietoa ilmaston lämpenemisestä ja sen hillitsemiseksi tehtävien toimien kiireellisyydestä. Ilmastonmuutoksen representaatio äänestämiseen vaikuttavana syntyi Vasemmistoliiton ja SDP:n mainoksissa. Huomiota herätti ilmastonmuutoksen representaation puuttuminen Vihreiden mainoksesta.

Vihreät ajavat politiikassaan varmasti vahvimmin ympäristön suojelua ja ilmastoteemaa muiden tasa-arvokysymysten ohella. Voi olla, että vahvan *vihreän* imagon takia Vihreillä oli mahdollisuus jättää ilmastokysymykset käsittelemättä vaalimainonnassaan ja keskittyä tarkastelemaan ympäristökysymyksiä muiden teemojen kautta, sillä äänestäjä osaa jo olettaa Vihreiden käsittelevän politiikassaan ympäristön kannalta oleellista ilmastokysymystä.

Luonto representoitui Perussuomalaisten mainoksesta hyvin poikkeavasti muihin mainoksiin verrattuna. Samankaltaisuutta oli Vasemmistoliiton mainoksen visuaalisen aineksen kanssa luonnon representoituessa tuhon kautta. Kielellisesti aines poikkesi kuitenkin muiden mainosten representaatioista luonnon representoituessa toimijana ilmastonmuutoksen vaikutusten kohteen sijaan. Vahvimpana mainoksesta representoitui luonnon vastakkaisuus yhteiskunnalle. Muiden puolueiden mainosten representoidessa luontoa ilmastonmuutoksen, elinkeinon harjoittamisen tai äänestämisen vaikutusten kohteena, käänsi Perussuomalaisten mainos asetelman vastakkaiseksi. Luonto kuvattiin pelastajana yhteiskunnan johtajien sortamalle kansalle. Perussuomalaisilla on ollut tapana hakea niin politiikallaan kuin omintakeisella mainonnallaan huomiota ja aiheuttaa jopa kohua. Käsittelemäni mainoksen viesti jäi kenties luonnon käsittelyn osalta hieman hämäräksi Jussi Halla-Ahon todetessa mainoksen lopun todellisuuteen perustuvassa osiossa: ”– – ketutushirviötä ei ole olemassa eikä se tule pelastamaan ketään.” Ketutushirviö viittaa visuaalisesti tuhon kautta kuvattuun luonnon luomaan *hirviöön*, jonka taistelua korruptoituneita päättäjiä vastaan mainos kuvaa.

Kaiken kaikkiaan puolueet representoivat luontoa heille ominaisista lähtökohdista. Puolueet julkaisevat ennen vaaleja kattavammat vaaliteemojaan esittelevät eduskuntavaaliohjelmat, joissa toivat teemojaan esiin enemmän tai vähemmän tarkasti. Mainosten voidaan nähdä puolueesta riippuen tuovan esiin puolueiden tärkeinä pitämiä teemoja suppeammasta näkökulmasta. Videomuotoisten mainosten hyvänä puolena voidaan pitää kielellisen ja visuaalisen aineksen yhdistämisen mahdollisuuksia, jolloin lyhyessäkin videossa voidaan tuoda samanaikaisesti esille sekä kielellistä että visuaalista ainesta. Katsojan on kuitenkin tärkeää tiedostaa, miten mainokset luovat mielikuvia ja ymmärtää mainoksen vaikuttavuus. Representaatioiden tarkastelu mainosten analyysissä toimii mielestäni hyvin ja representaatioita analysoimalla voidaan tarkastella mainosten viestien lähtökohtia ja miten viesti toimitetaan katsojalle. Tarkastelemisani eduskuntavaalimainoksissa katsojaa osallistavia prosesseja luotiin esimerkiksi passiivi- ja nollapersoonamuotojen avulla, imperatiivimuotoa käyttämällä ja puhumalla *meistä*, eli joukosta, joka osallistaa myös katsojan poliittiseen päätöksentekoon.

Tutkimukseni lähtökohtana oli tarkastella luonnon representaatioita ja niiden syntymistä kevään 2019 eduskuntavaalimainoksissa. Puolueiden julkaisemien videomuotoisten mainosten tarkastelu mahdollisti suppean läpileikkauksen puolueiden esiin tuomiin luontoon liittyviin teemoihin. Aiempaa tutkimusta luonnon ja politiikan suhteesta on tehty etenkin yhteiskuntatieteiden alalla. Ympäristöpolitiikkaa ovat tarkastelleet kirjoissaan muun muassa Haila & Jokinen (2001) ja Siltala (2018). Jarno Valkonen (2016) on koonnut ympäristösosiologian oppikirjan, jossa esitellään ympäristösosiologisten teorioiden ja tutkimuksen perustaa. Suomen kielen pro gradu -tutkielmassa on käsitelty muun muassa luonnon diskursiivista rakentumista (Majuri 2016) ja luonnon diskursseja (Ruha 2019), sekä maahanmuuttodiskursseja vaalimateriaaleissa (Herneaho 2016) ja vihreyden retoriikkaa ympäristöpoliittisessa ohjelmassa (Pohjolainen 2012). Löytämistäni luonnon representaatioista *luonto ja ilmastonmuutos* sekä *luonto äänestämiseen vaikuttavana tekijänä* liittyvät osaltaan esimerkiksi Ruhan (2019: 98–108) aineistostaan löytämään *huolidiskurssiin* korostamalla äänestämistä vaikutuskeinona huoleen luonnosta ja kuvaamalla luontoa ilmastonmuutoksen kautta.

IPCC:n julkaiseman raportti (2018) osoittaa, että ilmastotoimia tarvitaan nyt. Teollisuuden nopea kehitys viimeisen 100 vuoden aikana on mahdollistanut nykyisen elintason Suomessa, mutta aiheuttanut globaalilla tasolla vakavia uhkia ja jo nähtävissä olevia kriisejä ja katastrofeja. Ilmasto oli selvästi yksi näkyvimmistä vaaliteemoista kevään 2019 eduskuntavaaleissa, minkä lisäksi se nousi yhdeksi tärkeimmistä äänestämiseen vaikuttavista teemoista myös eduskuntavaalien jälkeen pidetyissä vuoden 2019 EU-vaaleissa (Euroopan parlamentti 2019). Tulevaisuuden kannalta on selvää, että ilmastokysymykset nousevat yhä tärkeämpään rooliin niin kotimaisessa kuin kansainvälisessä politiikassa.

Politiikan ja poliittisen mainonnan tutkimus painottuu vahvasti yhteiskuntatieteen alalle, mutta kielitieteen analyysin työkalut mahdollistava kielen rakenteiden tarkemman analyysin. Aineiston ollessa multimodaalista, on tärkeää tarkastella myös visuaalista ainesta. Jos olisin rajannut aineistoni ainoastaan kielelliseen puhuttuun ja kirjoitettuun ainekseen, olisi suurin osa merkityksistä ja representaatioista jäänyt analysoimatta. Tutkielmassani tuli esiin luonnon representoituminen vaalimainoksista etenkin ilmastonmuutoksen kautta ja elinkeinona. Jatkotutkimuksen kannalta olisi hedelmällistä tarkastella tarkemmin luontoa teimana politiikassa. Esimerkiksi elinkeinollista representaatiota ja ilmastonmuutoksen representaatiota olisi tärkeää tarkastella myös erillään, vaikka ne osittain limittyvät toisiinsa esimerkiksi metsien tarjoamien hiilinielujen osalta. Aineistona mainosten lisäksi olisi tärkeää tutkia myös puolueiden vaaliohjelmia ja niistä löytyviä representaatioita sekä puolueiden julkaisemia



ympäristö- tai ilmastopoliittisia julkaisuja. Vahvasti tekstiin painottuvat ohjelmat tarjoaisivat laajemman aineksen tarkempaan kielen analyysiin, joka omassa tutkielmassani nojaa myös visuaaliseen ainekseen.

Olen tutkielmassani esitellyt vaalimainoksista löytyviä representaatioita neutraalisti analysoimalla mainoskohtaisesti luontoon liittyviä jaksoja ja myöhemmin tarkastelemalla jaksoista syntyviä representaatioita myös suhteessa muihin mainoksiin. Olen pyrkinyt tuomaan esiin puolueiden suhtautumisen luontoon politiikassaan, mutta en ole ottanut kantaa puolueiden esittämien representaatioiden paikkansapitävyyteen. Tulevaisuudessa olisi kuitenkin varmasti tarvetta kriittisemmälle tutkimusotteelle puolueiden ilmastonmuutokseen liittyvien julkaisujen suhteen. Mainoksista syntyi hyvin samankaltainen suhtautuminen ilmastonmuutokseen eri puolueiden välillä. Korvaamaton -kampanjan (2019) tuottaman selvityksen mukaan puolueiden ilmastolinjaukset eroavat kuitenkin huomattavasti toisistaan. Ilmastonmuutoksen ollessa politiikassa suhteellisen uusi teema, voi tavalliselle ihmiselle jäädä epäselväksi erot puolueiden ajamien ilmastolinjausten välillä.

## LÄHTEET

- Eggs, Suzanne 2004: *An introduction to systemic functional linguistics*. London: Continuum.
- Elonen, Piia & Mikkonen, Minttu 2019: HS vertaili: Näin puolueiden ilmastokannat eroavat toisistaan – Suuri ilmastotentti tänään Sanomatalossa kello 16. Helsingin Sanomat. – <https://www.hs.fi/politiikka/art-2000006056903.html> 31.5.2020
- Euroopan parlamentti 2019: Vuoden 2019 EU-vaalit: enemmän nuoria Eurooppa-myönteisiä äänestäjiä. – <https://www.europarl.europa.eu/news/fi/press-room/20190710IPR56721/vuoden-2019-eu-vaalit-enemmän-nuoria-eurooppa-myönteisiä-äänestäjiä> 31.5.2020
- Fairclough, Norman 1997: *Miten media puhuu*. Tampere: Vastapaino
- Haila, Yrjö & Pekka Jokinen 2001: *Ympäristöpolitiikka*. Jyväskylä: Vastapaino.
- Hall, Stuart 1997: *Representation : cultural representations and signifying practices*. London: SAGE Publications.
- Halliday, M.A.K & Matthiessen, C. M. I. M. 2013: *Halliday's introduction to functional grammar*. Abingdon: Routledge.
- Haverinen, Karoliina 2009: *Kansanedustajaehdokkaiden julkisuuskuvan rakentuminen ehdokkaiden blogeissa ennen vuoden 2007 eduskuntavaaleja*. Pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopiston kielten laitos. – <http://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-201002141225> 31.5.2020
- Herneaho, Irina 2016: *Maahanmuuttodiskurssit eduskuntapuolueiden vuoden 2015 vaalimateriaaleissa*. Pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopiston kielten laitos. – <http://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-201608253866> 31.5.2020
- Hovi-Wasastjerna, Päivi 2000: Kuvien näköispresidentit. Vaalimainonnan välittämä kuva presidenttiehdokkaista. – Pekka Isotalus & Eeva Aarnio (toim.), *Presidentti 2000: Mistä vaalit on tehty?* s. 174–191. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino. – [https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/47914/SoPhi52\\_978-951-39-6493-1.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/47914/SoPhi52_978-951-39-6493-1.pdf?sequence=3&isAllowed=y) 31.5.2020
- Ilmasto-opas 2013: Maankohoaminen hillitsee merenpinnan nousua Suomen rannikolla. – <https://ilmasto-opas.fi/fi/ilmastonmuutos/suomen-muuttuva-ilmasto/-/artikkeli/338246aa-d354-4607-b087-cd9e0d4a3d04/maankohoaminen-hillitsee-merenpinnan-nousua-suomen-rannikolla.html> 15.5.2020
- Isotalus, Pekka & Aarnio, Eeva (toim.) 2000: *Presidentti 2000: mistä vaalit on tehty?* Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino. – [https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/47914/SoPhi52\\_978-951-39-6493-1.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/47914/SoPhi52_978-951-39-6493-1.pdf?sequence=3&isAllowed=y) 31.5.2020
- IPBES (2019): Summary for policymakers of the global assessment report on biodiversity and ecosystem services of the Intergovernmental Science-Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services. – [https://ipbes.net/sites/default/files/ipbes\\_7\\_10\\_add.1\\_en\\_1.pdf](https://ipbes.net/sites/default/files/ipbes_7_10_add.1_en_1.pdf) 31.5.2020
- IPCC, 2018: In: Global Warming of 1.5°C. An IPCC Special Report on the impacts of global warming of 1.5°C above pre-industrial levels and related global greenhouse gas emission pathways, in the context of strengthening the global response to the threat of climate change, sustainable development, and efforts to eradicate poverty. – <https://www.ipcc.ch/sr15/> 31.5.2020
- Keskusta 2018: Koko Suomen tasapainoiseen kehitykseen. Keskustan aluekehityslinjauus. Keskustan politiikkalinjaukset 2018. – <https://www.kestusta.fi/loader.aspx?id=eeefe061-fa94-4843-8325-bd7f146ad53c> 14.5.2020
- 2019: Suomalaiset ovat metsäkansaa. Keskustan metsälinjauus. Keskustan politiikkalinjaukset 2019. – <https://www.kestusta.fi/loader.aspx?id=78b78f55-dd48-437d-b36c-31817ae248b5> 14.5.2020
- Kimmo, Krista 2015: Mikä ihmeen hiilinielu? Metsä Group. – <https://www.metsagroup.com/fi/Media/Pages/Mika-ihmeen-hiilinielu.aspx> 31.5.2020
- Kokoomus 2019: Kokoomuslaisia keinoja ympäristöhaasteisiin: Vapaus tarvitsee vastuuta. – <https://www.kokoomus.fi/kokoomuslaisia-keinoja-ymparistohaasteisiin-vapaus-tarvitsee-vastuuta/> 31.5.2020
- 2020a: Avauksia Kokoomuksen maaseutuvaltuuskunnalta – <https://www.kokoomus.fi/avauksia-kokoomuksen-maaseutuvaltuuskunnalta/> 14.5.2020
- 2020b: Maaseutupolitiikan verkosto – <https://www.kokoomus.fi/vaikuta/ohjelmatyo/maaseutupolitiikan-verkosto/> 14.5.2020
- Korvaamaton 2019: Ovatko puolueet tosissaan 1,5 asteen kanssa? – <https://www.korvaamaton.fi/wp-content/uploads/2019/03/Ovatko-puolueet-tosissaan-15-asteen-kanssa-yhteenveto-nykyisten-eduskuntapuolueiden-ilmastolinjauksista.pdf> 31.5.2020
- Kress, Gunther, & van Leeuwen, Theo 1996: *Reading images ; the grammar of visual design*. London: Routledge.
- KS = *kielitoimiston sanakirja*. Kotimaisten kielten keskuksen julkaisuja 166. Helsinki: kotimaisten kielten keskus ja kielikone 2012. – <http://mot.kielikone.fi/mot/jyu/netmot.exe?motportal=80> 1.12.2019.
- Latour, Bruno 2004: *Politics of nature: how to bring the sciences into democracy*. Cambridge: Harvard University Press. – <https://ebookcentral.proquest.com/lib/jyvaskyla-ebooks/detail.action?docID=3300665> 6.9.2020
- Lindberg, Henrik, Heikkilä, Timo V. & Vanha-Majamaa, Ilkka 2011: Suomen metsien paloainekset – kohti parempaa tulen hallintaa. Vantaa: Vammalan Kirjapaino Oy. – [http://www.metla.fi/julkaisut/muut/Suomen\\_metsien\\_paloainekset-suojattu.pdf](http://www.metla.fi/julkaisut/muut/Suomen_metsien_paloainekset-suojattu.pdf) 15.5.2020

- Lith, Pekka 2019: Käsityöalan suhdanne- ja toimialaraportti 2019. Taitoliitto. – <https://www.taito.fi/wp-content/uploads/sites/5/2019/08/Käsityöalan-suhdanne-ja-toimialaraportti-2019.pdf> 14.5.2020
- Loiste 2019: Suomalaiset ovat huolissaan ilmastonmuutoksesta ja valmiita tekemään arjessaan valintoja sen perusteella. Taloustutkimus Oy. – [https://www.loiste.fi/sites/loiste.fi/files/loiste\\_tutkimustulokset\\_12032019\\_final.pdf](https://www.loiste.fi/sites/loiste.fi/files/loiste_tutkimustulokset_12032019_final.pdf) 30.5.2020
- Luke 2015: Ruoka- ja luonnonvaratilastojen e-vuosikirja 2015. – [https://stat.luke.fi/sites/default/files/ruokajaluonnonvaratilastot\\_evuosikirja.pdf](https://stat.luke.fi/sites/default/files/ruokajaluonnonvaratilastot_evuosikirja.pdf) 31.5.2020
- 2019: Suomen metsät 2019: Kestävän metsänhoidon kriteereihin ja indikaattoreihin perustuen. – <https://jukuri.luke.fi/bitstream/handle/10024/544613/finlands-forests-facts-2019-FI-netti.pdf?sequence=3&isAllowed=y> 31.5.2020
- Luukka, Minna-Riitta 2002: M.A.K. Halliday ja systeemifunktionaalinen kielitiede. – Hannele Dufva & Mika Lähteenmäki (toim.), *Kielentutkimuksen klassikoita* s. 89–124. Jyväskylä: Soveltavan kielentutkimuksen keskus.
- Maa- ja metsätalousministeriö 2020: Vesistöt. – <https://mmm.fi/vesistot> 31.5.2020
- Majuri, Ruut 2016: *Luonnon diskursiivinen rakentuminen luontomatkailusivustoilla*. Pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopiston kielten laitos. – <http://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-201611084592> 31.5.2020.
- Nousiainen, Katri 2017: Ilmastonmuutos muuttaa suomalaista luontoa. WWF. – <https://wwf.fi/uutiset/2017/10/ilmastonmuutos-muuttaa-suomalaista-luontoa/> 14.5.2020
- Perussuomalaiset 2019: *Äänestä Suomi takaisin*. Perussuomalaisten eduskuntavaaliohjelma 2019. – <https://www.perussuomalaiset.fi/wp-content/uploads/2019/02/Eduskuntavaaliohjelma-2019.pdf> 23.5.2020
- Pietikäinen, Sari & Mäntynen, Anne 2009: *Kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino.
- Pohjolainen, Teresa 2012: *Vihreällä on viisi miljoonaa sävyä : vihreyden retoriikka Kansallisen Kokoomuksen ympäristöpoliittisessa ohjelmassa 2011*. Pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopiston kielitieteen laitos. – <http://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-201202071139> 31.5.2020
- Ruha, Olli 2019: *Luontodiskurssit Urho Kekkosen kansallispuiston autiotupien vieraskirjamerkinnöissä 2010-luvulla*. Pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopiston kielten laitos. – <http://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-201906283509> 31.5.2020
- Shore, Susanna 2012: Kieli, kielenkäyttö ja kielenkäytön lajit systeemifunktionaalissa teoriassa. Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiilikä, Mikko Lounela (toim.): *Genreanalyysi – tekstilajitutkimuksen käsikirja*. Tallinna Raamatutrukikoda: Gaudeamus Oy.
- Siltala, Sakari 2018: *Oksalla ylimmällä? Metsäteollisuus poliittisena voimana 1918–2018*. Keuruu: Otavan kirjapaino.
- Sorsa, Jarmo 2019: Metsäteollisuuden tuotannon bruttoarvo 2017. Metsäteollisuus. – [https://www.metsateollisuus.fi/tilastot/30-Puutuotteet,%20puusepänteollisuus,%20rakentaminen/Julkinen-FI/p10Tuotanto\\_puutuotteet.pptx](https://www.metsateollisuus.fi/tilastot/30-Puutuotteet,%20puusepänteollisuus,%20rakentaminen/Julkinen-FI/p10Tuotanto_puutuotteet.pptx) 14.5.2020
- Suomalaisen työn liitto 2017: *Made by Finland*. – <https://suomalainentyo.fi/wp-content/uploads/2018/01/made-by-finland-tutkimusraportti-tiivistelma.pdf> 22.1.2020
- Suomen ruotsalainen kansanpuolue 2019a: Näin hillitsemme ilmastonmuutosta. – <https://sfp.fi/wp-content/uploads/2019/03/Ilmasto-ohjelma.pdf> 18.5.2020
- 2019b: RKP:n eduskuntaavaaliohjelma 2019 – <https://sfp.fi/politiikka/paatokset-ja-poliittiset-ohjelmat/eduskuntavaaliohjelma-2019/> 16.4.2020
- Suomen Sosialidemokraattinen Puolue r.p. 2019: Tulevaisuuslinja – SDP:n vaalitavoitteita ja muutoksen suunta 2030. – <https://sdp.fi/wp-content/uploads/2019/04/SDP-tulevaisuuslinja-eduskuntavaalit2019.pdf> 18.5.2020
- Suomen ympäristökeskus SYKE 2017: Suomalaiset käyttävät paljon luonnonvaroja. – [https://www.ymparisto.fi/FI/Kartat\\_ja\\_tilastot/Ympariston\\_tilan\\_indikaattorit/Luonnonvarat/Suomalaiset\\_kayttavat\\_paljon\\_luonnonvaro\(27784\)](https://www.ymparisto.fi/FI/Kartat_ja_tilastot/Ympariston_tilan_indikaattorit/Luonnonvarat/Suomalaiset_kayttavat_paljon_luonnonvaro(27784)) 31.5.2020
- Suorsa, Jarmo 2018: Suomen merkittävimmät vientituotteet. Metsäteollisuus. – <https://www.metsateollisuus.fi/tilastot/metsateollisuus/> 31.5.2020
- Tuure, Herttaliisa 2008: *Verettömät vaali? : kevään2007 eduskuntavaalien mainonnan analyysi*. Pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopiston yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos. – <http://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-201208242238> 31.5.2020
- Valkonen, Jarno 2016: *Ympäristösosiologia*. Jyväskylä: SoPhi. – <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/50593/978-951-39-6197-8.pdf?sequence=1> 6.9.2020
- Vasemmistoliitto 2018: Ilmastonmuutos ratkaistaan yhdessä – päästöt alle nollan jo 2030-luvun alussa. – [https://vasemmisto.fi/ilmastokestavasti-2030-luvulle/#\\_Toc528244859](https://vasemmisto.fi/ilmastokestavasti-2030-luvulle/#_Toc528244859) 9.3.2020
- 2019: Oikeudenmukainen Suomi kaikille, ei harvoille. Vasemmistoliiton vaaliohjelma eduskuntavaaleissa 2019. – [https://vasemmisto.fi/wp-content/uploads/2019/04/vas\\_eduskuntavaaliohjelma\\_2019\\_03042019.pdf](https://vasemmisto.fi/wp-content/uploads/2019/04/vas_eduskuntavaaliohjelma_2019_03042019.pdf) 18.5.2020
- Vihreät 2018: Hiiltä pois ilmakehästä. Vihreiden keinot hiilinielujen vahvistamiseksi. – <https://www.vihreat.fi/hiilta-pois-ilmakehasta-vihreiden-keinot-hiilinielujen-vahvistamiseksi> 14.5.2020

- 2019: Vihreiden eduskuntavaaliohjelma 2019. – <https://www.vihreat.fi/asiat/vihreapolitiikka/eduskuntavaaliohjelma-2019#Pysäytetään%20ilmastonmuutos,%20suojellaan%20yhteistä%20ympäristöämme> 22.5.2020
- VISK = Auli Hakulinen, Maria Vilkuna, Riitta Korhonen, Vesa Koivisto, Tarja Riitta Heinonen ja Irja Alho 2004: *Iso suomen kielioppi*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. – <http://scripta.kotus.fi/visk> 31.5.2020
- Ympäristöministeriö 2018: *Pariisin ilmastopimus*. – [https://www.ym.fi/fi-FI/Ymparisto/Ilmasto\\_ja\\_ilma/Ilmastonmuutoksen\\_hillitseminen/Kansainvaliset\\_ilmastoneuvottelut/Pariisin\\_ilmastopimus](https://www.ym.fi/fi-FI/Ymparisto/Ilmasto_ja_ilma/Ilmastonmuutoksen_hillitseminen/Kansainvaliset_ilmastoneuvottelut/Pariisin_ilmastopimus) 7.1.2020
- 2019a: Ilmastobarometri 2019 – <https://www.ym.fi/download/noname/%7B85477EF4-C481-4BDE-804D-A0D0F2D6A820%7D/144778> 31.5.2020
- 2019b: *Kioton pöytäkirja*. – [https://www.ym.fi/fi-FI/Ymparisto/Ilmasto\\_ja\\_ilma/Ilmastonmuutoksen\\_hillitseminen/Kansainvaliset\\_ilmastoneuvottelut/Kioton\\_poytakirja](https://www.ym.fi/fi-FI/Ymparisto/Ilmasto_ja_ilma/Ilmastonmuutoksen_hillitseminen/Kansainvaliset_ilmastoneuvottelut/Kioton_poytakirja) 7.1.2020

### Aineistolähteet

- Kokoomus 2019: Luotamme Suomeen – Kokoomus-vaalivideo – eduskuntavaalit 2019. – <https://www.youtube.com/watch?v=XJHEJtms2Zc> 20.1.2020
- SFPRKP 2019: RKP vaalivideo 2019 suomeksi. – <https://www.youtube.com/watch?v=vqyZ0Mak6Kk> 20.1.2020
- Sosiaalidemokraatit SDP 2019: Vaalit 2019: SDP:n vaalivideo. – <https://www.youtube.com/watch?v=9IN9Wsrrbho> 20.1.2020
- Suomen Keskusta 2019: Keskusta – Suomen arvoisia tekoja. – <https://www.youtube.com/watch?v=AYshRGzHHVs> 20.1.2020
- Vasemmistoliitto 2019: Kirje 14.4. syntyvälle lapselle. – <https://www.youtube.com/watch?v=KM1ziDsE6mc> 20.1.2020
- Verkkomedia Perussuomalaiset 2019: V niin kuin ketutus. – <https://www.youtube.com/watch?v=dzCK4tTu2nE> 20.1.2020
- Vihreät 2019: Näytä luontosi. – <https://www.youtube.com/watch?v=F9zTYmC-qBA> 20.1.2020