

IRTI

SUKUPUOLITTUNEISUUDESTA

Sukupuolen representaatiot Imagen henkilöpääjutuissa
vuosina 2012 ja 2013

Laura Glad
Journalistiikan pro gradu -tutkielma
Kevät 2014
Viestintätieteiden laitos
Jyväskylän yliopisto

SISÄLLYS

1 TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHTIA.....	1
1.1 Johdatusta tutkimukseen.....	1
1.2 Julkisuus, julkinen kuva ja imago.....	3
1.3 Representaation käsite.....	3
2 KOHTI SUKUPUOLTA JA SEN YLI.....	5
2.1 Journalismin sukupuoli.....	5
2.2 Mies murtuu – vai murtuuko?.....	7
2.3 Eriytyvän journalismin sukupuolikäsitys.....	10
2.3.1 Rockjournalismin sukupuoli oletus.....	10
2.3.2 Naistenlehden monet roolit.....	11
2.3.3 Yleisaikakauslehden maskuliinisuus.....	12
3 HENKILÖKUVAN ULOTTUVUUDET.....	14
3.1 Henkilöjuttujen pääpiirteitä.....	14
3.2 Visuaalisuus osana viestiä.....	15
3.2.1 Kuva representoi todellisuutta.....	16
3.2.2 Kuvan ja tekstin yhteispeli.....	18
3.2.3 Henkilövalokuva aikakauslehdessä.....	20
3.2.4 Kannet lehden kasvoina.....	23
4 TUTKIMUSAINEISTO.....	26
4.1 Aikakauslehti ajassa mukana.....	26
4.2 Image – terävä aikakauslehti.....	27
4.3 Image vuosina 2012 ja 2013.....	28
4.4 Aineiston jutut.....	31
4.5 Aineiston poisjätetyt jutut.....	44
5 ANALYYSI	47
5.1 Tutkimusmetodina diskurssianalyysi.....	47
5.2 Analyysin eteneminen.....	48
5.3 Kuusi diskurssia.....	50

5.3.1	Seksisymbolidiskurssi.....	50
5.3.2	Perhediskurssi.....	54
5.3.3	Provosoitidiskurssi.....	57
5.3.4	Puolustusdiskurssi.....	60
5.3.5	Menestyjädiskurssi.....	64
5.3.6	Haavoittuvaisuusdiskurssi.....	67
6 JOHTOPÄÄTÖKSET.....		72
6.1	Mitä tutkimusaineistosta nousi esille?.....	72
6.2	Imagen mies ja nainen.....	74
7 LÄHTEET.....		76

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty HUMANISTINEN	Laitos – Department Viestintätieteiden
Tekijä – Author Laura Glad	
Työn nimi – Title Irti sukupuolittuneisuudesta – Sukupuolen representaatiot Imagen henkilöpääjutuissa vuosina 2012 ja 2013	
Oppiaine – Subject Journalistiikka	Työn laji – Level Pro gradu -tutkielma
Aika – Month and year Kevät 2014	Sivumäärä – Number of pages 80
<p>Tiivistelmä – Abstract</p> <p>Tässä tutkimuksessa selvitetään, miten sukupuolta representoidaan Imagen henkilöpääjutuissa. Henkilöpääjutuksi on määritelty lehden kannessa olevan henkilön haastattelu. Tutkimuksen aineistona ovat vuoden 2012 ja 2013 Imaget. Niistä on kuitenkin rajattu pois neljä juttua, jotka eivät sopineet henkilökuvan määritelmään.</p> <p>Tutkimuksen analyysimenetelmänä käytetään kriittistä diskurssianalyysiä. Analyysissä paneudutaan kielenkäytön taustalla oleviin yhteiskunnan valtarakenteisiin sekä sukupuolen eri ilmenemismuotoihin kyseisissä rakenteissa. Kriittisellä diskurssianalyysillä selvitetään, millaista naiseutta ja mieheyttä aineiston jutuissa rakennetaan ja miten representaatiot eroavat yleisesti vallalla olevista, hegemonisista sukupuolirooleista.</p> <p>Aineistosta nousi esiin kaikkiaan kuusi diskurssia: seksisymbolidiskurssi, perhediskurssi, provosointidiskurssi, puolustusdiskurssi, menestyjädiskurssi ja haavoittuvaisuusdiskurssi. Aineiston henkilökuvat sijoittuivat yhteen tai useampaan mainituista diskursseista.</p> <p>Tutkimus osoittaa, että Imagen henkilöpääjuttujen sukupuolirepresentaatiot poikkeavat yleisistä sukupuoleen liitettävistä rooleista ja jaoista. Lehden sukupuolirepresentaatiot ovat venyviä ja uusiutuvia, mutta loppujen lopuksi niiden takana piilevät yhä yhteiskunnan valtarakenteet. Lehti myös tuo henkilökuvien kohteiden sukupuolta esiin vahvasti ja jopa alleviivaavasti.</p>	
Asiasanat – Keywords Sukupuoli, mieheys, naiseus, sukupuolittuneisuus, representaatio, sukupuolirepresentaatio, aikakauslehti, yleisaikakauslehti, henkilökuvat, diskurssi, diskurssianalyysi	
Säilytyspaikka – Depository Jyväskylän yliopisto, Viestintätieteiden laitos	
Muita tietoja – Additional information	

1 TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHTIA

1.1 Johdatusta tutkimukseen

”Image yhdistää kansainvälisen tyyli-/trendilehden ja yhteiskunnallisesti suuntautuneen lehden parhaat puolet”. Tyypillinen Imagen lukija on kolmekymppinen ja asuu pääkaupunkiseudulla tai muussa isossa kaupungissa. Hän harrastaa elokuvia, musiikin kuuntelua, matkustelua, kirjallisuutta, designia ja sisustamista.”¹

Näin kuvailee Imagen entinen päätoimittaja Mikko Numminen Maria Lassila-Merisalon väitöskirjassa lehtensä linjaa ja tyypillistä lukijaa. Imagen ”motto” taas on ”terävä aikakauslehti”. Näissä kuvailuissa korostuvat ikä, asuinpaikka ja harrastukset. Selvää pesäeroa tehdään esimerkiksi kuusikymppisiin sauvakävelyn harrastajiin, tai maalla asuviin teini-ikäisiin jääkiekkoilijoihin. Yksi oleellinen seikka kuitenkin jää uupumaan: Imagen lukijan sukupuolesta ei määrittelyssä ole minkäänlaista mainintaa.

Image sijoittaa siis itsensä sukupuolineutraalille alueelle aikakauslehtikentällä. Se ei identifioitu feminiinisiin naistenlehtiin eikä maskuliinisiin musiikkilehtiin. Elämme kuitenkin hyvin sukupuolikeskeisessä yhteiskunnassa, jossa myös aikakauslehdet jatkuvasti osaltaan representoivat, uusintavat ja luovat tätä sukupuolidiskurssia: mikä on maskuliinista, mikä feminiinistä? Mikä on yhteiskuntamme sukupuolioletus? Lähtöoletuksenani on, että eroavia representaatioita sukupuolesta muodostuu sukupuolineutraaliudesta huolimatta.

Tämän tutkimuksen lähtökohtana on selvittää, millaisia sukupuolen representaatioita Image-lehti tuottaa ja miten sukupuoli lehdessä rakentuu. Laajempänä tavoitteenani ja tutkimuskehikkona tutkielmassani on analysoida millaisia sukupuolidiskursseja Imagen henkilökuvista löytyy ja miten juttujen perusteella muodostuvat sukupuolirakenteet vaihtelevat. Haluan myös selvittää, mitkä tekijät vaikuttavat tietynlaisen sukupuolidiskurssin rakentumiseen: jutun kohteen ikä, ammatti tai yhteiskunnallinen asema? Tutkielman varsinaisiin

1 Lassila-Merisalo 2007, 106.

tutkimuskysymyksiin sekä tutkimusaineistoon paneudun enemmän tuonnempana.

Itselleni Image on aina ollut tärkeä lehti. Olen lukenut ja tilannut sitä noin seitsemän vuoden ajan. Tänä aikana olen aloittanut yliopisto-opinnot, opiskellut joitakin kursseja sukupuolentutkimusta ja ehkä juuri siitä syystä kiinnostunut siitä, miten sukupuoli rakentuu lehdessä, jota lukevat tasaisesti niin miehet kuin naisetkin. Image on lisäksi suunnattu nuorille aikuisille, joten olen olettanut sen sukupuoliroolien olevan yhteiskunnan normeista poikkeavia. Siksi halusin pro gradu -työssäni tutkia, pitääkö tämä arkihavaintoihin perustuva ennakkoletukseni paikkaansa vai ei.

Yksi syy siihen, miksi luen Imagea, ovat sen kansijutuissa esiintyvät tuoreet kasvot. Kansipääjuttujen henkilöt ovat ajankohtaisia, mutta myös jollakin tapaa yllättäviä tai edelläkäyviä. Aloitin tämän sukupuoliaiheen tutkimuksen oikeastaan jo kandidaatintutkielmassani vuonna 2012. Tuolloin tutkin muusikko Chisun sukupuolirepresentaatioita neljässä eri aikakauslehdessä. Kiinnostus aiheetta kohtaan syventyi entisestään, joten päätin jatkaa ja laajentaa sitä.

Tutkimuksen edetessä oma asema tutkimusaihetta ja -aineistoa kohtaan muuttui. Aloitin kesäkuussa 2013 työn viihdetoimittajana Ilta-Sanomissa. Työ heitti minut lähelle samoja aiheita ja julkisuuden henkilöitä, joita myös Image käsittelee. Näkökulmat ja painotukset ovat usein erilaisia – onhan Image kuukausittain julkaistava aikakauslehti ja Ilta-Sanomien kuutena päivänä viikossa ilmestyvä iltapäivälehti.

Silti asemiani tutkijana muuttui työni myötä. Kun toteutin tutkimusanalyysin maaliskuussa 2014, olin itse haastatellut viittä tutkimusaineistoni henkilöistä: PMMP:n Mira Luotia ja Paula Vesalaa, Manuela Boscoa, Jare ”Cheek” Tiihosta sekä Nasima Razmyaria. Henkilökuvia analysoidessani koin, että omat artikkelini kyseisistä henkilöistä ja tekemieni juttujen näkökulmat tulivat mieleeni, ja jollakin tapaa vertailin omien juttujeni painotuksia Imagen valitsemiin näkökulmiin. En koe tämän vaarantavan tutkimuksen validiteettia, vaan uskon sen enemmän monipuolistavan analyysia, mikäli jonkinlaisia vaikutuksia ylipäätään tulee.

1.2 Julkisuus, julkinen kuva ja imago

Imago on julkisuuden henkilölle oleellinen asia. Elisa Ikävalko (1996, 189) määrittelee imagon kuvaksi, joka vastaanottajalle syntyy henkilöstä. Jokaisesta julkisuudessa esillä olevasta muodostuu ihmisille jonkinlainen julkinen kuva. Julkisuus on tila, jossa yhteisö, henkilö tai jokin asia nousee tai nostetaan tavanomaista lähipiiriä laajempaan tietoisuuteen. Noustessaan yleiseen tietoisuuteen henkilö saa tietynlaisen julkisen lisäarvon ja asettuu näin samalla alttiiksi ulkopuolisten arvioinnille. (Ikävalko 1996, 169.)

Media myös tarvitsee ”mediatapahtumia”. Se tarvitsee ilmeikkäitä kasvoja ja näyttävää materiaalia. (Karvonen 1999, 84.) Mutta myös nämä julkisuuden henkilöt tarvitsevat usein mediaa. Esimerkiksi muusikko tarvitsee lehtijuttuja ja julkisuutta, jotta saisi paremmin äänensä ja musiikkinsa kuuluville.

Organisaatiolle julkisuus on yksi markkinointiviestinnän väline, eli maksettua mainontaa korvaava keino. Oletuksena tässä näkökannassa on se, että ilmainen julkisuus toimii organisaation haluamalla tavalla: kiinnittämässä huomiota, herättämässä mielenkiintoa ja johtamassa käytännön tekoihin. (Ikävalko 1996, 194.) Markkinoitu imago ei pyri olemaan todellisuuden kuva, vaan se pyrkii luomaan tietynlaisia mielikuvia. Imago ei myöskään kerro miten asiat suoraan ovat, vaan antaa juuri sitä, mitä ihmiset kaipaavat. (Karvonen 1999, 83.)

1.3 Representaation käsite

Representaatio tarkoittaa uudelleen esittämistä. Susanna Paasonen (2010, 40) mukaan representaatiota voi ajatella tapahtumana, jossa kuviin, objekteihin tai ihmisiin yhdistetään tietynlaisia merkityksiä ja samalla annetaan merkityksiä ympäröivälle maailmalle ja sen sosiaalisille suhteille. Representaatiot myös osallistuvat todellisuuden rakentamiseen sekä uusintavat ja tuottavat ymmärryksiä sukupuolesta. Representaation ajatus on keskeinen pohdittaessa sukupuolen tuottamista ja tekemistä arkisissa teoissa. (Paasonen 2010, 41–46.)

Myös Judith Butlerin (1990, 34) mukaan sukupuoli on enemmän tekemistä kuin pelkkää olemista. Sukupuoli on performanssi, jossa toistetaan kulttuurisesti vakiintuneita konventioita. Omassa aineistoanalyysissäni representaation käsite on avainasemassa juuri tästä näkökulmasta: sukupuolta määritellään, uusinnetaan ja tuotetaan mediassa ja journalismissa kaiken aikaa. Siksi ei ole samantekevää millä keinoin sukupuolta rakennetaan henkilökuvissa. Jokainen sukupuoli määrittävä sanavalinta on osaltaan mukana luomassa sosiaalista todellisuutta.

2 KOHTI SUKUPUOLTA JA SEN YLI

2.1 Journalismin sukupuoli

Jotta voidaan luoda määritteitä ja analyysiä sukupuolen esittämisestä mediassa, tulee ensin määritellä sukupuolen käsite mediakonteksteissa ja tässä tutkielmassa. Erittelen tässä luvussa sukupuolen representointitapoja mediakentällä. Tässä alaluvussa pysyttelen vielä melko yleisellä tasolla: journalismissa ja mediakentällä sekä siinä, miten journalismi sulautuu yhteiskuntaan – tai yhteiskunta journalismiin. Tutkimusaineistoni koostuu henkilökuvista, mutta henkilökuvien teoreettiseen puoleen paneudun tarkemmin vasta myöhemmin.

Imagen henkilökuvia analysoidessa sukupuolen ja representaation käsitteet ovat avainasemassa: sukupuolta rakennetaan jokaisessa jutussa uudestaan ja uudestaan. Sukupuolijärjestelmä ei koskaan ole valmis, vaan se on jatkuvasti muuttuva ja kehittyvä määrittelyprosessi. Representaatiot eli esitystavat muuttuvat eri konteksteissa ja ajoissa (Luhtakallio 2005, 191). Voi ajatella, että ylipäätään kaikki ihmisiä esittävät mediakuvat – eli tämän tutkielman tapauksessa henkilökuvat aikakauslehdessä – ovat sukupuolen representaatiota (Rossi 2003, 11). Toisaalta myös erityisesti aikakauslehtien lajityypissä eriytyminen ja erilaiset lehtikonseptit saattavat jo pelkällä olemassaolollaan vahvistaa sukupuolten erottelua ja sukupuoliroolien esiin nousua journalistisissa tuotoksissa.

Journalismin ideaalina ja suurimpana tavoitteena pidetään usein objektiivisuutta, neutraaliutta ja puolueettomuutta, ja näiden kautta myös sukupuolettomuutta. Tätä sukupuolineutraaliutta ei kuitenkaan pystytä täysin määrittelemään. Yleisön tarpeiden, näkökulmien ja sukupuolen huomioon ottaminen journalismissa voidaan myös nähdä puolueettomuutta rikkovana. (Ruoho & Torkkola 2010, 126–128.) Käsitys journalismista institutionaalisesti orientoituneena on ollut vallalla ainakin aiemmin. Journalismin institutionaalinen suhde kiinnittyy tiukasti näkemykseen journalismista neutraalina, puolueettomana sekä sukupuolettomana

yhteiskunnan monitoroijana (Ruoho & Torkkola 2010, 126). Journalismi on siis nähty sukupuolettomana, mutta todellisuudessa se on tällöin päätynyt usein olemaan maskuliinista. Toimittajien itsensä mielestä puolueettomuus taas on maskuliinista ja yleisön tarpeet huomioiva journalismi feminiinistä, sanovat feministiset tutkijat (Van Zoonen 1998, 35–37).

Journalismin institutionaalisen orientaation vastakohta on yleisöön suuntautuva journalismi (Ruoho & Torkkola 2010, 127). Se merkitsee avointa sukupuolinäkökulmaa. Yleisösuuntautuneessa journalismissa tuon yleisön sukupuoli on keskeinen lähtökohta. Ruohon ja Torkkolan (2010, 127) toimittajille tekemistä teemahaastatteluista kävi ilmi, että journalismin nimesivät sukupuolineutraaliksi etenkin yli 50-vuotiaat, perinteisen asiajournalismin päälliköt. Heidän aikakauslehdissä työskentelevät kollegansa puolestaan kokivat, ettei sukupuoletonta journalismia olekaan.

Ilkka Malmberg (1998, 45) puolestaan tekee jaon ”naaraisiin” ja ”uroksiin”. Tämä tarkoittaa sitä, että sukupuoli määrittyy biologian kautta: naaraat eli naiset ja urokset eli miehet toimivat tämän käsityksen mukaan kuten luonnossa. Naaraat ovat kiinnostuneita ihmisistä, tuntemuksista ja erilaisista selityksistä, ja koiraat taas kovista faktoista, nimistä sekä numeroista.

Pidemmälle jalostettuina nämä termit muotoutuvat nais- ja miestapaisuudeksi. Nais- ja miestapaisuus, maskuliininen tai feminiininen eivät ole journalismissa sisänrakennettuna. Ne eivät muodostu luonnostaan, vaan rakentuvat puheissa ja teoissa. Sukupuolta tehdään ja uusinnetaan jatkuvasti. Nais- ja miestapaisuus usein myös liitetään suoraan tekijöiden, eli toimittajien sukupuoleen. Toimittajat itsekkin kokevat, että naiset ovat niitä, jotka tekevät naistapaista, tunteisiin vetoavaa ja selittävää journalismia. Miehet puolestaan keskittyvät työssään miestapaiseen, faktapohjaiseen ja asiajournalismiin. Jako koviin ja pehmeisiin aiheisiin onkin kiinteä osa tätä journalismissa vallitsevaa kahden sukupuolen järjestelmää. (Ruoho & Torkkola 2010, 131–134.)

Laura Saarenmaa (2010, 151) käsittää mies- ja nais erityisyyden hieman toisin. Hänen tulkintatavassaan ”sukupuoli on oleellinen tekstien tuotantoa, tekemistä ja

lukemista ohjaava elementti”. Jako naisiin ja miehiin ei siis ole niin dramaattinen, tunteet ja järjen toisistaan erotteleva käsitys. Laura Saarenmaa käyttää *mies- ja nais erityisyys* -termiä. Tämä sukupuolierityisyys tarkoittaa toimituksellisiin prosesseihin liittyvissä kohtaamisissa muodostuvaa ymmärryksen tuntoa. Läheisyys, ymmärrys ja yhteistoiminta, eli *homososiaalisuus*, saa sitten journalistisessa tekstissä mieserityisiä toverillisuuden tai nais erityisiä äidillisyyden tai sisarellisuuden piirteitä. Tekstien tekijät eivät välttämättä ole sukupuoleltaan nimenomaan miehiä tai naisia, mutta sukupuoleen liitettävät piirteet nousevat niistä silti esille, ja lukija voi kokea identifioitumista jompaankumpaan suuntaan. (Saarenmaa 2010, 152.)

2.2 Mies murtuu – vai murtuuko?

Perinteisen sukupuolijärjestelmän voi kuitenkin nähdä myös murtuvan. Sukupuolijärjestelmä ei välttämättä ole enää yhtä hallitseva ja määräävä kuin aiemmin, eivätkä naisten ja miesten roolit näyttäyty enää niin selkeärajisina. Mediassa saatetaan leikitellä sukupuolirooleilla ja -representaatioilla entistä vapaammin. (Herkman 2001, 232.)

Tämän seikan uskon näyttäytyvän tutkimusaineistossani ainakin jossain määrin. Image on lehtenä olemassaolonsa aikana pyrkinyt rikkomaan rajoja ja luomaan uudenlaista aikakauslehtikonseptia Suomeen, joten se on todennäköisesti myös pyrkinyt leikittelemään juurtuneilla sukupuolikäsityksillä. Ajatusmalli perinteisistä sukupuolirooleista on silti melko syvälle juurtunut yhteiskunnassamme, ja toteutuu usein myös käytännössä.

1970-luvulla feminismiin piirissä syntyi kaksi eri lähtökohtaa miehen ja naisen eroille. Universalistinen feminismi nousi vallalle Simone de Beauvoirin vaikutuksesta. Se korosti samanlaisuuteen perustuvaa keskinäisen vuorovaikutuksen tietä. Koettiin, että naiset ja miehet tulee nähdä rinnakkaisina, samanlaisina vaikuttajina. Etujen, mutta samalla myös kohtelun tuli olla samanlaista, eikä erityiskohtelua – kummankaan sukupuolen vastaanottamaa – katsottu hyvällä. (Badinter 1993, 43.)

Feministinen differentialismi puolestaan syntyi 1970-luvun lopulla vastareaktionona universalistiselle feminismille. Universaaliutta arvosteltiin joidenkin oleellisten ongelmien sivuuttamisesta. Differentialismin kannattajat sanoivat, että ellei sukupuolten välisiä eroja tunnustettaisi ja otettaisi huomioon, jäisi tasa-arvo lopulta pelkäksi korulauseeksi. Naiset, jotka nyt olivat joutuneet tinkimään feminiinisestä olemuksesta ja ryhtymään ”miesten kalpeiksi jäljennöksiksi”, kokivat menettäneensä identiteettinsä ja joutuvansa nyt antautumaan lopullisesti miehelle imperialismille. (Badinter 1993, 43–44.) Tämä näkemys nousee nyky-yhteiskunnassakin pinnalle tietyn väliajoin. Aina välillä aletaan puhua perheen merkityksestä ja siitä, että naisilla on oikeus naiseuteen ja äitiyteen, eikä esimerkiksi lapsien hoitaminen kotona lisää epätasa-arvoa, vaan se voi olla naisen valinta – ja näin ollen tasa-arvoa lisäävä tekijä.

Liberaalifeministinen kanta asiaan näkee puolestaan naisten ja miesten välille tuotetun ja ylläpidetyn eron epätasa-arvon lähtökohtana. Käsityksen mukaan naisten syrjintä tulee yhteiskunnassa esille miehiä kapeampana toiminnan ja olemisen alueena. (Koivunen 1996, 36.) Vaikka nykyään media sukupuolirooleja venyttääkin, ovat, kuten Leena-Maija Rossi (2006, 63) on todennut, mediarepresentaatiot todella aina kuvia muutostilassa olevasta sukupuolesta. Median käyttäjät eivät myöskään aina omaksu kritiikkittä tapoja esittää sukupuolia ja seksuaalisuuksia (Rossi 2006, 62). Tätä muutoksen prosessia voidaan kutsua feminiinisyyden uudelleenmäärittelyksi. Myra MacDonald (1995, 11) kysyy, miksi vanhentuneet myytit naiseudesta viehättävät meitä vieläkin, ja miksi on helpompaa kritisoida myytteihin nojaavaa mediaa kuin selittää tätä kiinnostusta?

Maskuliinisuutta ja feminiinisyyttä – ymmärretäänpä näillä vanhaa tai uutta versiota miehisyydestä ja naiseudesta – pidetään toistensa jyrkkinä vastakohtina niin, etteivät ne sekoitu lainkaan keskenään. Maskuliinisuus nähdään stereotyyppisesti hallitsevapiirteisenä, toiminnallisena, rationaalisena ja tunteita kontrolloivana. Feminiinisenä taas pidetään empaattisuutta, yhteisöllisyyttä ja emotionaalisuutta. Nämä määritelmät ja piirteet määräytyvät ja rakentuvat kussakin yhteiskunnassa, ja ne ovat ihmisten tuottamia merkitysrakenteita. (Jokinen 2010, 128–129.) Media näyttelee myös tärkeää osaa

sukupuolistereotyyppien luomisessa (MacDonald 1995, 13).

Toisaalta maskuliinisen mieheyden voidaan nähdä myös murtuvan. Men's studies -suuntaa edustavat tutkijat ovat hylänneet ajatuksen yhtenäisestä mieheydestä jo 1990-luvulla. He kiistävät biologian ensisijaisuuden ja ”pyrkivät osoittamaan ihmisluonnon plastisuuden, muovailtavuuden”. Ei ole olemassa yhtä yleispätevää miehyyden mallia. Maskuliinisuus ei olekaan pysyvä olemus, vaan ”ideologia, joka pyrkii oikeuttamaan miehen hallitsevan aseman”. (Badinter 1993, 47–48). Mitä siis jää lopulta jäljelle, kun miehen vanhentunut valta riisutaan mediassakin? Murtuuko miehisyys, kun sitä ylläpitänyt hegemoninen valtarakenne hiljalleen murenee?

Elisabeth Badinterin (1993, 50) mukaan jokin, mikä on joskus rakennettu, voidaan myös purkaa ja rakentaa uudelleen. Kenties yhteiskunnassa ja journalismin kentällä on juuri nyt meneillään rakennusoperaatio. Aiemmin vallalla ollut käsitys maskuliinisesta miehestä on murtunut, ja nyt mieheyttä rakennetaan erilaisissa mediateksteissä uudelleen. Samalla myös käsitykset naiseudesta muovaantuvat.

Myös Teresa de Lauretis (1987, 3) näkee sukupuolen jatkuvasti muuttuvana representaationa. Todellisuuteen ei ole suoraa pääsyä, vaan kaikki rakentuu representaatioista, valikoituneista näkökulmista ja näkötaivoista. Jako sukupuoliin voidaan nähdä ideologiaksi, joka muuttuu ja jota tuodaan esille representaatioiden kautta. (de Lauretis 1987, 6.) Asioiden esittäminen tietyllä tavalla, tietynlaisilla representaatioilla, myös sulkee pois muut esittämisen muodot (Virkkunen 2001, 13). Tapamme ymmärtää sukupuolijako pohjautuu tähän ideologiaan. ”Koska yksilöinä olemme syntyneet niiden keskelle, emme osaa nähdä niitä ideologioina”, Henna Virkkunen (2001, 15) toteaa. Tästä syystä myös ajattelumme ja tapamme suhtautua mediarepresentaatioihin pohjautuu tähän.

Judith Butler lähestyy sukupuolta kriittisesti analysoitavana käsitteenä (Ojajärvi 2004, 256). Sanna Ojajärvi (2004, 256) uskoo, että ”sukupuolen kategorian selviöiden kyseenalaistaminen voisi tuoda uudenlaisen näkökulman myös viestinnän sukupuolijärjestelmien tutkimukseen”. Sukupuolen performatiivisuus on yksi Judith Butlerin keskeisimmistä käsitteistä. Tämä tarkoittaa sitä, että

sukupuoli ei voi olla olemassa luonnostaan, vaan se on aina tuotettu performatiivisesti. Siksi esittämällä sukupuolta mediassa toimittajan ominaisuudessa, tai sen kuluttajina teemme samalla näkyväksi sen, mitä sukupuolena ylipäätään pidetään. (Ojajärvi 2004, 257–259.)

Kenties jossakin vaiheessa koko puhe sukupuolesta muuttuu merkityksettömäksi, mutta ainakaan vielä ei olla siinä pisteessä. Jokainen mediateksti kuitenkin määrittää ja syväluotaa suhdettaan sukupuolirooleihin sekä naiseuteen ja mieheyteen. Vaikka toimittaja yrittäisi häivyttää jutustaan kokonaan sukupuolen, muodostuu se viimeistään lukijoiden käsitysten ja ajatusten myötä.

2.3 Eriytyvän journalismin sukupuolikäsitys

2.3.1 Rockjournalismin sukupuoliolot

Selina Keränen (2011, 10) linjaa pro gradu -tutkielmassaan rockmaailman miestapaiseksi areenaksi. Tuolla areenalla muusikkoutta pidetään miesten luonnollisena ominaisuutena, jossa naiset ovat pikemminkin vähemmistön tai vierailijan roolissa. Minna Aslama (2006, 53) taas on todennut, että ainakin poliitikkoja koskevassa journalismissa ulkonäkö ja ihmissuhteet nousevat naisia käsitellessä useasti pääaiheiksi.

Imagen ollessa ”yhteiskunnallisesti suuntautunut tyyli/-trendilehti” (Lassila-Merisalo 2007, 106) käsittelee se henkilökuviissaan useiden eri alojen henkilöitä. Ääneen pääsevät niin muusikot, näyttelijät, kokit kuin poliitikotkin. Samalla lehti risteilee myös musiikki- ja naistenlehti-journalismin välimaastossa. Tästä syystä erittelen tässä hieman myös musiikkilehdistön ja naistenlehti-journalismin sukupuolittavia piirteitä.

Naiseen kohdistetaan musiikkilehdistössä myös enemmän pinnallista huomiota. Selina Keränen (2011, 11) spekuloi, täytyykö naisen olla kaunis saadakseen

musiikkialalla huomiota. Itse haluan uskoa, että ei, ainakaan enää nykyään, mutta ei siitä varmasti haittaakaan viihdemaailmassa ole. Esimerkiksi naisartistit stailataan lehtiartikkeleiden kuvissa tarkkaan – vastaavasti miespuolinen muusikko esitetään usein rennosti ja jopa renttumaisesti pukeutuneena. Toki sekkin on usein harkittu viesti, mutta rento pukeutuminen luo hyvin erilaisia kuvia ja mielleyhtymiä kuvien kohteesta. Naisen imagolle on siis tärkeää ilmaista itseään ulkonäöllä, kun taas miesten ei tulisi kiinnittää niinkään huomiota ulkomuotoonsa – tärkeämpää on itse musiikki. Nämä ajatukset ovat tietysti kliseisten sukupuoliroolien mukaisia, eivätkä asiat onneksi ole näin mustavalkoisia. Lehtien visuaalisuuteen palaan tarkemmin luvussa 4.

2.3.2 Naistenlehden monet roolit

Toisin kuin musiikkilehdistössä, naistenlehdissä nainen on kyseenalaistamatta oletus. Sen sanoo jo nimikin: lehteä tehdään naisille ja yleensä myös itse tekijät ovat naisia. ”Kullakin naistenlehdellä on jokin suhde sukupuolijärjestelmään, ja siinä kulloinkin vallitsevaan sukupuolisopimukseen eli tapaan, jolla miesten ja naisten suhteet on järjestetty”, uskoo Maija Töyry (2006, 208).

Tytti Kontula (2001, 7) toteaa pro gradu -työssään naistenlehtien aseman olevan kaksijakoinen. Toisaalta lehdet nähdään pinnallisena hömppänä, joka vääristää naiskuva, toisaalta taas niitä arvostetaan naissukupuolen yhdistäjänä. Kummassakin näkökannassa on perää. Naistenlehdet ovat viihteellisiä ja niitä luetaan ajankuluksi, joskus kenties häpeillenkin. Esimerkiksi naistenlehtiä lukevien ja niistä nauttivien naisten on helpompi luetella kyseisten lehtien vikoja kuin selittää niiden kiinnostavuutta (MacDonald 1995, 11).

Naisten ja naistenlehtien suhde onkin ollut keskiössä feministisessä mediatutkimuksessa. Tutkimuksissa on kritiikin mukaan keskitytty lukijoihin liikaa yhtenäisenä ryhmänä. Sitten on alettu kysyä tarkemmin, millaisia sosiaalisia, kulttuurisia ja taloudellisia ominaisuuksia naislukijoilla on ja millaisia nämä eri naistenlehtikonseptien puhuttelemat naiset oikeasti ovat. (Töyry 2006, 208.)

Naiset eivät myöskään aina lue naistenlehtiä samalla kaavalla tai hae niistä samoja asioita kuin tekijät kenties ajattelevat. Hollannissa toteutetun tutkimuksen mukaan naistenlehdet solahtavat helposti lukijoiden arkeen. Ne tarjoavat materiaalia, jota lukijat käyttävät eri tavoin. Ne voivat tarjota esimerkiksi aineistoa täydellisen minän kuvittelemiseen, tai luoda itsetuntoa ja varmuutta. ”Lukijat saattavat myös asettua perheen puolustajan, vapaamielisen individualistin tai melodramaattisen tunteilijan rooleihin ja korostaa lukevansa lehtiä joko moraalista velvollisuuttaan, rentoutuakseen tai koska lehdet tarjoavat esikuvia ja roolimalleja.” (Hermes 1995, 56–65.)

Lehtiä voi lukea myös vastakarvaan. ”Vastakarvaanlukeminen” tarkoittaa sitä, että mediatuotteita tarkastellaan suhteessa niiden vakiintuneisiin tulkintoihin ja pyritään murtamaan tuo lukutapa tai tulkinta osoittamalla toisenlainen reitti tulkita aineistoa (Koivunen 2004, 229). Tällä tekniikalla naistenlehtiä lukevat tavallisetkin naiset voivat, kenties tietämättään, tehdä vastakkaiseen tulkintaan johtavia päätelmiä kriittisesti lukemalla ja jopa vastustamalla naistenlehtien aiheita ja teemoja.

Naistenlehdet ovat joka tapauksessa iltapäivälehdistön lisäksi se osa journalismia, jota julkisessa keskustelussa käytetään hyvän ja huonon journalismin havainnollistajana. Naistenlehtien lukemista ei myöskään pidetä kansalaistekona, kuten vaikkapa sanomalehtien seuraamista, vaan ainoastaan kuluttamisena. Naistenlehtiä ei myöskään ole juuri tutkittu journalistisena tuotteena, vaan tutkimus on keskittynyt käyttämään naistenlehtien aineistoja kertomaan naisten asemasta tai esimerkkinä mediakulttuurin viihteellistymisestä. (Ruoho & Torkkola 2010, 44–45.) Image aikakauslehtityyppinä asettunee jonnekin sanomalehden ja naistenlehden välimaastoon: sen lukeminen viestii tiedostavasta kaupunkilaisuudesta, mutta siitä huolimatta sen asema Suomen lehtikentällä on kuitenkin lähinnä viihteellinen.

2.3.3 Yleisaikakauslehden maskuliinisuus

Yleisemmällä tasolla aikakauslehdet – joihin tosin myös sukupuolittuneemmat naistenlehdet ja musiikkilehdet kuuluvat – tasapainoilevat naisten ja miesten eroavien arvostusten ja kiinnostusten välimaastossa. Kuten on jo todettu, yhteiskunta, jossa elämme, on mieslähtöinen. Raija Julkunen (1995, 7) luo vastakkainasettelun julkiseen ja yksityiseen. Miesten asiat ovat tärkeitä ja julkisia, kun taas naiset työskentelevät perheen keskuudessa yksityisemmin. Tämä johtaa siihen, että naisille tärkeitä asioita ei käsitellä julkisessa keskustelussa tai journalismissa, koska naisen elinpiiri on tuomittu vähemmän kiinnostavaksi. (Julkunen 1995, 7.)

Yleinen yhteiskuntakulttuurimme siis sysää naisten asiat usein marginaaliin. Naomi Wolfin mukaan naistenlehdet ovat yhteiskuntamme ainoita populaarikulttuurin tuotteita, jotka elävät naisten todellisuuden ja elämän mukana (Wolf 1991, 94). Ruotsalainen iltapäivälehti Aftonbladet kokeili 1980-luvulla erityistä naislähtöistä journalismia. Kokeilussa naistoimittajat panostivat juttuaiheisiin, joiden katsottiin olevan lähellä naisten elämänpiiriä ja kiinnostuksen kohteita. Kokemukset ja palaute eivät olleet kannustavia, vaan naisten asioista kirjoittaminen leimattiin ”akkojen jutuiksi”. Perinteistä rajanvetoa yksityisen ja julkisen elämänpiirin välillä on siis vaikea murtaa. (Rossi 2006, 174.) Tämä kaikki kertoo osaltaan myös naisten asioiden laajemmasta arvokehikosta – tässä tapauksessa epäarvostuksesta. Lehtiä väheksyvät miehet ja mieslähtöinen yhteiskunta ovat kenties ajaneet naistenlehdet journalismin marginaaliin.

3 HENKILÖKUVAN ULOTTUVUUDET

3.1 Henkilöjuttujen pääpiirteet

Journalismi henkilöityy yhä enemmän ja enemmän. Heikki Kuutin (2006, 50–51) määritelmän mukaan henkilöittäminen kuvastaa toimintamallia, jossa yksittäiset henkilöt nostetaan journalistisissa tuotoksissa keskiöön. Sen avulla luodaan jotakin pelkkiä ”asioita” kiinnostavampaa. Julkisuudessa ja mediassa näkyvyyttä saavat henkilöt kuuluvat usein politiikan tai talouden vaikuttajiin tai viihdemaailman julkisuuden henkilöihin.

Tarinallisuus on myös noussut journalismissa keskiöön. Tunteet, tarinat ja kertomukset ovat ohittaneet pitkään vallassa olleen rationalismin. Halutaan enemmän tuntoa ja antaa sydämen johdattaa järjen sijaan. (Jensen 1999, 1–4.) Henkilökuvat edustavat tällaista tarinajournalismia. Ne sisältävät draamallisia aineksia ja sukeltavat suppeampaa henkilöjuttua syvemmälle nimenomaan henkilön persoonan erittelyssä. (Siljamäki 2009, 14.)

Henkilökuva ei myöskään ole tietoa välittävää, vaan sitä muokkaavaa kirjoittamista. Tietoa välittävän haastattelun aiheeksi riittää ihminen, mutta henkilökuvan tulee myös muokata tietoa ja kertoa maailmasta ihmisten ympärillä. On tärkeää löytää tuoreita tulkintoja ja näkökulmia. ”Parhaimmillaan henkilökuva voi kasvaa kertomukseksi ajasta, aatteesta, ihmisestä – maailmasta tässä ja nyt.” (Räty 1998, 138.)

Henkilöjutut kuuluvat featurejournalismin lajityyppiin. Feature tarkoittaa vapaamuotoista, ei-uutista, mahdollisesti subjektiivisesti toteutettua ja viihdepainotteista erikoisjuttua, artikkelia tai reportaasia (Kuutti 2006, 40–41). Anu Partasen (2007, 34) mukaan featuren tunnistaa siitä, että toimittaja on rakentanut tekstiin kohtauksia, jutussa on paljon yksityiskohtia ja jutun kertojalla on vahva ääni. Featurejuttuja kirjoitetaan eniten muun muassa juuri Imageen sekä

Helsingin Sanomien Kuukausiliitteeseen (Lassila 2001, 13).

Sekä Image että Helsingin Sanomien Kuukausiliite edustavat featurejournalismin kärkeä Suomessa. Lehdet pyrkivät tarjoamaan lukijoilleen pitkiä ja syvällisiä henkilöartikkeleita. Jutut ovat tyypillisesti tarkkaan rakennettuja kokonaisuuksia, ja ne pyrkivät tuottamaan lukijoilleen elämyksiä ja uudenlaisia näkökulmia ja -kantoja paljonkin julkisuudessa ja journalismissa käsiteltyihin julkisuuden henkilöihin.

Imagen päätoimittaja Mikko Numminen (Morottaja 2008, 17) pitää molempia aikakauslehtiä äärimmäisen kunnianhimoisina. Ne pyrkivät hänen mukaansa kehittämään ja uudistamaan aikakauslehden ilmaisua. ”Nummisen mielestä molemmissa lehdissä laatu näkyy pyrkimyksenä yksinkertaiseen ja selkeään ilmaisuun niin teksteissä, kuvissa kuin taitossakin. Tähän tavoitteeseen kummassakin lehdessä pyritään vahvalla ennakkosuunnittelulla ja Suomen oloissa poikkeuksellisen vahvalla editointikulttuurilla”, Morottaja kirjoittaa pro gradu -työssään.

Maria Lassila-Merisalo (2009) kutsuu tämän tyylistä journalismia jopa kaunokirjalliseksi. Henkilökuvia ei pääsääntöisesti kerran kuussa ilmestyvissä Imageissa ja Kuukausiliitteessä kirjoiteta hetkessä, vaan ne ovat pitkällisen prosessin tuloksia.

3.2 Visuaalisuus osana viestiä

Sukupuoli limittyy kuvaan vielä enemmän kuin tekstiin – tai ainakin mielikuvat ja sukupuolen performatiivinen luonne korostuvat kuvassa enemmän, hyppäävät nopeammin silmille. Image on tunnettu pitkien artikkelien lisäksi myös kuvistaan. Niissä leikitellään sukupuolirooleilla, stailataan vahvasti ja esitetään visuaalisin keinoin erilaisia tulkintoja sukupuolesta, vallasta ja kuvattavan persoonasta. Nämä ovat tutkimushypoteesini kuva-analyysia varten. Kuva jää analyysissäni hieman tekstin varjoon, enkä välttämättä analysoi jokaista aineistoni kuvaa yhtä tarkasti. Pikemminkin poimin kuvien joukosta diskursseja tukevia tai niistä poikkeavia

visuaalisia esityksiä tarkasteltavaksi.

3.2.1 Kuva representoi todellisuutta

Janne Seppäsen (2005) mukaan sukupuoli ja katse tulivat visuaalisen kulttuurin tutkimukseen 1970-luvulla elokuvatutkimuksen kautta. Elokuvan visuaalisuudessa korostuu Laura Mulveyn artikkelin mukaan patriarkaattisen yhteiskunnan sukupuoliero: mies on aktiivinen katsoja, nainen passiivisen katseen kohde (Seppänen 2005, 52). Kärjistäen miehet ovat elokuvassa toimivia sankareita, naiset toiminnan kohteita, avuttomia pelastettavia. Sittemmin sukupuolen ja katseen välinen tematiikka on alkanut kiinnostaa myös mainosten, valokuvien, television ja taiteen tutkijoita (Seppänen 2005, 52–53).

1970-luvun jälkeen sukupuoleen keskittynyt visuaalisen kulttuurin tutkimus on operoinut Teresa de Lauretin luoman sukupuoliteknologian käsitteen ja Judith Butlerin kehittämän performatiivisuuden käsitteen ympärillä.

Sukupuoliteknologiassa ajatellaan, että sukupuoli ei ole lukkoon lyöty ero miehen ja naisen välillä, vaan ihmiset rakentavat sukupuoliaan erilaisissa sukupuoliteknologioissa, kuten arkisessa vuorovaikutuksessa, valokuvissa tai vaikkapa mainoksissa. (Seppänen 2005, 58.)

Sukupuolen performatiivisuus visuaalisessa tutkimuksessa puolestaan nousee esille siinä, miten ihminen toteuttaa sukupuoltaan käytännössä: millaisiin vaatteisiin hän pukeutuu, miltä näyttää katsoessaan peiliin (Seppänen 2005, 64). Imagen valokuvissa tätä näkee usein.

Esimerkiksi artisti Chisu (Image 9/2011) on kannen ja sisäsivun artikkelin kuvissa stailattu hieman ristiriitaisesti: hänellä on päällään puku, johon liitetään yleensä maskuliinisia mielikuvia. Myös Chisun hiukset ovat lyhyet. Samalla kuitenkin meikit ovat vahvat ja huulet korostettu huulipunalla. Pukukin on mustaa paljettia, ja alla oleva paita röyhelöinen. Tavoitteena on siis varmasti ollut juuri tämä: erilaisilla sukupuoleen liitetyillä visuaalisilla merkeillä leikittely ja niiden sekoittaminen keskenään.

Mutta vaikka sukupuolen visuaalisuudella voi leikitellä, on sukupuoli kuitenkin yhteiskunnallisesti ja sosiaalisesti määrittynyt (Seppänen 2005, 64).

Performatiivisuus ei siis merkitse sitä, että jokainen voisi luoda täysin rajoista ja normeista poikkeavan visuaalisen esityksen sukupuolestaan. Janne Seppänen (2005, 64) uskoo kuitenkin, että sukupuolen performatiivisuus on kuten fantasia. Se voi antaa mahdollisuuden ”sukupuolen yhdistelmille, leikille, ironialle ja naamioitumiselle”.

Vaikka tällainen leikittely onkin siis nykyään mahdollista ja yleistäkin, olen kuitenkin sitä mieltä, että tietyt normit ja roolit ovat niin syvälle juurtuneet yhteiskunnassamme ja sitä myötä ajattelussamme, että täysin sukupuolirooleista ja -oletuksista vapaa katsominen on mahdotonta. Leikitellä siis voi, mutta leikittelyn myös aina havainnoi sellaiseksi.

Määrittelin representaation jo aiemmin tässä tutkimuksessa: representaation voi käsittää tapahtumana, jossa kuviin, objekteihin tai ihmisiin yhdistetään tietynlaisia merkityksiä. Representaatio antaa todellisuudelle uusia merkityksiä sekä myös uusintaa jo olemassaolevia. Representaatiot myös uusintavat ja tuottavat ymmärryksiä sukupuolesta. (Paasonen 2010, 41–46.)

Paasonen määritelmän mukaan representaatiot ovat melko pitkälti ympäröivää maailmaa heijastavia rakenteita; merkitykset ovat muodostuneet ja kietoutuneet yhteiskunnan valtarakenteisiin, joten niitä voi olla vaikea ravistella tai yksiselitteisesti muuttaa.

Käsitän kuitenkin representaation tässä tutkielmassa nimenomaan enemmän todellisuutta *rakentavana* kuin pelkästään *heijastavana*. Janne Seppänen (2005, 78) mukaan ”representaation ymmärtämisen tapa vaikuttaa siihen, millaisella tutkimuksellisella otteella visuaalista kulttuuria lähestytään”. Jos siihen suhtautuu todellisuutta ainoastaan heijastavana, pohditaan sitä, vastaako kuva todellisuutta vai ei. Rakentavana representaation käsittäminen puolestaan johtaa kysymyksiin siitä, millaisen todellisuuden kuva luo sekä millä keinoin se sen tekee. (Seppänen 2005, 78).

3.2.2 Kuvan ja tekstin yhteispeli

Kuvan ja sanan suhde journalismissa on erottamaton. Tämän suhteen painopisteitä on kuitenkin vuosikymmenten aikana pohdittu paljon. Onko kyseessä yhteispeli, vai sittenkin valtapeli, jossa kuva ja teksti kilpailevat lukijan huomiosta? Journalistisen kuvan merkitykset syntyvät ainakin kuvatekstin, ingressin ja otsikkovalinnan myötä (Seppänen 2005, 79).

Itse lisäisin listaan myös jutun leipätekstin, sillä vaikka kuvan ja tekstin suhde ei ensisilmäyksellä aukeudu, etenkin Imagen kaltaisessa aikakauslehdessä parivaljakon suhde on tarkkaan mietitty. Millaisia konnotaatioita kuva lisää tekstiin, miten tulkintareitit muuttuvat kuvan myötä?

Kuvan ja sanan yhteispeli ei ole aina saumatonta. Kuvilla ei voi tavoittaa jokaista verbaalikielen merkitystä, sillä kuvallinen viestintä on sanallista monitulkintaisempaa. (Seppänen 2005, 79–80.) Toisaalta tulkinnat riippuvat aina myös tulkitsijasta. Jollekulle sana ”auto” tuo mieleen kuvan henkilöautosta, toiselle vaikkapa pakettiautosta. Sama toimii myös sukupuolta rakentavissa sanoissa.

Laajemmin ajateltuna kuvien representaatio ja merkitys rakentuukin jokaiselle katsojalle eri tavalla. Kuvien katsomisen tapaan vaikuttavat katsojan omat lähtökohdat: tausta, kasvatus, etninen tausta, sukupuoli, arvot, normit, ja lukuisat muut asiat. Representaatiot eivät kuitenkaan ole ainoastaan henkilökohtaisia. Ne ovat samalla myös ”inhimillisen kulttuurin yhteisesti jaettua rakennusainetta”. Sen takia kuvien tulkinta on kulttuurisidonnaista. (Seppänen 2005, 82.)

Kuvaa on helpompi tulkita kuin tekstiä. Roland Barthes oli sitä mieltä, että valokuva on kooditon sanoma. Hän ajatteli, että kuka tahansa voi tulkita valokuvaa aivan kuin tulkitsee luontoa. Toisaalta taas luonnollistenkin asioiden tunnistaminen vaatii jonkinlaisen koodin. Tunnistaakseen valokuvasta auton on erotettava toisistaan auto ja mopo. Janne Seppäsen (2005, 89) mukaan kuvien

merkitykset opitaan tulkitsemaan. Siksi kuvat nimenomaan ovatkin ”kulttuurisia, aikaan ja paikkaan sidottuja”. (Seppänen 2005, 88–89.)

Riitta Brusilan (1997, 77) mukaan tekstillä luodaan kuvalla lukuohjeet. Teksti vahvistaa valokuvan merkityksiä, ja tekstillä voidaan luoda lukijalle ”oikeanlaiset” tulkinnan avaimet – tai tarkoituksellisesti luoda ristiriita kuvan ja tekstin välille. Kuva ei ole koskaan lehdessä yksin, vaan journalistisen kuvan yhteydessä on lähes poikkeuksetta myös teksti (Brusila 1997, 77). Onnistuneessa kuvan ja tekstin kokonaisuudessa syntyy uusia merkityksiä, joita kumpikaan niistä ei yksinään onnistuisi tuottamaan (Brusila 1997, 78).

Kuva yhdessä tekstin kanssa muodostaa multimodaalisen kokonaisuuden. Multimodaalisuus on ”nykyisen visuaalisen kulttuurin olennainen ulottuvuus: televisio, internet, elokuva, aikakaus- ja sanomalehdet ovat kuvien, tekstien, graafisten elementtien ja kolmen ensimmäisen osalta myös äänen yhteispeliä”. (Seppänen 2005, 90.) Lukijan kokonaistulkintaan jutusta vaikuttavat sen kaikki elementit. Yhdistämällä otsikon, ingressin, kuvien, kuvatekstien ja tekstin luomat merkitykset, muodostuu representaatio, jossa nämä kaikki eri elementit ovat osaltaan luomassa mielikuvia ja niistä edelleen merkityksiä.

Janne Seppäsen (2005, 91) mukaan multimodaalisuus luo haasteen media-analyysille. On otettava huomioon paitsi sanalliset ja kuvalliset representaatiot erikseen, myös niiden luomat yhteismerkitykset ja tulkinnat. Sanojen ja kuvien välinen vuorovaikutus ei välttämättä aina ole ristiriidatonta tai yksitulkintaista. Jo esiin nostettu ironian käsite on Imagen tapauksessa tärkeä.

Lehti saattaa käsitykseni mukaan luoda multimodaaleja kokonaisuuksia ironian keinoin. Kun Imagen (10/2012) kannessa on Matti Apunen ja otsikko kuuluu ”Herra oikea”, onko tarkoitus luoda viittaus Apusen oikeistolaisiin näkökantoihin vai siihen, että hän olisi jollakin muulla tavalla ”oikea”? Kannen kuvassa leuka pystyssä, hieman ylimielisenä poseerava Apunen lisää multimodaalisen tulkinnan mahdollisuuksia.

3.2.3 Henkilövalokuva aikakauslehdessä

Lehden lajityyppi vaikuttaa suoraan siihen, millä tavalla yleisö suhtautuu sen visuaalisuuteen (Brusila 1997, 52). Uutiskuvilta ja ylipäätään sanomalehden ulkoasulta odotetaan eri asioita kuin aikakauslehdeltä. Myös aikakauslehdistön sisällä voi ilmetä erilaisia ennako-odotuksia. Esimerkiksi Apu-lehden lukijat saattavat odottaa lehden valokuvilta tietynlaista konservatiivisuutta, kun Imagen lukijat taas ovat tottuneet odottamaan lehdeltä kokeileviakin visuaalisia ratkaisuja.

Lajityypin eli genren käsite voidaan liittää paitsi kokonaiseen mediaan, aikakauslehteen tai lehtiryhmään, myös lehden sisällä oleviin yksittäisiin osiin (Brusila 1997, 53). Imagen kannessa on aina poikkeuksetta joku julkisuudesta tuttu henkilö. Lukija voi jo sen perusteella päätellä, että tällä kertaa lehti tarjoaa laajan henkilöhaastattelun kannen ihmisestä. Henkilöhaastattelun lajityyppiin kuuluvat yleensä kuvat haastatellusta henkilöstä – kenties stailattuna ja erilaisin kuvallisin ratkaisuin, mutta kuitenkin. Yksikään aineistoni lehdistä ei tee tässä poikkeusta. Joissakin aineiston jutuissa henkilö tai henkilöt antoivat kasvot jollekin laajemmalle ilmiölle, mutta silloinkin kuvitus oli toteutettu pelkästään tai lähes pelkästään heidän valokuvillaan.

Henkilövalokuvaa tutkittaessa tulee kuitenkin mennä syvemmälle. Riitta Brusilan (1997, 96) mukaan henkilökuvat eroavat muista kuvista kaksisuuntaisuutensa vuoksi. Kuvassa oleva henkilö toimii yhtenä toimijana ja ”tuottaa kuvaan aktiivisesti oman moodinsa”. Kuvan tulkintaan vaikuttavat myös kuvassa esiintyvän henkilön suhde kuvaustilanteeseen, valokuvaan, valokuvaajaan ja mediaan. Henkilökuvat ovatkin manipuloidumpia ja arvottavampia kuin muut lehtikuvat. (Brusila 1997, 96–97.)

Riitta Brusila on väitöskirjassaan Realismista fiktion – visuaalisuus ja suomalaiset aikakauslehdet (1997) luonut luokittelun aikakauslehtien henkilökuvien ideaalityypeistä. Nämä tyypit ovat realistiset henkilökuvat, simuloitunut luonnolliset henkilökuvat, simuloitunut muotokuvat, piktorialisesti fiktivisoidut henkilökuvat sekä plastisesti fiktivisoidut henkilökuvat. Brusila on käyttänyt aineistona kaikkiaan 22 aikakauslehteä, joista yksi on Image. Awaan

Brusilan käsitteistä tarkemmin ne, jotka koskettavat Imagen henkilövalokuvia. Imagessa ehdottomasti yleisin kuvatyyppe oli Brusilan aineiston perusteella *simuloitu muotokuva*. Näitä kuvia oli 94 prosenttia kaikista lehden kuvista.

Realistisessa henkilökuvassa kuvan mallin ja vastaanottajan suhde on neutraali. Kuvattava voi olla tietoinen kuvaamishetkestä, mutta ei reagoi siihen juurikaan, eikä pyri manipuloimaan kuvaustilannetta. Kuvan tavoitteena on luoda illuusio luonnollisesta näköhavainnosta. (Brusila 1997, 96.) Realistiset kuvat voivat olla esimerkiksi jostakin poliittisesta tilaisuudesta tai vaikka hiihtokilpailusta. Tärkeintä on näyttää lukijalle ”kuvallinen todiste” siitä, että tämä todellakin tapahtui, että kuvaaja on vanginnut kameraansa hetken todellisuudesta sellaisena kuin se on, muuttamatta tai simuloimatta sitä mitenkään.

Simuloitu luonnollinen henkilökuva on useimmiten otettu mallin omassa ympäristössä. Kuvaajan läsnäolo on havaittavissa, mutta malli saa toimia kuvassa joksikin omilla ehdoillaan. Kuva näyttää luonnolliselta, vaikka se olisikin todellisuudessa simuloitu. Kuvan perusteella näyttää, kuin valokuvaaja olisi vain pysähtynyt hetkeksi tallentamaan näkemänsä tilanteen. Luonnollisen henkilökuvan mallina toimivat yleensä tavalliset ihmiset, ja kuvat liittyvät henkilöhaastattelu-tyyppisiin juttuihin. Kuvan henkilö on kuvissa aina varsinainen aihe. Hänet on kuitenkin saatettu laittaa pitelemään esimerkiksi työvälineitään tai työn tuloksena syntyneitä esineitä. Rekvisiitta liittyy kiinteästi henkilön persoonaan ja toimintaan. (Brusila 1997, 98, 104–105.)

Vielä askeleen pidemmälle menee *simuloitu muotokuva*, eli Imagen yleisin henkilökuva. Simuloitu muotokuva esittää maailmaa, mutta luo siitä omanlaisensa version. Kuvalla rakennetaan henkilön imagoa tiettyyn suuntaan. Muotokuvalla pyritään etsimään kuvattavasta henkilöstä jotakin hänelle ominaista piirrettä – ja korostamaan sitä. Muotokuva kuvataan useimmiten kuvausstudiossa. Tämä osoittaa jo sen, että kuvaan halutaan panostaa tavallista enemmän, kun siihen käytetään aikaa ja nähdään vaivaa. Kuvattavat ovat usein osa jotakin eliittiryhmää: poliittista, taloudellista tai kulttuurista. Kuvattavan asennolla, studion valaistuksella ja taustan rekvisiitilla luodaan kokonaisuus, joka usein viittaa öljymaalauksen traditioihin saakka. Henkilökuvamaalaukset nimenomaan ovat

pohjana muotokuvavalokuvaukselle – käsitykset muotokuvan arvokkuudesta ovat peräisin näiltä ajoilta. (Brusila 1997, 99, 113–114.)

Riitta Brusilan (1997, 114) mukaan usein nimenomaan lehden henkilöpääjuttuun tuotetaan muotokuva. Tämä pätee myös Imagen tapauksessa, kuten jo kävi ilmi. Usein muotokuvattavasta korostettavat piirteet ovat positiivisia – malli halutaan tuoda esille mahdollisimman hyvässä valossa (Brusila 1997, 113). Linjaisin kuitenkin omien havaintojeni perusteella, että Imagessa kuvattavan esittäminen positiivisesti ei lähtökohtaisesti ole tavoitteena simuloitua muotokuvaa tehtäessä. Imagessa ennemminkin pyritään kuvilla vahvistamaan tekstin luomaa kuvaa haastateltavasta. Joskus haastateltu asetetaan jopa teatraaliseen rooliin – esimerkiksi Imagen 12/2012 kannessa poseeraava kulttuuriministeri Paavo Arhinmäki on stailattu Shakespearen Hamletiksi.

Tässä esimerkissä mennäänkin jo *fiktivisoidun henkilökuvan* puolelle. Brusilan vuonna 1994 kerätyssä Imagen aineistossa ei lavastettuja tai fiktivisoituja henkilökuvia ollut. Nykyään lavastaminen on kuitenkin Imagessa melko yleistä. Stailauksella kansikuvahenkilöt pyritään liittämään osaksi jotakin laajempaa, ja kuvan viittaussuhteet ja sitä myötä tulkintatavat ulottuvat kuvan itsensä ulkopuolelle – ympäröivään kulttuuriseen todellisuuteen. Kuvattava henkilö liitetään johonkin tarinaan tai stereotypiaan, ja nämä viittaukset luodaan ilmaisullisin keinoin sekä rekvisiitan avulla. Kuvattavalle luodaan tietynlainen rooli. (Brusila 1997, 120.)

Viittauskohteet voivat olla vaikkapa klassisesti tunnettuja maalauksia. Toisaalta fiktivisoinnilla voi tuoda kuvaan myös ironiaa, ja kuvien tarkoituksena voi olla ironisointia tai karnivalisointi. Loppujen lopuksi julkisuuden henkilöiden julkinen minä onkin usein lopulta ”kokoelma viittauksia erilaisiin rooleihin”. Roolit ja niistä muodostuvat tulkinnat voivat olla kuvattavan henkilön kannalta positiivisia, mutta niiden avulla voidaan myös samalla purkaa elitististä asemaa. Tällaista tapaa käyttää kuvaa henkilöjutun yhteydessä kutsutaan *piktoriaalisesti fiktivisoiduksi henkilökuvaksi*. Tämän kaltaisten kuvien tarkoitus aikakauslehdissä on usein luoda viihteellisyyttä. (Brusila 1997, 120–121.)

Kuvaamisen tyylin valintaan vaikuttaa siis muun muassa kuvattavan henkilön yhteiskunnallinen asema sekä hänen tärkeytensä lehden näkökulmasta. Riitta Brusilan (1997, 129) mukaan eliitti on henkilövalokuvissa paremmin puettu ja kammattu – tai stailattu, kuten nykyään sanotaan. Brusila on jaotellut Imagen elitistisiin ja kulttuurilehtiin yhdessä Helsingin Sanomien Kuukausiliitteen, Suomen Kuvalehden ja Yliopisto-lehden kanssa. Näiden lehtien kuvitukset ovat viimeistellympiä ja esittelevät enimmäkseen nimenomaan eliitin edustajia. Eliittiä kuvataan hallituissa tilanteissa, tavallisia ihmisiä taas spontaanimmilla ja hallitsemattomammilla olosuhteilla. (Brusila 1997, 129–130.)

3.2.4 Kannet lehden kasvoina

Saattaa kuulostaa kliseiseltä todeta, että kannet ovat lehden kasvot. Se on kuitenkin vaikkakin yksinkertaistava, myös hyvin kattava toteamus. Lehden kansi on se, minkä perusteella kuluttaja tekee ostopäätöksen. Lehdentekijöillä on yleinen käsitys, että mies kannessa ei myy lehteä. Image kuitenkin tekee poikkeuksen tässä. Tutkimusaineistossani on 17 lehteä, ja niissä yhdeksässä on kannessaan mies.

Image onkin tältä osin poikkeus. Omien havaintojeni mukaan Imagen lukijat ovat uskollisia – he hankkivat lehden luottaen sen laadukkaaseen sisältöön ilman, että välttämättä tarkastelevat kovin tarkasti lehden kantta ja sen otsikoita. Toki lehden kansi on usein pysäyttävä – esimerkiksi silloin, kun siinä poseeraa raskaana oleva Maria Veitola (2/2012) tai PMMP:n Paula tai Mira (6-7/2012) rajusti stailattuna ja meikattuna. Omalla tavallaan pysäyttävä on myös Jörn Donner (huhtikuu 2013) mustavalkoisessa kuvassa ilman paitaa.

Kuten Brusila (1997, 114) toteaa, valitaan lehtien henkilöpääjuttuihin usein muotokuvamainen otos. Imagessa kansikuva on aina otettu samassa yhteydessä kansipääjutun muiden kuvien kanssa – useimmiten studiossa ammattimaisin valaistuksin ja stailauksin. Vaikuttaakin siltä, että toisin kuin monissa lehdissä, Imagessa mennään joskus kuva edellä, ei teksti. Tämä on mielestäni hyvä kehityssuunta, sillä liian usein jopa aikakauslehdissä kuvat tuntuvat olevan vain

pakollinen lisuke, jolla elävöitetään juttua ja yksinkertaisesti halutaan näyttää, miltä se jutun päähenkilö näyttääkään.

Imagen kansikuville ominaista on myös hymyttömyys. Tutkimusaineistoni 17 kansikuvasta lähes kaikissa ollaan täysin vakavia. Oikeastaan ainoan totaalisen poikkeuksen tekee Maki Kolehmainen (huhtikuu 2013). Kansikuvassa Kolehmainen hymyilee leveästi hampaat näkyen, ja korostaa yltiöpositiivista vaikutelmaa ylös nostetuilla peukuilla. Otsikko on täydessä tasapainossa kuvan kanssa: ”Maki – se parhaiten nauraa, joka itselleen nauraa”. Kansi on siis tehty täysin tarkoituksella näin – jopa Kohlemaisesta t-paita, jossa lukee ”I love disco”, ja sydän on korvattu diskopallolla, korostaa osaltaan vaikutelmaa siitä, että tässä tehdään tarkoituksella hieman pilkkaa Kolehmaisesta. Myös itse artikkelin diskurssi korostaa tätä vaikutelmaa entisestään. Maki Kolehmaista tai hänen tekemisiään ei ole musiikkipiireissä otettu kovin vakavasti, mutta siitä huolimatta hän on menestynyt ja onnistunut luomaan tuottavan ja kannattavan uran.

Kansikuvassa poseeraavien vakavuus korostaa koko lehden vakavasti otettavuutta – Image ei näyttäyty tekopirteänä tai kevyttä positiivisuutta huokuvana aikakauslehtenä. Tällä keinolla lehti ottaa pesäeroa esimerkiksi naistenlehtiin, joiden kansikuvissa viihdemaailman tähdet poseeraavat usein leveästi hymyillen. Usein Imagen kansikuvajutuissa käsiteltävät aiheet ovat myös vakavia, yhteiskunnallisia tai muilla tavoin sellaisia, ettei tuntuisi sopivalta tai toimivalta kuvittaa niitä hymykyvilla.

Hymyttömät kuvat siis korostavat aikuisuutta, uskottavuutta ja – kuten jo totesin – vakavasti otettavuutta. Kun kaunis näyttelijä Laura Birn katsoo kannessa (joulukuu 2013) suoraan kameraan suurilla silmillään, mutta jopa hieman pelokkaan tai aran näköisenä, antaa se täysin erilaisen vaikutelman, kuin jos Birn hymyilisi leveästi ja katsoisi kutsuvasti kameraan. Vaikutelmaa arkuudesta korostaa entisestään Birnin poseerausasento ja stailaus. Hänellä on yllään harmaa, iso villapaita ja hän poseeraa pitäen molemmilla käsillään kiinni paidan korkeasta kauluksesta.

Edes tutkimusaineiston todellinen kansikuvatyttö, Nasima Razmyar (3/2012), ei

kuvan stailauksesta huolimatta hymyile estottomasti. Poliitikko Razmyar on puettu missiksi, ja hänen päähänsä on aseteltu tiara. ”Miss Mamu – monikulttuurisen Suomen kansikuvatyttö Nasima Razmyar” kuuluu kannen otsikko. Silti Razmyar ei juuri hymyile, vaan katsoo melko huolestuneen näköisenä ylös vasemmalle – ei siis suoraan kameraan.

4 TUTKIMUSAINEISTO

4.1 Aikakauslehti ajassa mukana

Aikakauslehdet ovat historiallisesti kehittyneet tietynlaisiksi kulttuurisiksi mediatuotteiksi, ja niillä on käytössään tietynlaisia ilmaisukeinoja. Aikakauslehdet elävät yleisöstään, joten niiden on tarjottava sisältöä, joka kiinnostaa lukijoita. (Vähäsarja 2007, 45.) Varhaisessa vaiheessa sanoma- ja aikakauslehdistön eroja oli vaikea osoittaa, mutta sittemmin aikakauslehdistö on päätenyt toissijaiseen asemaan lehtikentällä (Kivikuru 2000, 77).

Aikakauslehden tulee ilmestyä vähintään neljä kertaa kalenterivuodessa, sen on oltava kaikkien tilattavissa tai laajalti saatavissa, ja sen tulee sisältää useita artikkeleita tai muuta toimituksellista aineistoa. Lisäksi aikakauslehden ei tule sisältää pääasiassa liikealan tiedonantoja, hinnastoja, ilmoituksia eikä mainontaa. Kooltaan ja painopaperiltaan aikakauslehti voi olla millainen tahansa tai se voi olla pelkästään verkkojulkaisu. (Aikakausmedia 2011.)

Aikakauslehdet voi jaotella neljään ryhmään: yleisölehtiin, ammatti- ja järjestölehtiin, mielipidelehtiin ja asiakaslehtiin. Yleisölehdet voidaan edelleen jakaa viiteen alaryhmään eli yleisaikakaus- ja perhelehtiin, naistenlehtiin, miestenlehtiin, lasten ja nuorten lehtiin sekä erikois- ja harrastelehtiin. (Kivikuru 2000, 78–79.) Image kuuluu yleisaikakauslehtiin.

Vuonna 2010 Suomessa ilmestyi yhteensä 3 056 aikakauslehden kriteerit täyttävää lehtinimikettä. Kun mukaan laskee sekä irtonumeromyynnin että postitse toimitetut lehdet, kuluttivat suomalaiset vuonna 2011 lähes 338 miljoonaa aikakauslehteä. Yhden aikakauslehden lukemiseen käytetään keskimäärin 62 minuuttia aikaa, ja 86 prosenttia lukee niitä päivittäin. (Aikakauslehtifaktat 2011.)

Aikakauslehdet ovat siis iso osa suomalaisten elämää. Aikakauslehtien merkitys

on muuttunut niiden historian aikana, samoin kuin koko niitä ympäröivä mediamaisemakin. Aikakauslehdet heijastavat yhteiskunnan vakiintuneita arvoja, mutta ne myös reagoivat ajan muutoksiin vanhakantaisempaa sanomalehdistöä nopeammin. Kilpailu aikakauslehtien kentällä on kovaa. Lehdet pyrkivät toisaalta löytämään oman tiensä ja erityisen konseptinsa, mutta toisaalta taas pyritään pysymään suhteellisen samantyyllisinä kuin samoista yleisöistä kilpaileva aikakauslehti. Konseptien kautta aikakauslehdet pyrkivät kohtaamaan lukijoiden tarpeet ja toiveet sekä säilyttämään arvokkaana pitämänsä lukijasuhteen. (Kivikuru 1996, 51.)

4.2 Image – terävä aikakauslehti

Työ Imagessa on ollut äärimmäisen kiehtovaa, koska lehden keskeisin ominaisuus on määrittelemättömyys. Image ei ole miestenlehti eikä naistenlehti. Se ei ole viihdettä eikä pelkkää asiaakaan. Se on sekä todella pitkiä tekstejä että valokuvajuttuja. Hyvää makua ja täydellistä piittaamattomuutta siitä. Olen miettinyt koko sen ajan, jonka olen tehnyt lehteä, mikä Image on. Tyhjentäviä vastauksia on vain yksi. Image on Image.²

Imagen tunnuslause on ”terävä aikakauslehti”. Sen aiheina ovat yhteiskunnalliset puheenaiheet ja populaarikulttuuri. Lehden tavoitteina on sen mediatietojen mukaan nostaa esille uusia ilmiöitä ja tuoreita näkökulmia. Image haluaa herättää ajatuksia, käynnistää keskustelua ja se ”luottaa lukijan älyyn”. Mediatiedot lupaavat lehden tarjoavan pitkiä ja laadukkaita aikakauslehtijuttuja, jollaisia ei muualta löydy. Lehden ilmoitetaan sisältävän ainakin pop-, kirja- ja elokuvajuttuja, muotiartikkeleita sekä kolumneja. (Mediaopas, A-lehdet Oy 2012.)

Image ilmestyi ensimmäisen kerran vuonna 1985. Tuolloin se tituleerasi itseään kulttuurialbumiksi, ja se kehittyi nykyiseen aikakauslehtimuotoon myöhemmin. Lehti ilmestyy 11 kertaa vuodessa, ja sen painos on 31 000 kappaletta. Lehden lukijamäärä oli 107 000 vuonna 2007. Image on kuulunut vuodesta 2007 saakka kokonaan A-lehdet Oy:lle.

² Lehden päätoimittaja Mikko Numminen viimeisessä pääkirjoituksessaan, Image heinä-elokuu 2013.

Imagen päätoimittajana vuoden 2014 maaliskuun alussa on Heikki Valkama. Valkama siirtyi Imageen Avun toimituspäällikön paikalta. Valkama aloitti päätoimittajana elokuussa 2013. Aiemman päätoimittajan, Mikko Nummisen, pesti päättyi 9. elokuuta 2013. Numminen ehti olla päätoimittajana kaikkiaan noin kymmenen vuotta. (Imagen verkkosivut, 4.3.2014.)

Päätoimittajavaihdos usein vaikuttaa lehden linjaan ja arvoihin ainakin jonkin verran. Valkaman päätoimittajuuden aikana tutkimusaineistooni kuuluvia lehden numeroita ilmestyi neljä. Niin pienestä otoksesta on vaikea analysoida ja arvioida, millaisia muutoksia mahdollisesti on tapahtunut. Usein muutokset myös ovat niin hienovaraisia, ettei tavallinen lukija edes välttämättä huomaa niitä – muutokset saattavat tapahtua lehdentekijöiden työskentelytavoissa ilman, että ne näkyvät itse lehdessä. Lisäksi lehden linja ei lopulta todennäköisesti päätoimittajavaihdoksen vuoksi radikaalisti muutu.

Lehden kanteen kuvattavat henkilöt ja heistä tehdyt henkilökuvat myös hyvinkin saatetaan valita ja jopa toteuttaa kuukausia ennen itse lehden ilmestymistä. Ilman yhteydenottoa ja pientä haastattelututkimusta lehden nykyiselle päätoimittajalle en siis voi selvittää mahdollisia linjamuutoksia ja niiden vaikutuksia tutkimusaineistoni neljään viimeiseen juttuun. Näistä syistä en tutkimuksessani käsittele uuden päätoimittajan mahdollisia vaikutuksia tutkimusaineistooni, eli lehden kansipääjuttuihin.

4.3 Image vuosina 2012 ja 2013

Tutkimusaineistooni kuuluu kaikkiaan 17 lehteä vuosilta 2012 ja 2013. Vuodelta 2012 mukana on kahdeksan lehteä, ja vuodelta 2013 yhdeksän. Vuonna 2012 Imagesta ilmestyi kaikkiaan 11 numeroa, ja vuonna 2013 kymmenen. Olen siis jättänyt tutkimusaineistosta pois neljä lehden numeroa. Erittelen tuonnempana tässä alaluvussa syitä tälle päätökselle. Lehdestä myös ilmestyy kaksoisnumero kesäisin, heinä-elokuussa.

Tutkimusaineistoni kattaa vuoden 2012 ja 2013 lehdet, koska päädyin siihen, että laadullisessa tutkimuksessa kahden vuoden aineisto on sopiva otanta; lehtiä on enemmän kuin kymmenen, mutta vähemmän kuin 20. Näin ollen aineisto säilyy käsiteltävän kokoisena, ja jokaiseen artikkeliin on mahdollista paneutua sen vaativalla syventymisellä ja tarkkuudella.

Koska tutkimukseni päätarkoitus ei ole vertailla eri vuosien kansikuva-artikkelien sukupuolirepresentaatioita, päädyin valitsemaan kaksi viimeisintä vuosikertaa. Mikäli tutkimuksen painotus olisi ollut vertailussa, olisin todennäköisesti valinnut toisistaan huomattavasti kauempana olevat vuosikerrat. Näin mahdolliset muutokset sukupuolen representaatioissa olisivat tulleet selkeämmin esiin. Tarkoitukseni on kuitenkin analysoida nimenomaan Imagen tämänhetkistä tilannetta tutkimuskysymyksen osalta ja luoda kuva mahdollisimman tuoreista sukupuolirepresentaatioista.

Valitsin kahden kokonaisen vuoden vuosikerrat, koska se on mielestäni kaikkein selkein tapa rajata aineisto. Toinen mahdollisuus olisi ollut valita esimerkiksi lehden 15 viimeisintä numeroa. Aineistoa tarkastellessani huomasin kuitenkin melko nopeasti, etteivät kaikki lehdet sopisi suunniteltuun rajaukseeni. Olen läpi tutkimuksen teoriaosuuden käsitellyt henkilökuvia, ja osa kansipääjutuista ei ole sellaisia. Siksi koin helpoimmaksi ratkaisuksi ottaa aineiston valintaprosessiin mukaan kahden edellisen täyden kalenterivuoden lehdet, ja rajata aineisto niistä. Näistä syistä mukana ei ole yhtään numeroa vuodelta 2014.

Kuten tämän alaluvun alussa mainitsin, jouduin jättämään neljä lehteä pois tutkimusaineistostani. Tämä vähentää aineiston koon 21 lehdestä 17 lehteen. Tutkimuksen luotettavuus ei mielestäni kuitenkaan vähene näin pienen vähennyksen vuoksi. Mikäli lehtiä olisi pudonnut aineistosta pois enemmän kuin viisi, olisin harkinnut aineiston koon laajentamista. Nyt se on kuitenkin yhä kattava leikkaus viime vuosien Image-lehdistä.

Mukana olevat 17 kansipääjuttua luovat monipuolisen kuvan suomalaisista julkisuuden henkilöistä. Mukana on yhdeksän miehestä tehtyä henkilökuvaa, kuusi naisesta tehtyä juttua sekä yksi kahdesta naisesta ja yksi miehestä sekä

naisesta tehtyä henkilöjuttua. Kyseessä ovat popyhtye PMMP:stä sekä muusikkopariskunta Eva & Manusta tehdyt jutut. Vaikka nämä eivät ole puhtaita henkilökuvia, koska ne käsittelevät kahta henkilöä, halusin jutut mukaan aineistoon. Ne monipuolistavat analyysiä tuomalla mukaan erilaisen ulottuvuuden; pariskunta sekä tiiviisti yhtä pitävät PMMP:n Paula ja Mira voidaan tietyllä diskurssilla jopa nähdä yhtenä yksikkönä – tai ainakin heitä mahdollisesti käsitellään sellaisena.

Koska halusin aineistoon mukaan nimenomaan monipuolisuutta, otin mukaan myös toisella tavalla poikkeavan henkilökuvan. Kyse on 2/2012-numeron jutusta, joka kertoo toimittaja-juontaja Maria Veitolasta. Erikoiseksi jutun tekee se, että Veitola on kirjoittanut sen itse. Jutun näkökulmana on hänen raskautensa sekä se, miten ihmiset suhtautuivat siihen. Itse asiassa Imagessa on tehty samalla metodilla juttuja muulloinkin – ääneen on päästetty esimerkiksi kirjailijoita sekä toimittajia.

Erityisen hauska yhteys Maria Veitolan juttuun on vuoden 2014 helmikuun Image. Sen kannessa poseeraa kirjailija Riikka Pulkkinen. ”Näin minusta tuli äiti”, kuuluu kannen otsikko. Itse jutussa Pulkkinen kuvailee tuntemuksiaan äitiydestä sekä ennen että jälkeen lapsensa syntymän – hieman samaan tapaan kuin Veitola omassa jutussaan. Tämä jo toistamiseen toteutettu ”juttutyppi” vahvisti päätöstäni sisällyttää 2/2012-numero mukaan tutkimusaineistoon.

Tutkimusaineistoni päähenkilöinä on poliitikkoja, muusikoita, toimittajia, näyttelijöitä sekä mediapersoonia. Nämä ammatit ja asemat luovat melko kattavan kuvan Imagessa käsiteltävistä ihmisistä – kuten entinen päätoimittaja Numminen totesi, käsittelee Image sekä viihdettä että asiaa. Siksi edustettuina on paitsi viihdealan henkilöitä, myös päättäjiä sekä vallan vahtikoiria. Imagen henkilöjutuissa on usein useampia ulottuvuuksia; etenkin kanteen valitut henkilöt ovat paitsi kaikkien tuntemia, myös jollakin tapaa ajankohtaisia lehden ilmestymisaikaan. Lisäksi henkilöt usein kytkeytyvät tavalla tai toisella johonkin ajankohtaiseen ilmiöön.

Esimerkiksi joulukuun 2012 lehden kannessa on entinen urheilija ja nykyinen näyttelijä Manuela Bosco. Kannen otsikko on ”Enkelit ja demonit – Manuela

Boscon kanssa enkelihoidossa”. Kyseisen lehden ilmestymisaikaan mediassa keskusteltiin paljon erilaisista vaihtoehtoisista ja uskomuksiin perustuvista hoidoista sekä niiden tehosta. Lisäksi koko 2000-luku on ollut erilaisten uskontojen ja uskomusten aikakautta.

4.4 Aineiston jutut

Esittelen kaikki aineistossani mukana olevat jutut tuonnempana taulukon muodossa – niin niistä saa mahdollisimman selkeän kuvan yhdellä vilkaisulla. Tässä alaluvussa luonnehdin ja erittelen kuitenkin jokaista aineiston juttua ja jutun kuvitusta lyhyesti. Näin lukija saa selkeämmän kuvan aineiston muodostavista artikkeleista sekä niiden kuvista. Aloitan erittelyissä jo juttujen tulkinnan, jota sitten syvennän tarkemmalla analyysillä seuraavassa luvussa. Tämän alaluvun väliotsikot ovat lehtijuttujen kansiootsikoita. Etenen aloittamalla aineistoni vanhimmasta numerosta, ja etenen siitä kohti uusinta.

Narri – miksi Jarkko Ruutu on totuus jääkiekosta

Imagen numerossa 1/2012 kansikuvassa on jääkiekkoilija Jarkko Ruutu. Kansikuvassa Ruutu katsoo suoraan kameraan tiukasti rajatussa kasvokuvassa. Otsikon sana narri on sijoitettu suurilla versaaleilla kirjoitettuna suoraan hänen kasvojensa alapuolelle – Ruutu siis ikään kuin leimataan narriksi. Perttu Saksan ottama kuva on miehekäs, mutta Ruudun katse hieman alistuva. Ruudun kulmakarvat ovat tuuheat, jopa hieman epäsiistit. Huulet näyttävät kuivilta ja päällään hänellä on sinipunainen pelipaita. Kuvan tausta on vaaleanpunainen.

”Jarkko Ruutu on suomalaisen jääkiekon iso paha poika, joka loikkasi HIFK:sta Jokereihin. Samuli Knuuti on kannattanut HIFK:ta 30 vuotta eikä aio antaa Ruudulle anteeksi”, kuuluu itse jutun ingressi. Sisäsivujen otsikoksi on nostettu ”Suru aika”. Juttu on siitä poikkeava henkilökuva, että siinä kirjoittaja tuo myös itseään vahvasti esille. Jutun kirjoittaja Samuli Knuuti aloittaa artikkelin kuvailemalla tunteitaan, jotka nousivat esille, kun Ruutu ilmoitti siirtyvänsä

jääkiekkjoukkue HIFK:sta Jokereihin.

Knuuti kirjoittaa kyseessä olevan salaliitto, mainitsee olevansa HIFK-fani ja näkevänsä nyt punaista. Ei ole tavanomaista, että toimittaja ottaa näin vahvasti kantaa käsittelemäänsä aiheeseen. Knuuti ilmoittaa lukijalle puolensa heti jutun alkumetreillä, ja näin ollen myös tuo ilmi, mihin sijoittuu itse jääkiekkokannattajana. Knuuti jopa kertoo suhtautuvansa negatiivisesti haastateltavaansa, mikä etenkin on erikoista. Ruutu itse pääsee jutussa ääneen alun jälkeen satunnaisesti. Silloinkin ensimmäinen kysymys on ”Jarkko Ruutu, kuinka sinä saatoit?”.

Ave Maria – Maria Veitola: Kuinka minusta tuli julkkisäiti

Maaliskuussa (2/2012) ilmestyneen Imagen kansipääjutussa on jo aiemmin tässä luvussa mainittu Maria Veitola. Elina Simosen kuvassa Veitola poseeraa klassisessa odottava äiti -poseerauksessa. Puolikuvaksi rajatussa kuvassa hänen vasen kätensä on ison vatsan alla ja oikea peittää rinnat. Lehden kansi ja kuvan tausta on muuten hyvin tumma, joten valaistu Veitola pomppaa siitä esiin selvästi. Veitolan ilme on seesteinen, mutta hieman katsojaa haastava ja ylpeä.

Tumma linja jatkuu sisäsivuilla. Kuvat ovat mustavalkoisia ja Veitola poseeraa niissä erilaisissa alusvaatteissa. Nyt ei esitellä vaaleanpunaista tai -sinistä äitiyttä, vaan käsitellään äitiyttä ja äidiksi tulemistä erilaisesta näkökulmasta. Jutun otsikko on ”Kaikki äidistä” ja ingressi ”Äidiksi tulo ei ole yksinkertaista. Varsinkaan, jos sattuu olemaan julkisuuden henkilö”. Jo ingressi linjaa Veitolan ottamaa kirjoitusotetta ja jutun näkökulmaa. ”Päätti nainen mitä päätti, raskaus on aina kaikkien muidenkin kuin hänen itsensä asia”, hän kirjoittaa. Kuten jo totesin, juttu on siitä poikkeava henkilökuva, että sen on kirjoittanut Veitola itse. Tutkimuskysymyksen huomioon ottaen se sopii kuitenkin aineistooni, koska äitiys on luonnollisesti iso osa sukupuolta ja vaikuttaa sukupuolirooleihin vahvasti.

Miss Mamu – Monikulttuurisen Suomen kansikuvatyttö Nasima Razmyar

Huhtikuun (3/2012) lehden kannessa on poliitikko, maahanmuuttaja ja vuoden 2010 pakolaisnainen Afganistanista kotoisin oleva Nasima Razmyar. Kuten jo tämän tutkimuksen luvussa 5.4 kerroin, on Razmyar stailattu kansikuvassa missiksi, kansikuvatytöksi. Hänen hiuksensa on kiharretty, meikki on vahva ja ripset pitkät, turkoosissa yläosassa on koristeompeleita ja päässä Razmyarilla on hopeisin timantein koristeltu tiara. Missinauhassa lukee Nasima. Mikko Harman ottaman kuvan tausta on siniturkoosi, ja Razmyar katsoo siinä suurilla silmillään sivulle ylös.

”Uusi Suometar”, julistaa sisäsivun otsikko. ”Nasima Razmyar ei halua olla pelkkä koriste”, kertoo puolestaan Joanna Palménin kirjoittaman jutun ingressi. Jutusta hyppäävät silmille ensimmäisenä värikkäät ja iloittelevat kuvat. Niissä Razmyar on puettu kirkasvärisiin mekkoihin, ja kuvia on käsitelty niin, että sama kuva toistuu sivulla monistettuna. Yhdellä sivulla Razmyar hymyilee suomalaisessa kansallispuvussa, toisella intialaistyyliisessä sinisessä mekossa pitäen käsiään hindukulttuurissa tyypillisessä asennossa, peukalo ja etusormi yhdessä.

Jutun näkökulmana on Razmyarin titteli vuoden pakolaisnaisena, ja sitä kautta maahanmuuttajuus Suomessa. Jutun diskurssi on se, että Razmyar on eräänlainen mallimamu, esimerkillinen maahanmuuttaja, jota kelpaa esitellä julkisuudessa eri yhteyksissä. Jutussa käytetään paitsi Razmyarin haastattelua, myös siteerataan nettipalstojen pakolaisiin ja maahanmuuttoon liittyviä kommentteja. Yksi näkökulma on myös Razmyarin osallistuminen *Tanssii tähtien kanssa* -tv-ohjelmaan.

Hattutemppu – Kuinka kirjailija Tuomas Kyröstä tuli koko kansan mielensäpahoittaja

Kesäkuun (5/2012) numeron kansipääjuttu on kirjailija Tuomas Kyrön henkilökuva. Otsikon ja kansikuvan yhteispeli on hauska: Kyröllä on päässään näyttävä karvalakki. Melko tiiviisti rajatussa muotokuvassa hänellä on yllään

vaalea puku, kauluspaita ja kravatti. Mikko Ryhäsen ottamassa kuvassa ilme on hieman hämmentynyt; kuin suosio ja Kyrön kirjojen menestys olisi ollut puhdas vahinko, ja Kyrö itse päätynyt julkisuuteen täysin valmistautumattomana karvalakki päässä.

Joanna Palménin kirjoittaman jutun otsikko on ”Kyllä en ole tuote” ja ingressi ”Kirjailija Tuomas Kyrö pahoittaa mielensä, kun häneltä kysyee brändinrakennuksesta. Ei hän mitään ole rakentanut. Silti Kyröllä on Suomen paras kirjailijabrändi”. Jutussa käsitellään Kyrön menestystä ja hänen toimivaa kirjailijabrändiään. Kyrö itse esitetään hieman vastahakoisena, mutta kuitenkin osaavana ja fanien kanssa kommunikoivana, uudenaikaisena kirjailijatyypinä. ”Helsingin Aleksanterinkadun kirjakaupassa omistuskirjoituksia suoltaa altis asiakaspalvelija Tuomas Kyrö”, kirjoittaa Palmén. Jutussa käsitellään ainoastaan Kyrön uraa ja suhdetta brändiinsä, ei yksityiselämää.

PMMP

PMMP-yhtyeen laulajia Paula Vesalaa ja Mira Luotia käsittelevän jutun (6-7/2012) kansiratkaisu on erikoinen. Kannessa on joko Mira tai Paula, mutta esimerkiksi lehden tilaaja ei pystynyt vaikuttamaan siihen, kumpi kansi hänelle postiluukusta kolahtaa. Kuvat kaksikosta ovat kuitenkin samanhenkisiä: muusikot on meikattu punaisella kasvomaalilla, heidän ilmeensä ovat vakavat ja rajut, ja molemmat poseeraavat kädet ylhäällä pään päällä ja takana. Kummankin hiukset ovat sotkussa ja heillä on yllään sama tumma paljettitoppi.

Kannen otsikko on pelkästään PMMP. Myös sisäsivujen otsikko on ytimekäs, ”133%”. Niklas Thesslundin artikkelin ingressi on ”PMMP:n Mira ja Paula ovat kolmekymppisiä perheenäitejä. Sillä ei ole oikeastaan mitään tekemistä yhtyeen menestyksen kanssa. Nyt he kertovat, millä on”. Juttu on rakennettu niin, että otsikon muodostavat 133 prosenttia eritellään väliotsikoilla. Jutun mukaan PMMP koostuu kantaaottavuudesta, periaatteellisuudesta, ei-helsinkiläisyydestä, Jorista (Sjöroos) sekä melankoliasta.

Jutun teemoja ovat paitsi yhtyeen ura, myös heidän perheensä ja lapsensa. Perhettä käsitellään läpi jutun, vaikka ingressissä todetaankin, ettei perheellä ole mitään tekemistä menestyksen kanssa. ”Tällaista on ehkä olla aikuinen. Paula Vesala ahmii puuroa niin kuin vain oksennustaudista edellispäivänä toipunut voi. Mira Luodilla on silmätulehdus. Silti he puhuvat lastensa vaivoista”, alkaa artikkeli. Jo alku määrittää paljon, mistä jutussa tullaan puhumaan.

Pimeä sydän – Synkkien laulujen taitaja Mirel Wagner rakastaa kauhua

Mirel Wagner on nuori laulajalupaus. Lokakuun numerossa (9/2012) hän katsoo kannessa vakavana. Kuolemasta laulavan naisen mustavalkoinen, Aki Roukalan ottama kuva on yksinkertainen. Hänellä on tummaa huulipunaa, yllään musta paita ja kuvan mustavalkoisuus sekä kannen eleettömyys korostavat vaikutelmaa entisestään. Sisäsivujen kuvissa sama teema jatkuu: Wagner näyttää vakavalta, avausaukeaman kuvassa jopa vihamieliseltä.

Kuviin on selvästi haluttu tuoda Wagnerin laulujen teemoja. ”Lauluja pimeästä” -otsikoitu Joanna Palménin juttu keskittyy Wagnerin synkkämieliseen musiikkiin sekä hänen nopeasti saamaansa kansainväliseen huomioon. ”Mirel Wagnerin kauniit laulut karmivat selkäpiitä. Ideoita niihin hän saa sarjamurhaajista ja kauhuelokuvista. Wagner itse ei pelkää enää niin paljon kuin ennen. Vähän kuitenkin”, kuuluu ingressi. Se herättää lukijassa kysymyksen siitä, mitä Wagner sitten pelkää. Jutusta käy ilmi, että Wagner ei ole kovin monisanainen haastateltava. Tämä nouseekin yhdeksi jutun teemoista.

Herra Oikea – Miksi liberalismi, Matti Apunen?

Imagen 10/2012 kannessa tuijottaa virallisen näköinen mies. Elinkeinoelämän valtuuskunnan johtajana jutun teon ja tämän tutkimuksen tekemisen (maaliskuu 2014) aikaan toiminut Matti Apunen katsoo suoraan Perttu Saksan kameraan leuka pystyssä. Ohuet huulet taipuvat alaspäin, silmissä on samanaikaisesti apea ja ylimielinen katse. Apusen päällä on tumma, siisti puku. Hän näyttää

virkamieheltä.

Sisäsivujen otsikossa Apusta tituleerataan ”Provoporvariksi”. Lauri Korolaisen kirjoittaman jutun ingressi kuuluu seuraavasti: ”Matti Apusella on hyviä uutisia: maailma ei kulje kohti tuhoaan. Elinkeinoelämän valtuuskunnan liberaalin johtajan mielestä itsekkyyks on tyhmyyttä mutta ahneus voi olla hyvästäkin. Ja hän on tosissaan, kuten aina”. Jutun kuvat jatkavat kannen linjaa. Juttu on rakennettu kysymys-vastaus-muotoon. Toimittajan esittämät kysymykset eivät ole neutraaleja; ne johdattelevat ja jopa provosoivat haastateltavaa. ”Mitä sinulle merkitsee koti, uskonto ja isänmaa”, ”Onko itsekkyyks hyvä asia”, ”Minkä verran maksaisit veroja, jos voisit itse päättää”. Jutussa yritetään hiillostaa liberaaliksi määriteltyä Apusta ja saada hänet reagoimaan.

Enkelit & Demonit – Manuela Boscon kanssa enkelihoidossa

Joulukuun lehden kannessa on Manuela Bosco, entinen urheilija, nykyinen näyttelijä ja ainakin tuolloin enkelihoitaja. Perttu Saksan kuvassa Boscon hiukset ovat kuin tuulen tuivertamat. Hänen silmänsä on meikattu tummiksi, mutta huulet ovat vaaleanpunaiset. Katse on tutkiva, ja suu hieman raollaan. Kuvan tunnelma on tyyni, mutta katsoja ei heti osaa sanoa, onko Bosco kuvassa enkeli vai demoni.

Sisäsivujen kuvissa se on sen sijaan välittömästi selvää: Bosco on puettu valkoiseen, hänellä on siivet selässään ja kontrasti tummien hiusten ja silmien sekä vaalean taustan ja herkän tunnelman välillä on selkeä. ”Haavoittunut enkeli”, kuuluu otsikko, ja ”Ensin Manuela Bosco trimmasi juoksijana kehonsa huippuunsa. Nyt hän haluaa auttaa ihmisiä päästämään irti ja olemaan armollisempia. Apunaan hänellä ovat enkelit”, puolestaan ingressi.

Jutun kirjoittaja, toimittaja Tero Kartastenpää on itsekkin mukana jutussa. ”Makaan silmät kiinni puulattialla ja odotan taivaan avautumista. Entinen olympiatason juoksija, nykyinen näyttelijä, ammattipuhuja ja enkelihoitaja Manuela Bosco istuu vierelläni ja lupaa, että olen täydellisen turvassa”. Kartastenpää on Boscon enkelihoidossa. Hoidon lomassa puhutaan Boscon urasta, julkisuudesta,

lapsuudesta, takaiskuista ja tietysti enkeleistä. Lopussa palataan hoitoon.

Donner – Älykkö, seksisymboli, kapinallinen, vanhus

Vuoden 2013 helmikuun lehdestä tutkimusaineistooni päättyy Jörn Donner. Juha Törmälän vahvoissa kuvissa näkyy vanhahko mies. Mustavalkoisuus korostaa hieman kyyryssä olevaa selkää, kaulan maksaläiskiä, kasvojen ryppyjä ja epäilevää mutta hieman kapinallista katsetta. Kaikissa jutun kuvissa Donner katsoo suoraan kameraan. Tarkat kuvat eivät piilota mitään.

Juha Itkosen ”Lajinsa viimeinen” kertoo Donnerin monipuolisesta urasta sekä hänen mielipiteistään ja ajatuksistaan – rakkaudesta, iästä, elokuvista ja paljon muusta. ”Tässä jutussa kirjailija, kapinallinen, poliitikko, kosmopoliitti, elokuvantekijä, ärsyttävä, työnarkomaani, kriitikko, hämmentäjä, seksisymboli ja vanhus Jörn Donner kertoo, mikä on elämän tarkoitus”, lupaa ingressi. Luvassa on siis todellinen henkilökuva, joka kattaa lähes kaiken kohteensa elämästä ja ajatuksista. Ja Donnerilla elämää ja ajatuksia on selvästikin paljon.

Mitä kaikkea Pihla Viitalan pitää vielä tehdä, jotta hänestä tulee tähti?

Näyttelijä Pihla Viitalan kuva maaliskuun 2013 Imagen kannessa on lähes ikoninen. Viitala poseeraa suoraan kasvot edellä kameralle. Hänen ilmeensä on vakava. Viitalan tummat hiukset ovat valtoimenaan, ja päässään hänellä on hopeinen hiuspanta, joka kuvan asettelun vuoksi assosioituu lähes Jeesuksen orjantappurakruunuun. Elina Simosen ottama kuva on tummasävyinen, ja siinä korostuvat Viitalan vihreät silmät.

Kalle Kinnusen kirjoittaman jutun otsikko on ”Aikuisten satu”. Juttu kertoo Viitalan nousussa olevasta urasta. ”Pihla Viitalan kerrotaan tekevän uraa Hollywoodissa. Sekös näyttelijää itseään ärsyttää. Hän haluaa vain tienata elannon perheelleen. Hollywoodissa kaikki on kiinni agenteista, heidän suhteistaan ja silkasta onnesta”, kertoo ingressi.

”En mä sinänsä rahaa tavoittele, mutta kyllä sitäkin ajattelee, kun on pieni lapsi. En mä ole kenellekään muulle mistään vastuussa, paitsi Astridille siitä, että olen hyvä äiti”, Viitala sanoo jutussa. Artikkelissa puhutaan paljon Viitalan rooleista ja siitä, miten kansainvälinen läpimurto olisi mahdollinen. ” Viitala itse ei pidä yrittää-sanasta. ”Suomen kielessä on sana yrittäminen. Kun tekee jotain, yrittää. Sen käyttö kertoo suomalaisesta itsetunnosta paljon. Nyt se siellä yrittää. Antaa sen yrittää. No, nyt se epäonnistui”. Tätä vastaan Viitala tahtoo jutun mukaan taistella.

Maki – Se parhaiten nauraa, joka itselleen nauraa

Huhtikuun 2013 kannessa on tuottaja-muusikko Maki Kolehmainen. Kuten jo luvussa 5.4 mainitsin, on tämä tutkimusaineistoni ainoa kansikuva, jossa kuvattu henkilö hymyilee leveästi. Aapo Huhdan ottamissa kuvissa Kolehmainen hymyilee, irrottelee ja hänestä saa positiivisen mutta kenties hieman hölmönkin kuvan. Herää kysymys, tehdäänkö kansikuvalla Kolehmaiselle pilkkaa, kuten voisi helposti päätellä.

”Sekaisin Makista”, kuuluu sisäsivujen otsikko. Otsikko on intertekstuaalinen viittaus Sekaisin Marista -elokuvan nimeen. Huumoridiskurssia korostaa jutun ingressi: ”Maki Kolehmainen on paljon enemmän kuin pelkkä vitsi”. Janne Flinkkilän kirjoittamassa jutussa halutaan tuoda esille kuvaa Kolehmaisesta Aikakone-aikojen jälkeen tapahtuneiden asioiden kautta. ”Julkisena eläimenä Maki on kuin kaupan edustalle pyörätelineeseen sidottu koira. Kuka tahansa kokee oikeudekseen tulla hänen iholleen. Hän suhtautuu kasvatusten annettuihin kommentteihin nöyrästi, mutta puheesta välittyy, että huomio on silti kiusallista”, kirjoittaa Flinkkilä.

Ville Valon paluu – Valomerkki? Ei vielä!

Tuntuu, että Ville Valo kuvataan aina samalla tavalla, ja kaikki hänen juttunsa

otsikoidaan samaa kulunutta Valo-sanaleikkiä hyödyntämällä. Niin tämäkin, toukokuun 2013 Imagen kansikuvajuttu. Elina Simosen kuvassa Valo poseeraa ilman paitaa niin, että hänelle tunnusomaiset tatuoinnit näkyvät. Näyttää, että Valoa ei ole erityisemmin stailattu, sillä hänellä on tmma silmämeikki, hiukset kuten aina ja kaulassa suuri ristikoru.

”Valoa kansalle”, kikkailee sisäsivujen otsikko. Kyseessä on Ville Valon niin sanottu paluuhaastattelu. Valo ja HIM ovat pitäneet matalaa profiilia, mutta nyt julkaisevat jälleen musiikkia. ”Viimeiset kolme vuotta Ville Valo on käyttäytynyt kuin kuka tahansa kuolevainen: käynyt kaupassa, tavannut kavereitaan, luonut lunta. Nyt hän palaa takaisin rocktähten rooliinsa. Oli jo aikakin”, sanotaan ingressissä.

Jutun kirjoittanut Viljami Puustinen ilmaisee heti artikkelin ensimmäisessä varsinaisessa lauseessa kaivanneensa Ville Valoa. Puustisen mukaan Valo on Suomen ainoa kansainvälisen vertailun kestävä seksisymboli. Tämä onkin jutun diskurssi, vaikka kysymys-vastaus-muotoon rakennettu artikkeli tavallaan rakentaakin kuvaa tavallisesta Ville Valosta. ”Totta kai toivon herra taiteilijalle pelkkää hyvää, mutta onhan kukkaruukkuja naapureiden oviin heittelevä, eritteitä hotellien jääkoneisiin työntävä irtovileuka huomattavasti kiinnostavampi julkisuuden hahmo kuin jylhässä yksinäisyydessään kyyhöttävä miljonääri”, toteaa Puustinen jutussa.

Kesän lapset – Evan ja Manun matkassa Euroopan halki

Heinä-elokuun 2013 numero on toinen tutkimusaineiston poikkeus. Kuten PMMP-jutussa, tässäkin on kaksi haastateltavaa ja päähahmoa: muusikot ja rakastavaiset Eva ja Manu. Sanna Saastamoinen-Barroisin ottamat kuvat myös muodostavat toisen poikkeuksen aineistoon. Maki Kolehmaisien hymykuvien lisäksi myös Evan ja Manun kuvat ovat positiivisia ja hyväntuulisia. Kannessa pariskunta poseeraa vehreän puun alla akustisen kitaran kanssa. Aurinko paistaa, ja pari näyttää seesteisen onnelliselta. Kuva toimii saumattomasti yhdessä Kesän lapset -otsikon kanssa.

Sama onnellisuus jatkuu sisäsivuilla. Sonja Saarikosken kirjoittaman jutun otsikko on ”Unelmien kiertue”. Jutussa kerrotaan Evan ja Manun tekemästä matkasta Euroopassa. Reissulla syntyi heidän albuminsa. ”Rakastunut pariskunta, vanha matkailuauto, luomumaatilat ja kitara. Näistä aineksista syntyi Eva Louhivuoren ja Emmanuel ”Manu” Laudicin tarina ja esikoisalbumi. Tässä jutussa he neuvovat, miten unelmia toteutetaan”, sanotaan ingressissä. Sen mukaisesti kaksikko antaakin vinkkejä siihen, miten matkustaa Euroopassa. Neuvojen lomassa kerrotaan lähinnä heidän parisuhteestaan ja ensitapaamisestaan.

Cheek – Rakastettu, vihattu, kultapoika, rähisijä, nero, laskelmoija, menestyjä, nousukas, seksisymboli, mauton, rikas, tyrkky

Räppäri Cheek on syyskuun 2013 Imagen kansikuvapoika. Hän näyttää kansikuvassa itsevarmalta ja siloitellulta – paita on siisti ja valkoinen, hiukset tarkkaan leikatut eivätkä kulmakarvat hapsota. Cheekin eli Jare Tiihosen kädet ovat puuskassa. Kannen otsikossa Cheekiin on Jörn Donnerin tavoin liitetty erilaisia sanoja – sekä kehuja että haukkuvia. Se viestii siitä, että Cheekistä ollaan monta mieltä.

Kaikki jutun kuvat korostavat samaa vaikutelmaa – Cheekin tiedetään olevan tarkka ulkonäöstään, ja kuvissa hänet esitetään siloiteltuna ja hieman machona räppärinä. Samuli Karalan ottamissa kuvissa näkyy kallis kello. Otsikko kuuluu: ”Populisti”. Ingressin mukaan ”Jare ”Cheek” Tiihonen on hyvin menestynyt rapmuusikko. Mitä pahaa siinä on?”.

”Tiihonen on tietoinen itsestään ja siitä, miten haluaa rap-artisti Cheekin esittää. Hän tietää, että kallistamalla päätä oikealle, näkyviin tulee hänen kasvojensa parempi puoli, vasen. Tiihonen sanoo olevansa liian blondi esiintymään täysin vaaleaa taustaa vasten ja alkaa vängätä”, kuvataan Mikko Aaltosen kirjoittamassa jutussa. Cheek on jopa ärsyttävyyteen asti itsetietoinen, teinien unelma ja monen halveksuma. Jutussa käsitellään Cheekin uraa ja sen alkua, menestystä ja sen tuomia paineita. Jutun diskurssi on menestyjä.

Diileri – Hjallis Harkimo myi elämäntyönsä. Mitä seuraavaksi?

Lokakuun 2013 kansi on yksinkertainen. Hjallis Harkimo katsoo kasvot suorana, leuka hieman alas painettuna kameraan. Valkoinen tausta korostaa hänen kasvojaan, silmiin on suunnattu valoa. Päällään hänellä on valkoinen kauluspaita ja värikäs kravatti. Kuvat on ottanut Juha Törmälä. Osassa jutun kuvista Harkimo hymyilee, osassa hän on vakavampi. Kuvat ovat hyvin tavallisia henkilökuvia. Ne ovat suorita, tarkkoja ja esittävät kohteensa sellaisena kuin hän on – ilman rooleja tai erikoisia stailauksia.

Lari Malmergin kirjoittaman jutun otsikko on ”Iso H”. ”Hjallis Harkimo on tehnyt vauhdikkaita päätöksiä yli 20 vuotta. Ei ihme, että nyt vähän väsyttää”, todetaan puolestaan ingressissä. Juttu ilmestyi silloin, kun Harkimo myi jääkiekkjoukkue Jokerit Venäjän KHL:ään. Siitä juttukin kertoo. ”Hjallis Harkimo on äreä sarjakuvahahmo, joka on touhottanut lehtien palstoilla jo kolmenkymmenen vuoden ajan. 1980-luvulla hän oli urheilijasankari ja 1990-luvulla liikemiessankari. 2000-luvulla hänestä tuli hamesankari. Mitä pidemmälle vuodet ovat vierineet, sitä vähemmän Hjallis lehtikuvissa hymyilee”, kuvaillaan jutussa tarkkanäköisesti. Jutussa käsitellään paitsi uraa, myös Harkimon henkilökohtaista elämää, naisiakin. Pääpaino on kuitenkin työssä.

Pelimies – Aleksi Valavuori aikoo uudistaa suomalaisen urheilun

Marraskuun 2013 Imagen kannessa on Aleksi Valavuori. Otsikon pääsana, pelimies, sopii täydellisesti kuvaan. Siinä Valavuori katsoo pää hieman vinossa kameraan ja hymyilee pientä vinoa hymyä silmät vilkkuen. Kädet on nostettu lähes leuan tasolle, nyrkit ovat yhdessä. Jutun muut kuvat Kaisu Jouppi on kuvannut reportaasimaisemmin. Niissä Valavuori puhuu puhelimeen kotonaan, ajaa autoa samalla kahvia juoden, seisoo Hakaniemen hallissa kentän laidalla, istuu studiossa kuulokkeet korvillaan ja pitää lastaan sylissään.

Kuvat tukevat Jussi Sippolan kirjoittamaa juttua. Siinä matkustetaan Valavuoren kanssa Turusta Loimaan kautta Tampereelle. ”Urheiluhullu”, sanotaan otsikossa. ”Twitter-päivitysten, vedonlyönnin ja televisioesiintymisten välissä Alekski Valavuoren pitäisi vielä ehtiä uudistaa suomalainen huippu-urheilu”, toteaa ingressi. Valavuori kuvataan kiireisenä miehenä. ”Teboililta matka jatkuu Loimaalle, jonka koripalloseuran Nilan Bisonsin puuhamies Valavuori on. Valavuoren on viimeisteltävä runsaan sadan tuhannen euron yhteistyösopimus, jonka Bisons tarvitsee päästäkseen pelaamaan kansainvälisiä pelejä. Loimaalta Valavuori ajaa Tampereelle isännöimään Nelosen jääkiekkostudiota Tapparannan ja Jokerien väliseen SM-liigapeliin”. Jutun pääteema on siis Valavuoren työ. Sen rinnalla käsitellään kuitenkin myös hänen perhettään sekä isänsä kuolemaa.

Kuka oikein on Laura Birn

Tutkimusaineiston viimeinen, joulukuun 2013 numero esittää kannessaan näyttelijä Laura Birnin. Käsittelin jo aiemmin Birnin kansikuvaa, jossa hän poseeraa harmaassa villapaidassa, vaaleat hiukset taakse suittuina ja vaaleassa meikissä herkkyyttä katseessaan. Juha Törmälän kuvat jatkavat samaa diskurssia; Birn on ujo, herkkä ja viaton, jollakin tapaa salaperäinenkin.

”Image teki Laura Birnille persoonallisuustestin. Se oli melkein liikaa palkitulle näyttelijälle, joka ei halua paljastaa itsestään mitään”, kerrotaan Tero Kartastenpään kirjoittaman jutun ingressissä. Otsikon virkaa toimittaa ”Tunnettu – tuntematon” -sanapari, jossa rastittu on jälkimmäinen sana. Samaa rasti ruutuun -taktiikkaa jatketaan jutussakin, jossa ingressin mukaisesti tehdään eräänlainen persoonallisuustesti. Se on jutun punainen lanka. Jutussa on tuntemattomuusdiskurssi. ”Puhukoon työ puolestaan, itse pysyn mieluummin tuntemattomana”, sanoo hän jutussa olevassa sitaatissa. Lisäksi puhutaan Birnin urasta, nuoruudesta ja elämänarvoista.

Juttujen kuvailun lopuksi aineisto on vielä tiivistetty seuraavaan taulukkoon, josta ilmenevät henkilökuvien kohteet, juttujen kansiotokset sekä sisäsivun otsikot.

Taulukko 1

Kuka?	Kansiotsikko	Sisäsivun otsikko
Jarkko Ruutu, 1/2012, helmikuu	Narri – miksi Jarkko Ruutu on totuus jääkiekosta	Suruaika
Maria Veitola, 2/2012, maaliskuu	Ave Maria – Maria Veitola: Kuinka minusta tuli julkkisäiti	Kaikki äidistä
Nasima Razmyar, 3/2012, huhtikuu	Miss Mamu – Monikulttuurisen Suomen kansikuvatyttö Nasima Razmyar	Uusi Suometar
Tuomas Kyrö, 5/2012, kesäkuu	Hattutemppu – Kuinka kirjailija Tuomas Kyröstä tuli koko kansan mielensäpahoittaja	Kyllä en ole tuote
Paula Vesala ja Mira Luoti, 6-7/2012, heinäkuu-elokuu	PMMP	133,00%
Mirel Wagner, 9/2012, lokakuu	Pimeä sydän – Synkkien laulujen taitaja Mirel Wagner rakastaa kauhua	Lauluja pimeästä
Matti Apunen, 10/2012, marraskuu	Herra oikea – Miksi liberalismi, Matti Apunen?	Provoporvari
Manuela Bosco, 11/2012, joulukuu	Enkelit & demonit – Manuela Boscon kanssa enkelihoidossa	Haavoittunut enkeli
Jörn Donner, helmikuu 2013	Donner – Älykkö, seksisymboli, kapinallinen, vanhus	Lajinsa viimeinen
Pihla Viitala, maaliskuu 2013	Mitä kaikkea Pihla Viitalan pitää vielä tehdä, jotta hänestä tulee tähti?	Aikuisten satu

Kuka?	Kansiotsikko	Sisäsivun otsikko
Maki Kolehmainen, huhtikuu 2013	Maki – Se parhaiten nauraa, joka itselleen nauraa	Sekaisin Makista
Ville Valo, toukokuu 2013	Ville Valon paluu – Valomerkki? Ei vielä!	Valoa kansalle
Eva ja Manu, heinä- elokuu 2013	Kesän lapset – Evan ja Manun matkassa Euroopan halki	Unelmien kiertue
Cheek, syyskuu 2013	Cheek – Rakastettu, vihattu, kultapoika, rähisijä, nero, laskelmoija, menestyjä, nousukas, seksisymboli, mauton, rikas, tyrkky	Populisti
Harry ”Hjallis” Harkimo, lokakuu 2013	Diileri – Hjallis Harkimo myi elämäntyönsä. Mitä seuraavaksi?	Iso H
Aleksi Valavuori, marraskuu 2013	Pelimies – Aleksi Valavuori aikoo uudistaa suomalaisen urheilun	Urheiluhullu
Laura Birn, joulukuu 2013	Kuka oikein on Laura Birn	Tunnettu – tuntematon

4.5 Pois jätetty aineisto

Kuten jo aiemmin kerroin, rajasin tutkimusaineistostani neljä kansipääjuttua pois. Tutkimukseni keskiössä ovat henkilökuvat, ja vaikka useimmiten Imagen kansihenkilöistä kertovat artikkelit tällaisia ovat, on vuosien 2012 ja 2013 lehdissä myös poikkeuksia tästä kaavasta. Tässä alaluvussa perustelen yksitellen, miksi jätin jutut pois aineistostani.

Lautasten herra – Tomi Björck ja uusi rento keittiö

Vuoden 2012 neljännessä numerossa kannessa on huippukokki Tomi Björck. Björck poseeraa kädet puuskassa mahtipontisen näköisenä, yllään valkoinen kokintakki ja päässään lehtiseppelä. Björck hymyilee ylpeästi, ja hänen käsivarsiensa tatuoinnit näkyvät korostetusti. Kannen perusteella juttu olisi omiaan tutkimukseen, mutta sisäsiivuilla paljastuu, että juttu kertoo monesta eri kokista. Björckin lisäksi ääneen pääsevät muun muassa Antto Melasniemi ja Hans Välimäki. Juttu onkin katsaus Helsingin uusimpiin ruokatreendeihin ja kokkeihin, ei Tomi Björckiin itseensä. Tästä syystä se ei täytä henkilöjutun kriteereitä.

Naisten vuoro – Puheenaiheena Kerkko Koskinen

Saman vuoden syyskuun numerossa (8/2012) ovat muusikot Manna, Paula Vesala ja Vuokko Hovatta. Kolmikko poseeraa Charlien enkelit -tyyppisesti kolmion muodossa, Vesala seisoo keskimmäisenä. Kaikki katsovat kameraan vakavina, mustavalkoisissa vaatteissa. Jo kannen otsikko kertoo, että nyt puhutaan muusikko Kerkko Koskisesta. Luvassa voisi siis olla eräänlainen henkilökuva, mutta toisten kertomana.

”Naisten mies”, on jutun otsikko. ”Koskinen on aina työskennellyt vahvojen naiskulttuurivaikuttajien kanssa ja ystäväystynyt juuri naisten kanssa. Siksi nyt on heidän vuoronsa puhua Koskisesta”, kirjoittaa Tero Kartastenpää. Pohdin pitkään, sopisiko juttu sittenkin aineistooni. Päädyin kuitenkin siihen lopputulokseen, että äänessä on liian monta ihmistä kertomassa Koskisesta. Kaikkiaan 15 naista kertoo, millaisissa väleissä on Koskisen kanssa, ja miten tutustui häneen. Jutusta ei myöskään muodostu riittävän yhtenäistä kuvaa Koskisesta, jota voisi analysoida.

Braavo! Imagen Suomi-palkinnot: Paavo Arhinmäen hullu vuosi 2012

Kolmas vuoden 2012 lehdistä poisjätettävä numero on 12/2012. Sen kannessa on keskiaikaiseen asuun puettu ministeri Paavo Arhinmäki. Kyseinen kansi on malliesimerkki Imagen tavasta pukea haastateltavat rooliasuun; Arhinmäestä on tehty Shakespearen Hamlet. Artikkelit on kuitenkin osa Imagen vuosittaista Suomi-palkinnot-kokoelmajuttua. Siinä lehden työryhmä kokoaa yhteen tärkeimmät vuoden aikana tapahtuneet ilmiöt, henkilöt ja asiat. Näin ollen Arhinmäen juttu on henkilökuvaksi liian pinnallinen ja lyhyt. Lisäksi se keskittyy Arhinmäkeen ja hänen vuoden tekoihinsa tai tekemättä jättämisiinsä nimenomaan ministerinä, ei yksityishenkilönä.

Tahdon! Anna Abreu, Paavo Arhinmäki, Notkea Rotta, Jani Leinonen, Stefan Lindfors, Paula Vesala, Manna, Esko Valtaoja ja Jaakko Hämeen-Anttila suutelevat tasa-arvon puolesta

Vuoden 2013 lehdistä ainoastaan kesäkuun numero jää pois analyysistä. Imagen 200. numeroon on valittu kanteen Tahdon 2013 -kampanjaan liittyvä kuva. Sukupuolineutraalia avioliittolakia ajava kampanja oli tuolloin ajankohtainen, ja Image pyysi lukuisia julkisuudenhenkilöitä suutelemaan toisiaan kuvissa. Kanteen oli valittu laulajien Anna Puun ja Anna Abreun välinen herkkä suudelma. Itse juttu muodostuu ainoastaan valokuvista. ”Me Imagessa ajattelemme, että avioliiton tulisi olla mahdollinen myös mies- ja naispareille. Sitä paitsi suomalaisten pitäisi pussailla enemmän. Siksi pyysimme arvostamiamme suomalaisia suutelemaan toisiaan. Tyyli on vapaa, kunhan suutelijat ovat samaa sukupuolta”, kerrotaan ingressissä. Koska juttu ei ole henkilökuvana, eikä siinä ole lainkaan tekstiä, se ei sovi tutkimusaineistooni.

5 ANALYYSI

5.1 Tutkimusmetodina diskurssianalyysi

Aineistoanalyysissä aion käyttää teoreettis-metodologisena viitekehyksenä diskurssianalyysiä. Diskurssianalyysi ei ole yhtenäinen tai vakiintunut tutkimusmenetelmä, vaan pikemminkin joukko kielenkäyttöä ja yhteiskuntaa koskevia teoreettisia lähtökohtaoletuksia (Valtonen 1998, 96). Tämä tekee sen määrittelystä vaikeaa. Diskurssi tarkoittaa puhetta, esitelmää, juttelua ja jaarittelua. Diskurssin käsitettä käytetään viittaamaan suhteellisen vakiintuneeseen kielenkäyttöön tietyissä tilanteissa. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 22–23.)

Käytetyn kielen avulla paitsi käytetään ja uusinnetaan, myös luodaan sosiaalista todellisuutta. Toisaalta sosiaalinen todellisuus myös luo kielenkäyttöä ja vaikuttaa siihen, miten kieltä käytetään. Kielenkäyttö on aina kytköksissä tilanteeseen. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 22.) Tutkimusaineistoni artikkeleissa tämä tarkoittaa sitä, että jokainen jutun toimija, eli sekä toimittaja että haastateltava, luovat osaltaan todellisuutta kielenkäytön kautta. Toimittajalla on tässä toki vahvempi vaikutusvalta, haastateltava kun pääsee varsinaisesti ääneen vain sitaateissaan. Toimittaja taas luo haastateltavan persoonan ympärille kielenkäytöllisen tarinan.

Kaikki kielenkäyttö on itsessään luovaa toimintaa ja muodostaa erilaisia versioita todellisuudesta. Kielen käyttäjät, eli tässä tapauksessa toimittajat, eivät kuitenkaan välttämättä rakenna sosiaalisen todellisuuden versioitaan tietoisesti jutuissaan. Mediassa on tiettyjä teemoja ja kuvia, jotka toistuvat. Rakennetut, uusinnetut ja luodut diskurssit voivat siis todella vaikuttaa yleisön kuvaan todellisuudesta. (Valtonen 1998, 97.)

Kärjistämällä voidaan päätyä siihen lopputulokseen, että kuvailemalla maailmaa

ihmiset tekevät maailmastaan kuvaustensa kaltaista (Valtonen 1998, 97).

Kärjistystä jalostamalla voidaan päätyä ajatukseen, jonka mukaan kirjoittamalla henkilökuvia toimittajat tekevät kyseisistä henkilöistä luomiensa kuvien kaltaisia – eli toisin sanoen henkilökuvat luovat, muokkaavat ja uusintavat julkisuuden henkilöiden imagoa.

Diskurssin käyttötapani on kriittinen. Diskurssianalyysi voidaan jakaa tulkitsevaan ja kriittiseen diskurssianalyysiin (Valtonen 1998, 96). Tulkitseva diskurssianalyysi kiinnittää huomion kielenkäytön moninaisuuteen, ei niinkään kielen takana majaileviin hallitseviin valtarakenteisiin. Kriittinen diskurssianalyysi taas keskittyy nimenomaan vallan analysoimiseen teksteissä. Oleellista on selvittää, miten eri diskurssit ja painotukset kilpailevat keskenään ja kuinka vahvimmat niistä muodostavat hegemonisia totuuksia. (Valtonen 1998, 100–105.)

Analyysissäni käytän apuna nimenomaan kriittistä diskurssianalyysiä. Huomioni jutuissa kiinnittyy erityisesti sukupuolen representoimiseen. Sukupuolta ja sukupuolirooleja rakennetaan jatkuvasti kielenkäytön avulla ja sen kautta. Henkilökuvien otsikko-, ingressi-, kuvateksti-, kuva- ja sanavalinnoilla johdatetaan lukijan huomio tiettyihin seikkoihin, ja luodaan tietynlaisia versioita jutun kohteen sukupuolen rakentumisesta. Nämä siis ovat lähtökohtani ja diskurssinkäyttötapani ryhtyessäni analysoimaan valitsemiani artikkeleja.

5.2 Analyysin eteneminen

Tässä luvussa analysoin, erittelen ja tulkitSEN tutkimusaineistoani diskurssianalyysin keinoin. Kerroin luvussa 2 tavastani hyödyntää diskurssianalyysiä. Kerroin myös, että lähtöoletukseni ja tutkimushypoteesini on, että Imagen vuoden 2012 ja 2013 kansipääjutuista nousee esille eroavia representaatioita sukupuolesta lehden sukupuolineutraaliudesta huolimatta. Uskon siis, että 2010-luvun yleisaikakauslehdessä, joka linjaa olevansa sukupuolineutraali ja liberaali, on silti jäänteitä perinteisistä sukupuolirooleista ja tavoista representoida sukupuolta.

En kahlitse itseäni analyysissä pelkästään sukupuolidiskurssien etsimiseen, vaikka päätarkoitukseni onkin tutkia, millainen kuva sukupuolesta lehdessä rakentuu ja rakennetaan. Mikäli siis jutusta nousee analysoidessani joitakin muita kiinnostavia tai tulkintaan vaikuttavia näkökulmia, otan ne tulkinnassa huomioon, vaikkeivät ne liittyisikään suoraan sukupuoleen tai sen rakentumiseen jutussa.

Tutkimuskysymyksiä on kolme:

- 1. Miten sukupuolta representoidaan kansipääjutuissa?*
- 2. Millaisia sukupuolidiskursseja henkilökuvista löytyy?*
- 3. Mitkä tekijät vaikuttavat sukupuolidiskurssin rakentumiseen?*

Käytännössä toteutin analyysin tarkastellen jokaista juttua ensin yksitellen. Luin jutut ensin läpi paneutumatta yksityiskohtiin vielä tarkemmin. Tässä vaiheessa keskityin juttujen teemoihin, rakenteisiin ja siihen, millaiset kuvat on valittu. Teemoja ja kuvia analysoin jo alustavasti edellisessä luvussa, jossa esittelin kaikki aineiston artikkelit.

Ensimmäisten lukukertojen jälkeen tein aiemmassa luvussa olevan taulukon, johon listasin kaikki jutut ja niiden otsikot. Tämä helpotti yleisesti kattavien päätelmien tekemistä ja juttuja yhdistävien tekijöiden, näkökulmien ja teemojen löytämistä – jutun henkilöitä ja otsikoita pystyi silmäilemään yhdellä kertaa.

Kuvat otin mukaan analyysiin tarpeen tullen; mikäli kuvat eivät ole analyysin kannalta olennaisia, tai ne eivät tuo siihen lisäarvoa, en välttämättä paneutunut niiden analysoimiseen kovin syvällisesti. Mutta mikäli kuva jollakin tapaa vahvistaa, muuttaa tai tuo analyysiin uusia ulottuvuuksia tai näkökulmia, otin sen läheisempään tarkasteluun. Tällöin kuva saattaa myös muuttaa tai tarkentaa diskurssianalyysiä ja esiin nousevia diskursseja.

Analyysini eteni seuraavaksi vaiheeseen, jossa aloin jo hahmotella teksteistä esiin nousevia diskursseja. Pidin tutkimuskysymykset jatkuvasti mielessä. Lopulta diskurssit hahmottuivat teksteistä melko nopeasti – huomasin, että vaikka Imagen kansipääjuttujen haastateltavat ovat niin viihteen kuin politiikan maailmasta, ovat sukupuolen käsittelytavat loppujen lopuksi melko samanlaisia. Huomasin kuitenkin, että lehden sukupuolineutraalius on pitävää – ainakin johonkin pisteeseen saakka. Jutut eivät jakautuneet eri diskursseihin pelkästään perinteisten sukupuoliroolien mukaan, vaan henkilöjutuissa saattoi olla yllättäväkin diskurssiyhteys. Palaan sukupuolineutraaliuden pohdintaan analyysin yhteenvedossa, jossa pohdin tarkemmin muodostuneiden diskurssien syntysyitä ja koko analyysin validiteettia.

Seuraavissa alaluvuissa esittelen kuusi diskurssia, joista yhteen tai useampaan jokainen tutkimusaineistoni artikkeli sijoittui analyysissä. Nostan esille esimerkkejä teemoista, jotka saivat minut tekemään päätöksen siitä, mihin diskurssiin juttu sijoittuu. Lisäksi käytän sitaatteja jutuista, jotta sukupuolidiskurssit hahmottuvat lukijalle selkeämmin. Diskurssien nimet ovat tarkoituksella sukupuolineutraaleja – niihin sijoittuvat jutut ovat niin miehistä kuin naisistakin. Analyysin lopussa listaan kaikki diskurssit taulukkomuodossa.

5.3 Kuusi diskurssia

5.3.1 Seksisymbolidiskurssi

Ensimmäinen aineistosta esiin noussut diskurssi on seksisymbolidiskurssi. Sana seksisymboli on totuttu liittämään naisiin – tosin toisaalta esimerkiksi rokkitähtiä ja suosittuja nuoria miesnäyttelijöitä on myös kutsuttu tällä nimityksellä.

Seksisymboli on siitä erikoinen sana, että siihen voi suhtautua myönteisenä tai kielteisenä sanana. Kukaan tuskin suuttuu seksisymbolin leimasta, mutta kauniit, komeat ja karismaattisetkin haluavat usein loppujen lopuksi tulla kuvailluiksi myös kykyjensä ja tekojensa peruteella, ei vain ulkonäön.

Seksisymbolius ei kuitenkaan liity pelkästään ulkonäköön. Se liittyy myös

asenteeseen, karismaan, rooliin, imagoon, asemaan ja johonkin hieman määrittelemättömään. Kaikille kauniille ja hemaiseville ei lasketa mediassa seksisymbolin viittaa. Seksisymbolin rooliin kuuluu edellä lueteltujen lisäksi myös pysyvyys – kun julkisuuden henkilö kerran kyseisen tittelin itselleen saa, ei siitä kovin helposti pääse eroon.

Tutkimusaineistossa seksisymbolidiskurssi nousi esiin neljässä kansipääjutussa. Hieman yllättäen diskurssia ei ollut yhdessäkään naisesta kertovassa henkilökuvassa – ei esimerkiksi Pihla Viitalan, Manuela Boscon tai Laura Birnin haastatteluissa. Sen sijaan seksisymbolidiskurssi löytyi Cheekin, Jörn Donnerin, Ville Valon ja Hjallis Harkimon henkilökuvista. Donnerin ja Cheekin tapauksissa seksisymboli-sana oli nostettu jo kannen otsikkoon, joten jutuista oli helppo löytää tämä sukupuolidiskurssi.

”Hän on se unelmavävy, jonka Eeva-lehti juuri valitsi vuoden seksikkäimmäksi mieheksi ---”, mainitaan Cheekistä kertovan jutun alkumetreillä.

”Levykans- ja mainoskuvissa olisi helppo syyttää kuvankäsittelyä, mutta kun Jare Tiihonen tulee esittäytymään helsinkiläisessä valokuvausstudioissa ennen Imagen kuvauksia, huomaa, että siitä ei ole kyse. Mies todella näyttää siltä kuin hänen kasvonsa olisivat tulleet 3D-printteristä. Iho on sileä, tukka tarkasti leikattu ja hymy virheetön.”

Näin kuvaillaan puolestaan aivan henkilökuvan alussa. Alku määrittää jutun lukutapaa – Cheekistä luodaan täydellistä ja siloiteltua kuvaa, miestä, josta haaveilevat niin äidit kuin tyttäretkin.

Jutussa kuvaillaan Cheekin Helsingin Töölössä sijaitsevaa hulppeaa asuntoa. Asunnosta luodaan virheetön kuva – ja niin myös sen asukkaasta:

”Nyt sen tekijä saapuu keittiöstä verkkareissa ja valkoisessa t-paidassa. Paita on löysä, mutta ei onnistu peittämään kireiksi treenattuja käsivarsia ja rintakehää, kun hän kaataa kahvia kuppeihin.”

Cheekin ulkonäköön ja seksisymboliuteen palataan myös vielä jutun

loppupuolella, kun puhutaan Vain elämää -tv-ohjelman tähtien Barona-areenan keikasta.

”Kun on joukon siloposkisimman vuoro, yleisöstä kuuluu kohahdus. Hallin takaosasta alkaa kantautua rytmikkäitä, artistin nimeä toistavia huutoja, jotka kasvavat jokaisella kerralla voimakkaammiksi.”

Toisenlaisen seksisymbolidiskurssin muodostaa Jörn Donnerin henkilökuva. Kannessa Donnerin liitetään sanat älykkö, seksisymboli, kapinallinen ja vanhus – ei ihan yleisimmin yhdessä käytetty kuvailukokonaisuus. Etenkin vanhuksen ja seksisymbolin yhdistelmä on erikoinen.

Jutun kuvat korostavat tätä vaikutelmaa – vanhaa ihmistä ei yleensä esitetä ilman paitaa, vaan paidattomuus on totuttu varaamaan nuoremmille. Tarkat, mustavalkoiset ja yksinkertaiset kuvat ravistelevat totuttuja normeja. Katsojan tehtäväksi jää muodostaa oma mielipiteensä kuvista; onko niissä vanhus, seksisymboli vai molemmat?

Jörn Donnerin henkilökuvan tekstissä käsitellään oikeastaan koko hänen elämäänsä. Seksisymbolidiskurssi nousee esille monessa kohdassa. ”Ehkä voidaan väittää, että Donner on Suomen ensimmäinen rocktähti”. Toimittaja aloittaa haastattelun kysymällä Donnerilta, miten nainen vietellään.

”No ei ainakaan viettelemällä. Näissä kehittyneissä yhteiskunnissahan on tapahtunut sellaista, että naisten vapauden ja tasa-arvon myötä naisten valinnanvapaus on kasvanut. Joten ihan hyvin voitaisiin kysyä naiselta, miten mies vietellään. Mutta se määrä naisia, joita elämäni aikana olen tavannut ja joista voisin sanoa, että he olisivat kiinnostaneet minua, seksuaalisesti tai muuten – se on aika rajoitettu. Eihän se yleensä niin ole, että edessä on sata naista joista valita. Ei kenelläkään. Paitsi kerran Taiwanissa, kun tilasin teetä ja huoneeseen tulikin kymmenen alastonta tyttöä. Mutta eihän ne nyt olleet muussa vakavassa tarkoituksessa kuin naimatarkoituksessa. Tulivat naimaan ja myymään itseään.”

Koska Donnerin haastattelu on niin laaja-alainen, keskitytään seksisymboliuteen

ainoastaan sen alkupuolella, kun puhutaan rakkaudesta ja Donnerin naissuhteista.

Kolmas seksisymbolidiskurssiin sopiva juttu kertoo Ville Valosta. Valo on aina representoitu lähestulkoon samasta näkökulmasta – komeana, hieman androgyyninä ja salaperäisen synkkänä muusikkona, johon kaikki teinitytöt rakastuvat. Valo on samanaikaisesti pahis ja herkkä runopoika, joka elää paheellista elämää, polttaa liikaa tupakkaa, ja jonka meikit ovat suttuiset ja hiukset harkitun sotkussa. Valo on täydellinen malliesimerkki seksisymbolista, eikä media ole vuosien varrella edes yrittänyt murtaa tätä diskurssia.

Niin ei tee tämäkään juttu. Valo poseeraa kuvissa ilman paitaa täsmälleen samanlaisessa tyyliässä kuin aina ennenkin. Myös teksti on täynnä jopa kliseisiä kielikuvia ja diskursseja Valosta.

”Oletko kaivannut Ville Valoa? Minä olen. Siis sitä mystistä ilmestystä, joka keekoilee eturampissa ja laukoo tyylipuhtaita kliseitä kauniiden naisten kirkuessa taustalla. Syntistä ja pahaa Ville Valoa, Suomen ainoaa kansainvälisen vertailun kestävästä seksisymbolista.”

Näin jutun kirjoittaja aloittaa henkilökuvan. Läpi jutun Valosta luodaan kuvaa rocktähtenä, johon kaikki retkahtavat. Lyhyesti puhutaan myös huhuista, joiden mukaan Valolla on tyttöystävä – sehän häneen ihastuneita tyttöjä eniten kiinnostaa.

Neljäs ja viimeinen seksisymbolidiskurssiin osuva henkilökuvana on Hjallis Harkimon. Jutun päädiskurssit ovat muualla, mutta siinä sivutaan myös Harkimon menestystä naismarkkinoilla. ”2000-luvulla hänestä tuli hamesankari”, mainitaan kerrottaessa Harkimon vuosikymmenistä julkisuudenhenkilönä. Harkimo on menestyjä, ja usein menestystä pidetään seksikkäänä. Tämä johtaa seksisymbolin rooliin. ”Hjallis on kuuluisa karismastaan, siitä, että hän pystyy puhumaan kenet tahansa puolelleen”. Puhelahjat käyvät ilmi myös kahvilakohtaamisessa, joka kuvataan jutussa.

”Entäs ne naiset sitten. Avioliittojen jälkeen niitä on tullut ja mennyt, tummia ja

vaaleita kaunottaria, mutta kukaan ei ole jäänyt. --- Ja kuin tilauksesta kahvilaan kopistelee korkokengissään kaunis, vaalea nainen. Harkimon silmiin syttyy loiste, nainen on hänelle tuttu. Käydään nopea keskustelu.”

5.3.2 *Perhediskurssi*

Perhediskurssi kattaa alleen äitiysdiskurssin, isyysdiskurssin, sisarusdiskurssin ja muutamassa tapauksessa myös parisuhdediskussin. Nimesin diskurssin kuitenkin perheen mukaan, koska se yhdistää kyseiset diskurssit. Vanhemmuus, lapset ja perhe olivat aineiston jutuissa yleisiä puheenaiheita, diskursseja. Peräti 11:ssä jutussa käsiteltiin jollakin tapaa haastateltavan perhettä – eli enemmistössä aineistoa. Vain kuusi haastattelua keskittyivät täysin muihin diskursseihin.

Perhediskurssin alle päätyivät Maria Veitola, Nasima Razmyar, PMMP, Manuela Bosco, Jörn Donner, Pihla Viitala, Maki Kolehmainen, Eva ja Manu, Cheek, Hjallis Harkimo ja Alekski Valavuori. Koska juttuja on näin monta, nostan tässä alaluvussa esille niistä mielenkiintoisimpia, yllättävimpiä ja diskurssia parhaiten perustelevia kohtia.

Ilmeisimmin perhediskurssi nousee esille äitiysdiskurssina. Äitiys on itsestään selvä teema Maria Veitolan itse kirjoittamassa jutussa, jossa hän käsittelee raskauttaan. Myös Paula Vesalan ja Mira Luodin sekä Pihla Viitalan äitiyttä ja lapsia käsitellään heistä kertovissa henkilökuvin. Maria Veitolan artikkelin kansiosikko, ”Kuinka minusta tuli julkkisäiti”, luo jo osaltaan äitiysdiskurssia ja kertoo, mitä on luvassa.

”Muutamaa viikkoa myöhemmin kaikki mitä suuhuni pistin yrjötti ja tuuperrutti, enkä pystynyt upottamaan itseeni viiniä enempää kuin yhden lasillisen. Oh, shit. Samalla kun ajattelin, että tämä on minun ihan oma henkilökohtainen asiani, tajusin myös, ettei se menisi niin. Päätti nainen mitä päätti, raskaus on aina kaikkien muidenkin kuin hänen itsensä asia.”

Veitola pohtii tekstissään raskautensa herättämiä tuntemuksiaan, sekä etenkin

muiden reaktioita. Hän on yllättynyt saamansa huomion määrästä, eikä kaikki palaute ole ollut positiivista.

”Totta kai oli ihanaa saada erityishuomiota, sitä saavat varmasti kaikki raskaana olevat naiset. En vain aina tiennyt, mitä ajatella siitä, että minua ei enää katsottu silmiin vaan mahaan, ja niistä ihmetyksestä pyörivistä silmistä ja kohdallani toistuvista kommentteista, joiden mukaan oli niin erikoista, että juuri minä saisin lapsen.”

Siinä missä Veitolan juttu on eräänlainen äitiyden puolustuspuhe, kuvataan äitiys PMMP:n henkilökuvan yhteydessä eri tavalla. Siinä äitiysdiskurssi esitetään siitä lähes siitä näkökulmasta, että Paula ja Mira menestyvät lapsistaan huolimatta. Toimittaja kysyy, muuttaako lasten saaminen nais- ja miesmuusikoiden elämää samalla tavalla. Paula vastaa kysymykseen.

”Se on varmaan perhekohtaista. Mä olen vastuussa lapsesta, se kiertää mun mukana tai on mun kanssa kotona. Se ei ole koskaan isän kanssa rundilla eikä hänen rundisuunnitelmia tule tehtyä sitä kautta. Me suunnitellaan meidän rundit ja asiat lasten ehdoilla, meidän lapset on saman ikäiset ja hoito-ongelmat yhteiset. Mun aikataulut menee niin, että mun pitää voida selviytyä niistä yksinkin lapsen kanssa. En voi ottaa vastaan mitään, mistä en selviytyisi keikkaleskenä muksun kanssa.”

Lapsista puhutaan myös jutun alkukappaleessa, jossa kuvaillaan Paulan ja Miran keskusteluja lapsistaan. Aloitus jää hieman irralliseksi, sillä ikään kuin halutaan ainoastaan korostaa PMMP:n elämäntilanteen muutosta.

”Kaapelitehtaan kahvilaan aamiaiselle tuodun PMMP-kaksikon puheenaiheesta kuuluu, että Vesala ja Luoti ovat liki kymmenen vuotta vanhempia kuin laulaessaan rusketusraidoista. Se kuuluu myös uudelta Rakkaudesta-levyltä, jonka sanoituksissa vilahtelevat pyykkikasat, univelat ja tahto ja jaksaminen. Vanhoilta levyiltä tuttu punkvaikutteinen kohkaus puuttuu lähes täysin, mutta silti albumi on tunnistettavaa PMMP:tä.”

Äitiys on siis jutun mukaan vaikuttanut paitsi yhtyeen jäsenten henkilökohtaisiin elämiin, myös musiikkiin. Samaa diskurssia toteuttaa näyttelijä Pihla Viitalasta tehty henkilökuva. Viitala on luomassa uraa ulkomailla, mutta yksi asia menee

uran ohi: lapsi ja perhe. ”Viitala ei kuulosta ylimieliseltö maailmanvalloittajalta vaan tuoreelta äidiltä, jonka pitäisi määräämättömänä päivänä lentää Tyynenmeren rannikolle”, kirjoitetaan jutussa. Viitalan perhe vilahtelee uradiskurssin lomassa.

”Tietysti olen tyytyväinen, kun on töitä. Oli kiehtovaa päästä Babelsbergiin, mutta haluan vaan pitää itseni, lapseni ja mieheni hengissä.”

”Hän haluaisi lisää lapsia ja asua useissa maissa. Ja saada vielä mahdollisuuden näytellä laajempia, isoja rooleja. --- Amerikkalaisille päättäjille Viitala on ainoastaan sijoituskohde. 'Ulkomailta mulle on jopa ehdotettu, että miksen mä jätä Astridia tänne. Helvetti! En ikinä.' Astrid itkee. On taas ruoka-aika.”

Tutkimusaineistossa on myös isyydiskurssi. Isyydestään puhuvat Jörn Donner, Hjallis Harkimo ja Alekski Valavuori. Valavuori peilaa henkilökuvassaan isyyttään oman isänsä kuoleman kanssa. Hänen isänsä menehtyi Valavuoren ollessa 21-vuotias.

”Sisällä keltaisessa puutalossa nukutaan, Susanna ja pariskunnan puolitoistavuotias poika Dominic omissa sängyissään. 'Mulla ei ollut ketään neuvomassa 15-16-vuotiaana, kun fajia alkoi olla huonossa kunnossa. Haluan tarjota omalle pojalle kaveruutta ja ystävyysuhteen. Haluan esimerkkilläni kannustaa tekemään oikeita valintoja. Että poika tietäisi, että fajia jeesaa.”

Perhediskurssi omista vanhemmista ja sisaruksista puhuttaessa esiintyy Alekski Valavuoren, Hjallis Harkimon, Nasima Razmyarin, Cheekin ja Manuela Boscon henkilökuvissa. Boscolle ja Razmyarille perhe on ollut avain menestykseen, ja heidän puheessaan korostuu kiitollisuus vanhempia kohtaan.

”On tiettyjä juttuja, joita en mene vanhemmillenikaan näyttämään. Vanhempani ovat antaneet mulle niin paljon periksi, he ovat avanneet tämän maailman mulle ja olen saanut tehdä kaiken vähän poikkeavasti kulttuuristamme. Jostain heille tärkeästä haluan pitää kiinni”, sanoo Nasima Razmyar haastattelussaan. Hän myös kertoo halunneensa poliitikoksi miellyttääkseen isäänsä.

Isällä on ollut tärkeä rooli myös Manuela Boscon uralla. Boscon isä oli hänen

valmentajansa ja tärkein ihmisensä.

”Omanarvontuntoinen isä oli lapselle tärkein ihminen, vaikka tämä vietti pitkiä aikoja työmatkoilla poissa Mikkelin-kodista. Manuela vannoi, ettei koskaan karju, kuten äkkipikainen isä teki, kun riiteli hänen äitinsä kanssa. Kun isä oli poissa, nuori Manuela puhui maraton-puheluita tämän kanssa. Isä oli vahva ja rauhallinen. Pystyin puhumaan hänelle kaikesta. Jos menin liian tunteelliseksi, hän rauhoitti, ettei maailma tähän kaadu.”

Boscon elämän vaikeimmaksi hetkeksi kuvataan hänen isänsä kuolema.

”Sitten isällä todettiin aivosyöpä. Hän kuoli vuonna 2003. Puoli vuotta myöhemmin Bosco musertui kotonaan. Hän ei pärjännyt enää juoksussa ja oli menettänyt isänsä, eikä tiennyt, miten jatkaa elämää. Bosco kertoo, kuinka hän puhui tyhjyyteen, mutta sai ensimmäistä kertaa vastauksen. Ääni sanoi hänelle lempeästi: 'Päästä irti.'”

Isän menettämisestä puhutaan myös Cheekin henkilökuvassa. Perhediskurssi on jutussa ikään kuin särö Tiuhosen kovassa ja siloitellussa julkisuuskuvassa. Perheestä, Tiuhosen kaksoisveljestä Jerestä ja heidän edesmenneestä isästään puhuttaessa kuva räppäristä pehmenee ja puhetapa muuttuu.

”Aina vapaapäivänä ajan Lahteen tapaamaan perhettä, ja erityisesti broidia. Se on prioriteetti numero yksi. Broidin lapsi on mulle hyvin tärkeä, se antaa perspektiiviä asioihin”, Tiuhonen sanoo.”

5.3.3 *Provosoitidiskurssi*

Kolmannen diskurssin nimesin provosoitidiskurssiksi. Sille ominaisia tekstin piirteitä ovat juttutyypin, jossa tietyllä tapaa yritetään provosoida tai kovistella haastateltavaa; haastateltavasta yritetään rakentaa kuva pahiksena tai saada hänet selkää seinää vasten kommentoimaan tekojaan tai mielipiteitään.

Provosoitidiskurssia käytetään tutkimusaineiston jutuissa henkilökuvissa, jotka kertovat menestyneestä uraihmisestä. Se kuitenkin eroaa tuonnempana esiteltävästä menestyjädiskurssista sillä, että jutun kohteen saavutuksia ei vain

luetella, vaan heiltä vaaditaan selityksiä.

Provosoitidiskurssi löytyi kolmesta henkilökuvasta: Matti Apusen, Hjalles Harkimon ja Jarkko Ruudun. Kaikki kolme ovat miehiä, jotka ovat urallaan uskaltaneet tehdä päätöksiä ja ratkaisuja, jotka kaikki eivät ole olleet yleisön tai median mieleen. Henkilöiden teot ja mielipiteet ovat herättäneet kritiikkiä ja jopa vihaa.

Matti Apusen henkilökuvassa provosoitidiskurssi nousee selkeimmin esiin ja on koko jutun näkökulman kantava voima. Jo otsikko ”Provoporvari” linjaa sitä, mitä jutussa on luvassa. Apusta, eli yhteiskunnallista vaikuttajaa halutaan hiillostaa, koska hän itsekin käyttäytyy provosoivasti julkisessa keskustelussa. Elinkeinoelämän valtuuskunnan johtajalta tivataan hänen mielipiteitään muun muassa yhteiskunnasta ja sen holhoavuudesta, itsekkyydestä, Jumalasta, ympäristön suojelusta ja veroista. Jo ensimmäinen kysymys on hiillostava.

”Oletko liberaali, libertaari vai vain itsekäs? Onhan siinä vaihtoehdot. Olen klassinen liberaali. Uskon yksilön mahdollisuuksiin, silloinkin kun se tuntuu vaikealta.”

Apusen haastattelussa provosoitidiskurssi vahvistuu kysymys-vastaus-rakenteen ansiosta. Samalla se on kuitenkin myös henkilökuvaa heikentävä seikka; jutussa ei oikein päästä provosointia ja tivausta syvemmälle, käsiksi Apusen todelliseen persoonaan. Kenties se ei ole ollut jutun tarkoituskaan, mutta se tekee tutkimuskysymyksiensä kannalta jutun analysoimisesta pinnallista.

Jarkko Ruudun Suruaika-henkilokuva on hyvin toisenlainen kuin Matti Apusen. Siinä jutun kirjoittaja on mielipiteineen vahvasti läsnä. ”Jarkko Ruutu on suomalaisen jääkiekon iso paha poika, joka loikkasi HIFK:sta Jokereihin. Samuli Knuuti on kannattanut HIFK:ta 30 vuotta eikä aio antaa Ruudulle anteeksi”, todetaan jo ingressissä.

Juttu on rakennettu niin, että toimittajan oma, pohdiskeleva teksti vuorottelee Ruudun haastatteluosuuksien kanssa. Pohdiskelevissa osioissa käsitellään Ruudun uraa ja peilataan toimittajan omia ajatuksia sekä jääkiekkokokemuksia siihen.

”Suruprosessin kolmas vaihe ovat harhakuvitelmat, mutta nyt tilanne on niin karu, ettei se anna moiseen ylellisyyteen mahdollisuutta. Kun 36-vuotias jääkiekkoilija tekee kolmen vuoden sopimuksen, se on silkkaa saattohoitoa. Ruutu ei ole tulossa takaisin HIFK:hon. Hän ei voi tehdä kuten veljensä Tuomo, Ville Peltonen tai Kim Hirschovits, palata tuhlaajapoikana kotiin. Ja vaikka palaisikin, hän olisi silti jo tahrattu, pilalla! On siis aika päästää tuska ulos. Koska en kehtaa mennä parvekkeelle päästämään primaalihuutoa, vihaiset statuspäivitykset Facebookissa saavat ajaa saman asian. Harmittelen sitä, etten ole ollut koskaan tarpeeksi tyhmä ostaakseni Ruudun pelipaitaa, jonka voisin nyt rituaalisesti repiä, polttaa ja tunkea roskakatoksen biojäteastian kavahduttaviin syövereihin.”

Jutussa toimittajasta kuoriutuu lähes pikkupoika. Tässä ei puhu aikuinen mies, vaan katkeroitunut lapsi, joka tekee itsestään marttyyrin – kuin Ruutu olisi tehnyt päätöksensä täysin Samuli Knuutin kiusaksi. Näkökulma on tietysti tarkoituksella valittu, mutta korostaa osaltaan Suomessa vallitsevaa jääkiekkodiskurssia. Jääkiekko on pyhä asia, ja jos pelaaja tekee jotakin, mikä suututtaa kansan, saa hän kuulla kunniansa.

Onkin osuvaa, että myös jääkiekkopomo Hjallis Harkimon henkilökuvassa on provosointidiskurssia. Jääkiekkoon ei voi suhtautua kuin tunteella, ja kun Harkimon henkilökuvan tekee ajankohtaiseksi Hartwall-areenan myyminen ja jääkiekkjoukkue Jokereiden siirtyminen Venäjän KHL:ään.

”Spekulaatioissa Jokereiden KHL-siirron on arveltu myös merkitsevän sekä Liigan (entisen SM-liigan) tason romahtamista että suomalaisen jääkiekkoilun uutta nousua. Harkimo on sanonut tekevänsä Jokereista koko Suomen joukkueen ja ottavansa vientiyritykset mukaansa suurelle exodukselleen bisneksen luvattuun maahan. Todellisuudessa kaikille taisi jo viimeistään heinäkuussa käydä selväksi, ettei tässä sopassa oikein mikään ole selvää. Paitsi tietenkin se, että Harkimo oli taas tehnyt päätöksiä hjallismaiseen tyyliinsä: mielivaltaisen nopeasti. Tällainen jääkiekkojohtaminen on tullut hänelle kalliiksi.”

Hjalliksen henkilökuvassa häntä sekä kovistellaan, ymmärretään että kehuaan. On selvää, että Harkimo on ristiriitainen mies, ja jääkiekko suomalaisille lähes kuolemanvakava asia – myös Imagen jääkiekkoaiheisten juttujen perusteella.

5.3.4 Puolustusdiskurssi

Puolustusdiskurssilla tarkoitan kielenkäyttötapaa, joka korostaa haastateltavan asemaa joko jollakin tapaa vähäosaisena, tuntemattomana, väärinymmärrettynä tai kritisoituna. Puolustusdiskurssissa jutussa ei lytätä sen kohdetta, vaan pikemminkin päinvastoin: yritetään ymmärtää häntä ja kenties myös antaa haastateltavalle mahdollisuus kertoa oma näkökantansa saamaansa kritiikkiin. Diskurssin alle sijoittuvat urallaan menestyneet ihmiset, joilla menee hyvin, mutta jotka joutuvat puolustelemaan asemaansa tai tekemisiään tietyille tahoille. Joissakin tapauksissa myös jutun kirjoittaja pyrkii tavallaan parantamaan haastateltavan mainetta tai asemaa – puolustamaan tätä. Diskurssi on siis vastakohta provosointidiskurssille.

Puolustusdiskurssi nousee esille kuudessa aineiston jutussa: Mirel Wagnerin, Manuela Boscon, Nasima Razmyarin, Laura Birnin, Cheekin ja Maki Kolehmaisien henkilökuivissa. Diskurssissa sukupuolierot ovat selvästi mukana: naisten henkilökuivissa altavastaavuus on erilaista kuin miesten. Cheek ja Maki Kolehmainen esitetään jutussa väärinymmärrettyinä menestyjinä: heidän elämäntyötään ja uraansa ei ymmärretä, ja he ovat saaneet osakseen paljon kritiikkiä, pilkkaa ja naurua. Molemmat ovat ponnistaneet matalalta, ja edenneet urillaan oman päänsä mukaan välittämättä pilkkaajista, jotka eivät ole uskoneet heihin.

Cheekiä on arvosteltu julkisuudessa hänen siloitellusta imagostaan ja suuria yleisöjä tavoittelevasta musiikistaan – muut suomalaiset räppärit ovat olleet kantaaottavia, esittäneet yhteiskunnallista kritiikkiä ja tyytyneet pieniin kannattajajoukkoihin. Cheekin henkilökuivan ingressi luo puolustusdiskurssia: ”Jare ”Cheek” Tiuhonen on hyvin menestynyt rapmuusikko. Mitä pahaa siinä on?”.

”Samaan aikaan Cheekissä tuntuu toisten mielestä kiteytyvän kaikki se, jonka on tähän saakka voinut saada kasaan vain naittamalla kokoomusnuoren, urheilijan,

meklarin ja BB-julkkiksen. Ja sellaisia yhdistelmiä ei, ainakaan Suomessa, ole ennen Cheekiä löytynyt popmuusikoiden joukosta. Yhtä vahvoja intohimoja puolesta ja vastaan saa etsiä kaukaa. Niin suosittuja kuin vaikkapa HIM ja Dingo ovatkin olleet, eivät he ole koskaan ärsyttäneet ketään niin kuin Cheek tuntuu monia ärsyttävän. Ja niin ärsyttävä kuin Lauri Tähkä monien mielestä onkin, ei hän ole koskaan ollut niin suosittu kuin Cheek.”

Avainsana Cheekin henkilökuvassa on kateus. Suomessa ei ole totuttu huikentelevaiseen menestyjään, joka ei piilotele suosiotaan, omaisuuttaan tai arvojaan. Melko samanlainen kuva muodostuu Maki Kolehmaisesta hänen henkilökuvassaan. Kolehmaisesta kertovan jutun ingressi kuuluu ”Maki Kolehmainen on paljon enemmän kuin pelkkä vitsi”. Jutun kuvissa Maki nauraa ja näyttää siltä, ettei välitä selän takana hänelle naureskelevista ihmisistä. Sillä Maki Kolehmainen ei ole nauttinut muusikkopiireissä uskottavuutta oikeastaan missään vaiheessa uraansa.

”Vuoden sisällä Maki on onnistunut heittämään kolme tikkaa sosiaalisen median häränsilmään. Alkuvuodesta 2012 YouTube-hiteiksi nousivat sekä Robinin Frontside Ollie että Kurre Westerlundin esittämä Sauli Niinistön voittoveisu Kuuden vuoden kuuliaisuus. Tuolloin Maki sanoi toimittajalle, että biisintekijä pääsee harvoin nauttimaan tilanteesta, jossa oma kappale on samaan aikaan Suomen suosituin ja Suomen vihatuin. Loppuvuodesta naurunaiheeksi nousi vielä Dington Facebookissa-single. Se oli Neumannin sävellys ja sanoitus. Kappaleen soundimailman rakensi Makin tuottajapari Jimi Constantine. Kornista tekstistä ja kauniisti sanottuna persoonallisesta tuotannosta noussut pilkkamyrsky henkilöityi kuitenkin Makiin.”

Maki Kolehmainen aloitti uransa Aikakoneessa, eikä sekään ollut rokkipoliisien suosikkiyhtye. Maki ja Cheek yhdistetään yhdessä jutun kappaleessa – molemmista on hieman noloa myöntää tykkäävänsä, jos yrittää olla uskottava musiikkidiggari.

”Presidentinvaaleissa kulttuuriväki omi Pekka Haaviston. Musiikintekijöistä hänen leiriinsä hyppäsivät maan arvostetuimmat artistit PMMP:stä Palefaceen. Kampanja huipentui Ultra Bran paluukeikkaan. Sauli Niinistöön taas liitettiin nimiä, joiden diggailu olisi kaltaiselleni Tavastian vakikävijälle vähän noloa: Samu Haber, Cheek – ja Maki.”

Puolustusdiskurssin alle sijoittuvat miesten henkilökuvat keskittyvät siis heidän uraansa – hieman noloon menestykseen. Puolustusdiskurssinaisten henkilökuvat sen sijaan liittyvät pelkän uran ja maineen lisäksi myös naisten ajatuksiin, tunteisiin ja ihmissuhteisiin. Naiset ovat kenties ujoja, heitä pidetään jollakin tapaa heikkoina, tai sitten he arastelevat julkisuutta. Heihin suhtaudutaan kannustaen.

Esimerkiksi Laura Birn representoidaan henkilökuvassa tuntemattomaksi näyttelijäksi, josta kukaan ei tiedä oikein mitään. Birnin kuvissa korostuu ujous ja herkkyys; kädet suun edessä, hillitty hymy, vaaleat hiukset taakse suittuina. Jutusta käy ilmi, että Birnistä kertovissa keskusteluketjuissa häntä luonnehditaan usein nimenomaan herkäksi ja mystiseksi. Nämä määritelmät huvittavat häntä.

”Hänen kannattaisi olla tilanteeseensa tyytyväinen. Birniä Vuosaari-elokuvassa ohjanneen Aku Louhimiehen mukaan on parempi, jos näyttelijä saavuttaa arvoituksensa, eikä lähde juontamaan visailuita, vierailemaan tositv:ssä tai varsinkaan paljasta koko yksityiselämänsä medialle. Keskittyy varsinaiseen työhönsä siis. Birn onkin liian arvokas näyttelijä poljettavaksi puhki klikkijulkisuudessa. Hän on jo 32-vuotiaana tehnyt vakuuttavan uran Suomessa ja on nyt astumassa kansainvälisiin rooleihin.”

Jutussa ikään kuin pönkitetään Birnin uraa, kerrotaan lukijoille, että hän todella ansaitsee saamansa roolit ja on yksi Suomen lahjakkaimmista nuorista näyttelijöistä. Lahjakuus nousee esiin myös laulaja Mirel Wagnerista kertovassa kansipääjutussa. Wagner on Birniäkin tuntemattomampi, eikä selvästi viihdy julkisuuden valokeilassa.

”Mirel Wagner ei haastatteluissa rupattele mukavia, vaikka mikrofonia kuinka työntäisi suuhun. Hän on jopa niin vähäsanainen, että ulkomaiset pr-ihmiset ovat lähettäneet harmistuneina haastatteluvastauksia takaisin levy-yhtiöön uudelleenkirjoitettavaksi. Että ei me tällaista tilattu. Keikoilla hän kävelee mikrofonin ääreen, istuu, tervehtii hymyttömästi ja alkaa näppäillä kitaraansa. Hän sulkee silmänsä. Hänen äänensä on tumma, syvä ja täysin odottamaton. Melodiat ovat yksinkertaisia ja kauniita. --- Yleisö hiljenee, unohtaa siemailla kaljaansa ja tuijottaa vain lumoutuneena Mirelin kasvoja. Kananliha, selkäpii, väristyksen. Kappaleiden välissä Mirel puhuu korkeintaan muutaman sanan. Se riittää.”

Mirel Wagnerin puolustusdiskurssi ilmenee siis vaatimattomuutena, salaperäisyytenä ja ujoutena. Manuela Boscon jutussa diskurssi puolestaan nousee esille puhuttaessa hänen moninaisesta urastaan.

”Puhekeikkojen lisäksi Bosco markkinoi yrityksensä Lumien kautta myös rentoutusta, ravintoterapiaa ja juoksuopetusta. Ja enkelihoidoja. Äskettäin hän on myös alkanut saada lupaavia rooleja näyttelijänä ja suunnitella toista kirjaansa. Se on melkein liian paljon yhdessä paketissa, ja tekee suhtautumisen Manuela Boscoon hieman vaikeaksi. Onko hän loppuun palanut ex-urheilija vai näyttelijälupaus? Entä mitä ajatella 30-vuotiaasta naisesta, joka paitsi uskoo enkeleihin, myös järjestää tarvittaessa treffejä niiden kanssa?”

Toisin kuin Cheekin ja Maki Kolehmaisien jutuissa, Manuela Boscon urasta puhuttaessa häntä kyseenalaistetaan enemmän. Ikään kuin jutun kirjoittaja ei olisi aivan varma onko Bosco lintu vai kala. Bosco ei ollut puolustettavassa asemassa ollessaan pelkästään urheilija. Nyt kun mukaan ovat tulleet enkelit ja muut vaihtoehtoiseksi katsotut hoidot, on hänen uskottavuutensa kyseenalaistettu, hänen julkisuuskuvansa on tullut särö.

Vuoden 2010 pakolaisnaisen Nasima Razmyarin jutussa puolustusdiskurssin perustelut ovat niin ilmeiset, kuin niiden voisi olettaakin olevan: Razmyar on Suomessa altavastaaja, koska hän on maahanmuuttaja, ja nainen.

”Nasima kertoo, että moni nuori tyttö on tullut sanomaan haluavansa televisioon ja esiintymään, ja kysynyt, voisiko Nasima suositella häntä seuraavaksi Vuoden pakolaisnaiseksi. Tehtäviin kuuluu myös olla alansa päivystävä dosentti, jolta toimittajat kysyvät yhä uudelleen tällaisia: Oliko saunomiseen vaikea totutella? Onko maahanmuuttajaperheissä tavallista enemmän väkivaltaa? Miten vietät joulua? Tunnetko itsesi enemmän afgaaniksi vai suomalaiseksi? --- Nasima vakuuttaa, etteivät 'klassikkokysymykset' häiritse häntä.”

Vuoden pakolaisnaisen titteli toi Nasima Razmyarille paitsi julkisuutta, joka edisti hänen uraansa, myös paljon kritiikkiä. Se ilmenee jutun yhteyteen liitetyistä nettikeskustelijoiden kommentteista.

”Vuoden pakolaisnainen joutuu kahden tulen väliin. Samalla kun hänestä tulee monikulttuurisuutta symboloiva kiintiömamu, hänestä tulee myös aivan hävettävän helppo maali nettikeskustelijoille. Melkein kuin valitsisi yhden naisen vuodessa virtuaaliseksi nyrkkeilysäkiksi.”

5.3.5 Menestyjädiskurssi

Menestyjädiskurssi on tutkimusaineistossa kenties ilmeisin. Image valitsee juttujensa aiheiksi jollakin tapaa huipulla ja julkisuudessa olevia ihmisiä: näyttelijöitä, muusikoita, poliitikkoja. Totta kai he kaikki ovat menestyneet omalla sarallaan, sillä vaikka suomalaisessa keskusteluilmapiiirissä menestyjiä usein paheksutaan ja väheksytään, myönnetään heidän menestyksensä siitä huolimatta. Lisäksi se nostetaan esiin heistä kertovissa artikkeleissa. Tai niin ainakin luulisi.

Tutkimusaineiston jutuista kahdeksassa puhuttiin selkeästi ja alleviivaten jutun kohteiden menestyksestä. Laskin menestyjädiskurssiin mukaan ne jutut, joissa listattiin erilaisia saavutuksia tai puhuttiin henkilöstä imartelevaan ja kehuvaan sävyyn. Imagen menestyjädiskurssi on yllättävänkin maskuliininen. Kuusi kahdeksasta jutusta kertoo miehistä: Aleksi Valavuoresta, Hjallis Harkimosta, Cheekistä, Ville Valosta, Jörn Donnerista ja Tuomas Kyröstä. Naisista tehdyistä artikkeleista menestyjädiskurssin alle laskeen vain PMMP:n ja Pihla Viitalan jutut – muissakin naisten henkilökuviissa puhutaan kyllä urasta, mutta menestys ei ole vallitseva diskurssi. Kuten perhediskurssia käsitellessäni, keskityn nytkin menestyjädiskurssia parhaiten tukeviin esimerkkeihin. En siis välttämättä nosta jokaista juttua esiin kovinkaan laajasti.

PMMP:n Paula Vesalasta ja Mira Luodista kertovassa henkilökuviassa menestyjädiskurssi nousee esille jo ingressissä: ”PMMP:n Mira ja Paula ovat kolmekymppisiä perheenäitejä. Sillä ei ole oikeastaan mitään tekemistä yhtyeen menestyksen kanssa. Nyt he kertovat, millä on”. Jutussa kaksikko kertoo menestyksensä eri osista: se sisältää 29 prosenttia kantaaottavuutta, 19 prosenttia periaatteellisuutta, 14 prosenttia ei-helsinkiläisyyttä, 17 prosenttia Joria sekä 21

prosenttia melankoliaa. Jutussa verrataan PMMP:tä muihin Suomen suosituimpiin artisteihin ja yhtyeisiin, ja kaikkiin verrattuna PMMP on piirun verran parempi.

”PMMP on aina ollut äksy ja valtavirran raameissa odottamattomasti käyttäytyvä yhtye. Se on ollut kapinallisempi kuin Maija Vilkkumaa, Jenni Vartiainen, Anna Puu tai Chisu ja arvaamattomampi kuin lajityypillisesti vihaiset heviyhtyeet. Sillä on ollut Sweatmasterin kaltaisten autotallirockbändien raivo ja samanlaista, päävirtaan mahtuvaa punkhenkistä vimmaa kuin Apulannalla. Samaan aikaan PMMP on tehnyt tärkeitä, kantaaottavia sanoituksia. Amnestyn parisuhdeväkivaltaan puuttuvan kampanjan mukaan nimetty Joku raja on tästä paraatiesimerkki.”

Yhdessä kohdassa PMMP-juttua kirjoittaja jopa paljastaa jutun tekemisen lähtöajatuksen: ”Meillä oli jutun lähtökohtana ajatus, että teistä on tullut kymmenessä vuodessa Suomen suurin bändi”. Hieman samanlainen lähtökohta vaikuttaa olleen lähdetessä tekemään Pihla Viitalan henkilökuvaa. Näkökulmana on Viitalan menestys Hollywoodissa.

”Viitala on ensimmäisiä suomalaisnäyttelijöitä, joilla on näkyvä rooli Hollywood-tuotannossa. Määritellään Hollywood: se tarkoittaa seitsemää suurta amerikkalaista elokuvastudiota. Ne ovat nykyään monikansallisia, ja vaikka pääkonttorit sijaitsevat Los Angelesissa, elokuvat tehdään siellä missä se on taloudellisesti järkevintä. --- Viitala ei kuulosta ylimieliseltä maailmanvalloittajalta vaan tuoreelta äidiltä, jonka pitäisi määräämättömänä päivänä lentää Tyynenmeren rannikolle. Hän ei tiedä, kuinka pitkään reissu kestää ja kuka lennot maksaa. Mutta kansainväliset työkuviot kiinnostavat.”

Kuuden miehen henkilökuvista eniten menestykseen keskittyy Tuomas Kyrön henkilökuvaa. Jutun ingressissä Kyröllä mainitaan olevan Suomen paras kirjailijabrändi. Tämä brändi ja Kyrön brändäys ovatkin selvästi jutun lähtönäkökulma – eikä siinä oikeastaan juuri muuta olekaan. Jutussa listataan Kyrön kirjojen myyntilukuja ja sijoituksia myydyimpien kaunokirjojen listoilla.

”Loistava kustannuskonsepti, sanoisi Jazques Eijkens. Ja mikä parasta, kustannuskonseptin takana on selvästi myös kiinnostava persoona. Kyröllä on mediaa kiehtova skinimenneisyys, josta saa kierrätettyä lööpin parin vuoden välein. Siitä voi myös naljailia hänelle Hyvissä ja huonoissa uutisissa, Nelosen huumoriohjelmassa,

jossa Kyrö on vakiovieras. --- Hän hallitsee sosiaalisen median: Miелensäpahoittajalla on sivu Facebookissa, ja Tuomas Kyrö twiittaa. Viime vuonna julkaistusta Kerjäläinen ja jänis -romaanista on video YouTubessa. Täydellinen brändi.”

Tuomas Kyrö on myös yleisön suosikki: hän on onnistunut luomaan hahmon, joka vetoaa moneen. Miелensäpahoittaja on kansansuosikki, ja Kyrö saa jakaa nimmareita kirjakaupassa toisensa jälkeen. Kansansuosikkeja ovat menestyjädiskurssimiehistä myös Cheek ja Ville Valo – vaikka molemmat ovatkin saaneet myös kritiikkiä ja paheksuntaa osakseen. Silti kummankin menestys on kiistämätön. Se näkyy myös heidän henkilökuviensa kuvavalinnoissa. Cheek poseeraa kuvissa imagonsa mukaisesti: hieman ylimielisenä, kallis kello kädessä näkyen. Ville Valo taas on kuvissaan valaistunut idoli, joka poseeraa valkoista taustaa vasten ilman paitaa.

”Levoton tuhkimo -kappaleen jälkeen konsertin loppupuolella Jare Tiihonen muistaa, että Cheekin hetki on koittanut. Hän hyppää lavalta alas permannelle ja juoksee pitkin yleisön jakavaa käytävää hallin puoliväliin saakka. Hän tarjoaa kirkuille ja kätensä ojentaneille faneille läpsyjä kuin ylävitosten liukuhihnalta. Kameramies tarkentaa ruokapöydän ääreen, ja hallin suurille näytöille ilmestyy paljonpuhuva kuva. Vain elämää -ohjelman muut kuusi artistia ovat jähmettyneet paikoilleen. Kohtauksesta oli sovittu ennalta, mutta siitä huolimatta se oli vertauskuvallinen. Yleisöön juoksemalla Cheek sai viimeisen sanan ja riisti soihdun kokeneemmilta kollegoilta.”

Samaan nippuun menestyjädiskurssissa voidaan laittaa Jörn Donnerin, Hjallis Harkimon ja Aleks Valavuoren henkilökuvat. Vaikka Valavuori on Harkimon ja Donnerin kanssa eri sukupolvea, kuvataan heidät menestyjinä samanlaisina: rohkeina, riskejä ottavina ja suoraselkäisinä. Kaikki he ovat myös epäonnistuneet, mutta myöntävät sen suoraan ja kiertelemättä. Donnerin menestys on ilmeistä. Jutussa sitä analysoidaan suomalaisen mielenmaisemaan peilaten.

”Tavallaan Donner on epäsuomalaisin kuviteltavissa oleva tyyppi: suomenruotsalainen, yläluokkainen eurooppalainen intellektuelli pienessä pohjoisessa provinssivaltiossa. Toisaalta hänen hahmossaan on myös merkillisellä tavalla jotain kollektiiviseen kansalliseen omakuvaan sopivaa. Äreys. Kiukkuisuus. Omapäisyys. Lähes mielipuolinen sitkeys ja järjetön työtahti. Kuka ruumiillistaisi paremmin suomalaista sisua ja protestanttista työetiikkaa kuin Donner? Ei, Suomi ei halua elää

ilman Jörkkää. Hän saattaa olla piikki kansakunnan lihassa, hiertää, ärsyttää ja kyllästyttääkin, mutta ei häntä poiskaan annettaisi. Ja ikävä kyllä, Jörkkää ei voi korvata. Ainakaan yksi julkisuuden henkilö ei siihen riitä.”

Aivan yhtä korvaamattomaksi ei kuvata Hjallis Harkimoa, mutta jotakin samaa kahden menestyjän kuvailuissa on.

”Hjalliksen ystävän, toimittaja Antti Arven kirjoittamassa ensimmäisessä Hjallis-elämäkerrassa kerrotaan, että pimeänä marraskuisena yönä vuonna 1953 suomenruotsalaiseen perheeseen syntyneen Harry Harkimon hallitsevaksi luonteenpiirteeksi erottui jo vauvana alituinen, äänekäs ja oikein ponteva pyrkiminen jonnekin. Osmo Harkimo kuvaili poikaansa isällisen ylpeästi tauotta pulisevaksi ikiliikkujaksi, joka syö kiviä.”

5.3.6 Haavoittuvaisuusdiskurssi

Haavoittuvaisuusdiskurssia voisi kutsua myös emotiodiskurssiksi tai tunnediskurssiksi. Haavoittuvainen on kuitenkin mielestäni paras sana kuvaamaan diskurssia. Tarkoitin sillä puhetapoja, jotka paljastavat jotakin henkilökohtaista tai jonkin heikkouden haastateltavasta. Heikkous voi olla jokin epäonnistuminen, ajanjakso jolloin meni huonosti tai vain haavoittuvaisuuden, säröjen ja jonkinkilaisen aitouden sekä todellisen inhimillisyyden tuominen esiin. Seuraavissa henkilökuvissa nousi esille haavoittuvaisuusdiskurssi: Maria Veitola, Nasima Razmyar, Mirel Wagner, Manuela Bosco, Jörn Donner, Eva ja Manu, Hjallis Harkimo ja Alekski Valavuori. Sukupuolijakauma diskurssin osalta on siis melko neutraali: neljä naista, kolme miestä sekä yksi pariskunnasta tehty henkilökuvana.

Maria Veitolan itse kirjoittamassa jutussa haavoittuvaisuus tulee aidosti esiin, kun Veitola puhuu raskautensa herättämistä tuntemuksista hyvin rehellisesti. Sitä voikin odottaa syväluotaavalta tekstiltä, jota ei ole niin sanotusti suodatettu toisen ihmisen ajatusten kautta, vaan lukija pääsee käsiksi jutun kohteen ajatuksiin suoraan.

”Vaikka olin onnellinen, lapsen odotus teki minut hiljaiseksi ja haikeaksi. En kyennyt enää edes päivittämään Facebook-statuksiani. Välillä viihdyin itsekseni mainiosti ja välillä tunsin infernaalista yksinäisyyttä. Keskittymiskykyäni oli mennyttä. --- Tuntui, kuin muu maailma olisi jatkanut hurjaa menoaan ja minä olin pudonnut kyydistä. Olin vaipunut outoon olotilaan. Yritin sopeutua uuteen rooliini, mutta se oli hankalaa. Kun joku kutsui minua 'mammaksi', sähähdin kiukusta. Vauvalehtien lukeminen sai aikaan hirvittäviä vajavaisuuden ja ahdistuksen tunteita. Äkkiä pelkäsin vanhenemista ja kuolemaa. En hallinnut tunteitani.”

Hieman Veitolan tapaan ristiriitaisia tunteita käsitellään myös Manuela Boscon henkilökuvassa. Bosco on kirjoittanut Ylitys-kirjan, joka on jutun mukaan teos isän ja tyttären suhteesta.

”Kirjassaan hän kertoo, kuinka ongelmat alkoivat, kun isä ilmoitti uudesta naisestaan vuonna 2000. Välit viilenivät, Bosco vaihtoi valmentajaa. Samaan aikaan iltapäivälehdet kirjoittivat, kuinka nuorella urheilijalla on vuoden peppu. Hän söi paineisiinsa herkkuja ja juoksuvauhti hidastui kilojen kertyessä. Epätoivo kasvoi. *Olin päättänyt kuolla, leikata ranteet auki ja lähteä*, Bosco kirjoittaa. *Jättää taakseni kaiken sen sotkun ja tulla takaisin enkelinä. Vajosin tilaan, joka oli musta ja pimeä kuin talviyö. Minun äänin muuttui lapsen ääneksi. Puhuin itselleni ja puhuin enkeleille. Kerroin saapuvani heidän luokseen.* Bosco kirjoitti perheenjäsenilleen jähnyväiskirjeet, otti keittiöstä leipäveitsen ja viilsi kahdesti ranteitaan. Ennen kolmatta viiltoa Carla-sisko juoksi huoneeseen ja otti siskoltaan verisen veitsen pois.”

Vakavista aiheista puhutaan myös Hjällis Harkimon henkilökuvassa. Vaikka Harkimo on menestynyt, hänellä on kolme lasta ja hän on ollut kaksi kertaa naimisissa, hän on kokenut yksinäisyyttä.

”Harry Harkimosta vuonna 2007 elämäkerran kirjoittanut Anja Snellman pohtii kirjassa Hjälliksen persoonaa näin: *Yksinäisyys. Tunnen sen joka kerta kun näppäilen hänen porttikoodiaan. Se humisee ympärilläni. --- Aistin unettomien öiden, tahmeiden aamujen, rakkaudenkaipuun, avioeroikävän, lihallisen halun, menetyksen ja menestyksen yksinäisyyden.* Valta ja raha ovat aina ajaneet suurmiehiä yksinäisyyteen, diktaattoreja vainoharhoihin ja eristäneet patriarkkoja palatseihinsa. Mitä Harkimo itse miettii, osuuko Snellman analyysissään oikeaan? --- 'No, varmaan on joskus yksinäisyyttä... mutta ilman noita lapsia ois tosi yksinäinen.”

Hjallis Harkimon ja Aleksi Valavuoren henkilökuvissa on yhteneväisyyksiä paitsi jo aiemmin mainitun menestyjädiskurssin myötä, myös haavoittuvaisuusdiskurssin osalta. Valavuori kertoo jutussa vuosista, jolloin meni liian lujaa ja myös isänsä kuolemasta.

”Valavuori puhuu isänsä kuolemasta pimeällä maantiellä matkalla Tampereelta takaisin Turkuun. 'Toteutan niitä asioita, mitä faijalta jäi tekemättä', Valavuori sanoo. ”Kyllä se on jälkensä jättänyt, eikä sitä voi varmaan koskaan käsitellä loppuun. Nyt vasta vanhemmalla iällä sitä on ruvennut käsittelemään ja oon puhunut asiasta paljon. Jos oman isän menettämässä on mitään hyvää, niin varmaan se, että olen pyrkinyt oppimaan, mitä asioita ei kannata tehdä. Kun on henkisesti rankkaa, osaan ottaa oman aikani, enkä nollaa sitä painetta väärin asioihin. Faija piti sisällään kaikkea. Mä olen sosiaalisempi ja puhun avoimesti asioista.”

Jörn Donnerin henkilökuvassa haavoittuvaisuus tiivistyy ehkä kaikkein parhaiten. Lopulta kaikkien menestyjien, seksisymbolien, äitien, isien, lasten, sisarusten, provosojien ja puolustettavien taustalla on epävarmuus – sukupuolesta riippumatta.

”Päiväkirjamerkinnot kiireisiltä ja menestyksekkäiltäkin vuosilta ovat täynnä epäilyksiä, itsesääliä, surua ja levottomuutta. 'Hänen elämänsä kuuluu osana vaikea itse aiheutettu melankolia, jota mitkään ulkoiset elämykset eivät pysty parantamaan ellei hän onnistu parantamaan sitä itse', Donner analysoi itseään. Tai vähän dramaattisemmin näin: 'Usein tunnen kuinka mielisairaus väijyy, halu repiä kaikki hajalle raivon vallassa, riistäytyä ulos ja pakon, tehdä jotain ratkaisevaa. Mutta sitten seisahdun ja otan savukkeen.' Ehkä melankoliaa ei pidä edes yrittää kieltää. Ahdistusta ei kannata pelästyä. Vaikeat ja vaarallisiltakin tuntuvat tunteet kuuluvat elämään, mammutitkin ovat tunteneet niitä, tuntevat yhä. Kenties juuri siksi olen niin kummallisen kiinnostunut näistä mammuteista ja heidän elämäkerroistaan: lopulta kaikki aina paljastuvat ihmisiksi.”

Seuraava taulukko kokoaa yhteen kaikki aineiston jutut, ja siinä listataan, mitkä diskurssit pätevät henkilökuviin.

Taulukko 2

Juttu	Diskurssi
Jarkko Ruutu, 1/2012, helmikuu	Provosointidiskurssi
Maria Veitola, 2/2012, maaliskuu	Perhediskurssi, haavoittuvaisuusdiskurssi
Nasima Razmyar, 3/2012, huhtikuu	Puolustusdiskurssi, haavoittuvaisuusdiskurssi, perhediskurssi
Tuomas Kyrö, 5/2012, kesäkuu	Menestyjädiskurssi
Paula Vesala ja Mira Luoti 6- 7/2012, heinä-elokuu	Perhediskurssi, menestyjädiskurssi
Mirel Wagner, 9/2012, lokakuu	Puolustusdiskurssi, haavoittuvaisuusdiskurssi
Matti Apunen, 10/2012, marraskuu	Provosointidiskurssi
Manuela Bosco, 11/2012, joulukuu	Haavoittuvaisuusdiskurssi, puolustusdiskurssi, perhediskurssi

Juttu	Diskurssi
Jörn Donner, helmikuu 2013	Seksisymbolidiskurssi, menestyjädiskurssi, perhediskurssi, haavoittuvuusdiskurssi
Pihla Viitala, maaliskuu 2013	Perhediskurssi, menestyjädiskurssi
Maki Kolehmainen, huhtikuu 2013	Puolustusdiskurssi, perhediskurssi
Ville Valo, toukokuu 2013	Seksisymbolidiskurssi, menestyjädiskurssi
Eva ja Manu, heinä-elokuu 2013	Haavoittuvaisuusdiskurssi, perhediskurssi
Cheek, syyskuu 2013	Puolustusdiskurssi, menestyjädiskurssi, seksisymbolidiskurssi, perhediskurssi
Harry ”Hjallis” Harkimo, lokakuu 2013	Provosointidiskurssi, menestyjädiskurssi, seksisymbolidiskurssi, haavoittuvaisuusdiskurssi, perhediskurssi
Aleksi Valavuori, marraskuu 2013	Menestyjädiskurssi, haavoittuvaisuusdiskurssi, perhediskurssi
Laura Birn, joulukuu 2013	Puolustusdiskurssi

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

6.1 Mitä tutkimusaineistosta nousi esille?

Imagen sukupuolirepresentaatiot ovat venyviä ja uusiutuvia, mutta niiden takana piilevät yhä yhteiskunnan tutut valtarakenteet ja sukupuoliroolit. Jotta valtarakenteita voidaan ravistella tai niillä voidaan leikkiä, täytyy niiden olemassaolo kuitenkin tiedostaa. Tämä näkyi tutkimukseni aineistossa. Edes sukupuolineutraali Image ei ole 2010-luvulla täysin irti naiseutta ja mieheyttä rakentavista, muokkaavista ja uusintavista sukupuolidiskursseista.

Image on kuitenkin jossakin määrin edelläkävijä niin sanotusti sukupuolineutraalissa henkilökuvakirjoittamisessa. Toisaalta se on myös taantumuksen äänitorvi – tuodaanko muissa aikakauslehdissä sukupuolikäsitteitä ja -teemoja yhtä vahvasti esille kuin Imagessa? Kun kahdesta vuosikerrasta löytyy otsikoita Pelimiehestä ja Herra oikeasta Miss mamuun, herää kysymys, mikä lehden tavoitteena on tällaisia otsikoita valittaessa?

2. maaliskuuta 2014 ilmestyneessä Helsingin Sanomien Sunnuntai-osiossa toimittaja Anna-Sofia Berner kirjoitti samasta asiasta *Miestenlehti*-otsikolla. Berner pohti jutussaan, tekeekö Image kenties tasa-arvotyötä tekemällä kansioitsikoistaan mies-loppuisia. Onko Image sittenkin enemmän miestenlehti kuin yleisaikakauslehti?

”Kun lehtien otsikoissa vilahtaa nais-etuliite, sitä on tapana paheksua. Naisjohtaja, naisministeri ja naishihtäjä kertovat, että nainen on yhä poikkeus. Toinen sukupuoli. Ei kukaan puhu miesministereistä, muistutetaan. Merkitys on toinen, jos sukupuoli on sanan lopussa. Lakimies, palomies, esimies. Ne kertovat normista.”

Berner on kysynyt asiasta myös Imagen päätoimittajalta Heikki Valkamalta. Tämän mukaan mies-otsikot ovat tarkoituksenmukaisia, ja koska lehti haluaa pitää kansioitsikkonsa lyhyinä, on sopivia sanoja vaikea löytää.

Tutkimusaineistosta nousi esille kuusi diskurssia, joista monet limittyvät toisiinsa. Samoissa jutuissa oli useassa tapauksessa monia eri puhetapoja eli diskursseja. Selvisi myös, että sukupuoli on jatkuvasti läsnä henkilökuvien näkökulmissa, valokuvissa, otsikkovalinnoissa ja valituissa teemoissa. Nimesin diskurssit tarkoituksella sukupuolineutraalisti. Toinen vaihtoehto olisi ollut käyttää esimerkiksi Bernerin jutussaan huomioimia mies-loppuja – menestyvä mies, haavoittuvainen nainen. Koska jokaisen diskurssin alle sijoittui kuitenkin sekä miesten että naisten henkilökuvia, en kokenut tätä tutkimusaineistoa tukevaksi nimeämistavaksi. Mikään diskursseista ei siis ollut täysin sukupuolittunut, vaan yleisaikakauslehden periaate toteutui ainakin tästä näkökulmasta.

Ensimmäinen tutkimuskysymykseni oli ”miten sukupuolta representoidaan kansipääjutuissa”. Vastaus muodostui oikeastaan diskursseista, mutta laajempaa pohdintana vastaus ei ole yksiselitteinen. Imagen numeroissa vuosina 2012 ja 2013 sukupuolta representoidaan vahvasti, on oikeastaan suurin mahdollinen vastaus. Monessa jutussa sukupuoli liittyy jopa jutun lähtöoletukseen.

Lähtöoletuksella tarkoitan Imagen tapaa valita henkilökuviansa ja juttujensa näkökulma hyvin tarkasti. Tämä ilmeni aineistosta selvästi: juttuja lähdetään tekemään tietyistä lähtökohdista, ja haastateltavasta pyritään saamaan tiettyjä asioita irti. Toki kaikissa medioissa juttuihin valitaan jokin näkökulma, mutta pitkissä henkilöjutuissa annetaan usein tilaa useille eri aiheille ja teemoille. Näin on myös joissakin Imagen artikkeleissa, mutta monessa keskitytään melko tiukasti valittuun näkökulmaan.

Esimerkiksi Tuomas Kyrön henkilökuvassa puhuttiin hänen kirjailijabrändistään, PMMP:n jutun lähtökohtana oli ajatus siitä, että bändistä on kymmenessä vuodessa kasvanut Suomen suurin. Matti Apusta haluttiin kovistella liberaaleista näkemyksistään, Pihla Viitala representoitiin tulevana Hollywood-tähtenä. Jarkko Ruutua vastaan toimittaja suorastaan hyökkäsi, ja Cheekin henkilökuvassa haluttiin saada selville, mitä pahaa on menestyksessä.

Näkökulman tarkka valinta vastasi osaltaan kolmanteen tutkimuskysymykseeni,

”mitkä tekijät vaikuttavat sukupuolidiskurssin rakentumiseen”. Lisäksi siihen vaikuttavat ainakin haastateltavan yhteiskunnallinen asema, hänen julkisuuskuvansa, sekä osaltaan myös toimittajan omat ajatukset ja ennakkoletukset. Tutkimusaineistosta kävi ilmi, että Imagessa kirjoittaja ei läheskään aina ole täysin objektiivinen – kyseessä on tosin ehkä ennemminkin lehden linja kuin yksittäisen kirjoittajan asennoituminen haastateltavaan. Joka tapauksessa aineiston perusteella Image ei kohtelee henkilökuviensa kohteita neutraalisti ja puolueettomasti.

6.2 Imagen mies ja nainen

Millainen sitten on Image-lehden mies ja millainen nainen vuosina 2012 ja 2013? Kuten jo tutkimusaineistoa esitellessäni kerroin, on 17:sta mukana olevasta kansipääjutusta yhdeksän miehestä ja kuusi naisesta kertovaa juttua. Lisäksi otin tutkimukseen mukaan yhden pariskunnasta kertovan jutun, ja yhden kahdesta naisesta tehdyn artikkelin – muusikoista Evasta ja Manusta sekä PMMP:stä.

Henkilökuvien miehet olivat Jarkko Ruutu, Tuomas Kyrö, Matti Apunen, Jörn Donner, Maki Kolehmainen, Ville Valo, Jare ”Cheek” Tiihonen, Hjallis Harkimo, Aleksi Valavuori ja Emmanuel ”Manu” Laudic. Naiset taas olivat Maria Veitola, Nasima Razmyar, Paula Vesala ja Mira Luoti, Mirel Wagner, Manuela Bosco, Pihla Viitala, Laura Birn ja Eva Louhivuori.

Lopputulos on siis oikeastaan 10 miestä ja yhdeksän naista, joten päästään hyvin lähelle samoja lukuja. Näiden lukujen nojalla voi laadullisesti luoda kuvailut Imagen miehestä ja naisesta. Määritelmät eivät ole kaikenkattavia, vaan enemmän suuntaviivoja ja kolmesta tutkimuskysymyksestäni kumpuavia.

Imagen mies on yleensä menestyjä. Hän on tekijä – aikaansaava, ihailtu ja samalla myös kiistelty yhteiskunnallinen vaikuttaja. Imagen mies on kuitenkin myös inhimillinen. Hän puhuu perheestään tai isyydestään, pohtii vanhuutta, vanhempien kuolemaa tai yksinäisyyttä. Imagen mies on myös naurunalainen – häntä saatetaan pilkata ja hänet saatetaan leimata petturiksi. Mies hallitsee

julkisuuden, mutta uskaltaa näyttää julkisuudessa myös heikkoja puoliaan. Lopulta heikkoudet kuitenkin jäävät vahvuuksien varjoon. Lopullinen kuva, joka Imagen miehestä muodostuu, on arvostettu ja itsevarma, mutta samalla myös perisuomalaiseen tapaan hieman vaatimaton.

Myös Imagen nainen on vaatimaton, jopa omia saavutuksiaan vähättelevä. Myös hän on menestyvä, mutta menestys jää usein sivuosaan jutuissa käsitellyissä teemoissa. Enemmän puhutaan Imagen naisen tunteista. Tunteet liittyvät usein lapsiin, äitiyteen ja perheeseen – mutta myös pelkoihin uran suhteen. Naiset ovat salaperäisiä ja yksityisyyttä kaipaavia. He ovat kuitenkin myös päättäväisiä, selviytyjiä ja vahvoja. Kaikkiaan Imagen nainen on voimakas uranainen, jolle perhe on silti tärkein – kuten todellisessa suomalaisessa yhteiskunnassakin naiset usein ovat.

LÄHTEET

Kirjallisuus:

Aslama, Minna (2006) Sukupuoli numeroina. Teoksessa Mäkelä, Anna & Puustinen, Liina & Ruoho, Iris (toim.): Sukupuolishow. Johdatus feministiseen mediatutkimukseen. 47–61. Helsinki: Gaudeamus.

Badinter, Elisabeth (1993) Mikä on mies? Tampere: Vastapaino.

Brusila, Riitta (1997) Realismista fiktion. Visuaalisuus ja suomalaiset aikakauslehdet. Tampere: Tampereen yliopisto.

Butler, Judith (1990) Gender Trouble. Feminism and Subversion of Identity. London: Routledge.

Herkman, Juha (2001) Audiovisuaalinen mediakulttuuri. Tampere: Vastapaino.

Hermes, Joke (1995) Reading Women's Magazines: An Analysis of Everyday Media Use. Cambridge: Polity Press.

Ikävalko, Elisa (1996) Julkisuus – myyttinen ilmiö. Teoksessa Uimonen, Risto & Ikävalko, Elisa: Mielikuvien maailma. Miten mediajulkisuutta muokataan ja imagoja rakennetaan? 169–180. Helsinki: Infoviestintä.

Ikävalko, Elisa (1996) Miksi mediajulkisuutta tavoitellaan?. Teoksessa Uimonen, Risto & Ikävalko, Elisa: Mielikuvien maailma. Miten mediajulkisuutta muokataan ja imagoja rakennetaan? 192–213. Helsinki: Infoviestintä.

Jensen, Rolf (1999): The Dream Society. How the Coming Shift from Information to Imagination Will Transform Your Business. USA: McGraw-Hill Professional Book Group.

- Jokinen, Arto (2010) Kriittinen mies- ja maskuliinisuustutkimus. Teoksessa Saresma, Tuija; Rossi, Leena-Maija & Juvonen, Tuula (toim.): Käsikirja sukupuoleen. 128–138. Tampere: Vastapaino.
- Julkunen, Raija (1995) Naiset yksityisen ja julkisen rajalla. 7. Tampere: Vastapaino.
- Karvonen, Erkki (1999) Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa. Helsinki: Gaudeamus.
- Keränen, Selina (2011) Herkkupeppu ja metallipeikko. Sukupuolen representaatio Rumba-lehdessä. Tampere: Tampereen yliopisto. Tiedotusopin pro gradu -tutkielma.
- Kivikuru, Ullamaija (1996) Vieraita lehtiä. Aikakauslehti ajan ja paikan risteyksessä. Helsinki: Yliopistopaino.
- Kivikuru, Ullamaija (2000) Aikakauslehdistö. Teoksessa Nordenstreng, Kaarle & Wiio, Osmo A. (toim.): Suomen mediamaisema. 77–92. Helsinki: WSOY.
- Koivunen, Anu (1996) Sorto. Teoksessa Koivunen, Anu & Liljeström, Marianne (toim.) Avainsanat. 10 askelta feministiseen tutkimukseen. 35–76. Tampere: Vastapaino.
- Koivunen, Anu (2004) Mihin katse kohdistuu? Feministisen elokuvatutkijan metodologinen itsereflektio. Teoksessa Liljeström, Marianne (toim.): Feministinen tietäminen. Keskustelua metodologiasta. 228–252. Tampere: Vastapaino.
- Kontula, Tytti (2001) Menestyvä nainen. Naistenlehti Glorian sisällön naiskuva. Journalistiikan pro gradu -tutkielma, Jyväskylän yliopisto.
- Kuutti, Heikki (2006) Uusi mediasanasto. Jyväskylä: Atena.
- Lassila, Maria (2001) Faktaa fiktion keinoin: nonfiktiota Helsingin Sanomien

Kuukausiliitteessä ja Imagessa. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. Journalistiikan pro gradu -työ.

Lassila-Merisalo, Maria (2009) Faktan ja fiktion rajamailla. Kaunokirjallisen journalismin poetiikka suomalaisissa aikakauslehdissä. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Lauretis, Teresa de (1987) Technologies of Gender. Essays on theory, Film and Fiction. Bloomington: Indiana University Press.

Luhtakallio, Eeva (2005) Kehysanalyysi mediakuvien sukupuolirepresentaatioiden tutkimuksessa. Sosiologia 3/2005, 189–206.

Lähteenmaa, Jaana (1992) Miten käy tytöiltä rock'n roll? Teoksessa Näre, Sari & Lähteenmaa, Jaana: Letit liehumaan. Tyttökulttuuri murroksessa. 210–222. Helsinki: SKS.

MacDonald, Myra (1995) Representing women. Myths of Femininity in the Popular Media. New York: Oxford University Press.

Malmberg, Ilkka (1998) Uroot ja naaraat – journalismin kaksi tiedonintressiä. Teoksessa Kantola, Anu & Mörä, Tuomo (toim.): Journalismia? Journalismia! 41–52. Helsinki: WSOY.

Morottaja, Eija (2008) Sankarillisten henkilökuvien tarinallinen muoto. Featurejournalismi Helsingin Sanomien Kuukausiliitteessä ja Imagessa. Tampere: Tampereen yliopisto. Tiedotusopin pro gradu -tutkielma.

Ojajärvi, Sanna (2004) Toistamisen politiikka. Judith Butler ja teoria sukupuolen tekemisestä. Teoksessa Mörä, Tuomo; Salovaara-Moring, Inka & Valtonen, Sanna (toim.) Mediatutkimuksen vaeltava teoria. 255–273. Helsinki:Gaudeamus.

Paasonen, Susanna (2010) Sukupuoli ja representaatio. Teoksessa Saresma, Tuija; Rossi, Leena-Maija & Juvonen, Tuula: Käsikirja sukupuoleen. 39–49. Tampere:

Vastapaino.

Rossi, Leena-Maija (2003) *Heterotehdas. Televisiomainonta sukupuolituotantona.* Helsinki: Gaudeamus.

Rossi, Leena-Maija (2006) *Mainonta sukupuolituotantona.* Teoksessa Mäkelä, Anna, Puustinen, Liina & Ruoho, Iris: *Sukupuolishow. Johdatus feministiseen mediatutkimukseen.* 62–80. Helsinki: Gaudeamus.

Ruoho, Iris & Torkkola, Sinikka (2010) *Journalismin sukupuoli.* Tampere: Vastapaino.

Räty, Panu (1998) *Henkilökuva ajan kuvana.* Teoksessa Kantola, Anu & Mörä, Tuomo (toim.): *Journalismia! Journalismia?.* Helsinki: WSOY.

Saarenmaa, Laura (2010) *Intiimin äänet: julkisuuskulttuurin muutos suomalaisissa ajanvietelehdissä 1961–1975.* Tampere: Tampereen yliopisto.

Siljamäki, Jaana (2009) *Viihteen ja vakavuuden välimaastossa. Henkilöjournalismi sanomalehtien lukemistotoimituksissa toimittajan näkökulmasta.* Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. Journalistiikan pro gradu -tutkielma.

Töyry, Maija (2006) *Käytösoppaasta naistenlehteen.* Teoksessa Mäkelä, Anna, Puustinen, Liina & Ruoho, Iris: *Sukupuolishow. Johdatus feministiseen mediatutkimukseen.* 207–226. Helsinki: Gaudeamus.

Valtonen, Sanna (1998) *Hyvä, paha media. Diskurssianalyysi kriittisen mediatutkimuksen menetelmänä.* Teoksessa Kantola, Anu; Moring, Inka & Väliaverron, Esa (toim.): *Media-analyysi. Tekstistä tulkintaan.* 93–121. Lahti: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus.

Virkkunen, Henna (2001) *Öljyleidi ja rahamiehet. Sukupuolten representaatiot talouslehtien henkilöhaastatteluissa.* Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Journalistiikan pro gradu -tutkielma.

Vähäsarja, Irina (2007) Välähdyksiä Valosta. Rocktähti Ville Valo aikakauslehtien ja sanomalehtien liitteiden henkilöjuttujen aiheena. Tampere: Tampereen yliopisto. Tiedotusopin pro gradu -tutkielma.

Whiteley, Sheila (2000) Women and popular music. Sexuality, identity and subjectivity. New York, USA: Routledge.

Wolf, Naomi (1996) Kauneuden myytti. Kuinka mielikuvilla hallitaan naista. Helsinki: Kirjayhtymä.

Zoonen, van Liesbet (1998) One of the girls? The Changing Gender of Journalism. Teoksessa Carter, Cynthia; Branston, Gill & Allan, Stuart (toim.) News, Gender and Power. 33– 46. London: Routledge.

Elektroniset lähteet:

Aikakausmedia (2010). Aikakauslehden käsite. 9.12.2010.

<http://www.aikakauslehdet.fi/default.asp?docId=27977>.

Luettu 23.2.2012.

Aikakauslehtifaktat (2011)

http://www.aikakauslehdet.fi/content/Liitetiedostot/pdf/aikakauslehtifaktat2011_2012_02_04_netti.pdf

Luettu 23.2.2012.

Imagen mediaopas ja lukijamäärä, A-lehdet Oy.

<http://mediaopas.a-lehdet.fi/lehdet/image>

Luettu 6.3.2012.

Imagen ilmoitus päätoimittajan vaihtumisesta.

<http://www.image.fi/viikkoimage/imagen-p-toimittaja-vaihtuu>

Luettu 4.3.2014.