

**Pirteitä tyttöjä, hauskoja naisia**  
– **Kielelliset valinnat ja representaatiot tyttöjen- ja naistenlehdissä**

**Kandidaatintutkielma**

**Juulia Sallinen**

**Suomen kieli**

**Kieli- ja viestintätieteiden**

**laitos, Jyväskylän yliopisto**

**2017**

# JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty Humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta	Laitos – Department Kieli- ja viestintätieteiden laitos
Tekijä – Author Juulia Sallinen	
Työn nimi – Title Pirteitä tyttöjä, hauskoja naisia – Kielelliset valinnat ja representaatiot tyttöjen- ja naistenlehdissä	
Oppiaine – Subject Suomen kieli	Työn laji – Level Kandidaatintutkielma
Aika – Month and year Toukokuu 2017	Sivumäärä – Number of pages 40
Tiivistelmä – Abstract <p>Tässä tutkimuksessa aiheena on tyttöjen- ja naistenlehtien kielelliset valinnat sekä niiden kautta muodostuvat tyttöyden ja naiseuden representaatioiden erot. Tyttöjen- ja naistenlehdet ovat keskeinen osa tämänpäivän mediayhteiskuntaa, ja siksi ne vaikuttavat myös yhteiskunnallisiin ja kulttuurisiin suhteisiin sekä valta-asemiin. Lehdet kietoutuvat monitahoisesti esimerkiksi aikamme sukupuolijärjestelmään ja -sopimukseen. Lehtien jutut kuvastavatkin aiheineen, teksteineen ja kuvineen konseptin oletettua lukijakuntaa ja heidän maailmankuvaansa. Näistä syistä tyttöjen- ja naistenlehdet ovat hedelmällistä aineistoa tyttö- ja naisdiskurssien sekä representaatioiden tutkimiselle. Tyttöjen- ja naistenlehtiä onkin tutkittu paljon. Oman osansa tutkimuksesta ovat saaneet myös aineistoksi valitsemani Suomen suosituin nuortenlehti Demi sekä Suomen johtava muoti- ja lifestyle-lehti Trendi.</p> <p>Luukka (2003: 23) on todennut Demin poikkeavan naistenlehdistä pääosin nuorekkaan kielensä ansiosta. Siksi lähestynkin lehtiä olettaen, että niiden kielellisissä valinnoissa on huomattavia eroja. Tutkin Demin ja Trendin kirjoitustapojen yhteneväisyyksiä ja eroja kysymällä: ”Millaisia eroja tyttöjen- ja naistenlehtien kielellisissä valinnoissa on?” sekä ”Millainen kuva tytöistä ja naisista muodostuu kielellisten valintojen kautta?” Viitekehityksenäni käytän M.A.K. Hallidayn luomaa systeemis-funktionaalista kieliteoriaa ja sen ideationaalista metafunktiota. Oletan myös, että aineistostani kumpuavat kielellisten valintojen yhteneväisyydet ja erot johtavat tyttöyttä ja naiseutta rakentaviin representaatioihin. Päättökysymykseni onkin: ”Miten tyttöjen- ja naistenlehtien luomat representaatiot eroavat toisistaan muodin kontekstissa?”</p> <p>Aineistonani on Demin ja Trendin vuoden 2016 maalis- ja huhtikuun numeroiden muotiosiot. Näistä osioista olen kartoittanut ideationaalisen metafunktion mukaisesti sanastollisia piirteitä sekä lausetyyppejä ja sitä, kuinka lauseita yhdistellään toisiinsa. Löytämiäni yhtäläisyyksien ja erojen avulla olen muodostanut neljä kategoriaa, jotka luonnehtivat tytöille ja naisille kirjoittamista muodin kontekstissa. Nämä kategoriat liittyvät ulkonäkökeskeisyyteen, lukijan aktiivisuuteen, kirjoittajan ja lukijan suhteeseen sekä hauskuuteen. Kategorioiden avulla olen muodostanut tyypitelmät lehtien representoimasta tytöstä ja naisesta. Naisten oletetaan olevan tyttöjä monipuolisemmin ja syvällisemmin kiinnostuneita muodista. Naisten myös oletetaan olevan tyttöjä aktiivisempia tyylin muodostamisen ja siihen liittyvien valintojen suhteen. Naisia puhutellaan enemmän, mutta samalla tekstin ote on myös tuttavallisempaa ja lukijaa yksilöivämpää. Tytöistä muodostetaan pukeutumisen kautta pirteä kuva, naiset puolestaan kuvataan hauskoiksi humoristisella ja ironisella otteella.</p>	
Asiasanat – Keywords Naistenlehdet, tyttöjenlehdet, systeemis-funktionaalinen kieliteoria, ideationaalinen metafunktio, representaatio	
Säilytyspaikka – Depository Jyväskylän yliopisto	
Muita tietoja – Additional information	

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	1
2	NAISTENLEHDISTÄ .....	3
2.1	Historia .....	3
2.2	Sukupuolijärjestelmä, -sopimus ja lukijasuhde .....	4
2.3	Aiempi tutkimus.....	5
3	TEORIA .....	7
3.1	Systemis-funktionaalinen kieliteoria .....	7
3.2	Ideationaalinen metafunktio.....	8
3.3	Diskurssit ja representaatiot .....	10
4	AINEISTO & ANALYYSIMENETELMÄ .....	12
4.1	Aineistona Demin ja Trendin muotiosiot .....	12
4.2	Ideationaalisen metafunktion kautta representaatioihin .....	14
5	ANALYYSI.....	16
5.1	Sanasto paljastaa tekstin aihepiirit.....	16
5.2	Prosessityypit osana kirjoittajan ja lukijan suhdetta .....	20
5.3	Kompleksit laajentavat ja lisäävät tietoa .....	23
6	TYTÖILLE JA NAISILLE KIRJOITTAMISEN YHTÄLÄISYYDET JA EROT .....	26
6.1	Miltä tulisi näyttää .....	26
6.2	Pirteitä tyttöjä, hauskoja naisia.....	27
6.3	Aktiivinen nainen, passiivisempi tyttö .....	28
6.4	Näkyvä kirjoittaja ottaa naiset huomioon.....	28
7	PÄÄTÄNTÖ .....	31
7.1	Tulkinta ja johtopäätökset .....	31
7.2	Tutkimuksen arviointi ja jatkotutkimusideat .....	35
	LÄHTEET.....	38

# 1 JOHDANTO

Sukupuoli on yksi valtaa ilmentävistä fysiologis-kulttuurisista tekijöistä. Se, kuinka naiset nähdään massakulttuurin tuotteissa, on ollut vuosikymmenten ajan tärkeä osa mediayhteiskuntaan liittyvissä keskusteluissa, sillä naisruumis on ollut kuvatuin aihe sekä käytetyin kuvallinen väline esimerkiksi mainonnassa. (Luhtakallio 2016: 93.) Naistenlehdet ovat keskeinen osa tämänpäivän mediayhteiskuntaa. Töyryn (2008: 27) mukaan naistenlehdet määritellään useimmiten puhuttelun ja sisällön kautta: lukijoita puhutellaan naisina ja lehden sisältö koostuu aihepiireistä, jotka nähdään naisellisina. Nykypäivän naistenlehdet pyrkivät vastaamaan täsmällisesti eri-ikäisten ja erityyppisten naisten tarpeisiin, sillä ne kilpailevat lukijoidensa ajasta. Uusia lehtiä, tai jopa kokonaisia lehtigenrejä saattaa syntyä, kun tunnistetaan uudenlainen lukijakunta. Juuri näin sai alkunsa tyttöjenlehtien genre 1970-luvulla Yhdysvalloissa. (Mts. 30–31.)

Avain menestyvään lehtikonseptiin piilee kestävässä lukijasuhhteissa – lehden on oltava yhteydessä omaan aikaansa ja lukijoihinsa (Töyry 2006: 207). Demi-lehti on onnistunut vakiinnuttamaan asemansa Suomen suosituimpana tyttöjenlehtenä. Minna-Riitta Luukan (2003: 23) mukaan Demi muistuttaa formaatiltaan hyvin paljon naistenlehtiä. Suurimmaksi erottavaksi tekijäksi hän nimittää lehden pyrkimyksen nuorekkaaseen kieleen (mp.). Mutta millaista on loppujen lopuksi tämä lehden nuorekas kieli? Millä tavoin se eroaa naistenlehtien kielestä? Kandidaatintutkielmani keskittyy vertailemaan kahdessa eri-ikäisille suunnatussa lehdessä, Demissä ja Trendissä tehtyjä kielellisiä valintoja. Demin kohderyhmänä ovat 15–19-vuotiaat nuoret naiset, Trendi suunnataan puolestaan vanhemmalle lukijakunnalle esimerkiksi työhön ja perheasioihin liittyvillä aiheilla.

Sukupuolijärjestelmä ja -sopimus ovat oleellinen osa naistenlehtiä. Siksi lehdet ovatkin hedelmällistä aineistoa naiseuden tutkimukselle ja naisdiskurssien sekä -representaatioiden muodostamiselle – mikä muukaan kertoisi aikamme naiskuvasta ja sen kehityksestä paremmin kuin naiseutta käsittelevät, naisille luodut tekstit. Oletankin, että aineistossani ilmenevät kielellisten valintojen yhteneväisyydet ja erot johtavat tyttöyttä sekä naiseutta rakentaviin representaatioihin. Demi on kerännyt viime vuosina paljon mielenkiintoa ja huomiota juuri representaatioiden kannalta: muun muassa Luukka (2003), Koivisto (2009) ja Tormulainen (2010) ovat tutkineet Demin tuottamaa tyttöyttä. Trendin representaatioita ovat tutkineet muun

muassa Poikolainen (2009) ja Harju (2010). Vaikka osa tutkimuksista on sivunnut myös lehdissä tehtyjä kielellisiä valintoja, ei tyttöjen- ja naistenlehtien kieltä ole kuitenkaan vertailtu tarkemmin toisiinsa. Lähdenkin tutkimaan Demin ja Trendin kieltä lehtien muotiosioista kolmen tutkimuskysymyksen avulla. Pääkysymykseni on:

1. Miten tyttöjen- ja naistenlehtien luomat representaatiot eroavat toisistaan muodin kontekstissa?

Tähän kysymykseen pyrin saamaan vastauksen seuraavien alakysymysten avulla:

2. Millaisia eroja tyttöjen- ja naistenlehtien kielellisissä valinnoissa on?
3. Millainen kuva tytöistä ja naisista muodostuu kielellisten valintojen kautta?

Tutkin aihettani M.A.K. Hallidayn luoman systeemis-funktionaalisen viitekehysten valossa. SF-teoriassa kieli ja kielenkäyttö nähdään osana ihmisen sosiaalista toimintaa, ja siksi se keskittyykin kuvaamaan erilaisten toimintojen tekemistä ja merkitysten ilmaisemista kielen avulla (Luukka 2002: 90). SF-teoria erottelee kielestä kolme eri tasoa, metafunktiota, jotka ovat aina läsnä kielenkäytössä (Halliday & Matthiessen 2014: 84). Koska analyysini keskittyy muun muassa aineistossani esiintyviin sanavalintoihin sekä ilmauksiin, tukeudun näistä ideationaaliseen metafunktiioon, joka koskee nimeämistä, luokittelua ja maailman kuvaamista (Luukka 2002: 102). Käytetyt sanavalinnat sekä lauserakenteet luovat mielikuvia, ja mielikuvat muodostavat merkityksiä. Merkitykset puolestaan johtavat diskursseihin sekä representaatioihin, jotka kuvaavat aikamme tyttöjä ja naisia muodin kontekstista käsin.

## 2 NAISTENLEHDISTÄ

### 2.1 Historia

Töyryn (2005: 16) mukaan naistenlehtien ymmärtäminen vaatii niiden historiallisen kehityksen huomioimista, sillä kyseessä on satoja vuosia vanha instituutio. Hän nimeää kehitykseen vaikuttaneiksi tekijöiksi muun muassa eri ajankohtien kulttuurisen kontekstin, tekstin lajityyppien kehityskulut ja tyylit, teknisen kehityksen ja teollistumisen, kuluttajakulttuurin ja naisen aseman sekä mediaympäristön. Uudet naistenlehdet muovautuvat omassa ajallisessa ja paikallisessa kontekstissaan edeltäjiensä pohjalta. (Mts. 16, 19.)

Vaikka naistenlehtikulttuuri rantautui Suomeen myöhemmin kuin moneen muuhun Euroopan maahan, on naistenlehtiä julkaistu täälläkin jo melko pitkään – ensimmäisen suomalaisen naistenlehden julkaiseminen aloitettiin vuonna 1782 (Töyry 2006: 209). Varhaisimmat naistenlehdet olivat miesten kirjoittamia käytösoppaita naisille. Tämä hierarkkinen asetelma on muuttunut vuosisatojen aikana huomattavasti, ja nykyaikainen naistenlehti puhuttelee lukijoitaan kuin ystävätär. (Mp.) Nuortenlehdissä lukijan ja kirjoittajan suhde on usein kuitenkin hieman erilainen. Luukka (2003: 33–34) toteaa, että Demissä kirjoittajat asettuvat asiantuntevan aikuisen rooliin: he esittävät väitteensä varmoina ja tarjoavat ongelmiin ratkaisuja.

Nykyiseltä konseptiltaan naistenlehdet ovat niiden toimitettujen juttujen sekä mainosten yhtenäisen linjan vuoksi pääosin kuluttajalehtiä. Tämä ei liene ihme, ottaen huomioon, että naistenlehdet ovat kehittyneet pääosin samanaikaisesti kulutusyhteiskunnan kanssa. (Töyry 2006: 212–223.) Suomessa kehityslinja on ollut kuitenkin hieman poikkeava. Pitkään jatkuneen omavaraisuuden vuoksi suomalaiset naiset saivat poliittisia oikeuksia aiemmin kuin heistä tuli kuluttajia (Töyry 2008: 25). Kun kuluttajalehdistö sitten alkoi kehittyä, jäi aiemmasta, naisten vapautusta tavoittelevasta sisällöstä piirteitä uusiin lehtiin (Töyry 2006: 213).

Tyttöjenlehdet pohjautuvat naistenlehtiin. Kun mainontamaailma alkoi kehittyä 1800-luvun lopulla, mainokset alkoivat päätyä naistenlehtien mukana koteihin (Töyry 2005: 259). Tällöin huomattiin markkinatutkimuksien avulla, että tytöille oli kannattavampaa perustaa julkaisuja kuin pojille (Töyryn 2005: 259–260 mukaan Damon-Moore 1994: 115). Suomessa nuortenlehtien sekä tytöille erikseen suunnattujen lehtien kehitys vauhdittui 1960-luvulla, jolloin

nuorisokulttuuri alkoi kehittyä laajemmin (Malmberg 1991: 240–241). Nykyisin tyttöjenlehdet ovat osa naiseksi kasvamisen identiteettityötä, sillä ne kuvaavat nuoren naisen elämää ja hänelle oletetusti tärkeitä asioita sekä tarjoavat vastauksia kysymyksiin (Luukka 2003: 18).

Tyttöjä sosiaalistetaan edelleen perinteisellä, läpi sukupolvien välittyneellä tavalla. Tässä sosiaalistamisessa ovat mukana kaikki tyttöjen elämänpiiriin kuuluvat tahot – myös mediatuotteet. Moderniin aikakauteen liittyvässä sukupuoliroolien murenemisessä tyttöjen on entistä helpompi koetella rajojaan. Näin he saavat entistä enemmän kulttuurista liikkumatilaa. Tytöt eivät ole passiivisessa vastaanottajan roolissa, vaan heillä on mahdollisuus muuttaa heihin kohdistuvia odotuksia, sillä tytöt ovat kulttuurisesti luovia ja innovatiivisia. Tyttökulttuuri onkin tärkeässä osassa muuttuvan naisroolin sekä tyttöihin kohdistuvien ristiriitaisten vaatimusten työstämisessä. (Lähteenmaa & Näre 1992: 12.)

## **2.2 Sukupuolijärjestelmä, -sopimus ja lukijasuhde**

Töyry (2005: 46) korostaa sukupuolijärjestelmän ja sukupuolisopimuksen käsitteitä osana naistenlehtien kehitystä. Hänen mukaansa kullakin naistenlehdellä on jokin suhde sukupuolijärjestelmään ja siinä vallitsevaan sukupuolisopimukseen, eli tapaan, jolla miesten ja naisten suhteet on järjestetty (mp.). Naistenlehdet painottavat kukin omista lähtökohdistaan sukupuolisopimuksesta neuvottelemista sekä sen ehtoihin sopeutumista (Töyry 2008: 21).

Naiset lukevat lehtiä erilaisista lähtökohdista käsin. Vanhemmilla ja varakkaammilla naislukijoilla on keskimäärin enemmän valtaa kuin nuoremmilla ja vähätuloisemmilla. Tämä heijastuu lehtien sisällöissä ja aihealueissa; lehdet keskittyvät aiheisiin, joissa lukijoilla oletetaan olevan valtaa. Iäkkäämmälle lukijakunnalle tehdään herkemmin ehdotuksia perhettä, työtä, politiikkaa ja muita yhteiskuntaan liittyviä aihepiirejä koskien, nuorempaa lukijakuntaa koskevat ehdotukset liittyvät yleensä lukijaan itseensä. (Töyry 2008: 29.) Lukijat ovat merkittävässä osassa lehtien menestymisen kannalta, sillä ilman vakituista lukijakuntaa lehden talous ei pyöri, eikä lehdellä näin ollen ole myöskään tulevaisuutta. Lehdet ovatkin riippuvaisia kestävästä lukijasuhteista (Töyry 2005: 97). Lukijasuhteiden muodostuminen vaatii lehden toimitukselta yleisöorientoituneisuutta sekä lukijoiden huomioimista. Haluttuun lopputulokseen voidaan päästä tekemällä oikeanlaisia valintoja esimerkiksi aihepiirien, juttutyyppeiden ja lukijan puhuttelun

suhteen, sekä tarjoamalla ratkaisuja naisten elämässä vallitseviin yleisiin ristiriitoihin. Olennaista on myös luoda yhteisö lukijoiden kanssa. Tähän pyritään muun muassa intiimeillä tekstimuodoilla, dialogin synnyttämisellä sekä me-muodon käyttämisellä. (Mts. 60, 97–98.) Nykyään lehtikonseptien sisällöt suunnataan kapeaan aihepiiriin sekä tarkasti valikoiduille kohderymille (Töyry, Rätty & Kuisma 2008: 16). Käytännössä tämän voi ajatella tarkoittavan, että lehden jutut kuvastavat aiheineen, teksteineen ja kuvineen konseptin oletettua lukijakuntaa ja heidän maailmankuvaansa.

### 2.3 Aiempi tutkimus

Nuortenlehti *Demi* on kiinnostanut menneinä vuosina tutkijoita erityisen paljon. Tämä kertoo osaltaan siitä, että tutkijat ovat kiinnostuneet entistä enemmän naistutkimuksen lisäksi myös tyttötutkimuksesta sekä tyttökulttuurista. Anni Erkkö on tutkinut pro-gradussaan (2009) 13–16-vuotiaiden tyttöjen lukukokemuksia sosiaalisen tuen kannalta. Kaikki Erkon haastattelemat tytöt kertoivat lukevansa *Demiä*, joten lehdellä oli iso rooli kerätyssä aineistossa. Erkon mukaan osa haastatelluista suhtautui hyvin kriittisesti lehtien sisältöön ja koki lehdet ärsyttävinä vaatimusten ja yleistyksien esittäjinä. Osa suhtautui lehtiin kuitenkin päinvastaisesti; lehti saatettiin kokea ihanana, auttavana ja viisaana neuvonantajana. (Erkkö 2009: 46–47, 85.) Ida Valpas on puolestaan tutkinut opinnäytetyössään (2010) *Demin* lukijakuntaa. Valppaan tavoitteena oli selvittää, miksi 16–18-vuotiaat *Demin* lukijat eivät koe lehteä enää omakseen ja mitä lehteä he alkavat lukea *Demin* jälkeen. Tutkimusaineistosta kävi ilmi, että lehteen ei kaivattu suuria muutoksia, sen koettiin vain olevan hieman nuoremmille lukijoille. Lehden kieleen viitattiin ”*Demi*-kielenä” ja sitä pidettiin tärkeänä osana lehden tyyliä. (2010: 47–48.)

Johanna Koivisto on tutkinut pro-gradussaan (2009) tyttöyden rakentumista *Demi*-lehden ihmissuhdeteksteissä. *Demin* tuottamaa tyttöyttä on tarkastellut myös Aino Tormulainen (2010). Tormulainen on keskittynyt tutkimuksessaan ruumiillisuuden, seksuaalisuuden sekä yksilöllisyyden aihepiireihin. Hän toteaa tutkielmansa loppupuolella, että *Demi* on sisältänyt alusta lähtien monenlaista tyttöyttä: kaikenkattavuuteen pyrkivää, mutta samalla ristiriitaista. *Demistä* on löydettävissä lehden tuottama tyttöyden kuva, niin sanottu ideaalityttö, ja myös tästä tyttöydestä eroava oletettu lukijatyttö. (2010: 5, 27, 117.)



Vaikka muun muassa Valppaan ja Tormulaisen tutkimukset ovat sivunneet aiheidensa ohessa myös Demin kieltä, on lehteä tarkemmin kielellisenä tuotteena tutkimuksessaan lähestynyt ainoastaan Minna-Riitta Luukka. Luukka on tutkinut lehteä kriittisen diskurssianalyysin avulla artikkelissaan *Kelpaanko tällaisena? Tyttöyden rakentuminen Demi-lehden palstoilla* (2003). Luukka toteaa tutkimuksessaan, että Demi eroaa naistenlehdistä nuorekkaan kielensä ansiosta. Hän nostaa esimerkeiksi eri osioiden nimiä; lehdestä löytyvät pääkkäri-, safka-, musa-, leffa- ja hubaa-osiot. Luukka korostaa myös lehden taipumusta relationaalistamiseen, jolla pyritään luonnollistamaan erilaisia tunteita ja kokemuksia. Mentaalista maailmaa ilmennetään erityisesti kielteisten tuntemusten avulla. Näiden kautta Luukka nostaa esille toimijuuden, joka jää lehden jutuissa vähäiseksi: kun päähuomio on määrittelemisessä ja tunteiden teossa, toimijarooleja ilmaistaan passiivin tai yksipersonaisten ilmausten avulla. Tytöt ovat toiminnallisimmillaan käskylauseissa. (Luukka 2003: 23–28.)

Myös Trendiä on tutkittu jonkin verran menneinä vuosina – joskaan ei niin paljoa kuin Demiä. Saara Harju (2010: 4–5) on tutkinut pro-gradussaan lukijasuhteen rakentamisen keinoja Trendi- ja Veli-lehdessä kaunokirjallisen tekstin analyysin metodeja apunaan käyttäen. Harjun mukaan Trendi pyrkii tiiviiseen suhteeseen lukijoidensa kanssa tuttavallisella puhuttelulla sekä toimittajan näkyvyydellä (mts. 76). Samaa lehtiparia on tutkinut pro-gradussaan myös Teea Jokihaara. Jokihaara on keskittynyt sisällönanalyysiä apunaan käyttäen siihen, kuinka kyseisissä lehdissä rakennetaan sukupuolta kielellä. (2012: 44, 70.) Hanna Poikolainen (2009: 34) on puolestaan tutkinut pro-gradussaan Trendi ja Cosmopolitan -lehdissä luotua kuvaa naisen suhteesta työhön diskurssianalyysin keinoin.

Essi Piilonen on analysoinut opinnäytetyössään *Suomalaisten muotilehtien palstojen ja editorialien tekstit* (2013) vertailevalla otteella Ellen, Trendin, Glorian ja Olivian muotipainotteisia tekstejä ja niiden informatiivisuutta. Tavoitteena tutkimuksessa oli selvittää, miten lehdet luovat persoonaansa tekstien kautta. Piilonen on keskittynyt kuitenkin tutkimuksessaan enemmänkin lehtien muotijuttujen rakenteeseen, esimerkiksi otsikon ja ingressin suhteeseen, kuin kielellisiin seikkoihin. (2013: 1, 3, 32.)

## 3 TEORIA

### 3.1 Systeemis-funktionaalinen kieliteoria

Kielitieteessä funktionaaliossa lähestymistavassa selvitetään kielen toimintaa sosiaalisen vuorovaikutuksen välineenä. Tunnetuin tällaisista funktionaalista lähestymistapaa ilmentävistä suuntauksista on M.A.K. Hallidayn luoma systeemis-funktionaalinen kieliteoria. (Luukka 2000: 135–137.) Olen valinnut kyseisen teorian viitekehukseksi tutkimukselleni siksi, että se tarjoaa monitahoisen ja kattavan perustan kielen tarkastelemiselle – SF-teoria mahdollistaa sekä kielen yksityiskohtaisen tutkimisen että laajempien merkitysten rakentamisen yksityiskohtien pohjalta.

Systeemis-funktionaaliossa teoriassa lähtökohtana on kielen ja sosiaalisen todellisuuden yhteys: kielen olemassaolon perimmäisin syy on sen tehtävä ihmisyhteisössä. (Luukka 2002: 98.) Kielenkäyttö nähdäänkin perusluonteeltaan toiminnallisena. Se muovautuu käytössä sosiaalisen ja kulttuurisen kontekstin vaikutuksesta. (Eggins 2004: 3.) Luukan (2002: 90) mukaan yksi kielen keskeisimmistä tehtävistä on merkitysten rakentaminen, ja siksi SF-teorian lähestymistapa kieleen on semanttinen. Halliday ja Matthiessen (2014: 23) täsmentävät, että kieli nähdään resurssina, jonka avulla luodaan merkityksiä. Merkitykset piilevät tekemissämme kielellisissä valinnoissa. (Mp.) Tämän vuoksi kieltä tarkastellaan teoriassa teksteinä, jotka toimivat tietyissä konteksteissa (Luukka 2002: 98). Tekstilähtöinen lähestymistapa antaa tutkimukselleni hyvän tarttumapinnan, jonka avulla huomio voidaan kiinnittää myös tekstin taustalla piileviin syvempiin merkityksiin.

Valinnat ovat suuressa roolissa systeemis-funktionaaliossa teoriassa, sillä ne muodostavat tekstin merkityksen. Hiidenmaa (2000: 176) toteaaakin, että ajatus valinnasta on keskeisessä osassa kielellisten rakenteiden tarkastelussa. Tähän liittyy vahvasti systeemisyyden käsite: kieltä ja merkityksenantoa käsitellään valintojen ja vaihtoehtojen näkökulmasta (Halliday & Matthiessen 2014: 23–24). Hiidenmaa (2000: 178) kuvaa systeemisyyttä järjestelmiksi, joiden avulla kieltä käytetään. Nämä kielen järjestelmät eivät ole olemassa pysyvinä rakenteina, vaan ne saavat olomuotonsa vasta tekstissä (mp.). Näin valinnat muovaavat tekstejä, ja samalla koko kielen järjestelmää. Luukan (2002: 104) mukaan valinnanmahdollisuuksien joukko on muotoutunut kielisysteemiksi, joka kielenkäyttäjällä on käytettävänä sosiaalisissa tilanteissa.

Sosiaalisten tilanteiden muovaamana kieli on puolestaan kehittynyt täyttämään tietynlaisia funktioita (mp.). Halliday ja Matthiessen (2014: 31) korostavat, että koko kielen systeemi on rakentunut näiden funktioiden varaan. SF-teoriassa käytetään abstraktia metafunktion yläkäsitettä konkreettisten puhetekojen kuvaamiseen, koska kaikkien kielellisten tekojen erillinen kuvaaminen olisi käytännössä mahdotonta (Luukka 2002: 102). Metafunktioiden avulla voidaan selvittää, miten kielen systeemi jäsentää erityyppisiä merkityksiä ja toimintoja (mp.).

Metafunktioita on kolme, ja ne ovat aina läsnä kielenkäytössä (Halliday & Matthiessen 2014: 84). Nämä metafunktiot kattavat kielen perustehtävät – hahmottamisen, osallistumisen ja tekstien rakentamisen. Ideationaalisen metafunktion avulla ihminen jäsentää maailmaa, hahmottaa sitä ja rakentaa siitä tulkintoja. Interpersonaalinen metafunktio puolestaan mahdollistaa vuorovaikutussuhteiden ylläpitämisen sekä itseilmaisun. (Luukka 2002: 102.) Nämä kaksi funktiota kohdistuvat kielenulkoiseen maailmaan (Shore 2012a: 147), ja kattavat suurimman osan kielen merkityspotentialista (Luukka 2002: 103). Kolmannen, tekstuaalisen metafunktion kohteena on itse kieli (Shore 2012a: 147). Tekstuaalinen metafunktio liittyy tekstin rakenteisuuteen: se mahdollistaa koherentin tekstin luomisen (Luukka 2002: 103). Käytännössä nämä metafunktiot vaikuttavat tekstissä samanaikaisesti toisiinsa limittyen, mutta tutkimukseni suppeuden vuoksi keskityn tarkastelemaan aineistoani vain ideationaalisen metafunktion näkökulmasta.

Metafunktioiden avulla voidaan tarkastella variaatiota sekä saman tekstilajin sisällä että eri tekstilajien välillä. Tämä SF-teorian piirre poikkeaa paljon esimerkiksi tieteellistä kirjoittamista tutkineen John Swalesin sekä kirjallisuudentutkija Mihail Bahtinin näkemyksistä; Swalesin ja Bahtinin mukaan saman tekstilajin teksteillä on samanlainen sisältö. SF-teoriassa puolestaan nähdään tekstilajien sisäinen alan vaihtelu mahdollisena. (Shore 2012b: 171.) Tämä piirre tukee tutkimustani, sillä lähtökohtaisesti voidaan olettaa, että eri-ikäisille naisille suunnatuissa lehdissä on variaatiota samojen tekstilajien sisällä.

### **3.2 Ideationaalinen metafunktio**

Kuten edellä totesin, tutkin aineistoani pääasiassa SF-teorian ideationaalisen metafunktion avulla. Halliday ja Matthiessen (2014: 30) korostavat, että todennamme kokemusmaailmaamme kielen

kautta. Luukan (2002: 102) mukaan ideationaalinen metafunktio on keskeisessä osassa kokemusmaailmamme todentamisessa, sillä kyseinen metafunktio jäsentää kokemuksiamme; melkein kaikki kielelliset tekomme sisältävät ideationaalisia merkityksiä. Ideationaalinen metafunktio auttaa hahmottamaan todellisuutta ja rakentaa siitä tulkintoja. Ideationaalisten resurssien avulla voimme nimetä, luokitella ja kuvata maailmaa kokemustemme ja havaintojemme pohjalta. Kyse on siis siitä, millaisilla kielellisillä teoilla rakennamme ja esitämme tietoa. (Mp.)

Ideationaalinen metafunktio jakautuu kahteen alaryhmään: eksperientiaaliseen ja loogiseen (Halliday & Matthiessen 2014: 361–362). Eksperientiaalisella metafunktiolla viitataan kokemusmaailman kuvaamiseen, loogisella metafunktiolla puolestaan lause- ja lausekeyhdistelmien kuvaamiseen (Shore 2012a: 147). Luukka (2002: 102) erottelee nämä alaryhmät toteamalla, että eksperientiaalinen ilmentää varsinaisia kokemuksellisia merkityksiä, looginen puolestaan rakentaa asioiden välisiä suhteita. Tarkastelen aineistostani molempia alametafunktioita, sillä mielestäni ne täydentävät toisiaan ja välittävät siten arvokasta tietoa tekstin merkityssuhteista.

Kun kielenkäyttöä tarkastellaan sekä eksperientiaalisen että loogisen alametafunktion näkökulmasta, kiinnitetään huomiota leksikaalisiin valintoihin, lauserakenteisiin sekä komplekseihin. Tekstin leksikaaliset valinnat kertovat paljon tekstistä itsestään ja siitä, kenelle teksti on suunnattu. Sanastoa tutkittaessa kiinnitetään erityisesti huomiota sanojen järjestyneisiin merkityssuhteisiin – esimerkiksi osa–kokonaisuus-suhteisiin sekä yläkäsite–alakäsite-suhteisiin. Eksperientiaaliset lauserakenteet kuvaavat ulkomaailmaa ja ihmisen mielikuvitusmaailmaa, joten niiden tarkastelu on myös oleellista ideationaalisen metafunktion kannalta. Tällöin huomioidaan lauseen predikaattiverbi sekä siihen kuuluvat välttämättömät lauseenjäsenet. Komplekseilla tarkoitetaan yhdistelmiä, ja niitä voi ilmetä niin morfeemi-, sana- , lause- kuin lauseketasolla. Ideationaalista metafunktiota tarkasteltaessa kiinnitetään huomiota siihen, millaisia tehtäviä komplekseilla on tekstissä; ne voivat ilmentää esimerkiksi kausaalisuutta tai nesessiivisyyttä. (Shore 2012b: 163–176.)

### 3.3 Diskurssit ja representaatiot

Vaikka tutkimukseni päähuomio on tyttöjen- ja naistenlehtien kielellisten yhteneväisyyksien ja eroavaisuuksien todentamisessa, on selvää, ettei aihetta voida erottaa laajemmasta kulttuurisesta kontekstista. Myös SF-teoriassa painotetaan kontekstin merkitystä: kielenkäytön taustalla on aina jokin tarkoitus (Halliday & Matthiessen 2014: 32). Shoren (2012b: 158) mukaan merkitysten esille nostaminen nostaa väistämättä esiin samalla myös tekstin arvoja. Tämä perustuu siihen, että merkitysten tuottaminen on sidoksissa kirjoittajan tekemiin valintoihin (mp.). Tyttöjen- ja naistenlehdet ovat hyvä esimerkki kielen ja kulttuurin sitoutumisesta ja vaikutuksesta toisiinsa. Oletankin, että lehtien kielellisten valintojen tutkiminen johtaa tyttöyttä ja naiseutta rakentavien representaatioiden muodostumiseen. Tämän vuoksi aihetta on syytä katsoa myös diskursiivisesta näkökulmasta.

Diskurssintutkimus pohjautuu systeemis-funktionaaliseen teoriaan, ja näkee siis kielen samalla tavalla sosiaalisena toimintana (Mäntynen & Pietikäinen 2009: 12). Sosiaaliset rakenteet muokkaavat kielenkäyttöä yhdessä kulttuuristen ja tilanteisten tekijöiden kanssa (Pietikäinen 2000: 197). Fairclough (1997: 124) nimeää diskurssit tietyistä näkökulmista tehdyiksi sosiaalisten käytänteiden konstruktioiksi. Diskursseja tutkittaessa mielenkiinnon kohteena on kielenkäyttö, ja kirjoitettua tai puhuttua kieltä tarkastellaan suhteutettuna käyttötilanteeseen. Tästä kielen tasosta liikutaan analyysin kautta kohti laajempia sosiaalisia rakenteita, sekä yhteiskunnan tasolla tapahtuvia ilmiöitä ja suhteita. (Pietikäinen 2000: 192–193.) Sosiaalisen aspektinsa vuoksi diskursseilla katsotaan olevan valtaa, joka muodostuu kielen ja kontekstin yhteisvaikutuksesta (Mäntynen & Pietikäinen 2009: 21).

Yksi diskurssintutkimuksen ydinkäsitteistä on representaatio, joka liittyy tiiviisti diskursiiviseen valtaan (Mäntynen & Pietikäinen 2009: 45). Sihvonen (2006: 135) määrittelee representaation merkityksellistämisen välineeksi: representaatioilla rajataan, muokataan ja määritetään viittauksen kohteita. Mäntynen ja Pietikäisen (2009: 45) mukaan representoinnilla on omat ehtonsa ja seurauksensa. Kun representaatioita esitetään tietyistä näkökulmista, aihe rajautuu, ja samalla jotain jätetään sanomatta. Tällainen toiminta liittyy valtasuhteisiin ja vaikuttaa ihmisten asemaan. (Mp.) Fairclough (1997: 14) korostaa, että maailman representoiminen (yhdessä identiteettien rakentamisen sekä suhteiden muodostamisen kanssa) on

osa jokaista luotua tekstiä. Fairclough perustaakin diskurssinäkemyksensä Hallidayn SF-teoriaan. Hänen mukaansa representaatiot, identiteetit sekä suhteet rinnastuvat Hallidayn metafunktioiden kanssa siten, että ideationaalinen metafunktio tuottaa representaatioita maailmasta ja interpersonaalinen metafunktio puolestaan ilmentää identiteettejä sekä suhteita. (Mts. 29.) Koska keskityn tutkimuksessani ideationaaliseen metafunktioon, tämä Faircloughin näkemys tukee hyvin ajatustani siitä, että tutkimustulokseni johtavat tulkintoihin representaatioista.

## 4 AINEISTO & ANALYYSIMENETELMÄ

### 4.1 Aineistona Demin ja Trendin muotiosiot

Demin kustantajana toimivan A-lehtien sivustolla (2017) Demin kohderyhmäksi kuvataan 15–19-vuotiaat naiset, jotka vaikuttavat aktiivisesti omiin ja perheensä kulutus päätöksiin. Aikakausmedia-sivuston tutkimustietojen mukaan (Aikakauslehtifaktat 2015: 7) Demi on 12–17-vuotiaiden tyttöjen suosikkilehti. Tästä voidaan päätellä, että lehteä lukevat todellisuudessa myös paljon kustantajan antamaa kohderyhmätietoa nuoremmat tytöt. Vuonna 2014 Demillä oli 80 000 lukijaa (mp.). Seuraavaksi luetuimpia lehtiä ikäryhmässä olivat Aku Ankka, Pirkka sekä Cosmopolitan, joista viimeinen sopii parhaiten Demin profiiliin. Cosmopolitania luki kuitenkin vain 30 000 tyttöä, mikä osoittaa selkeästi Demin aseman maamme johtavana nuortenlehtenä. (Mp.) Vuonna 2016 Demillä oli 122 000 lukijaa (Kansallinen Mediatutkimus). Lehti onkin asemansa puolesta hyvä ja monipuolinen tutkimuskohde.

Tutkimukseni tarkoitus vaikutti suuresti Demin aineistoparin valintaan. Mielestäni oli tärkeää, että toinen lehti on sisällöltään selkeästi vanhemmalle lukijakunnalle suunnattu. Vertailun mahdollistamiseksi oli myös tärkeää, että lehtien juttutyypit, aihepiirit ja tekstit eivät ole liian erilaisia. Näiden kriteereiden avulla valikoimasta karsiutui muun muassa Cosmopolitan, jonka katsoin olevan liian samanlainen kuin Demi, sekä usea selkeästi vanhemmille naisille suunnattu lehti. Lopulta Demin lehtipariksi valikoitui asettamiini kriteereihin hyvin sopiva saman kustantajan lehti Trendi. Se, että molemmat lehdet ovat A-lehtien kustantamia, ei vaikuta tutkimukseeni, sillä lehdet ovat itsenäisiä, toisistaan poikkeavia julkaisuja.

Trendi kuvataan A-lehtien sivustolla (2017) kaikenikäisille, muun muassa muodista ja kauneudesta kiinnostuneille naisille suunnatuksi lehdeksi. Koska lehden sisältökuvaukseen kuuluvat muun muassa perhe ja työ, voidaan lehden lukijakunnan päätellä olevan keskimääräisesti Demin lukijakuntaa vanhempaa. Trendi kuvataan myös Suomen johtavaksi lifestyle- ja muotilehdeksi. (Mp.) Lehti olikin irtonumeromyynnin mukaan maamme seitsemänneksi ostetuin vuonna 2014 (Aikakauslehtifaktat 2015: 6). Vuonna 2016 lehdellä oli 84 000 lukijaa (Kansallinen Mediatutkimus).

Aineistoni koostuu vuoden 2016 *Demi* ja *Trendi* -lehtien maaliskuun ja huhtikuun numeroista. Mielestäni hedelmällisintä olisi ollut valita kokonaiset lehdet aineistoksi, sillä tällöin lehtien kielenkäytöstä olisi saanut mahdollisimman laajan kokonaiskuvan – ja vertailukin olisi ollut luotettavampaa. Tällöin aineisto olisi ollut kuitenkin liian laaja kandidaatintutkielmaa ajatellen. Lehtien sisältöjen vertailun perusteella karsin toisistaan liikaa poikkeavat osiot kokonaan pois, ja jäljelle jääneistä samantyyillisistä osioista päädyin valitsemaan tutkielmani aineistoksi muodista kertovat osiot.

Molemmissa lehdissä muotijutuille on pyhitetty noin 15 sivua jokaisen numeron keskivaiheilta, kun mainokset jätetään laskuista pois. Sivumäärä on suuri kandidaatintutkielman suppeuteen verrattuna, mutta on huomioitava, että muodista kirjoittaminen perustuu suurelta osin kuviin. Vaikka kuvat ovatkin oleellinen osa muotijuttuja, rajaan tutkimukseni jutuissa käytettyyn kieleen. Kieltä käytetään kuvien tukemiseen; kuvia avataan otsikoilla, ingresseillä sekä eri pituisilla kuvateksteillä. Kuvien yhdistäminen aineistoon tekisi analyysistä huomattavasti monipuolisemman. Monipuolisuus tuo mukanaan kuitenkin myös laajuuden – tästä syystä olen rajannut kuvat kokonaan aineistoni ulkopuolelle. Kuvien lisäksi olen rajannut aineistostani pois myös kaikki pelkästään tuotetietoja listaavat kuvatestit, sillä ne eivät niukan sisältönsä vuoksi kerro mitään oleellista tytöille ja naisille kirjoittamisesta.

Sekä *Demin* että *Trendin* muotiosiot alkavat kussakin numerossa pääsivulla, jonka yläosaan on otsikoitu sana *Trendit*. *Demin* muotiosion pääsivu esittää katsauksen ajankohtaisiin trendeihin ja kertoo samalla seuraavien kolmen aukeaman sisällön, joissa esiteltynä trendejä käydään tarkemmin läpi niin liikkeiden tarjonnan kuin katutytylienkin kautta. Viimeiset kolme neljä aukeamaa sisältävät editorialkuvia tyylivinkeineen tiettyyn aiheeseen liittyen. *Trendin* muotiosion sisältö on hieman monipuolisempi. Pääsivu paljastaa ajankohtaisen vaateen tai vaateyhdistelmän, josta esitetään seuraavilla kuudella sivulla erilaisia variaatioita editorialkuvien sekä tyylivinkkien avulla. *Minun tyylini* -osa esittelee kussakin lehdessä lukijoille yhden naisen, tämän tyylin, kodin sekä elämänsänteen. *Viimeinen silaus* -nimellä otsikoitu sivu käsittelee ajankohtaista asustetta. Viimeiset osiot, *Varmat valinnat* sekä *Kauden tapaus*, puolestaan kertovat molemmat tyyliuudesta. *Varmat valinnat* kokoaa yhteen tärpit muusan tyylin muodostamiseksi, *Kauden tapaus* puolestaan yhdistää tekstit merkittävästä henkilöstä sekä ajankohtaisesta vaatteesta tai asusteesta toisiinsa editorial-tyyppisen kuvan avulla.



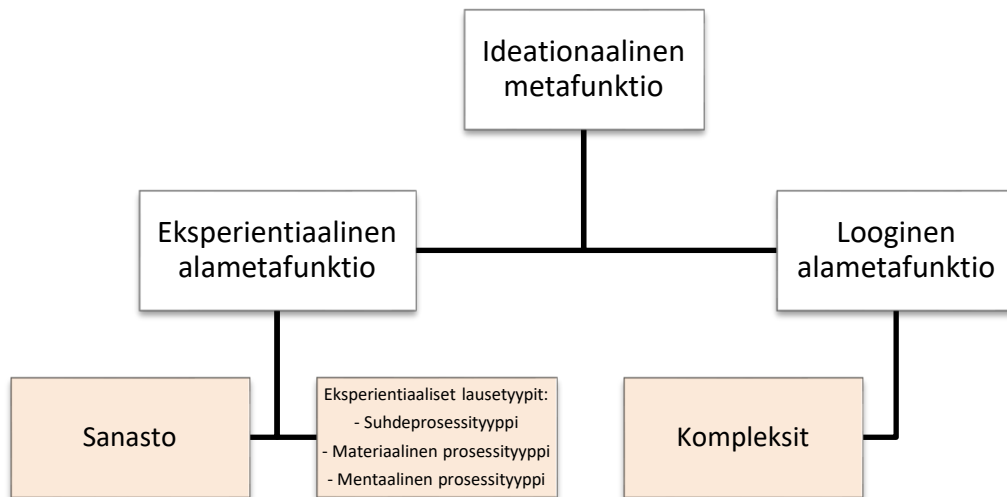
Alkupuolen yhtenäisen muotiosionsa lisäksi Trendin loppuosassa on vielä editorial-tyyppinen juttu sesongin muodista. Juttu sisältää ensimmäisen aukeaman lyhyen otsikon ja ingressin lisäksi vain kuvia tuotetietoineen. Erillisen sijaintinsa ja vähäisen tekstisisältönsä vuoksi olen jättänyt jutun kokonaan aineistoni ulkopuolelle. Lisäksi olen jättänyt aineistostani pois Trendin *Minun tyylini* -jutut, sillä ne poikkeavat sisältönsä puolesta paljon niin Trendin muista muotijutuista kuin Deminkin muotijutuista. Tämän noin neljäsviuksen, hyvin tekstipainotteisen jutun mukaan ottaminen olisi myös laajentanut aineistoani huomattavasti Trendin osalta.

## 4.2 Ideationaalisen metafunktion kautta representaatioihin

Kuvaan ja analysoin lehtien kieltä systeemis-funktionaalisen kieliteorian ideationaalisen metafunktion avulla. Kyseinen metafunktio rajaa näkökulmaani aineiston tutkimisessa – sen avulla tarkastelen, miten tekstien lauseilla kuvataan maailmaa ja mitä lausekomplekseilla tehdään (Shore 2012b: 158). Koska merkitys ja muoto ovat sidoksissa toisiinsa, oletan saavani analyysin kautta tietoa lauserakenteisiin ja sanoihin koodatuista merkityksistä (mp.). Keskityn analyysissäni sanastoon ja sanojen välisiin suhteisiin sekä lausetyyppeihin ja komplekseihin. Nämä kielelliset piirteet esitän kuviossa 1 metafunktion suhteutettuna. Kyseiset piirteet ovat tutkimusongelmani kannalta keskeisessä osassa, sillä niiden avulla kerätty tieto auttaa havaitsemaan kielellisiä yhteneväisyyksiä ja eroavaisuuksia aineistossani. Koska leksikaalisia valintoja ja niiden välisiä suhteita käytetään kuvaamaan maailmamme tiloja, tapahtumia ja toimintoja, on niillä myös iso osuus representaatioiden muodostumisessa (mts. 147).

Sanavalintojen ja niiden välisten suhteiden lisäksi huomio kiinnittyy ideationaalisessa metafunktiona eksperimentaalisiin lausetyyppeihin. Shore jakaa nämä lausetyypit kolmeen laajaan kattokategoriaan: suhdeprosessityyppeihin, materiaaliin prosessityyppeihin sekä mentaaliin prosessityyppeihin. Kukin näistä jakaantuu tahollaan useisiin eri alatyyppisiin. Suhdeprosessityyppi sisältää muun muassa olioiden välisiä suhteita konstruoivat kopulalauseet ja niiden alalajina eksistentiaali- ja omistuslauseet. Materiaalinen prosessityyppi sisältää kohteeseen tähtäävää toimintaa konstruoivat transitiivilauseet sekä tähtäämätöntä toimintaa konstruoivat intransitiivilauseet. Mentaalinen prosessityyppi puolestaan sisältää muun muassa inhimillisen

tietoisuuden toimintaa konstruoivat mentaalilauseet. Shoren mukaan ISK:n lajittelemat syntaktiset lausetyypit vastaavat suurelta osin prosessityyppettä. Näistä Shore nostaa esille transitiivi- ja intransitiivilauseet sekä kopula- ja omistuslauseet. Hän muistuttaa myös, että tutkijan on itse pohdittava, kuinka analysoi suomenkielisiä tekstilauseita; Hallidayn metafunktion perustuva kielioppi koskee englannin kieltä, eikä ole siksi suoraan sovellettavissa muihin kieliin. (Shore 2012a: 146, 148; Shore 2012b: 164–166.)



**Kuvio 1. Ideationaalisen metafunktion alakategoriat analyysini näkökulmasta.**

Ideationaalisen metafunktion toinen alalaji, looginen metafunktion, tarkastelee kieltä hieman eksperientiaalista metafunktion laajemmin. Sen avulla kiinnitetään huomiota morfeemi-, sana-, lause- ja lausekekomplekseihin sekä siihen, kuinka näitä kytketään toisiinsa. (Shore 2012a: 147; Shore 2012b: 172.) Keskityn tarkastelemaan analyysissäni lause- ja lausekekomplekseja, sillä ne tuottavat relevanteinta tietoa tutkimuskysymyksiäni ajatellen. Esimerkiksi lauseita toisiinsa yhdistelemällä voidaan tekstiin tuoda erilaisia näkökulmia, kuten tässä Shoren (2012b: 172) esille nostamassa Duodecim-lehden esimerkissä (1):

- 1) 1900-luvun aikana lähtökohtana oli, että musiikki oli erkaantunut kielestä, ja 1990-luvulla päädyttiin siihen, että musiikki syntyi evoluution merkityksettömänä sivutuotteena kielen kehityksen rinnalla.

## 5 ANALYYSI

### 5.1 Sanasto paljastaa tekstin aihepiirit

Leksikaalisia valintoja tarkastelemalla saadaan selville tekstin keskeiset aihepiirit. Olen koonnut aineistostani nousevat Demin ja Trendin muotiosioiden aihepiirit kuvioon 2. Molempien lehtien muotiosioissa hallitsevassa osassa ovat pukeutumiseen liittyvät sanat. Nämä leksikaaliset valinnat muodostavat hyponyymisen jatkumon: Hyperonyymi *tyyli* saa hyponyymeikseen asua ja vaatteita kuvaavia sanoja. Edelleen, vaatteille muodostuu hyponyymi-kategoria erilaisia ylä- ja alaasia kuvaavista sanoista. Trendi jakaa esimerkiksi paidat vielä useaan eri kategoriaan: *t-paita*, *kauluspaita*, *viskoosipaita*, *pikeepaita*, *safaripaita* ja *kauden ykköspaita*. Demi ei kuvaa vaatteita yhtä monipuolisesti. Trendissä eritellään vaatteiden lisäksi myös asusteisiin, koruihin ja kenkiin sekä meikkeihin liittyviä sanoja enemmän kuin Demissä.

Molemmat lehdet käyttävät substantiivien lisäksi runsaasti adjektiiveja. Nämä asiasanoja kuvailevat leksikaaliset valinnat ovat pääsääntöisesti sekä Trendissä että Demissä hyvin samantyyllisiä. Molemmat lehdet käyttävät esimerkiksi sanoja *rento*, *skarppi*, *klassinen* ja *ylellinen*, jotka ovat laajemminkin ajateltuna hyvin keskeisesti muodin kuvaamiseen liittyviä sanoja. Erojakin kuitenkin löytyy. Demissä esiintyvät esimerkiksi sanat *räikeä*, *rosoinen*, *näyttävä*, *pehmeä*, *harkittu* ja *kauniisti laskeutuva*; Trendissä puolestaan *voimakas*, *kiinnostava*, *hienostunut*, *rauhallinen* ja *virtaviivainen*. Näitä sanoja ei voi suoranaisesti rinnastaa keskenään niiden erilaisten käyttöyhteyksien takia, mutta sanojen välillä on silti huomattavissa tyyliero, kuten esimerkit (2) ja (3) osoittavat:

- 2) Oranssi harmonia kertoo, että tyyli on *harkittu*. (D)
- 3) Lopputulokset on Céline-henkisen *rauhallinen* ja *hienostunut*. (T)

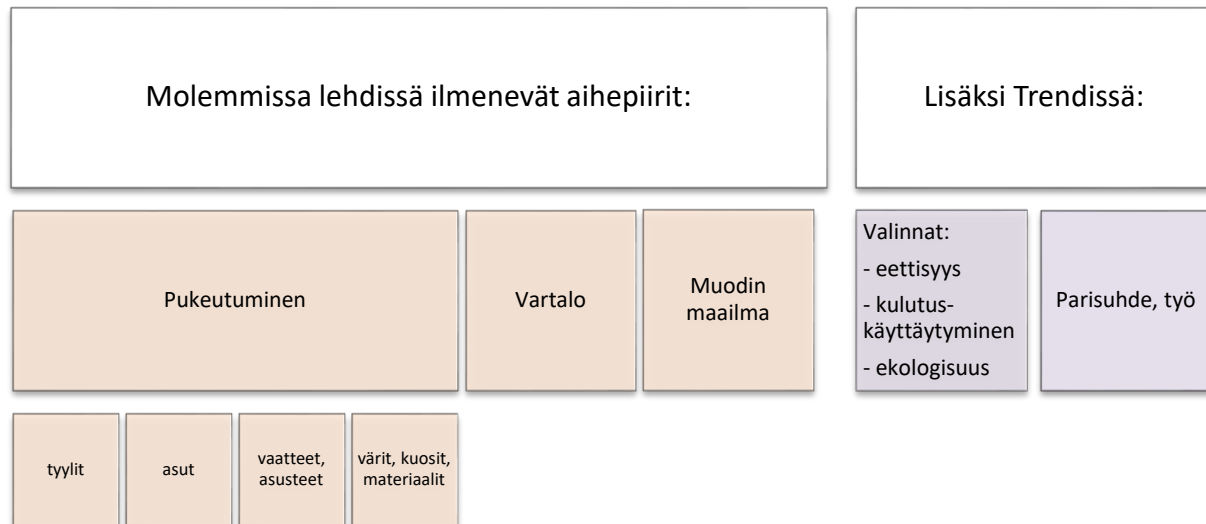
Esimerkiksi sanat *räikeä*, *rosoinen* ja *näyttävä* herättävät hyvin erilaisia, ehkä jopa konkreettisempia mielikuvia kuin sanat *voimakas* ja *kiinnostava*. Tyyliero löytyy myös Demin tavasta luonnehtia trendejä useamman sanan yhdistelmillä: *oranssi henkii kesää ja tuo kaikuja 1990-luvulta, trendikkäin väri tuo energiaa, kukkakuusi tuoksuu 1990-luvulta*.

Muodin sanastoon liittyvät läheisesti erilaiset värit, materiaalit ja kuosit. Molemmat lehdet erittelevät runsaasti näihin kategorioihin liittyvää sanastoa. Erona on, että siinä missä Trendi keskittyy materiaaleihin, Demi korostaa värejä. Demissä väreihin liitetään erityisiä mielikuvaa tehostavia lisäsanoja, joista monet liittyvät ruokaan: *sitruunankeltainen* ja *chilipähkinän värinen*. Myös adjektiiveilla tehostetaan mielikuvaa väreistä: *villit värit*, *energinen oranssi*, *varma harmaa*. Trendissä värien kuvaus on hillitympää. Trendi mainitsee tavallisempien materiaalien, kuten *denimin*, *nahkan*, *puuvillan* ja *collegen* rinnalla myös yleisemmät *pellavan*, *merinovillan* sekä *kašmirin*. Nämä piirteet kuvaavat hyvin lehtien lukijakunnan ikä-eroja: nuoremmalle lukijakunnalle muotia kuvaillaan värikkäästi, vanhemman lukijakunnan tekstiin linkittyä puolestaan tietynlainen laatuun panostaminen. Tämä iän aspekti on havaittavissa lehtien leksikaalisten valintojen eroissa kautta linjan.

Molemmat lehdet nostavat muodin oheen vartalon teeman. Trendi mainitsee monipuolisemmin esimerkiksi *kasvot*, *olkapäät*, *solisluut* ja *kaulan*, Demi puolestaan vain *olkapäät*, *kaulan* ja *vyötärön*. Trendissä puhutaan lisäksi *rinoista* – joihin viitataan leikkisästi myös *tavarana* – sekä *peffasta*. Tavara-sanankäytös liittyy kaupallisuuteen: se on jotain millä on hinta ja minkä voi halutessaan myydä. Kielitoimiston sanakirjan (KS s.v. *tavara*) mukaan tavara-sanaa käytetään ensisijaisesti ’esineistä omistuksen tai kaupan kohteena’. Sanakirja mainitsee viidentenä ja viimeisenä kohtana myös arkikielisen ilmauksen naisen sukupuolielimistä. Sanan käyttö toimii hyvänä esimerkkinä Trendin humoristisesta, paikoittain jopa ironisesta sävystä. Tällainen vitsaileva ote toimii aikuisille suunnatussa lehdessä, sillä aikuinen osaa lukea tekstiä vastakarvaan, muodostamatta kirjaimellisia mielikuvia.

Muodin ytimeen liittyvät läheisesti niin suunnittelijat, merkit, sesongit, mallit kuin muotiesityksetkin. Tämä muotimaailman aihepiiri on vahvasti läsnä sekä Trendissä että Demissä, ja sitä kuvataan hyvin samanlaisilla leksikaalisilla valinnoilla. Molemmissa lehdissä käytetään esimerkiksi sanoja *catwalk*, *malli* ja *suunnittelija*. Merkittävin ero lehtien välillä ilmenee tavassa kuvata henkilöitä, joiden tyylistä otetaan vaikutteita. Trendi käyttää paljon sanaa *tyylimuusa*, kun Demi taas viittaa tällaisiin henkilöihin sanoilla *edelläkävijä*, *tyyli-idoli* ja *tyyli-ikoni*. Erityisesti idoli-sanalla on vahva fanikulttuuriin liitettävä merkitys, jota taas muusa-sanalla ei ole. Kielitoimiston sanakirja (KS s.v. *idoli*) määrittelee idolin ’palvonnan kohteeksi ja ihanteeksi’, ja viittaa esimerkissään juurikin nuorisoon: ”Nykykuorison idolit.” Muusa puolestaan määritellään ’taiteilijan työtä innoittavaksi henkilöksi’ (KS s.v. *muusa*). Tästä voidaan päätellä, että Trendi

kuvaa lukijansa muusa-sanana kautta henkilöinä, jotka ottavat lehdestä vain vaikutteita omaan pukeutumiseensa. Samalla lukija rinnastetaan taiteilijuuteen: lukija luo tyyliään kuin taiteilija taideteosta. Demi puolestaan kuvaa lukijansa idoli-sanana kautta henkilöinä, jotka ehkä kopioivat systemaattisemmin julkisuudenhenkilöiden tyyliä.



**Kuvio 2.** Koonti aineistossa esiintyvistä aihepiireistä.

Iän aspekti näkyy selkeimmin Trendin aiheissa, joita Demistä ei löydy. Trendissä tuodaan parisuhde-aihe koruista kertovaan tekstiin viittaamalla leikkisästi *satuihin, prinssiin ja kosintaan*. Työ-aiheeseen viitataan puolestaan sanoilla *työ, ura ja toimisto* sekä kertomalla henkilöistä, jotka työskentelevät muodin ja kulttuurin parissa. Parisuhteen ja työn rinnalla esitetään myös muita, ajatuksia herättäviä aiheita: Huippumalli Vera von Lehndorffin elämästä kertovassa tekstissä esiintyvät sanat *Hitlerin salamurhahanke, hirttotuomio, loppusota ja työleiri*. Näyttelijä Seela Sellan uudesta työstä kertovassa tekstissä käytetään puolestaan sanoja *suurvallat, konflikti, suru ja selviytyä*. Koru-aiheisen jutun tietolaatikossa esiintyvät sanat *EU-maat, timanttikauppa, konfliktialueet ja veritimantti*. Nämä sanat liittyvät tiiviisti politiikkaan ja historiaan, ja herättävät lukijassa vahvoja tunteita sekä mielikuvia – siksi niistä kirjoittaminen soveltuukin paremmin vanhemmalle lukijakunnalle.

Trendissä käsitellään myös eettisyyttä, kulutuskäyttäytymistä ja ekologisuutta, joita ilmennetään muun muassa sanoilla *budjetti, sijoitusrahasto, ekologisuus, ympäristöystävällisyys*

ja *eettisyys*. Nämä kaikki liittyvät tiiviisti aikuisen naisen elämäntyyliin, rahankäyttöön sekä valintoihin, ja niille voidaankin nimittää yhteinen valintojen hyperonyymi. Myös runsas tuotteista huolehtimisen kuvaaminen (*huoltaminen, helppohoitoisuus, suutari* jne.) liittyy valintoihin.

Poikkeavien aiheiden lisäksi Trendissä esitetään moni asia vastakohtien eli antonymian kautta. Tällaisia rinnastuksia ovat muun muassa *mahdollinen–mahdoton, vanha–ajankohtainen* sekä *huoliteltu–huoleton*. Vastakohtat tuovat tekstiin monitahoisuutta, kuten esimerkissä (4):

- 4) Valkoinen pohjemittainen hame muuttuu maalaisromanttisesta kaupunkiuskottavaksi, kun puet yläosaksi safaripaidan. (T)

Trendissä tekstin seassa on myös englanninkielisiä sanoja ja sanontoja, kuten *bad ass* ja *enemmän boss kuin barbie*. Tällaisilla valinnoilla viitataan nuorekkuuteen, ja vastaavat leksikaaliset valinnat saattaisivat nuoremmille suunnatussa lehdessä vaikuttaa teennäiseltä pyrkimykseltä puhua nuorten tavoin.

Otsikot ovat molemmissa lehdissä lyhyitä, ja sisältävät useimmiten sanaleikin tai viittauksen johonkin yleiseen sanontaan, kuten esimerkeissä (5) ja (6):

- 5) Juuri se oikea (D)  
6) Katse veteen päin (T)

Rantasen (2007: 118) mukaan lyhyet otsikot saattavat olla niukan sisältönsä puolesta ongelmallisia. Lyhytkin otsikko voi kuitenkin olla hyvin monitasoinen, kun se yhdistetään ingressiin ja kuviin (mp.). Tässä piileekin muotiosoiden lyhyen otsikoinnin vahvuus: otsikko, ingressi ja kuvat muodostavat yhdessä toisiaan täydentävän kokonaisuuden. Trendin otsikot vaativat usein enemmän tulkintaa kuin Demin otsikot. Näin on esimerkiksi ihonväristä kokouimapukua esittelevässä väliotsikossa (7) sekä väliotsikossa, jonka teksti neuvoo lisäämään kahden vaatteen yhdistelmään asusteen (8). Trendissä siis myös otsikot ylläpitävät osaltaan lehden humoristista ja ironista kirjoitustyyliä.

- 7) Salaisuus pinnan alla (T)  
8) Kolmen kimppa (T)

## 5.2 Prosessityypit osana kirjoittajan ja lukijan suhdetta

Suhdeprosessityyppejä käytetään molemmissa lehdissä, mutta Trendissä sitä ilmenee hieman enemmän kuin Demissä. Suhdeprosessityypillä muodostetaan yksinkertaisia toteavia lauseita, joiden kautta kirjoittajasta muodostuu asiantunteva, asiansa totena esittävä mielikuva. Samalla luodaan kuva tytöistä ja naisista ohjailun kohteena, ikään kuin he tarvitsisivat neuvoa ulkonäköasioissa. Koska myös Demissä esiintyy tällaisia lauseita jonkin verran, voidaan päätellä, että kyseessä on yleisempi muotiin liittyvä ilmaisutapa. Esimerkit (9) ja (10) kuvaavat Trendin, esimerkit (11) ja (12) Demin suhdeprosessityyppejä:

- 9) Väljä viskoosipaite ja -housut ovat lämpimän sään vilpoinen valinta. (T)
- 10) Parasta on se, että murrettu väri on lempeä kaikille ihonsävyille. (T)
- 11) Tyylikkäämmässä t-paidassa on nyt pyöreä pääntie, väljät hihat ja printitön etumus. (D)
- 12) Ainakin ne ovat erivärisiä ja eripaksuisia ja sopivat silti yhteen. (D)

Trendin suhdeprosessityypilauseissa käytetään myös vertailua kuin-konjunktion avulla, kuten esimerkeissä (13) ja (14). Tällainen vertaileva ote relationaalisessa prosessissa tuo Shoren (2012b: 170) mukaan tekstiin ulkopuolisen havaitsijan.

- 13) Hän on kuin Birkinin ja Bardot'n bad ass siskopuoli. (T)
- 14) Ne ovat kuin rintsikoiden silikonioikaimet: sitä luulee, että kukaan ei huomaa niitä --. (T)

Trendi käyttää materiaalista prosessityyppejä suurin piirtein yhtä paljon kuin suhdeprosessityyppejä. Yleisimmät verbit intransitiivi- ja transitiivilauseissa kuvaavat *saamista* (15), *tekemistä* (16), *tulemista* (17) ja *syntymistä* (18).

- 15) Tunikasta häviää paituli-fiilis ja vajaamittaiset housut saavat uuden ilmeen. (T)
- 16) Maltillinen pohja ja sääreen sidottavat nauhat tekevät kengistä tukevat kävellä. (T)
- 17) Lisäksi siistit housut toimivat hameen tai mekon korvikkeena niin toimistossa kuin juhlassakin. (T)
- 18) Jo kolmesta kaulaketjusta syntyy näyttävä yhdistelmä. (T)

Demissä pääpaino on selkeästi materiaalisissa prosessityypeissä: suurin osa lauseista on joko intransitiivisia tai transitiivisia, ja sisältää verbejä kuten *näyttää* (19), *toimia* (20), *sopia* (21) ja *tulla* (22):

- 19) Yksivärinen silkkiasu näyttää skarpilta, kun työnät paidanhelman housuihin. (D)
- 20) Mekko toimii myös juhlissa. (D)
- 21) Ashley Greenen salitrikoot sopivat myös kaupungille. (D)
- 22) Rosoisesta punkista tulee ylleistä ja trendikästä, kun yhdistelet näitä asioita. (D)

Molemmista lehdistä löytyy myös kolmatta, mentaalista prosessityyppiä – joskin huomattavasti vähemmän kuin kahta muuta tyyppiä. Trendissä tällaisia tunnetta, havaintoa ja tiedontilaa kuvaavia lauseita on muutamia, Demissä puolestaan vain yksi. Trendissä näillä mentaalisen prosessityypin lauseilla on selkeästi lukijaa herättelevä tarkoitus, mikä lujittaa osaltaan kirjoittajan ja lukijan suhdetta. Tämä ilmenee esimerkeistä (23) ja (24).

- 23) Kaipaavatko bleiseri ja farkut jotakin ektraa? (T)
- 24) Jos olet koskaan käynyt uimarannan yleisessä vessassa, ymmärrät tämän vinkin. (T)

Tekijyyttä ja toimijuutta tuodaan lehdissä esiin puhuttelemalla lukijaa suoraan imperatiivilla sekä indikatiivisella yksikön 2. persoonan viittauksella. Trendi käyttää imperatiivia enemmän kuin Demi, indikatiivimuotoista puhuttelua on molemmissa suurin piirtein yhtä paljon. Imperatiivilla luodaan tekstiin neuvoa-antava vaikutelma, kuten esimerkeissä (25), (26), (27) ja (28):

- 25) Lisää tehoa sekoittamalla hopeaa ja kultaa, mausta muutamalla pienellä riipuksella. (T)
- 26) Yhdistä vaikkapa timanttinappikorvikset ja sirot korvarenkaat. (T)
- 27) Muussa tapauksessa valitse seuraksi valkoista ja farkkua. (D)
- 28) Yhdistä kapeisiin farkkuihin tai hameeseen. (D)

Lukijan indikatiivimuotoista sinuttelua esiintyy lehdissä imperatiivia vähemmän – joskin se on monesti yhdistettynä imperatiiviin, kuten esimerkissä (29).

- 29) Pyyhkäise oikealle ja ota haltuun kuusi yhdistelmää, jotka ylläsi näytät hyvältä koko kesän. (T)

Indikatiivimuotoinen puhuttelu tuo tekstiin ystävällisen ja henkilökohtaisen sävyn (Virkkunen 2015: 32). Imperatiiviin yhdistettynä sen voi katsoa pehmentävän lauseen käskevää muotoa. Puhuttelua pehmennetään usein myös erinäisillä lausekontekstin lisäyksillä, kuten esimerkissä (30):

- 30) *Ja mikä parasta*, mustassa mekossa voit mennä mihin tahansa kesäjuhlaan – myös häihin. (T)



Trendi- ja Veli-lehden lukijasuhteiden muodostumista tutkinut Harju (2010: 43) tekee taustaolettamuksen, että kirjoittaja on lehdessä lukijan puolella. Tästä hän puolestaan päätelee, että imperatiivia käytetään enemmänkin kannustavassa opastamisessa kuin varsinaisena käskynä (mp.). Vaikka lukijaa ohjaillaan ja puhutellaan Demissä ja Trendissä suoraan, on ote tuttavallinen sekä ystävällinen. Harjun mukaan (mts. 77–78) Trendin tuttavallinen puhuttelutapa lähentää lukijan ja kirjoittajan suhdetta, ja sitä kautta myös lukijan suhdetta lehteen.

Prosessityyppien toteavalla otteella muodostetaan kuva kirjoittajasta asiantuntijana ja lukijasta passiivisena, apua tarvitsevana seuraajana. Vaikka Trendissä käytetään suhdeprosessityyppiä ja materiaalista prosessityyppiä enemmän kuin Demissä, on siinä myös lukijan tuttavallista, suoraa puhuttelua enemmän. Tällainen puhuttelutapa, erityisesti esimerkin (30) kaltaisiin lisäyksiin yhdistettynä, pehmentää toteavaa kirjoitustyyliä. Sen voi nähdä myös lukijan huomioimisena sekä yksilöimisena. Tämän vuoksi Trendi tulee kirjoitustapansa ansiosta lähemmäs lukijaansa – ja kaventaa samalla kirjoittajan ja lukijan rooleja, toisin kuin Demi.

Suoran puhuttelun lisäksi lehdissä lähestytään lukijaa myös epäsuoralla puhuttelulla passiivin ja nollapersoonan keinoin. Passiivi nostaa esiin toiminnon ja häivyttää tekijän (Räsänen 2006). Passiivia kutsutaan yksipersoonaiseksi: yleensä se viittaa muihin läsnäolijoihin, mutta sitä voidaan käyttää myös puhujan tai kuulijan viittaamisessa. Nollapersoonalla viitataan yleistämisen lisäksi myös puhujan itseensä. (VISK§106.) Passiivin ja nollapersoonan avulla lauseen päähuomio siirtyy tekijästä tekemiseen. Lukijan voi olla myös helpompaa samaistua tekstiin, joka ei kohdennu tiettyyn tekijään tai tekijäryhmään, vaan pysyy yleisellä tasolla ja jättää näin tilaa lukijan tulkinnalle tekijästä. Trendin nollapersoonaisilla ilmauksilla on selkeä yhteys modaalisuuteen, sillä näissä lauseissa käytetään paljon verbejä *saada* ja *voida*. Myös nesessiivisyyttä ilmaiseva *kannattaa* on yleisesti käytössä. (VISK§1348,1352.) Esimerkit (31) ja (32) kuvaavat passiivilauseita, esimerkit (33) ja (34) puolestaan nollapersoonalauseita:

31) Siksi hentoa väriä nähtiin ensin catwalkeilla ja nyt kaupoissa. (T)

32) Hittifarkkuihin on lisätty reilusti koloja, kulutuksia, tikkauksia tai niitä kaikkia. (D)

33) Naarmuille *voi* antaa paikallista kauneushoitoa mehiläisvahalla, vaikeammassa tahroissa *kannattaa* luottaa pesulaan. (T)

34) Sellaisen sisällä toivottaa mielellään tervetulleeksi kylmätkin kesäyöt. (D)

### 5.3 Kompleksit laajentavat ja lisäävät tietoa

Looginen metafunktio jakautuu kahteen osaan: ekspansioon ja projektioon. Ekspansiossa toissijainen lause täsmentää ensisijaista tarkentamalla, laajentamalla tai tehostamalla sitä. (Halliday & Matthiessen 2014: 443.) Projektio on puolestaan referointia eli suoraa tai epäsuoraa esitystä (Shore 2012b: 172). Pääasiassa Trendin ja Demin muotiosioiden kompleksit ovat esimerkkien (35) ja (36) mukaista ekspansiota.

- 35) Ruudut sopivat myös kevyisiin kesävaatteisiin, mutta parhaimmillaan ne ovat paksuissa kankaissa, kuten villahuiveissa ja ponchoissa. (D)  
 36) Kun pitää näyttää siistiltä mutta et halua tinkiä mukavuudesta, valitse tummansiniset farkut, joissa ei ole kulutuspesua. (T)

Projektiota esiintyy vain Trendin Vera von Lehndorffia koskevassa tekstissä sekä *Kauden tapaus* -jutussa, joissa Virpi Mikkosen ja Seela Sellan kuvien yhteyteen on sijoitettu tietolaatikat, joissa käytetään suoraa esitystä, kuten esimerkissä (37):

- 37) ”Ei pidä miettiä, onko jokin mahdollista, vaan miten siitä tehdään mahdollista.” Sanoihin on helppo uskoa, kun ne tulevat hyvinvointiasiantuntija Virpi Mikkosen, 35, suusta. (T)

Referoinnin vähyys on ymmärrettävää, sillä muotiosioiden teksti ei painotu haastateltuun tietoon, eikä sen tarkoituksena ole korostaa yksittäisten ihmisten mielipiteitä muodista. Esitystapa onkin näitä muutamia poikkeuksia lukuun ottamatta yksiäänistä; sen avulla asiat kerrotaan itsestään selvinä ja kiistämättöminä faktoina (Shore 2012b: 172).

Lauseita ja lausekkeita kytketään toisiinsa pääasiassa konjunktioiden avulla. Kytkennät muodostavat osien välille syntaktisia ja semanttisia suhteita. Syntaktisin perustein voidaan erottaa muun muassa rinnastus- ja adverbiaalikonjunktiot. Semanttinen ryhmittely tapahtuu puolestaan sen perusteella, millaisia merkityssuhteita kytkennät muodostavat lauseiden ja lausekkeiden välille. (VISK§812.) Keskityn analyysissäni pääasiassa kytkentöjen semanttisiin suhteisiin, koska ne ovat oleellisia aineistoni merkityssuhteiden kannalta. Yleisesti ottaen kytkentöjä on Demissä huomattavasti vähemmän kuin Trendissä, mutta tämä on osittain liitettävissä myös siihen, että Trendin muotiosioissa on enemmän tekstiä kuin Demin muotiosioissa.

Molemmissa lehdissä suositaan ja-konjunktiota, jolla on additiivisen luonteensa ansiosta

helppoa yhdistellä, rinnastaa ja luetteloida asioita. Mutta-, kun- ja jos-konjunktioita käytetään Trendissä huomattavasti Demiä runsaammin. *Mutta* on kontrastiivinen konjunktio, jolla korostetaan usein entiteettien eroja (VISK§1101). Esimerkit (38) ja (39) kuvaavat tällaisia lauseita:

- 38) Sama kuosi päästä varpasiin luo univormuefektin, joka saa asun näyttämään huolitellulta, mutta tuntumaan huolettomalta. (T)
- 39) Ja ei, timantit eivät ole naisen parhaita ystäviä, mutta ne ovat aikaa kestävä avec. (T)

Lauseet kertovat Trendin tavasta käyttää mutta-konjunktioita tuomaan jo kerrottuun jonkinlainen uusi, eroava näkökulma. Temporaalisen konjunktio *kun* ilmentää lauseiden kuvaamien tilanteiden ajallisuutta suhteessa toisiinsa (VISK§1123). Kun-lauseet ovat selkeästi yhteydessä lukijan puhutteluun, sillä ne esiintyvät usein osana neuvovia virkkeitä, kuten esimerkissä (40):

- 40) Huolettomasta asusta tulee hetkessä huoliteltu, kun piilotat paidan helman farkkujen sisään. (T)

Konditionaalinen *jos* ilmentää puolestaan ehtoa (VISK§1136). Myös jos-lauseet esiintyvät Trendissä lukijan puhuttelun yhteydessä, erityisesti imperatiivilauseeseen kytkettyinä. Tämä ilmenee esimerkeistä (41) ja (42):

- 41) Jos kaapistasi ei tällaista yläosaa löydy, jätä vanhan kauluspaidan hihanapit reilusti auki ja vetäise hihat kyynärpäiden yli. (T)
- 42) Jos kenkien korkolaput ovat muovivia, vaihda ne suutarilla kumisiin, niin koroista tulee kestävämmät ja vähemmän liukkaat. (T)

Lukijan puhuttelusta löytyykin syy Demin vähäisiin kun- ja jos-lauseisiin; Trendi puhuttelee lukijaansa enemmän kuin Demi.

Demissä esiintyy jonkin verran tai-konjunktioita, jota ei käytetä Trendissä ollenkaan. *Tai* on disjunktiiivinen konjunktio, jonka avulla voidaan ilmentää vaihtoehtoisuutta (VISK§1098). Demistä löytyykin esimerkkien (43) ja (44) kaltaisia lauseita,

- 43) Se voi olla ohut ja pehmeä tai paksu ja pantamainen. (D)
- 44) Farkkumekon helma liehuu keveänä, mutta toisaalta denim voi olla jäykkää ja tummaa. (T)

joilla annetaan lukijalle vaihtoehtoja puheessa olevaan vaatteeseen tai asusteeseen liittyen. Tästä voidaan päätellä, että lukijaan vaikutetaan hyvin epäsuorasti; lukijan puhuttelu on piilotettu virkerakenteisiin toisin kuin Trendissä.

Suurin ero lehtien kytkennöissä ilmenee relatiivilauseiden käytössä. Relatiivilauseella voidaan joko rajata ja tarkentaa tai lisätä ja kuvailla, ja yleisimmin sitä käytetään substantiivin tai pronominin määrittäen (VISK§1164, 1165). Trendissä käytetään runsaasti joka-pronominilla ja sen varianteilla alkavia sivulauseita, Demissä nämä ovat puolestaan vähiten käytettyjen joukossa. Esimerkit (45) ja (46) ilmentävät Trendin suosimia kytkentöjä:

- 45) Ainoat korolliset kengät, jotka näyttävät ja tuntuvat järkevilta rantahiekassa, ovat juuttipohjaiset espadrillokset. (T)
- 46) Laforêt'n tärkeimmät asusteet olivat tupakka ja kajal-kynä, jolla hän teki koko silmämeikkinsä luomivärin sijaan. (T)

Tällainen relatiivilauseiden suosiminen kertoo osittain siitä, että Trendin ote on kertovampaa ja kuvailevampaa kuin Demin.

Lisäyksiä voidaan tehdä tekstiin myös siten, että ne erotetaan muusta lauseesta tai lausekkeesta välimerkeillä (VISK§1052). Tällaiset lisäykset tuntuvat oleva varsin yleisiä sekä Trendissä että Demissä – molemmissa käytetään sekä ajatusviivaa että kaksoispistettä lisäysten yhteydessä. Trendissä kaksoispistettä ilmenee huomattavasti runsaammin kuin Demissä. Välimerkkien käytöllä tekstistä saadaan tiiviimpää ja ytimekkäämpää, mikä palvelee tekstilajia, ja tuo tekstiin myös vivahteikkautta, kuten esimerkeissä (47) ja (48):

- 47) Ruotsalaiset osaavat: The Case Factory valmistaa kännykän kuoria laatunahoista. (T)
- 48) Emma Robertsin farkut ovat kesän kuumimmat: lyhyet ja levenevät. (D)

## 6 TYTÖILLE JA NAISILLE KIRJOITTAMISEN YHTÄLÄISYYDET JA EROT

Aikakauslehtien kielestä ei voida muodostaa yleispäteviä sääntöjä, sillä kunkin lehden kohderyhmä määrittelee lehdessä käytetyn kielen rajat. Pääsääntö on, että kielen tulee olla mahdollisimman yksiselitteistä. (Töyry, Rätty & Kuisma 2008: 92.) Demin ja Trendin muotiosioissa ilmenevien kielellisten yhtäläisyyksien ja erojen kautta voidaan kuitenkin hahmotella kokonaiskuva tyttöjen- ja naistenlehtien tavasta kirjoittaa muodista. Tällaiseen kokonaiskuvaan olen pyrkinyt muodostamalla tutkimustulosteni perusteella neljä keskeistä kategoriaa Demin ja Trendin kirjoitustapoihin liittyen.

### 6.1 Miltä tulisi näyttää

Trendi erittelee muotiosioissaan enemmän vaatteita, ja muodin piiriin liitetään myös asusteet, korut sekä meikit. Naisille siis luodaan monipuolisempi kuva pukeutumisesta, tyylistä ja muodista kuin tytöille. Tämä pohjautuu osittain Trendin asemaan muotilehtenä, mitä Demi ei puolestaan ole. Ei voida kuitenkaan sivuuttaa myöskään kaupallisuuden aspektia. Naisilla katsotaan yleisesti ottaen olevan varaa tuhlata kuluttajina enemmän kuin tytöillä, ja siksi tällainen vanhemman lukijakunnan lehtien runsas tuotteistaminen saattaa olla kannattavampaa.

Molemmissa lehdissä esiintyy erittelyn lisäksi kuvailua, joka perustuu suurelta osin adjektiivien käyttöön. Demissä kuvailu on hieman yksinkertaisempaa kuin Trendissä. Trendin kertova ote perustuu puolestaan muun muassa relatiivilauseiden runsaaseen käyttöön. Myös semanttisilla suhteilla, esimerkiksi kontrastiivisuudella, tuodaan tekstiin uusia puolia ja eroja. Yksi erittelyn ja kuvailun kautta vahvasti esiin nouseva representaatio on tietynlaisen ulkonäön saavuttaminen. Esimerkiksi molemmissa lehdissä käytetyt samat adjektiivit *rento*, *skarppi*, *ylellinen* ja *klassinen* kertovat paljon tämänhetken muoti-ihanteista ja laajemmin katsottuna näyttävät suunnan sille, miltä tyttöjen ja naisten tulisi näyttää.

Muodista kerrottaessa suureen rooliin nousevat kuvat, kuvatekstit tuotetietoineen sekä mainonta, jotka muodostavat multimodaalisen kokonaisuuden yhdessä varsinaisen tekstin kanssa.

Vaikka olen rajannut nämä piirteet kokonaan aineistoni ulkopuolelle, on syytä mainita, että muun muassa kuvat osallistuvat vahvasti muotiosioista kumpuavien representaatioiden muodostumiseen. Rantasen (2007: 10) mukaan aikakauslehdissä puhutellaan lukijaa sekä verbaalisesti että kuvallisella kielellä. Tekstin ja kuvan suhde on hyvin kiinteä, ja sen avulla pyritään ohjailemaan lukijan mielikuvia haluttuun suuntaan (mts. 19). Valppaan tutkimuksessa (2010: 50) käy ilmi, että nuoret arvostavat korkeatasoisia muotikuvia ja sellaisia vaatteita, joita voisi nähdä myös Trendissä tai muissa muotiin painottuneissa lehdissä. Tämä kertoo siitä, että nuoret ihannoivat aikuisille suunnattujen lehtien muotisisältöä, ja toivovat saavansa lukea samantyyppisiä juttuja myös omanikäistensä lehdistä.

## 6.2 Pirteitä tyttöjä, hauskoja naisia

Muun muassa väreistä ja materiaaleista kirjoittaminen luo omanlaisen kuvansa lehden lukijakunnasta. Demissä voimakkaat värit edustavat pirteyttä, hauskuutta ja elinvoimaa. Trendissä puolestaan maanläheiset värit assosioituvat rauhallisuuteen, ja muodostavat laadukkaisiin materiaaleihin yhdistettynä kuvan hillitymmästä ja laadukkaammasta tyylistä.

Demi ei korosta muotiin liittyen naisen ruumiinosia samalla tavalla kuin Trendi. Tämä voi kertoa osaltaan siitä, että muoti halutaan pitää erillään kehonkuvasta. Lehdessä on varmasti myös osioita, joissa kasvavalle nuorelle kirjoitetaan esimerkiksi rinnoista – tämä tehdään kuitenkin erillään muodista. Jos Demissä kuvattaisiin rintoja Trendin tapaan *tavarana*, saatettaisiin naisen vartalosta antaa väärä viesti kasvavalle nuorelle, sillä tavara-sana liitetään herkästi kaupallisuuteen. Naistenlehdessä tällaiseen viittaukseen törmätessä mielikuva ei kuitenkaan ole välitön, vaan naiset osaavat tulkita tekstin humoristiseksi. Humoristinen ote ilmenee Trendissä jo otsikoissa, jotka viittaavat usein sanaleikkien kautta tekstin ja kuvien sisältöön. Myös Harjun (2010: 47) mukaan hauskuus on keskeinen piirre Trendin teksteissä, ja se vahvistaa osaltaan lukijasuhdetta. Kaiken kaikkiaan voidaan todeta, että hauskuus on tärkeässä roolissa molempien lehtien muotiosioissa. Demissä kyseinen piirre nousee esiin pukeutumisen kautta keveytenä ja pirteytenä, Trendissä puolestaan kirjoittajan vitsailun kautta humoristisena otteena.

### 6.3 Aktiivinen nainen, passiivisempi tyttö

Molemmat lehdet tarjoavat malleja pukeutumiseen liittyen, mutta tämä tehdään eri tavoin. Käytetyissä sanoissa *idoli* ja *muusa* on merkittävä konnotaatioero. Tästä voidaan päätellä, että nuorien tyyliille tarjotaan suurempi suunta idoli-sanalla, kun taas muusa-sanalla annetaan vanhemmille lukijoille vapaus ottaa oman maun mukaan vaikutteita jo muodostuneeseen tyyliin. Demissä listataan myös konkreettisemmin esitellyn trendin yhteydessä, mistä vastaavia tuotteita voi ostaa. Lisäksi *Kopioi tyyli* -aukeamalla neuvotaan yksityiskohtaisesti, millaisia tuotteita yhdistelemällä voidaan muodostaa samantyyllisiä asukokonaisuuksia kuin katutyylitähdillä on kuvissa yllään. Näiden piirteiden kautta Demin lukijasta muodostuu Trendin lukijaa passiivisempi, tarkkoja ohjeita tarvitseva ja noudattava mielikuva. Myös Tormulainen (2010: 110) toteaa tyttöjen toimijuuden ja aktiivisuuden olevan vähäistä Demin muotijutuissa. Samoilla linjoilla on Luukka (2003: 27), jonka mukaan toimijarooleja ilmaistaan lehdessä lähinnä passiivin tai yksipersonaisten ilmausten avulla. Luukka huomauttaakin, että Demin tytöt ovat toiminnallisimmillaan käskylauseissa (mts. 27–28).

Erottavin tekijä lehtien muotiosioissa on, että Trendi ei pysyttele Demin tavoin vain muodin pinnallisissa piirteissä, vaan sukeltaa huomattavasti syvemmälle. Trendin syvällisemmät aiheet tuovat muodin sekaan kontrastia, kun muoti kuvataan vaatteita ja pukeutumista laajempänä kokonaisuutena. Lukija nähdään muodin suhteen tiedonhaluisena. Lisäksi lehdessä muodostetaan lukijasta työn, budjetin, ekologisuuden ja kulutuspäätösten kautta hyvin aktiivinen kuva. Vaikka kuluttaminen on edelleen tärkeä osa naiseutta, sen rinnalle nousevat myös laatuun panostaminen, tekstiilien huoltaminen sekä kierrättäminen. Nämä aiheet tuovat perinteisen kulutuskeskeisyyden rinnalle uudenlaisia, harkintaan liittyviä teemoja.

### 6.4 Näkyvä kirjoittaja ottaa naiset huomioon

Luukka (2003: 36) korostaa kielen perusluonteen dialogisuutta: vaikka lehtitekstit olisivatkin näennäisesti monologisia, ne kutsuvat tästä huolimatta lukijoita vuorovaikutussuhteeseen kanssaan. Tämä tehdään puhumisen, puhuttelun ja erilaisten lukijapositionien rakentamisen

kautta (mp.). Sekä Trendissä että Demissä kerronta perustuu yksiiäniseen otteeseen. Tällainen kirjoitustapa esittää tiedon objektiivisena totuutena (Shore 2012b: 176). Tämä ei ole tavatonta, sillä muotijournalismi on tavallista journalismia subjektiivisempaa – se nojaa kirjoittajan omiin tulkintoihin ja käsityksiin tavallista journalismia enemmän (Piilonen 2013: 6). Paljon käytetyllä suhdeprosessityypillä muodostetaan yksinkertaisia, toteavia lauseita. Myös tämä korostaa edellä mainittua, sillä toteavien lauseiden kautta kirjoittajasta muodostuu asiantunteva, asiansa totena esittävä mielikuva. Samalla lukija nähdään neuvoja tarvitsevana kohteena. Demissä korostuvat materiaaliset prosessityypit, joiden avulla määritellään käsiteltäviä aiheita. Myös Luukka (2003: 24) huomioi Demin tavan hahmottaa tyttöjen maailmaa määrittelyn kautta. Relationaalisilla prosesseilla kuvataan lehdessä muun muassa rakkautta, terveyttä ja kauneutta. Luukka toteaa, että määrittelyn ja kuvaamisen avulla maailmasta muodostuu hallittava kokonaisuus. (Mts. 24, 29.)

Kuten olen jo tutkielmani alussa maininnut, Töyryn (2005: 60, 97–98) mukaan lehdet pyrkivät luomaan yhteisön lukijoidensa kanssa muun muassa intiimeillä tekstimuodoilla sekä dialogisuudella. Lukijaa puhutellaankin sekä Demissä että Trendissä epäsuorasti passiivia ja nollapersoonaa käyttäen sekä suorasti imperatiivia ja indikatiivia käyttäen. Trendissä ilmenee suoraa puhuttelua kuitenkin huomattavasti enemmän kuin Demissä, ja sen voidaan katsoa yksilöivän lukijaa. Tällainen yksilöivä ote lähentää lukijan suhdetta toimittajaan ja sitä kautta myös lehteen. Temporaalisilla ja konditionaalisilla kytkennöillä on selkeä yhteys puhutteluun, sillä ne yhdistävät usein imperatiivia ja viittausta indikatiivin 2. persoonaan. Mentaalisen prosessityypin lauseilla on Trendissä lukijaa herättelevä tarkoitus: lukijalle ei anneta vain suoria ohjeita, vaan hänet otetaan tekstiin mukaan. Myös tällä tavalla kirjoittajan ja lukijan välille muodostuu selkeämpi yhteys. Harjun (2010: 76–78) mukaan lukijan tuttavallinen puhuttelu sekä toimittajan näkyminen lehden sivuilla ovat keskeisiä Trendin piirteitä. Harju toteaa, että nämä ovat tärkeässä osassa siinä, kuinka lehti rakentaa suhdettaan lukijaan ja sitouttaa tämän lehteen. Toimittaja esiintyy samanhenkisyyden kautta kanssasisarena, mutta myös käyttäytymismalleja esittelevänä esimerkkinä, joka tietää esimerkiksi muodista lukijaa enemmän. (Mp.)

Demissä ohjaileva ote on piilotettu toteavan tekstin sekaan, ja se näyttäytyy esimerkiksi vaihtoehtoisuutena, tarkkojen vaate- ja asustevaihtoehtojen listaamisena sekä fanikulttuurin kautta. Myös Luukka (2003: 33–34) toteaa Demin juttujen koostuvan pääosin toteamuksista, joilla asemoidaan kirjoittaja tiedon jakajan rooliin; väitteet esitetään pääosin varmoina ja yleistettävänä totuuksina. Toisin kuin omassa aineistossani, Luukan aineistossa ilmenee runsaasti



myös käskyjä ja kehotuksia (mp.). Valppaan (2010: 48) tutkimuksesta käy ilmi, että vielä vuonna 2010 Demin lukijoita ärsytti lehden liian selvä tapa ohjata ja valistaa lukijaa. Puhuttelua pidettiin myös ylhäältä alaspäin suuntaavana, ja lukijoista saattoi tuntua, että kirjoittaja yleistää omia mielipiteitään liikaa (mts. 27). Myös monet Erkon (2009: 88) haastattelemista tytöistä kokivat lehden korostetun ohjailevuuden ärsyttävänä. Tässä voi olla yksi syy siihen, miksi Demin muotiosiossa ei puhutella lukijaa nykyään kovinkaan paljoa. Tarkemman tutkimustiedon puuttuessa ei voi kuin arvailla, mutta voisi myös olettaa, että nuoret tuntevat helpommin selkeästi ohjailevan tekstin holhoavana ja valistavana – ikään kuin lehteen painettu olisi ainoa totuus, eikä nuorella saisi olla omia mielipiteitä. Aikuiset osaavat ehkä tässäkin suhteessa lukea tekstiä hieman vastakarvaan, välittämättä puhuttelevasta otteesta samalla tavalla.

## 7 PÄÄTÄNTÖ

### 7.1 Tulkinta ja johtopäätökset

Tutkimukseni tarkoituksena on ollut selvittää, millaisia eroja tyttöjen- ja naistenlehtien kielellisissä valinnoissa on, ja miten lehtien luomat representaatiot tytöistä ja naisista eroavat toisistaan. Aiempien tutkimusten perusteella (Luukka 2003; Valpas 2010) alustava hypoteesini oli, että lehtien kielissä ilmenee suuriakin eroja. Näin ei voida kuitenkaan todeta – ainakaan tutkimalla pelkästään lehtien muotiosioita. On totta, että näissäkin osioissa on merkittäviä eroja, mutta erot eivät ilmene niin selkeästi esimerkiksi sanavalinnoissa kuin vaikkapa Luukan (2003) tutkimuksessa. Asiaan vaikuttavat niin ajallinen ja kulttuurinen konteksti kuin tutkielmani rajauskin.

Jo nopea vilkaisu Demin teksteihin osoittaa, että lehti on muuttunut kirjoitustyyliältään huomattavasti sitten Luukan (2003) tutkimuksen: lehti ei sisällä enää esimerkiksi pääkkäri-, safka- tai musa-nimisiä osioita, joita Luukka havaitsi tutkimuksessaan. Luukka toteaa kysymyspalstojen vastauksien pohjalta, että kirjoittaja käyttää jopa stereotyyppisempää nuorten kieltä kuin tytöt itse viesteissään (mts. 32). Tällaisia kielellisiä valintoja ei ole havaittavissa omassa aineistossani. Tutkimukseni rajaus on otettava myös huomioon, sillä muotiosiot antavat vain hyvin kapean kuvan koko lehden tyylistä. Esimerkiksi Demin ihmisiin ja suhteisiin liittyvissä osioissa saatetaan käyttää hyvinkin paljon muotiosiota poikkeavaa kirjoitustyyliä. Koska Trendin muotiosio sisältää enemmän tekstiä sekä laajemmin erilaisia aiheita, voidaan olettaa, että osio antaa sellaisenaan tarkemman kuvan koko lehden kirjoitustyylistä kuin Demin muotiosio. Lisäksi on muistettava, että naistenlehdillä on yleisesti ottaen melko vakiintunut tapa kirjoittaa muodista. Elleä, Gloriana, Trendiä ja Oliviaa opinnäytetyössään vertaillut Piilonen (2013: 46) toteaa, että muotilehtien otsikot ja ingressit ovat hyvin samantyyllisiä. Kuvatestit sisältävät puolestaan vaihtelevasti tuotetietoja, tuotteeseen liittyvillä mielikuvilla leikittelyä, pukeutumisvinkkejä sekä erilaisia huomiotekstejä (mp.). Tämä saattaa osaltaan vaikuttaa siihen, että myös Demin ja Trendin muotiosiot muistuttavat toisiaan enemmän kuin lehtien muut osiot.

Kuten olen jo aiemmin todennut, tyttöjen- ja naistenlehdet ovat hyvä esimerkki kielen ja kulttuurin sitoutumisesta ja vaikutuksista toisiinsa. Siivosen (2006: 243) mukaan lehtien naiskuvissa on eroja, ja lehdet, juttutyypit sekä jutut muodostavat tässä suhteessa kirjon. Juuri tästä syystä lehtien kirjoitustapoja onkin hedelmällistä tutkia. Oletin lähtökohtaisesti, että tutkimustulokseni johtavat tyttöyttä ja naiseutta rakentaviin representaatioihin. Tutkimustulosteni pohjalta muodostuikin neljä kategoriala, jotka kertovat tytöille ja naisille kirjoittamisen eroista ja yhtäläisyyksistä. Nämä aiemmassa luvussa avaamani kategoriat liittyvät ulkonäkökeskeisyyteen, hauskuuteen, lukijan aktiivisuuteen sekä kirjoittajan ja lukijan suhteeseen.

Tutkielmani alussa esitin, että lehtien jutut kuvastavat aiheineen, teksteineen ja kuvineen konseptin oletettua lukijakuntaa ja heidän maailmankuvaansa. Rantasen (2007: 48) mukaan lehden onkin viestittävä sitä maailmaa, jota lukija edustaa. Sekä Demi että Trendi tuntuvat kirjaimellisesti elävän ajatuksesta, että naissukupuoli haluaa kuluttaa ja näyttää hyvältä. Molempien lehtien muotiosiot luovat ajankohtaisilla trendeillään ja vinkeillään kuvan tiiviisti aikaansa seuraavasta lukijasta. Hyvältä näyttäminen nousee keskiöön, mutta tämä tapahtuu kuitenkin täysin lukijan omilla ehdoilla: teksteissä ei viitata esimerkiksi miessukupuoleen, jota tulisi miellyttää, vaan lukija tekee valintoja enemmänkin itseään miellyttääkseen. Lehdet hyödyntävät keveyttä ja hauskuutta lukijasuhteen muodostamisessa. Suurimmat erot lehtien muotiosioissa liittyvät Trendin tarjoamaan laajempaan maailmankuvaan. Töyryn (2008: 29) mukaan lehdet keskittyvät aiheisiin, joissa lukijoilla oletetaan olevan valtaa, ja siksi vanhemmalle lukijakunnalle kirjoitetaankin herkemmin esimerkiksi perheestä, työstä ja politiikasta.

Aineistossa ilmenevien yhtäläisyyksien ja erojen kautta voidaan muodostaa kuva lehtien muotiosioiden työistä ja naisista. Muotiosiossaan Trendi rakentaa kuvan aikuisesta naisesta, joka haluaa tyyliään paljon ja on valmis panostamaan laatuun, mutta tekee myös harkittuja valintoja budjetti sekä ekologisuus mielessään. Kulutuskeskeisyys ei ole enää ainoa ihannoitava asia. Trendi antaa lukijalleen laajoilla aiheillaan paljon ajateltavaa muotiin liityen, mutta kirjoittaa toisaalta asioista pilke silmäkulmassa. Tämä luo kuvan naisesta, joka on kiinnostunut myös muotimaailman kääntöpuolesta, mutta ei ota silti kaikkea, tai ainakaan itseään, liian vakavasti. Trendissä jo sanaston tasolla ilmenevä runsas vastakohtaisuus jatkuu näin myös laajemmin, muodostaen tämän ajan naisesta vahvan kuvan. Kyse ei ole siitä, etteikö nainen tietäisi mitä haluaa, vaan siitä, että nainen saa – kaikessa vastakohtaisuudessaankin – olla mitä haluaa. Jokihaara (2012: 70–73) on päätenyt tutkimuksessaan hyvin samankaltaiseen tyypittelyyn.

Jokihaaran mukaan Trendin pääkirjoitusten ja kolumnien nainen on itsenäinen, joko sinkku tai parisuhteessa, ja sosiaalisesti aktiivinen. Nainen seuraa omaa aikaansa: hän on ympäristötietoinen, kiinnostunut yhteiskunnallisista ilmiöistä ja pitää itsestään huolta. Hän hallitsee myös elämäänsä, on rohkea, itsevarma sekä älykäs. Hän saa halutessaan olla perinteinen naisellinen nainen, mutta toisaalta hän ei ole stereotyyppinen naisellinen nainen. Hänessä yhdistyvät feminiinisyys ja maskuliinisuus, eivätkä tällaiset määritelmät rajoita häntä. (Mp.)

Vaikka tytöille kirjoitetaan pääsääntöisesti hyvin samalla tavalla kuin naisille, pienetkin erot vaikuttavat suuresti tyttöyden muodostumiseen. Myös tyttöjen maailma maalataan hyvin muotikeskeiseksi; tytöille luodaan muodista kuitenkin ohuempi ja täsmällisempi kuva kuin naisille. Sen sijaan, että tytöille annettaisiin ajateltavaa, heille luodaan raamit tietynlaisten tyylien toteuttamiseksi. Lukijaa ohjailtaan valintojen tekemisessä, vaikka sitä harvemmin suoraan tekstin tasolla ilmaistaankaan. Myös tytöistä muodostuu sanavalintojen kautta ylellisyyteen tähtäävä kuva, kuten naisistakin. Demissä ylellisyys nähdään kuitenkin enemmänkin siistin tyylin piirteinä kuin laadukkuutena ja hinnakkuutena. Tekstissä ei ole samanlaista pilke silmäkulmassa -otetta kuin Trendissä, mutta Demissä tytöistä muodostuu hauska, nuorekas ja raikas kuva asuvinkkien ja vaatevalintojen räiskyvyyden, energisyyden ja värikyyden kautta. Demi-tyttö on kuin Trendi-naisen pikkusisko: samalla tavalla muodin maailmasta kiinnostunut, mutta ei ihan vielä valmis miettimään timanttikaupan eettisyyttä tai vaivaamaan päätään nahkatakkin huolto-ohjeilla – tai hymähtelemään lehden viittauksille kolmen kimpasta.

Lehdet voidaan nähdä kepeänä ja viattomana vapaa-ajan tilana, tyttöjen ja naisten omana maailmana, johon liittyen he voivat tehdä valintoja ja poisvalintoja. Toisaalta lehdet peilaavat myös aikamme ja kulttuurimme tyttö- ja naiskuvaa, muodostaen raamit tyttöyden ja naiseuden ihanteista. Näin lehtien voidaan ajatella esittävän vaatimuksia siitä, millaisia tyttöjen ja naisten tulisi olla. Kun tätä ajatusta jalostetaan, lehtien voidaan katsoa jopa alistavan naissukupuolta luomillaan representaatioilla (Siivonen 2006: 231). Poikolainen (2009: 41) toteaa, ettei täydellistä naistenlehden naiseutta voi koskaan saavuttaa. Naistenlehtien ristiriitaisuutta onkin kritisoitu paljon: lehdet muodostavat ristiriitaisen naiskuvan kirjoittamalla itsetunnon vahvistamisesta, esittämällä kuvia upeista julkisuudenhenkilöistä, tarjoamalla vinkkejä bikinikunnan saavuttamiseksi ja toisaalta kehottamalla nauttimaan elämästä uusia leivontareseptejä testaten. Yksi ristiriitaisimmista piirteistä on se, että naistenlehdet yrittävät saavuttaa auttavan ystävän aseman naisen elämässä, mutta kaiken takana on silti kaupallisuus. Lehdistä yritetään tehdä

tämän ystävyysaseman kautta yhä myyvämpiä, jotta muodostettaisiin yhä pysyvämpiä lukijasuhteita – ja lehdillä tuotettaisiin yhä enemmän rahaa. Töyryn (2005: 313) mukaan naistenlehtien sisältö, muoto ja tyyli luodaan nimenomaan tavoitteellisesti, jotta muodostettaisiin kestäviä lukijasuhteita, ja varmistettaisiin tämän kautta myös lehden sarjallisuus.

Demin käyttöarvoa tutkinut Erkko (2009: 88) toteaa, että tytöt ovat huomioineet Demin tuottaman ristiriitaisuuden. Haastatellut tytöt kokivat tärkeäksi esimerkiksi sen, että lehti antaa luvan innostua kevyistä tyttöjen aiheista. Samalla he kuitenkin pohtivat, pyritäänkö meikkivinkeillä helpottamaan nuoren elämää, vai pikemminkin kehottamaan nuorta parantelemaan itseään. (Mts. 87–88.) Tormulaisen (2010: 117) mukaan Demi on koko lehden historian ajan sisältänyt monenlaista tyttöyttä – niin kaikenkattavaa kuin ristiriitaistakin. Avainasemassa hänen mukaansa ovat asenne ja oma itsenäinen ajattelu (mts. 119). Erkko (2009: 59) toteaa, että juurikin Demin asenne oli hänen tutkimuksessaan useiden haastateltujen mieleen: tytöt kokivat, ettei lehti pyytele anteeksi tyttöyttä. Tormulainen (2010: 119) esittää kuitenkin, että nämä Demin asennetta ja omaa ajattelua korostavat representaatiot kompastuvat usein pinnalliseen kulutustyttöyteen tai romanttista rakkautta etsivään tyttöyteen.

Tyttöjen- ja naistenlehdet luovat sisällöillään hyvin monipuolisia representaatioita lukijoistaan. Tällainen tyttöyttä ja naiseutta monitahoisesti rakentava ote tuntuukin olevan samanaikaisesti sekä lehtien hyve että pahe: lehdistä innostutaan, mutta samalla ne nähdään monesti liian vaativina. Siivonen (2006: 243) perustelee naistenlehtien viehätysvoimaa sillä, että naiskuva on yhtä laaja kuin lehtien lukijakuntakin. Naistenlehtien kirjo tarjoaa laajan samaistumisinnan lukijoiden kokemalle todellisuudelle. Lukija on aktiivisessa roolissa, ja lehtien tapaan myös hänen tarpeensa voivat olla ristiriitaiset: lukija voi olla samaan aikaan esimerkiksi tiedon- ja nautinnonhaluinen tai kriittinen ja innostunut. (Mp.) Tämä näkökulma onkin huomioitava tyttöjen- ja naistenlehtien tutkimuksessa. Lehdet luovat monitahoisen kuvan tyttöydestä ja naiseudesta, mutta sitähän tyttöys ja naiseus juuri onkin – monitahoista. Ajatusta korostaa myös Fairclough (1997: 51) kirjoittaessaan, että tekstien ja yhteiskunnan sekä kulttuurin suhde toimii dialektisesti. Tekstit kertovat yhteiskunnastamme, mutta ne myös muotoilevat sitä ja kulttuuriamme, joko uutta luoden tai vanhaa uusintaen. (Mp.) Myös Laukkanen ja Mulari korostavat tätä piirrettä viitatessaan tekstissään Driscollin ajatukseen representaatioiden ja kulttuuriteorian kiinteästä yhteydestä: representaatiot ja kulttuuriteoria ovat jatkuvassa

vuoropuhelussa keskenään, ja siksi niitä ei voi irrottaa toisistaan. (Laukkasen & Mularin 2011: 178 mukaan Driscoll 2002.)

Luvussa 3 olen tuonut esille SF-teorian perusajatuksia, kuten sen, että kieli nähdään perusluonteeltaan sosiaalisena. Merkitykset muodostuvat vuorovaikutustilanteissa, ja siksi kieltä ei pyritä kuvaamaan vain rakenteellisesti – kielellisten valintojen systematiikan kuvaaminen on teoriassa olennaista (Luukka 2000: 138). Kun kieli nähdään osana sosiaalisia käytänteitä, korostuu samalla myös ajatus kielestä osana yhteiskuntaa (Pietikäinen 2000: 199). Näin ollen kielen analysointi mahdollistaa myös sen välittämien merkitysten tarkastelun yhteiskunnallisella tasolla. Pietikäisen (mts. 191) mukaan kielen merkitys on korostunut nyky-yhteiskunnassa; sen luonne on medioitunut. Kieli on väline, jota käytetään yhä voimakkaammin haluttuun lopputulokseen pääsemiseksi (mp.). Tästä syystä juurikin median tuottamia tekstejä on mielenkiintoista tarkastella laajempien kulttuuristen muutosten havaitsemiseksi. Töyry (2006: 208) muistuttaa, että lehtikonsepteihin sisältyy erilaisia lajityypillisiä tapoja käsitellä aiheita, minkä vuoksi lehtien pohjalta on haastavaa tehdä päätelmiä laajemmista kulttuurisista muutoksista. Demin ja Trendin muotiosoiden pääpiirteittäinen samankaltaisuus kuvastaa kuitenkin osaltaan sitä, että tyttökuulttuuri on lähentynyt vuosien kuluessa naiskuulttuuria. Lehdet osallistuvat myös aktiivisesti kulttuurien muovaamiseen ja ovat näin osa nykyaikaista median valta-asemaa.

## 7.2 Tutkimuksen arviointi ja jatkotutkimusideat

Kuten olen jo aiemmin todennut, Shoren (2012b: 171–172) mukaan metafunktioihin perustuvalla analyysillä voidaan tarkastella variaatiota niin tekstilajin sisällä kuin tekstilajien välillä. SF-teoriaa ei siis käytetä ennakkokäsitysten vedenpitävyyden todistamiseksi, vaan tilaa jätetään variaation mahdollisuudelle (mp.). Tästä syystä metafunktionaalinen analyysi on sopinut tutkimukseeni erinomaisesti, sillä alusta lähtien on ollut selvää, että tyttöjen- ja naistenlehdissä on tekstilajin sisäisiä eroja. En ole pyrkinyt ideationaalisen metafunktion käytöllä tyhjentävään aineiston kuvaukseen, mikä on ollut Shoren (2012a: 156–157) mukaan laajemminkin yleinen piirre suomalaisessa metafunktioihin perustuvassa tutkimuksessa. Kuten Shore (mp.) toteaa, SF-teoria on metafunktioineen varsin kattava, mutta sitä voi hyödyntää myös kapea-alaisemmin

suhteuttamalla teorian omaan tutkimukseen sopivaksi. Koen, että SF-teoria ja varsinkin sen ideationaalinen metafunktio ovat tarjonneet sopivan kehikon lehtien kieliaineksen tutkimiseen. Aluksi tarkoituksenani oli keskittyä vain lehtien sanavalintoihin, mutta aineiston lähempi tarkastelu osoitti, että lehdissä piilee poikkeavuuksia myös sanatasoa syvemmillä. Siksi päädyin ottamaan myös lauserakenteet sekä kompleksit mukaan tutkimukseeni. Tämä osoittautui hyväksi päätökseksi – vaikkakaan aina ei ollut ihan yksiselitteistä, millaisia päätelmiä voi tehdä esimerkiksi kompleksitasolla ilmenevistä eroista.

Aineiston rajauksella on ollut varmasti merkittävä vaikutus tutkimustuloksiini, sillä kuten olen jo aiemmin maininnut, muodista kirjoitetaan lehdissä hyvin vakiintuneeseen tapaan. Siksi muiden osioiden valinta tai aineistoon lisääminen olisi tuottanut todennäköisesti erilaisia tutkimustuloksia. Olen edelleen myös sitä mieltä, että kokonaiset lehtiaineistot olisivat olleet tutkimuksen kannalta hedelmällisimmät, sillä tällöin olisi saatu kunnollinen kokonaiskuva lehtien kielellisestä tyylistä – ja vertaileminenkin olisi ollut luotettavampaa. Päädyin kuitenkin valitsemaan juuri muotiosiot aineistokseni tietoisesti siitä syystä, että ne muistuttivat lehdissä eniten toisiaan ja lisäsivät ehkä siksi osittain tulosten luotettavuutta. Tästä syystä jätin kokonaan myös Trendin muotiosioihin kuuluvan *Minun tyylini* –jutun pois aineistosta; se poikkesi kertovana henkilökuvauksena huomattavasti Demin muotijutuista, ja olisi lisäksi laajentanut Trendin osalta aineistomäärää rajusti. Ilman kyseistä juttuakin Trendi tarjosi tekstipainotteisuutensa vuoksi laajemman aineiston kuin Demi, vaikka molempien lehtien osioissa oli suurinpiirtein sama sivumäärä.

Aineiston rajaamisen lisäksi myös kirjallisuuden rajaaminen osoittautui paikoitellen haastavaksi tyttö- ja naistutkimuksen sekä yleisen lehtitutkimuksen laajuuden vuoksi. Oli myös jokseenkin vaikeaa löytää tutkimukselle paikka kaikkien jo tutkittujen aiheiden joukosta. Näistä haasteista ja suppeasta aineistosta huolimatta onnistuin kokoamaan varsin kattavan kuvan valitsemieni lehtien kirjoitustavoista sekä niiden kautta muodostuvista representaatioista. Tyttöjen- ja naistenlehtien vertaamisella voidaan osoittaa myös johtopäätöksiä tyttö- ja naiskulttuurin lähentymisestä.

Aihetta olisi helppoa laajentaa jatkotutkimusta ajatellen. Ensinnäkin aineistosta voisi tutkia myös multimodaalisia piirteitä tai mainontaa, jotka kertovat varmasti osaltaan paljon lehtien yhtäläisyyksistä ja eroista. Aineistoa voisi laajentaa myös käsittämään useampia juttutyyppisiä – tai vaikka kokonaisia lehtiä. Toisaalta olisi kiinnostavaa valita useampia muodista

kirjoittavia aikakauslehtiä ja vertailla muotikirjoittamista yleisemmällä tasolla; uskon, että muotikirjoittamisen rekistereiden tutkiminen olisi hyvin antoisaa. Tutkimuksen voisi suunnata myös enemmän kulttuurintutkimukseen ja siihen, kuinka nuorisokulttuuri on lähentynyt aikuisten kulttuuria.



## LÄHTEET

- A-lehdet 2017: *Mediatiedot*. – <http://www.a-lehdet.fi/mainostajalle> 10.4.2017.
- Aikakausmedia 2015: *Aikakauslehtifaktat*. – <http://www.aikakauslehdet.fi/aikakauslehtifaktat/> 8.1.2017.
- Damon-Moore, Helen 1994: *Magazines for The Millions. Gender and commerce in the Ladies' Home Journal and the Saturday Evening Post 1880–1990*. Albany: State University of New York Press.
- Driscoll, Catherine 2002: *Girls. Feminine Adolescence in Popular Culture and Cultural Theory*. New York: Columbia University Press.
- Fairclough, Norman 1997: *Miten media puhuu*. Tampere: Vastapaino.
- Eggins, Suzanne 2004: *An introduction to systemic functional linguistics*. Second edition. London: Continuum International Publishing Group.
- Erkko, Anni 2009: *Lohtua, neuvoa ja vaatimuksia – Nuorten lukijoiden tulkintoja sosiaalisesta tuesta tyttöjenlehdissä*. Pro gradu –tutkielma. Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitos. – [https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/19661/URN\\_NBN\\_fi\\_jyu-200903031087.pdf?sequence=1](https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/19661/URN_NBN_fi_jyu-200903031087.pdf?sequence=1) 2.12.2016.
- Halliday, M.A.K. & Matthiessen, Christian 2014[1985]: *Halliday's introduction to functional grammar*. Oxfordshire: Routledge.
- Harju, Saara 2010: *Lukijasuhteen rakentamisen keinoja Trendi- ja Veli-lehdessä – Sisarellista vertaistukea ja miehissyyden todistelua*. Pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitos. – <http://tampub.uta.fi/handle/10024/81706> 17.1.2017 2.12.2016.
- Hiidenmaa, Pirjo 2000: *Lingvistinen tekstintutkimus*. – Kari Sajavaara & Arja Piirainen-Marsh (toim.), *Kieli, diskurssi & yhteisö. Soveltavan kielentutkimuksen teoriaa ja käytäntöä* 2 s. 161–190. Jyväskylä: Soveltavan kielentutkimuksen keskus, Jyväskylän yliopisto.
- Jokihaara, Teea 2012: *Sukupuolen rakentaminen ja esittäminen miehille ja naisille suunnatuissa elämäntapalehdissä. Tarkastelussa Trendin ja Velin pääkirjoitukset ja kolumnit*. Pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitos. – <https://jyx.jyu.fi/dspace/handle/123456789/42207> 17.1.2017 3.12.2016.
- Kansallinen Mediatutkimus 2016: *KMT 2016 lukijamäärät ja kokonaistavoittavuus*. – <http://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2017/03/KMT-2016-lukijamaarat.pdf> 10.4.2017
- Koivisto, Johanna 2009: *Tunteita ja toimintaa: Tyttöyden rakentuminen Demi-lehden ihmissuhdeteksteissä*. Pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopiston sosiaalitutkimuksen laitos.
- KS = Kielitoimiston sanakirja. Kotimaisten kielten keskuksen julkaisuja 166. Helsinki: Kotimaisten kielten keskus ja Kielikone Oy 2017. – <http://www.kielitoimistonanakirja.fi/netmot.exe?motportal=80> 4.4.2017.
- Laukkanen, Marjo & Mulari Heta 2011: *Tyttöjä mediassa, tyttöinä mediassa*. – Karoliina Ojanen, Heta Mulari & Sanna Aaltonen (toim.), *Entäs tytöt – Johdatus tyttötutkimukseen* s. 173–212. Tampere: Vastapaino.
- Luukka, Minna-Riitta 2000: *Näkökulma luo kohteen: diskurssintutkimuksen taustaoletukset*. – Kari Sajavaara & Arja Piirainen-Marsh (toim.), *Kieli, diskurssi & yhteisö. Soveltavan kielentutkimuksen teoriaa ja käytäntöä* 2 s. 133–160. Jyväskylä: Soveltavan kielentutkimuksen keskus, Jyväskylän yliopisto.

- Luukka, Minna-Riitta 2002: M.A.K. Halliday ja systeemis-funktionaalinen kielitiede. – Hannele Dufva & Mika Lähteenmäki (toim.), *Kielentutkimuksen klassikoita* s. 89–124. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Luukka, Minna-Riitta 2003: Kelpaanko tällaisena? – Tyttöyden rakentuminen Demi-lehden palstoilla. – Tuija Modinos & Annikka Suoninen (toim.), *Merkillinen media, tekstit nuorten arjessa* s. 17–38. Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto.
- Luhtakallio, Eeva 2016: Visuaalinen julkisuus ja sukupuolten representaatio. – Husso, Marita & Heiskala, Risto (toim.), *Sukupuolikysymys* s. 92–121. Helsinki: Gaudeamus.
- Lähteenmaa, Jaana & Näre, Sari 1992: Tyttö tutkimuksen palmikkoja punomassa. – Jaana Lähteenmaa & Sari Näre (toim.), *Letit liehumaan – Tyttökulttuuri murroksessa* s. 9–24. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.
- Malmberg, Raili 1991: Naisten ja kotien lehdet aikansa kuvastimina. – Päiviö Tommila (toim.), *Suomen lehdistön historia 8: Aikakauslehdistön historia* s. 191–290. Kuopio: Kustannuskiila.
- Mäntynen, Anne & Pietikäinen, Sari 2009: *Kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino.
- Pietikäinen, Sari 2000: Kriittinen diskurssintutkimus. – Kari Sajavaara & Arja Piirainen-Marsh (toim.), *Kieli, diskurssi & yhteisö. Soveltavan kielentutkimuksen teoriaa ja käytäntöä* 2 s. 191–281. Jyväskylä: Soveltavan kielentutkimuksen keskus, Jyväskylän yliopisto.
- Piilonen, Essi 2013: *Suomalaisten muotilehtien palstojen ja editorialien tekstit*. Opinnäytey työ. Metropolian vaatetusalan koulutusohjelma. – <http://www.theseus.fi/handle/10024/55587> 4.4.2017.
- Poikolainen, Hanna 2009: *Moderni menestyjä, tavallinen duunari vai sorron kohde? Naisen suhde työhön Trendissä ja Cosmopolitanissa vuonna 2006*. Pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitos. – <http://tampub.uta.fi/handle/10024/80543> 17.1.2017 3.12.2016.
- Rantanen, Lasse 2007: Mistä on hyvät lehdet tehty? Helsinki: Hill and Knowlton Finland Oy.
- Räsänen Matti, 2006: *Tekijän häipyminen tai häivyttäminen*. Kotimaisten kielten keskus. – [http://www.kotus.fi/nyt/kolumnit/hyvaa\\_virkakielta/hyvaa\\_virkakielta\\_-\\_palstan\\_arkisto\\_\(2002\\_2014\)/salaperainen\\_passiivi](http://www.kotus.fi/nyt/kolumnit/hyvaa_virkakielta/hyvaa_virkakielta_-_palstan_arkisto_(2002_2014)/salaperainen_passiivi) 26.3.2017.
- Shore, Susanna 2012a: Kieli, kielenkäyttö ja kielenkäytön lajit systeemis-funktionaalisessa teoriassa. – Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä & Mikko Lounela (toim.), *Genreanalyysi – tekstilajitutkimuksen käsikirja* s. 131–157. Helsinki: Gaudeamus.
- Shore, Susanna 2012b: Systeemis-funktionaalinen teoria tekstien tutkimisessa. – Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä & Mikko Lounela (toim.), *Genreanalyysi – tekstilajitutkimuksen käsikirja* s. 158–185. Helsinki: Gaudeamus.
- Sihvonen, Tanja 2006: Representaatio/Simulaatio. – Seija Ridell, Pasi Väliäho & Tanja Sihvonen (toim.), *Mediaa käsittämässä* s. 129–125. Tampere: Vastapaino.
- Siivonen, Jonita 2006: Lohduttava ja piinaava naistenlehti. – Anna Mäkelä, Liina Puustinen & Iris Ruoho (toim.), *Sukupuolishow – Johdatus feministiseen mediatutkimukseen* s. 226–243. Helsinki: Gaudeamus.
- Tormulainen, Aino 2010: *Kohti monipuolisempaa tyttöyttä. Demi-lehden tuottama tyttöys ja muutoksen paikat*. Pro gradu -tutkielma. Itä-Suomen yliopisto. – [http://epublications.uef.fi/pub/urn\\_nbn\\_fi\\_uef-20100052/index\\_en.html](http://epublications.uef.fi/pub/urn_nbn_fi_uef-20100052/index_en.html) 2.12.2016.
- Töyry, Maija 2005: *Varhaiset naistenlehdet ja naisten elämän ristiriidat. Neuvotteluja lukijasopimuksesta*. Väitöskirja. Helsingin yliopiston viestinnän laitos.

- Töyry, Maija 2006: Käytösoppaasta naistenlehteen. – Anna Mäkelä, Liina Puustinen & Iris Ruoho (toim.), *Sukupuolishow, Johdatus feministiseen mediatutkimukseen* s. 207–225. Helsinki, Gaudeamus.
- Töyry, Maija 2008: Naistenlehtien keskinäiset erot ja samankaltaisuudet. – *Tiedotustutkimus* 31 (1) s. 21–34.
- Töyry, Maija, Rätty, Panu & Kuisma, Kristiina 2008: Editointi aikakauslehdessä. Jyväskylä: Taideteollinen korkeakoulu & IADE Suomen taideyliopistojen koulutus- ja kehittämissinstituutti.
- Valpas, Ida 2010: *Liian vanha Demin lukijaksi? Demi-lehdestä luopumisen syyt ja seuraukset*. Opinnäytetyö. Haaga-Helmin journalismin koulutusohjelma. – [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/26207/Valpas\\_Ida%20\(2\).pdf?sequence=3](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/26207/Valpas_Ida%20(2).pdf?sequence=3) 2.12.2016.
- Virkkunen, Elli-Noora 2015: Vuorovaikutus ja näkökulma kuntien maahanmuuttajille suunnatuissa verkkoteksteissä. Pro gradu –tutkielma. Helsingin yliopiston suomen kielen, suomalais-ugrilaisen ja pohjoismaisten kielten ja kirjallisuksien laitos. – <https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/161185/vuorovai.pdf?sequence=2> 5.4.2017.
- VISK = Auli Hakulinen, Maria Vilkkuna, Riitta Korhonen, Vesa Koivisto, Tarja Riitta Heinonen ja Irja Alho 2004: Iso suomen kielioppi. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. – <http://scripta.kotus.fi/visk> 27.3.2017.

## Aineistolähteet

Demi 3/2016, s. 21–35.

Demi 4/2016, s. 21–33.

Trendi 3/2016, s. 25–47.

Trendi 4/2016, s. 37–59.