

# **VIROLAISIIN NAISTENLEHTIIN KIRJOITTUVA MATERIALISTINEN MAAILMA**

Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijuttujen tarkastelua  
kriittisen tekstintutkimuksen menetelmällä

Viron kielen ja kulttuurin  
pro gradu -tutkielma  
Helsingin yliopistossa  
kesäkuussa 2005

Paula Launonen

## SISÄLLYS

1. JOHDANTO .....	4
1.1 Aiheesta ja tavoitteista .....	4
1.2 Menetelmän valinnan perusteita .....	5
1.3 Aineistosta lyhyesti .....	6
1.4 Työn rakenteen esittely .....	6
2. TEOREETTINEN VIITEKEHYS .....	8
2.1 Kriittisestä lingvistiikasta .....	8
2.2 Kriittinen tekstintutkimus Virossa ja Suomessa .....	10
2.3 Systeemis-funktionaalinen kielioppi .....	11
2.3.1 Ideationaalinen, interpersoonainen ja tekstuaalinen metafunktio .....	12
2.3.2 Diskurssin käsite mediateksteissä .....	13
2.3.3 Diskurssin ala, sävy ja tapa .....	14
2.4 Genrestä .....	17
2.4.1 Tyyli tunnusmerkkinä .....	18
2.5 Yhteenvetoa teorialuvusta .....	20
3. TUTKIMUSAINEISTO .....	21
3.1 Kaupallinen tausta .....	21
3.2 Naistenlehden erityisyydestä .....	22
3.3 Anne, Eesti Naine ja Stiil virolaisten naisten sosiaalistajina .....	24
3.4 Kuka pääsee kansijuttuun? .....	26
3.5 Sanamassan tarkastelua .....	28
3.5.1 Sanojen luonteesta .....	30
3.5.1.1 Substantiiveista .....	30
3.5.1.2 Verbeistä .....	33
3.5.1.3 Adjektiiveista .....	35
3.6. Yhteenvetoa aineistoluvusta .....	37
4. KANSIJUTTujen MAAILMA .....	38
4.1 Merkkituotteet identiteetin rakentajina .....	38
4.1.1 Tuotemerkit kansijuttujen teksteissä .....	40
4.2 Ulkomaiset paikannimet .....	42
4.2.1 Lomia, ostoksia, eettisiä vertauskuvia .....	43
4.3 Maailma moraalin metaforana .....	44
4.4 Yhteenvetoa kansijuttujen maailmankuvista .....	46
5. VUOROVAIKUTUSSUHTEISTA .....	48
5.1 Toimittaja, haastateltava ja lukija .....	48
5.2 Nimeämisen strategiat .....	51
5.3 Kertomisen strategiat .....	53
5.4 Yhteenvetoa kansijuttujen vuorovaikutussuhteista .....	55

6. KANSIJUTUT TEKSTEINÄ .....	57
6.1 Teemasta reemaan ja informaatioon .....	57
6.2 Kansijuttujen sidoksisuudesta .....	60
6.2.1 Välimerkkien funktioista .....	60
6.2.1.1 Kysymysmerkki mielipiteen perässä .....	61
6.2.1.2 Huutomerkki retorisen kysymyksen vahvistajana .....	61
6.2.1.3 Huutomerkki tehokeinona .....	61
6.2.1.4 Suluista ja kursivoinnista .....	62
6.2.1.5 Sanojen harvennusta .....	63
6.2.1.6 Kolme pistettä lauseen lopussa .....	63
6.2.2 Vahvistus- ja huudahdussanojen funktiosta .....	64
6.2.2.1 Vahvistussanoista .....	64
6.2.2.2 Huudahdussanoista .....	65
6.2.3 Kansijuttujen rakenne .....	65
6.3. Yhteenvedoa kansijutuista teksteinä .....	66
7. JOHTOPÄÄTÖKSIÄ .....	67
7.1 Tekstintuottaja vallankäyttäjänä .....	67
7.2 Kielellisiä ja ideologisia ristiriitoja .....	67
7.3 Materialistisesta maailmasta .....	68
7.4 Toimittaja ihailevana eläytyjänä .....	69
7.5 Tekstuaalisista ominaispiirteistä .....	71
7.6 Miten tästä eteenpäin? .....	71
8. KOKKUVÕTE .....	74
8.1 Teema ja eesmärgid .....	74
8.2 Teoreetiline taust .....	75
8.3 Uurimismaterjal .....	76
8.3.1 Kaaneloo positsioon .....	78
8.4 Kaanelugude maailm .....	79
8.5 Kaanelugude interpersonaalsus .....	80
8.6 Kaanelugude tekstilised erijooned .....	82
8.7 Lõpetuseks .....	83
9. LÄHTEET .....	85

LIITE 1: Aineisto

LIITE 2: Konseptien mukaiset kansijutun määritelmät

LIITE 3: Ulkomaisten paikannimien esiintyminen kansijutuissa

LIITE 4: Kansijuttujen rakennenäytteet Annesta, Eesti Naisesta ja Stiilistä

# 1. JOHDANTO

Tutkin pro gradu -työssäni uutta virolaista naistenlehtijournalismia. Päämääränä on selvittää, minkälaisia maailmankuvia lehdet tarjoavat lukijoilleen. Oletan, että laajalevikkisimpien virolaisten naistenlehtien kansijuttuja tulkitsemalla on mahdollista tehdä johtopäätöksiä siitä yhteiskunnallisesta viitekehyksestä ja ilmapiiristä, jossa virolaiset naiset tänä päivänä elävät.

## 1.1 Aiheesta ja tavoitteista

Olen rajannut aineistoni Viron kolmen suurimman naistenlehden – *Anne*, *Eesti Naine* ja *Stiil* – kansijuttuihin. Työssäni analysoin kielellisiä strategioita, joita toimittajat käyttävät representoidessaan lukijoilleen merkityksiä haastattelemiensa henkilöidensä välityksellä.

Valitsin tutkimuskohteekseni naistenlehtijournalismin, koska perheen, koulun, kirkon ja muun median tavoin naistenlehdet ovat sekä yhteiskunnan tilaa heijastava että yhteiskunnassa vaikuttava instituutio. Se tosiasia, että naistenlehtiä ylipäätään on olemassa, on kannanotto naisten yhteiskunnalliseen asemaan: että naiset ylipäätään ovat ryhmä, joka vaatii erillistä huomioonottamista ja käsittelyä. (Ferguson 1983: 1.)

Nainen tunnistaa lehtensä jo nimestä: *Anne* on naisen nimi, *Eesti Naine* tarkoittaa virolaista naista. *Stiil* on yhtä kuin tyyli – lehden nimi viittaa ulkonäöstä huolehtimiseen, ehostamiseen ja pukeutumiseen, länsimaaisessa kulttuurissamme perinaisellisina pidettyihin toimintoihin.

Analysoidessani kansijutuissa käytettyjä sanoja, sanontoja, kieliopillisia rakenteita ja lauseiden välisiä suhteita päämääränäni on selvittää toimittajien tekemiin kielellisiin ratkaisuihin sisältyviä ideologioita merkityksiä. Tässä yhteydessä tarkoitan ideologialla arvoja, asenteita ja maailmankuvaa, jotka ihmisyhteisössä vallitsevat, sitä kasvatuksen, perheen, koulutuksen ja median luomaa henkistä ympäristöä, jonka myötä yksilöstä tulee yhteisön jäsen.

Kansijuttuihin kirjoittuvat ideologiset merkitykset voivat olla joko eksplisiittisiä tai implisiittisiä. Yhtä lailla ne voivat olla joko toimittajan tietoisien tai tie-

dostamattoman valinnan tuloksia. Erityisen kiinnostavia ovat kielelliset ja ideologiset ristiriidat. Ristiriitaisena pidän esimerkiksi tekstiä, jossa haastateltava kuvaan itsenäisenä ja sukupuolten välistä tasa-arvoa kannattavana naisena ja josta kuitenkin löytyy hänen sanomikseen kirjoittuvia patriarkaalista vallankäyttöä ja sovinistisia asenteita ilmaisevia kielellisiä ilmaisuja.

## 1.2 Menetelmän valinnan perusteita

Tutkin Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijuttuja kriittisen tekstintutkimuksen alaan kuuluvalla *systemis-funktionaalisen kielioopin* menetelmällä. Metodi perustuu näkemykseen kielestä funktionaalisenä ilmiönä. Samalla kun kieli kuvaa maailmaa ja kokemusta, se myös rakentaa tekstejä ja on ihmisten välistä vuorovaikutusta. Funktionaalisuus tarkoittaa, että kieltä – joko puhuttua ta kirjoitettua – käytetään tavoitteellisesti. Koska tekstit ovat funktionaalisia, ne eivät synny itsestään, vaan ovat tulosta tuottajansa tekemistä valinnoista. (Heikkinen 1999: 40.)

Tutkin mediatekstejä, koska medioituneessa maailmassamme nimenomaan aikakauslehtien, sanomalehtien ja television kieli on väline, jolla yhteisöjen ideologioita vahvistetaan ja yksilöiden ajatteluun vaikutetaan. Mediatekstit ovat kielenkäytön muoto, jolle on ominaista se, että tekstin tuottaja ja vastaanottaja eivät ole suorassa kontaktissa keskenään. Toisin sanoen, mediaviestintä on luonteeltaan yksisuuntaista.

Koska mediaviestintä on luonteeltaan yksisuuntaista, Annen, Eesti Naisen ja Stiilin lukijat eivät itse päättä, mitä ja miten heille kerrotaan. Valinnoista vastaavat lehtien toimitukset. Journalistinen prosessi on kollektiivinen tapahtuma, johon enemmän tai vähemmän suoraan osallistuvat toimituksellisen henkilöstön lisäksi julkaisun omistajat ja mainostajat omine intresseineen. Lukemistapahtuma puolestaan on intiimi ja privaatti. Lukija keskittyy lehteensä yleensä yksin ja useimmiten kotonaan. Koska naistenlehti-journalismissa on kysymys merkittävästä yksisuuntaisesta vallankäytöstä, haluan osaltani selvittää ja ymmärtää kielellisten valintojen taustoja ja vaikuttimia. Näistä syistä mediatekstien kriittinen tarkastelu on tärkeää sekä tutkijoille että tavallisille kansalaisille.

Englantilaisen M.A.K. Hallidayn kehittämä systemis-funktionaalinen kieliooppi on menetelmä, jolla kriittistä tekstintutkimusta ovat Suomessa tehneet esi-

merkiksi Vesa Heikkinen ja Pirjo Karvonen, joiden väitöskirjat ovat keskeisiä lähteitäni. Heikkisen väitös *Ideologinen merkitys kriittisen tekstintutkimuksen teoriassa ja käytännössä* ilmestyi 1999 ja Karvosen väitös *Oppikirjateksti toimintana* ilmestyi 1995.

Systeemis-funktionaalisen tarkastelun lähtökohtana on näkemys, jonka mukaan kieltä tutkitaan käytössä. Jokaista kielen elementtiä selitetään viittaamalla sen funktioon lingvistisessä kokonaisuudessa. (Heikkinen 1999: 27.)

### 1.3 Aineistosta lyhyesti

Tutkimusaineistoni edustaa Viron kaupallista mediaa. Anne, Eesti Naine ja Stiil ovat aidosti virolaisia lehtiä, ja ovatkin mielenkiintoisia nimenomaan kansallisen taustansa vuoksi. Ne eivät ole minkään kansainvälisen lehtiformaatin mukaan tuotettuja käännöksiä, jollaisia Virossa ilmestyy niin ikään. Esimerkkeinä Virossa ilmestyvistä muunmaalaisista lehdistä mainittakoon amerikkalainen *Cosmopolitan* ja suomalainen *Trendi*, viroksi *Trend*.

Tarkasteluni kohteena ovat tammikuun 2003 ja syyskuun 2004 välillä ilmestyneissä *Annessa*, *Eesti Naisessa* ja *Stiilissä* julkaistut kansijutut. Suurin osa 55 artikkelista on peräisin kunkin lehden internetarkistosta. Voi olla, että työ olisi joiltakin osin erilainen, mikäli tarkastelun kohteena olisi ollut painettu sana. Huomio olisi saattanut kohdistua ainakin osittain eri asioihin. Painettujen lehtien saaminen osoittautui kuitenkin mahdottomaksi, sillä Suomessa näitä lehtiä ei myydä, eikä niitä tilata julkisiin kirjastoihin. Mieluiten olisin tietysti tutkinut paperisia lehtiä, sillä niitähän myös lehtien vastaanottajat ensisijaisesti lukevat.

Luettelo aineistooni kuuluvista artikkeleista löytyy liitteestä 1.

### 1.4 Työn rakenteen esittely

Lähden työssäni liikkeelle kriittisen tekstintutkimuksen ja systeemis-funktionaalisen kieliopin esittelystä. Luvussa 2 esittelen tutkielman teoreettista viitekehystä eli kuvailen kriittisen lingvistiikan ja tekstintutkimuksen perinnettä, systeemis-funktionaalisen kieliopin periaatteita sekä metodin keskeisiä käsitteitä. Ker-

ron myös kriittisen tekstintutkimuksen tuoreimmasta suomalaisesta tutkimuksesta, jota hyödynnän tämän työn keskeisenä mallina.

Luvussa 3 kerron tutkimusaineistosta. Kansijuttujen luonnetta kuvaavien tietojen ohella annan perustietoja myös kustannusyhtiöstä, joka julkaisee *Annea*, *Eesti Naista* ja *Stiiliä*. Tekstinulkoisen kontekstin hahmottaminen on mielestäni olennaista, koska tarkastelun kohteena on avoimen kaupallinen viestintä. Kolmosluvussa asetan virolaiset naistenlehdet myös osaksi naistenlehtigenren historiaa ja kulttuurista merkitystä. Pohdin naistenlehden tehtävää naisen elämän mallintajana ja sosiaalistajana.

Luvut 4, 5 ja 6 ovat työn analyysiluvut, joissa tarkastelen *Annen*, *Eesti Naisen* ja *Stiilin* kansijuttuja systeemis-funktionaalisen kieliopin menetelmällä, ideationaalisen, intersoonaisen ja tekstuaalisen metafunktion näkökulmista. Esittelen konkreettisten tekstinäytteiden avulla, millä tavalla maailmaa ja ilmiöitä jutuissa kuvataan, minkälaisia vuorovaikutussuhteita niihin kirjoittuu ja minkälaisista kieliopillisista, sanastollisista ja kirjoitusteknisistä ratkaisuista tekstien koheesio muodostuu.

Luvussa 7 on johtopäätösten vuoro. Koska olen asettanut työni tavoitteeksi löytää ja määritellä teksteihin kirjoittuvia asenteita, arvoja ja ideologioita, irtaudun päätösluvussa lingvistiksestä viitekehuksesta. Johtopäätöksiä tehdessäni pohdin analyysilukujen 4, 5 ja 6 tuloksia eettisestä ja yhteiskunnallisesta perspektiivistä.

Luvun 8 vironkieliseen yhteenvedoon olen tiivistänyt keskeiset asiat niin, että myös suomea taitamaton virolainen lukija saa käsityksen työni aiheesta, tavoitteista, menetelmästä ja johtopäätöksistä.

Yritän pro gradu -työni jokaisessa luvussa olla mahdollisimman havainnollinen. Sovellan kriittisen tekstintutkimuksen peruskäsitteistöä konkreettisiin esimerkkeihin. Mukana on myös taulukoita ja kuvia, joiden avulla pelkistän, havainnollistan ja tiivistän sanallista viestintää. Alkuperäisten vironkielisten aineistonäytteiden rinnalla esiintyvät suomenkieliset käännökset ovat omiani.

## 2. TEOREETTINEN VIITEKEHYS

Pro gradu -työssäni sovellan kriittisen tekstintutkimuksen periaatteita kirjoitettujen, joukkotiedotusvälineissä julkaistujen tekstien analysointiin. *Kriittinen tekstintutkimus* on monitieteinen menetelmä, jonka juuret ulottuvat Englannissa 1979 alkunsa saaneeseen *kriittisen lingvistiikan* suuntaukseen. Osoittaessaan kieleen vakiintuneita valtakäytäntöjä, valtaeroja ja niitä ilmentäviä systemaattisia muoto- ja merkitysrakennelmia lingvistit luovat pohjaa yhteiskunnalliselle keskustelulle, tutkimukselle ja kritiikille. (Heikkinen 1999: 28.)

### 2.1 Kriittisestä lingvistiikasta

Kriittisen tekstintutkimuksen keskeisenä tavoitteena on osoittaa kieleen sementoituneita valtasuhteita ja arvotuksia, jotka välittävät ja vahvistavat yhteisön tervejärkisinä pitämiä käsityksiä. Tervejärkisyys tarkoittaa tässä yhteydessä itsestäänselvinä pidettyjä ”totuuksia”, jotka ovat vakiintuneet kieleen luonnollistuneiksi sanonnoiksi ja kliseiksi.

Esimerkiksi *emalik hoolitsus* ’äidillinen huolenpito’, *emarollile pühendunud* ’äidinrooliin omistautunut’, *naiselik edvistamine* ’naisellinen keimailu’ ovat sanontoja, joissa määritellään naiselle ominaista käyttäytymistä ja rooliodotuksia. Sanonnat ovat vakiintuneet kielenkäyttöömme niin, että emme välttämättä kyseenalaista niiden sisältöä vaan pidämme käsitteitä itsestään selvinä. Edellä luetellut Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijutuista poimitut esimerkit näyttävät aivan toisessa valossa, jos mietimme niiden rinnalla vastaavia määrittelyitä miehestä: *isänrooliin omistautunut* tai *miehekäs keimailu* tuntuvat todennäköisesti useimpien mielestä keinotekoisilta ja mahdottomilta. *Isällinen huolenpito* sen sijaan saattaisi jopa olla mahdollista.

Joukkotiedotusvälineiden sisällöntuottajat voivat pyrkiä ohjailemaan yleisöjensä ajatuksia ja valintoja käyttämällä tervejärkisiä ilmauksia tietoisesti. Toisaalta on mahdollista, että he käyttävät näitä ilmaisuja automaattisesti, osana normaalia kommunikaatiotaan, tiedostamatta niiden sisältämiä arvolatauksia. Yhteisön hyväksymät terveen järjen mukaiset tarkastelutavat muuttuvat yleensä näkyvämmiksi, eivätkä ne tarvitse perusteluja (Karvonen 1995: 31).



Seuraava esimerkki on lause Anne-lehden 9/2004 kansijutusta. *Eesti mees- te puhul pead neile emaks olema. Naised teevad kõik ette-taha ära – ise kasvata- vad nõrku mehi.* 'Virolaiselle miehelle (naisen) on oltava äiti. Naiset tekevät kai- ken valmiiksi – itse kasvattavat heikkoja miehiä.'

Repliikki on kirjoitettu 27-vuotiaan taiteilijan, Riina Degtjarenkon, suu- hun. Kun taiteilija muutoin esitetään jutussa perinteisiä sukupuolirooleja kyseen- alaistavana naisena, on mielenkiintoista, että hän asettaa naiset vastuuseen viro- laisten miesten heikkoudesta. Repliikki sisältää kaksi itsestäänselvänä pidettyä ajatusta. Ensimmäinen on se, että naiset vastaavat kasvatuksesta ja toinen on se, etteivät heikot virolaiset miehet pysty tasavertaiseen parisuhteeseen vaan etsivät naisesta aina äitiä.

Arvelenkin, että sekä jutun kirjoittanut toimittaja että haastateltu taiteilija ovat kasvaneet kulttuurissa, jossa isien ei odoteta osallistuvan lasten kasvatuk- seen, vaan vastuu on yksin äidin. Sekä kirjoittaja että haastateltava ovat sisäistä- neet ajattelutavan niin perusteellisesti, etteivät osaa kyseenalaistaa kulttuurissa vallitsevaa itsestäänselvyyttä. Esimerkkilause antaa ymmärtää, että virolaisten miesten heikkous on naisten syytä. Tuomio tuntuu erityisen rankalta, kun sen rep- resentoijina esiintyvät virolaiset naiset itse.

Kriittinen tekstintutkimus on yksi tapa, jolla voidaan analysoida ihmisten välistä kommunikaatiota tutkimalla kielen eri elementteihin kätkeytyviä merkityk- siä ja niiden vaikutuksia vuorovaikutussysteemissä. Näin voidaan tuoda esille sel- laisia kielen, vallan ja ideologian välisiä yhteyksiä, jotka voivat olla piilossa ihmi- siltä. (Fairclough 1989: 5.)

Kriittisen tekstintutkimuksen alaan kuuluvissa tutkimuksissa liikutaan kie- len eri tasoilla kuten morfologiassa, syntaksissa, semantiikassa ja pragmatiikassa. Kriittinen tekstintutkimus sivuaa tekstilingvistiikkaa, sociolingvistiikkaa, psyko- lingvistiikkaa ja hyödyntää eri kielioppimalleja. Lähtökohtana on näkemys, jonka mukaan tekstin tuottamisessa ja tulkitsemisessä merkitys ja muoto kietoutuvat erottamattomasti toisiinsa, samoin tekstin funktiot. (Heikkinen 1999: 28–32.)

Kriittisen tekstintutkimuksen päämääränä on analysoida ja ymmärtää teks- tiin sekä eksplisiittisesti että implisiittisesti kirjoittautuvia yhteiskunnallisia valta- rakenteita ja kognitiivisia stereotyyppioita. Itseäni kiehtoo Annen, Stiilin ja Eesti Naisen kansijutuissa erityisesti jälkimmäinen ulottuvuus.

## 2.2 Kriittinen tekstintutkimus Virossa ja Suomessa

Kriittinen tekstintutkimus on ajankohtainen suuntaus myös Virossa. Tutkijat pohivat, miten kieli välittää viestejä, rakentaa mielikuvia, heijastaa ympäristöään ja vaikuttaa yhteiskunnalliseen todellisuuteen. (Kasik 2003: 44–58, Kerge 2000: 75–110, Meier 2002: 101–114.)

Virolaistutkijoita kiinnostaa muun muassa, miten kouluissa pitäisi uudistaa äidinkielen opetusta, jotta kansalaiset jo nuoresta pitäen pystyisivät suhtautumaan mediaan analyttisesti. He korostavat, että tekstin tuottamisen ja oikeakielisyyden rinnalla yhtä tärkeää on oppia tulkitsemaan sanomalehtien, aikakauslehtien ja sähköisten viestimien kielellisiä representaatioita. Virolaistutkijoiden mielestä tietoinen suhde mediaan on keskeinen kansalaistaito, koska median vaikutusvalta ihmisen valintoihin ja maailmankuvaan on voimakas (mm. Aava 2003: 12–13).

Pro graduni kannalta keskeisiä suomalaistutkijoita ovat Vesa Heikkinen, Pirjo Karvonen ja Pauli Saukkonen.

Heikkinen tutki 1999 ilmestynyttä väitöskirjaansa varten suomalaisten sanomalehtien pääkirjoituksia. Tämän tutkielman kannalta Heikkisen *Ideologinen merkitys kriittisen tekstintutkimuksen teoriassa ja käytännössä* -väitöskirja on lähteistä keskeisin. Työssäni sovellan systeemis-funktionaalista kielioppia Heikkiseltä omaksumani mallin mukaan.

Väitöskirjassaan *Oppikirjateksti toimintana* (1995) Karvonen korostaa tekstien kielellistä luonnetta erotukseksi ”todellisuudesta”. ”Todellinen” tapahtuma on eri asia kuin siitä kirjoitettu teksti, joka on aina todellisuuden tulkintaa. Kielen avulla tapahtumat valitaan ja luokitellaan. Tulkitsija puolestaan on sidoksissa ideologiaansa, tarkastelutapaansa, odotuksiinsa ja niihin käsityksiin, joiden perusteella hän arvioi tapahtumien oikeutta tai vääryyttä, odotuksenmukaisuutta, välttämättömyyttä tai mahdollisuutta. Vasta teksti jaottelee tapahtuman uuteen ja vanhaan, vasta tekstissä tapahtuma nimetään ja jaotellaan tekijöihinsä ja prosesseihin. Vain teksti voi ilmaista, mikä tapahtumassa on odotuksenmukaista ja mikä ei, mikä on paheksuttavaa ja mikä ei. Nämä piirteet eivät ole ”maailman” tai ”todellisuuden” ominaisuuksia. (Karvonen 1995: 28.)

Vuonna 1984 ilmestyneessä *Miten tyyli syntyy* -teoksessaan Saukkonen määrittelee eri tyyllilajien eroja, niitä tunnusmerkkejä, joista jokainen meistä erottaa esimerkiksi uutisen, mainoksen tai runon. Viittaan pro gradussani useaan ot-

teeseen Saukkosen tyyllilajimäärittelyihin. Joissakin kohdin perustelen omia johtopäätöksiäni Saukkosen 2001 ilmestyneeseen *Maailman hahmottaminen teksteinä – Tekstirakenteen ja tekstilajien teoriaa ja analysointia* -teoksen avulla.

Suomalaistutkijat tarkastelevat tekstejä yhteiskunnallisten valtarakenteiden osana, suhteuttavat niitä sosiokulttuurisiin konteksteihin sekä analysoivat tekstien tuottamisen prosesseja ja strategioita, jotka vastaanottajalle ja tulkitsijalle realisoituvat erilaisina teksteinä. Samantapaisista lähtökohdista yritän omassa työssäni tarkastella virolaisten naistenlehtien kansijuttuja.

### 2.3 Systemis-funktionaalinen kielioppi

Lähestyessäni tutkimuskohdettani käytän systemis-funktionaalisen kieliopin peruskäsitteitä. Tarkastelutavan lähtökohtana on ajatus, ettei kieli pelkästään kuvaa maailmaa vaan se myös rakentaa merkityksiä ja on ihmisten välistä vuorovaikutusta.

Kielen *funktionaalisuus* tarkoittaa sitä, että tutkitaan kieltä käytössä, ja että jokaista kielen elementtiä selitetään viittaamalla sen tehtävään lingvistisessä kokonaissysteemissä (Heikkinen 1999: 27).

Systemis-funktionaalisen kieliteorian mukaan kieli on merkityspotentiaali, joka eri tilanteissa toteutuu eri tavoin. Sanasto, kielioppi ja tekstuaaliset rakenteet ovat resursseja, joiden avulla merkityksiä konstruoidaan. Kieltä tarkastellaan yhteydessä ympäröivään yhteisöön ja kulttuuriin.

Keskeinen kysymys on, miten yhteisö muovaa kieltä ja miten kieli muokautuu yhteisössään. Kieltä ei voi tarkastella erillään siitä kulttuurisesta ja sosiaalisesta kontekstista, jossa kieltä käytetään. Koska kieli on ideologinen ja kulttuurin muovaama, se on keskeinen kulttuurin ja ajattelutapojen ylläpitäjä ja uudistaja. (Karvonen 1995: 39–40.)

Systemis-funktionaalisen metodiikan mukaan viestintä on tavoitteellista toimintaa. Tekstillä on viestijän – joka voi olla myös yhteisö – omista tarpeista lähtevän päämäärän, *intention* mukainen tehtävä, *funktio*. Funktion käsitettä voidaan käyttää merkitsemään laaja-alaisesti tekstin suhdetta, roolia, arvoa ja tarkoitusta sosiaalisen tilanteen kannalta. Teksteillä, myös naistenlehtien kansijutuilla, voi ol-

la seuraavanlaisia tietoon, tunteisiin, asenteeseen ja toimintaan liittyviä funktioita (Saukkonen 2001: 34):

- Tiedon lisääminen, uudelleen järjestäminen ja ”vähentäminen”.
- Tunnetilan aikaansaaminen.
- Asenteen, mielipiteen muokkaaminen asiointilaa ja viestiöiden suhdetta tai viestintätilannetta kohtaan.
- Toimintaan vaikuttaminen.

### 2.3.1 Ideationaalinen, interpersoonainen ja tekstuaalinen metafunktio

Teksteissä on aina läsnä kolme *metafunktiota* yhtä aikaa, toisin sanoen tekstin jokainen lause on monifunktionen. Heikkinen korostaa, ettei funktiota tässä yhteydessä pidä tulkita vain käytön synonyymiksi. Kielianalyysissa funktionaalista vaihtelua on tutkittava myös kielen organisoitumisen vaihteluna, erityisesti semanttisen systeemin järjestymisen vaihteluna.

Käytännössä lauseen merkityssäikeet kietoutuvat toisiinsa, ja lausetta tulee tarkastella samaan aikaan eri näkökulmista. Noudatan metafunktiojaottelussa Heikkisen (1999: 40–42) kolmijakoa:

- **Ideationaalinen metafunktio:** kieli palvelee sisällön ilmaisemista eli se tekee mahdolliseksi maailman nimeämisen ja kuvaamisen.
- **Interpersoonainen metafunktio:** kieli palvelee sosiaalisten suhteiden, roolien ja identiteettien vakiinnuttamista ja ylläpitämistä.
- **Tekstuaalinen metafunktio:** kieli toimii tekstinä ja rakentaa tekstiä.

Kielen funktionaalisuus on kulttuurinen ilmiö, joka heijastaa kieliyhteisössä vallitsevaa todellisuutta. Kielellinen tuotos kiinnittyy kielenulkoiseen kontekstiin eli puhutut ja kirjoitetut tekstit ovat seurausta yhteisön jäsenten tarpeesta kommunikoida keskenään.

Kielenkäyttäjällä on tarve sanoa jotakin, ja tähän tarkoitukseen hän käyttää kieltä. Kieli on työkalupakki, josta kielenkäyttäjä valitsee kuhunkin tilanteeseen

sopivimmat välineet. Kuten millä tahansa työvälineistöllä, myös kielellä on rajansa, joiden puitteissa kielenkäyttäjät joutuu valintansa tekemään.

### 2.3.2 Diskurssin käsite mediateksteissä

Funktionaalisuuden rinnalla *diskurssi* on kriittisen tekstintutkimuksen keskeinen käsite. Ennen kuin havainnollistan diskurssin eri ulottuvuuksien sekä kielellisten ratkaisujen ja metafunktioiden välistä suhdetta aineistoesimerkin avulla, määrittelän diskurssin käsitettä Norman Fairclough'n näkemyksiin tukeutuen.

Diskurssi on kommunikaation organisoitumisen muoto, jossa näkyvät vuorovaikutukseen osallistuvien valta-asetat ja sosiaaliset roolit.

Diskurssin käsitettä selitetään useissa lähteissä lääkäri-potilas-esimerkillä. Keskustelu sujuu vastaanottohuoneessa enemmän ja vähemmän saman kaavan mukaan. Potilas kuvailee oireitaan ja pyytää hoito-ohjeita, lääkäri esittää kysymyksiä, nimeää oireiden aiheuttajan ja määrää toimenpiteet. Lääkäri-potilas-diskurssissa lääkäri on vallankäyttäjä ja tietäjä. Potilas on tietolähde, joka vastaa kuuliaisesti lääkärin kysymyksiin. Lääkäri on se, joka aloittaa keskustelun kysymällä potilaalta syytä vastaanotolle tulemiseen. Lääkäri on aktiivinen osapuoli, joka määrää keskustelun sisällön ja johtaa keskustelutilannetta. Sekä lääkäri että potilas noudattavat automaattisesti yleisesti hyväksytyä, kulttuurille ominaista keskustelukäytäntöä. Molemmilla on omat oikeutensa, roolinsa ja identiteettinsä, joita he vaistonvaraisesti noudattavat. (Fairclough 1995: 53–55.)

Mediamailman keskeinen diskurssi on toimittajan ja haastateltavan välinen kommunikaatio. Tilanne muistuttaa lääkäri-potilas-diskurssia. Perusasetelmaahan on, että toimittaja kysyy ja haastateltava vastaa. Asetelma muistuttaa lääkärin ja potilaan vuorovaikutuksen epäsymmetriaa ja epädemokraattista valta-asetelmaa (Raevaara 2000: 210).

Kuten lääkäriillä ja potilaalla, myös haastattelijalla ja haastateltavalla on oma, institutionaalinen tehtävänsä vuorovaikutustilanteessa. Mikäli toimittaja on huolellisesti valmistautunut, hän rinnastuu lääkäriin aiheeseen perehtyneenä tietäjänä. Esimerkiksi vaaleja edeltävässä suorassa televisiotentissä toimittajan rooliin kuuluu ehdokkaiden tietojen testaaminen, ristikuulustelu ja suoranainen provosoiminen.

Monissa muunlaisissa haastatteluissa, esimerkiksi naistenlehtien henkilöjutuissa tai television viihteellisissä talk show -ohjelmissä, toimittaja suhtautuu haastateltavaansa rakentavasti ja ystävällismielisesti, usein jopa tuttavallisesti. Kaverillinen tasavertaisuus on kuitenkin vain pintaa, taktinen väline, jolla toimittaja saa juttunsa kasaan. Kuten lääkäri ohjaa lääkäri-potilas-diskurssia, toimittaja ohjaa toimittaja-haastateltava-diskurssia eli käyttää valtaa.

Median tuottaja-vastaanottaja-diskurssi poikkeaa kasvoista kasvoihin -diskurssista ennen kaikkea yksisuuntaisuudellaan. Mediadiskurssissa tekstin tuottajat ja tulkitsijat ovat etäällä toisistaan. Voidaan puhua jopa tuottajista ja kuluttajista. Mediadiskurssi on suunniteltu yleisöille, eivätkä tekstien tuottajat tiedä, keitä yleisöihin kuuluu. Diskurssin tuottajien täytyy tekstejä tehdessään pitää mielessään kuvitteellinen ideaalivastaanottaja, joko katsoja, kuuntelija tai lukija. (Fairclough 1989: 49.)

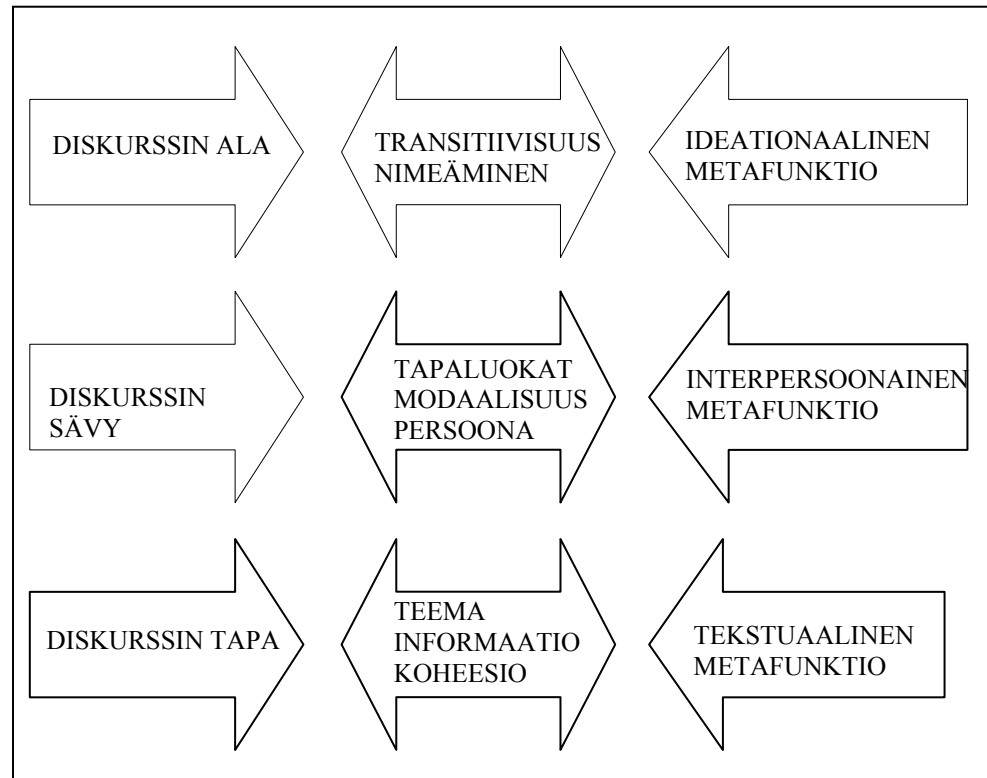
### 2.3.3 Diskurssin ala, sävy ja tapa

Kielenkäytön tuotosten – tässä tapauksessa Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijuttujen tekstien – suhdetta sosiaaliseen kontekstiinsa voidaan tarkastella myös diskurssin *alan*, *sävyn* ja *tavan* käsitteiden avulla. Nämä käsitteet auttavat edelleen tulkitsemaan sitä ympäristöä, jossa merkityksiä välitetään ja vaihdetaan (Heikkinen 1999: 41).

- **Diskurssin ala** viittaa siihen, mitä tapahtuu, se viittaa sosiaalisen kanssakäymisen luonteeseen.
- **Diskurssin sävy** viittaa ihmisiin, jotka ovat osallisina, viestijöiden luonteeseen, heidän statuksiinsa ja rooleihinsa sekä kielenkäyttäjinä kyseisessä tilanteessa että yhteisössä yleisemmin.
- **Diskurssin tapa** viittaa siihen, millainen tehtävä kielellä on ja mitä viestijät odottavat kielen tekevän heidän puolestaan kielenkäyttötilanteessa: suostuttelua, informaation välittämistä, opastamista jne.

Diskurssin kolme ulottuvuutta realisoituvat teksteissä sanastollisina, morfologisina ja syntaktisina ratkaisuin, joilla merkityksiä tuotetaan ja joiden kautta monifunktioisuus toteutuu. Hahmotan diskurssin alan, sävyn ja tavan suhdetta kieleen ja metafunktioihin kuvassa 1.

### KUVA 1. Diskurssin ulottuvuudet, kieli ja metafunktiot



Avaan kuvan 1 kaaviota työni ensimmäisessä aineistoesimerkissä. Esimerkin 1 avulla pyrin näyttämään, millä tavalla diskurssin ala, sävy ja tapa sekä ideationaalinen, interpersonaalinen ja tekstuaalinen metafunktiot ovat tekstistä löydettävissä. Analyysissäni hyödynnän Heikkisen mallia (1999: 41).

#### Esimerkki 1.

##### *Tuletorni otsides*

**”Ma ei ole mitte JUBA 43, vaid ALLES 43,” rõhutab näitlejanna Viire Valdma ühelt oma rollikangelannalt laenatud lausejuppi. Alles – see tähendab praegu, aga tulevikku jääb veel leidmata tuletorni valgusvihk.**

*Kui mandrilt praamiga Muhku sõita, jääb kurakätt tilluke Viireleid: üks tuletorn, paar-kolm puud, majakavahi kodu. Ainult kõige hädapärasem, aga Viire saaks seal hakama.*

*Talle meeldib mereadru lõhn, ta oskab kala rappida ja soolata, ei pelga üksindust, kuigi, jah, iseseisvus kõlaks eesmärgina ehk pehmemalt. Viire on püsti tõusnud ja tal on kindel plaan minema hakata: seni ise majakana seisnud ja tulijaid koju oodanud, otsib ta nüüd oma plinkijat.*

*Kevadel lõpetas Viire poeg Tom-Olav (18) keskkooli. Tütar Maria (20) elab juba mõnda aega omaette ja kui emale laste suurekskasvamine poja lõpuaktusel lõplikult kohale jõudis, nuttis ta Lasnamäe kanalit mööda kodu poole sõites lohutamatu. Aga hoollega pisarate koostist uurides oleks laborandid neis kahju- ja tühjustunde kõrval avastanud veel annuse vabanemist, sest lastega koos kasvavad märkamatu suureks ka nende vanemad. Suubuvad keskeakriisi ja väljuvad sealt... nii või naa.*

(Eesti Naine, 10/2003.)

### **'Majakkaa etsimässä**

**"En ole JO 43, vaan VASTA 43,"** korostaa näyttelijätär Viire Valdma lainaten erään roolisankarittarensa repliikkiä. Vasta – se tarkoittaa parhaillaan, mutta tulevaisuudessa odottaa toistaiseksi löytämättömän majakan valokeila.

Kun mantereelta matkustetaan lautalla Muhuun, vasemmalla näkyy pikkuinen Viirelaid: yksi majakka, pari-kolme puuta, majakanvartijan koti. Vain kaikkein välttämättömin, mutta Viire pärjäisi siellä.

Hän pitää meren tuoksusta, osaa perata ja suolata kalaa, ei pelkää yksinäisyyttä, vaikka, niinpä, itsenäisyys kuulostaisi tavoitteena ehkä pehmeämmältä. Viire on noussut pysytyyn ja hänellä on varma suunnitelma lähteä liikkeelle: tähän asti itse majakkana seissyt ja tulijoita kotiin odottanut nainen etsii nyt omaa suuntavaloaan.

Keväällä Viiren poika Tom-Olav (18) valmistui keskikoulusta. Tytär Maria (20) on jo hyvän aikaa elänyt omillaan. Kun äiti lopullisesti pojan päättäjaisjuhlissa oivalsi lastensa kasvaneen suuriksi, hän itki lohduttomana koko matkan palatessaan kotiin pitkin Lasnamäen kanavaa. Laboratorioanalyysi olisi paljastanut ikävän- ja tyhjyydentunteita ilmaisevien kyynelten joukosta todennäköisesti myös annoksen vapautumista, sillä lasten kanssa yhdessä kasvaessaan myös vanhemmat huomaamattaan kypsyvät. Päätyvät keski-ikäisen kriisiin ja poistuvat sieltä... niin tai näin.'

**Diskurssin ala ja ideationaalinen metafunktio:** Mistä esimerkin tekstinäyte kertoo? Mitä siinä tapahtuu? Minkälaisia prosesseja tekstissä kuvataan? Miten teksti kuvaa aihettaan?

Tekstinäyte on poimittu jutusta, joka kertoo keski-ikäisen naisen elämäntilanteesta, kun lapset ovat kasvaneet ja lentämässä pesästä. Naisella on meneillään vanhasta luopumiseen ja uusien valintojen mahdollisuuteen liittyvä kriisi. Nyt kun lapset eivät enää tarvitse äitiä, naisen elämään on jäämässä tilaa uusille asioille. Arvoituksellinen tulevaisuus tuntuu samalla kertaa sekä haikealta että kiehtovalta.

**Diskurssin sävy ja intersoonainen metafunktio:** Ketkä osallistuvat vuorovaikutukseen? Minkälaisia statuksia ja rooleja esimerkin tekstiin kirjoittuu? Millä tavalla kirjoittaja suhtautuu kertomaansa asiaan?

Tekstiin kirjoittuu toimittaja, joka kuvailee kohteensa olemusta, elämäntilannetta ja reaktioita. Toimittaja on tulkki, joka rinnastaa sekä näyttelijän että tämän tulevaisuuden majakka-metaforaan. Tähän asti näyttelijä on ollut majakka, keskipiste ja suunnannäyttävä lapsilleen, nyt hänen olisi löydettävä oma majakkansa, uusi suunta elämälleen lasten itsenäistyttyä. Tekstiin kirjoittuvat kaksi pääroolia ovat empaattinen toimittaja-selostaja ja maanläheinen keski-ikäinen äiti-ihminen, jonka elämän taitekohtaa toimittaja selostaa. Vastaanottajaksi kirjoittuu lukija, joka itsekin parhaillaan miettii keski-ikäistymiseen liittyviä muutoksia joko omassa tai läheisensä elämässä.

**Diskurssin tapa ja tekstuaalinen metafunktio:** Millä tavalla esimerkin teksti on sanastollisesti sidostunutta? Mikä on tekstin teema? Minkälaista informaatiota teksti sisältää?



Sanastovalinnoilla toimittaja rakentaa tekstistä koherentin tilannekuvan keski-ikäisen naisen murroksesta: *ei pelga üksindust* 'ei pelkää yksinäisyyttä', *on püsti tõusnud* 'on noussut pystyyn', *on kindel plaan minema hakata* 'on varma suunnitelma lähteä liikkeelle', *seni ise majakana seisnud* 'tähän asti itse majakana seissyt', *tulijaid koju oodanud* 'tulijoita kotiin odottanut', *otsib ta nüüd oma plinkijat* 'etsii nyt omaa suuntavaloaan', *laste suurekskasvamine lõplikult kohale jõudis* 'oivalsi lopullisesti lastensa kasvaneen', *nuttis ta lohutamalt* 'itki lohduttomasti', *pisarate koostist uurides oleks kahju- ja tühjustunde kõrval avastanud veel annuse vabanemist* 'kyyneleiden koostumusta tutkittaessa olisi ikävän- ja tyhjyydentunteen rinnalla löytynyt myös annos vapautumista.'

Tekstin teema on äidin kriisi pesän tyhjentyessä. Teksti sisältää informaatiota siitä, miten nainen reagoi kriisiin ja millä eväillä hän aikoo jatkossa pärjätä.

Ylläolevilla kolmella analyysillä yritin konkretisoida systeemifunktionaalisen kieliopin metodiikkaa. Yhteenvetona totean, että kieli toimii teksteissä ideationaalisesti kuvatessaan maailmaa ja kokemusta, intersubjektisesti ollessaan osallisena diskurssin osanottajien vuorovaikutuksessa ja tekstuaalisesti yhdistäessään tekstin osat koherentiksi kokonaisuudeksi ja liittäessään tekstit tilannekontekstiin. Kielen analyysi voidaan näin yhdistää yhteiskunnallisen analyysin perusasioihin, kysymyksiin tiedosta, uskomuksista, ideologiasta, sosiaalisista suhteista ja vallasta sekä identiteetistä. (Heikkinen 1999: 42.)

## 2.4 Genrestä

*Genre* voidaan määritellä sanattomaksi tiedoksi, jota tekstien tuottajat ja vastaanottajat käyttävät hyväkseen toiminnassaan (ks. Heikkinen, Hiidenmaa ja Tiililä 2000: 66). Tätä sanatonta tietoa toimittaja hyödyntää kirjoittaessaan ja lukija tulkitessaan. Sosiaalistuessamme kulttuuriin, jossa tuotetaan ja luetaan erilaisia tekstilajeja, opimme automaattisesti erottamaan eri genret eli *tekstilajit* toisistaan.

Tekstilajit syntyvät kieliyhteisössä interaktiivisesti. Ihmisillä on tarve ilmaista tietynlaisia asioita tietynlaisissa tilanteissa tietynlaisin keinoin: *jutustelua* tarvitaan sosiaalisten suhteiden luomiseen, *kirjettä* keskusteluun pitkien välimatkojen yli, *pääkirjoitusta* lehden kannan ilmaisemiseen, *tieteellistä artikkelia* tutkimustulosten argumentointiin.

Tunnistaessaan jonkun tekstin tiettyyn genreen kuuluvaksi kieliyhteisön jäsen ei yleensä pohdi, mistä nimenomaisista piirteistä hän tekee ratkaisunsa. Intuitiivinen tunnistaminen tapahtuu usein tyylin perusteella.

### 2.4.1 Tyyli tunnusmerkkinä

Etsiessäni virolaisten naistenlehtien kansijutuista arvojen, asenteiden, ideologioiden ja maailmankuvien kielellisiä representaatioita olen väistämättä tekemisissä myös tekstien *tyylin* kanssa. Tyyli on tekstilajin keskeinen tunnusmerkki, ja se kertoo paljon viestinnän osapuolten välisistä suhteista sekä tekstille asetetuista tavoitteista.

Saukkonen (1984: 56–59) jaottelee tekstityylit kolmeen pääkategoriaan, jotka ovat *taiteellinen tyyli*, *tiedotustyyli* ja *tieteellinen tyyli*. Hän perustelee jaotteluaan sillä, että tämä kolmijako muistuttaa entisajan suullisten kulttuurien perinnejakoa satuihin, tarinohin ja myytteihin, joka puolestaan ilmentää ihmisen psyykkisten perustarpeiden mukaisia arkkityyppejä. Saukkosen mukaan taide, tie-de ja tiedotus ovat nykyaikaisen kerronnan perinnejajeja. (Saukkonen 1984: 27–29.)

**Taiteellisessa tekstissä** tavoitteena on luoda tietty tunnelma, mielikuva, näkemys, jonka vastaanottaja voi kokea monella eri tavalla ja laajentaa ja muuntaa edelleen tajunnassaan ja joka voi vaikuttaa vastaanottajan käsityksiin, asenteisiin, tunteisiin kokonaisvaltaisesti. Teksti on konkreettia, kertovaa, kuvailevaa, mutta ei lainkaan perustelevaa.

Yleisimmät verbit ovat dynaamisia ja ilmaisevat aktiivista liikettä (*tulla, mennä, käydä, lähteä, nousta, viedä, tuoda, kulkea, kuulla*), aistimusta (*nähdä, katsoa, näyttää, kuulla, huomata*), tajuntaa (*tietää, tuntea, haluta, tuntua, ajatella, muistaa, odottaa*) ja kommunikointia (*sanoa, puhua, kertoa, kirjoittaa*) tai muuta prosessia (*pitää, alkaa, jäädä, päästä*). Yleisimmät substantiivit ilmaisevat ihmis-tä (*mies, lapsi, poika, nainen, herra, isä, äiti*), ihmisen kognitiota tai ruumiinosaa (*mieli, käsi, pää*), aikaa (*päivä, kerta, hetki*) sekä paikkaa ja materiaa (*maailma, tie, vesi, kaupunki, paikka, koti*).

Pronominit ovat yleensä persoonaisia (*hän, me, te, minä, sinä, he*). Adjektiivit osoittavat analysoivaa rakennetta, ja niistä yleisimpiä ovat *hyvä, pieni, van-*

*ha, korkea, kaunis*, joihin sisältyy myös subjektiivista asenneperspektiivimerkitystä. (Saukkonen 1984: 36–37, 56–58.)

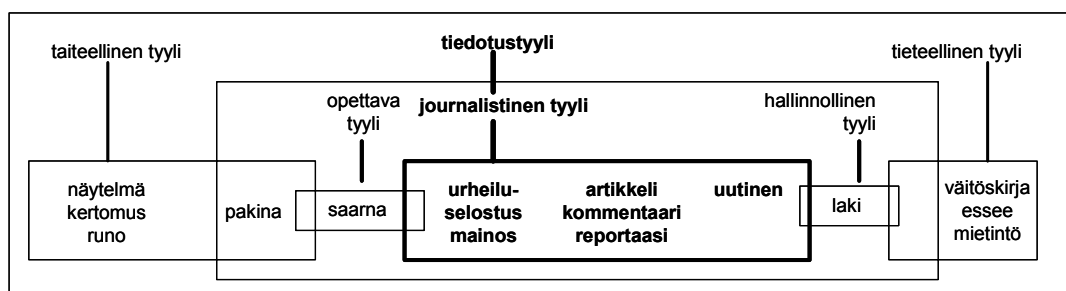
**Tiedottava teksti** pyrkii olemaan tieteellisen tekstin tapaan täsmällistä ja asiallista, mutta perustuu taiteellisen tekstin tavoin yksinkertaiseen arkitietoon. Tiedotusteksti on taiteellisen ja tieteellisen tekstin välimuoto, joka käyttää hyväkseen molempien tyylien ominaisuuksia. Tiedotustyyliille ei vastakkaisten äärimuotojen välillä olevana tekstimuotona ole helppo löytää vain sille tyypillisiä ominaisuuksia. Tiedotustekstilte on myös ominaista, että se sisältää mielipiteitä ja pyrkii vaikuttamaan vastaanottajan toimintaan. (Saukkonen 1984: 36–37, 56–58.)

**Tieteellinen teksti** pyrkii mahdollisimman tarkkaan yksiselitteisyyteen. Se ei vetoa jokapäiväisen kokemuksen kautta saatuihin kokonaisvaltaisiin yleisnäkemyksiin ja -tietoihin, käsityksiin, asenteisiin ja tunteisiin, vaan älyyn, eriteltyyn ja erikoistietoon.

Verbit ovat abstrakteja ja staattisia (*esittää, osoittaa, tarkoittaa, esiintyä, muodostaa*). Jotkut verbit (*vaikuttaa, määrätä, aiheuttaa, johtua*) osoittavat perustelua. Ne voivat liittyä abstrakteihin käsitteisiin ja ovat yleensä vailla aktiivista toimijaa. Näiden lisäksi yleisimpiä ovat aktiivista tekijää edellyttävät verbit (*suorittaa, käsitellä, tutkia, asettaa, perustaa, valmistaa*), jotka viittaavat tekstin laatijan tai muiden kirjoittajien toimiin. Suosituimmat adjektiivit ilmaisevat objektiivisesti määriteltävää ominaisuutta: (*ensimmäinen, yleinen, mahdollinen, seuraava, erityinen, vastaava, mukainen, erilainen, jatkuva*). Älyyn perustuvien abstraktien käsitteiden suosituimmuutta osoittavat tyypillisimmät substantiivit (*asia, osa, tapa, kysymys, määrä, tapaus, huomio, syy, kohta, tulos, yhteys, alue, voima, alku, apu, luku, peruste, tieto, kanta, esimerkki, tila, arvo, mahdollisuus, sija, tarkoitus, ryhmä, vaikutus, oikeus, tilanne, muoto, työ, tehtävä, käyttö, kehitys*).

(Saukkonen 1984: 36–37, 56–58.)

## KUVA 2. Tyylien jaottelu Pauli Saukkosen mukaan



Kuten kuvasta 2 näkyy, Saukkonen määrittelee mediatekstit (journalistisen tyyli: *urheiluselostus, mainos, artikkeli, kommentaari, reportaasi, uutinen*) tiedotustyylin alalajeiksi (Saukkonen 1984: 63).

Tarkastelen tutkielmassani Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijuttuja myös tyylin näkökulmasta. Tästä syystä olen suhteellisen laajasti siteerannut Saukkosen kolmijaottelua. Oletan sen soveltuvan myös vironkielisten mediatekstien analysoinnin pohjaksi.

## **2.5 Yhteenvetoa teorialuvusta**

Olen tässä luvussa esitellyt kriittisen tekstintutkimuksen perinnettä ja systeemifunktionaalisen kieliopin periaatteita. Määrittelin keskeisiä käsitteitä ja kerroin erityisesti Suomessa tehdystä kriittisestä tekstintutkimuksesta kommentoiden samalla virolaisten tutkijoiden ajankohtaisia kysymyksenasetteluita.

Systeemis-funktionaalisen kieliopin mukainen tekstien tarkastelu ideationaalisen, intersoonaisen ja tekstuaalisen metafunktion näkökulmasta mahdollistaa laaja-alaisen tekstien tulkinnan, jonka myötä oletan löytäväni tutkimusaineistostani tämän päivän virolaisen naisen ajatusmaailmaa, arvoja ja asenteita kuvaavia kielellisiä representaatioita. Seuraavassa luvussa esittelen tutkimusaineistoani.

### 3. TUTKIMUSAINEISTO

Valitsin tutkimuskohteekseni *Annen*, *Eesti Naisen* ja *Stiilin*, koska Viron suurileikkisimpinä naistenlehtinä ne tavoittavat kohderyhmänsä kattavimmin. Lehdillä on omat, tarkkaan mietityt konseptinsa, joiden mukaan ne ovat segmentoineet kohderyhmänsä ja määritelleet toimitukselliset periaatteensa (Hennoste 2004). Ne ovat myös aidosti virolaisia lehtiä, eivät jonkun kansainvälisen konseptin lokalisoituja versioita, kuten esimerkiksi maailman suurin nuorten naistenlehti, amerikkalainen *Cosmopolitan*, joka ilmestyy Virossa samanlaisena kuin vaikkapa Venäjällä, Suomessa, Japanissa ja Hollannissa.

*Annea*, *Eesti Naista* ja *Stiiliä* julkaistaan käsittääkseni vain Virossa ja viroksi. Koska lehdet ovat taustaltaan kansallisia, voin olettaa niiden heijastavan nimenomaan tämän päivän virolaista todellisuutta.

Pro gradu -työssäni tutkin tammikuun 2003 ja syyskuun 2004 välillä ilmestyneiden lehtien kansijuttuja. Materiaali, yhteensä 55 artikkelia, on suurimalta osin kerätty kunkin lehden internetarkistoista.

Painetussa lehdessä kansijutun laajuus kuvineen on 3–5 sivua, sähköisten versioiden laajuus on oman arvioni mukaan keskimäärin 75 prosenttia alkuperäistekstistä. Valtaosa verkkoon arkistoiduista jutuista on lyhennelmiä alkuperäisteksteistä, ja jutun lopussa on yleensä kehote *edasi loe ajakirjast* eli ’lue lisää lehdestä’. Tämän selvityksen kannalta lyhentämisellä ei ole olennaista merkitystä. Artikkeleiden sisällölliset teemat, kielelliset valinnat ja tyyllilliset ratkaisut näkyvät myös verkkoon arkistoiduissa jutuissa. Kaikki kolme lehteä ilmestyvät kerran kuukaudessa eli 12 kertaa vuodessa.

#### 3.1 Kaupallinen tausta

*Annea*, *Eesti Naista* ja *Stiiliä* julkaisee Viron suurin lehtitalo, AS Ajakirjade Kirjastus. Yhtiö julkaisee 20 eri aikakauslehteä (huhtikuu 2004), joista yhdeksän kuuluu Viron kymmenen suosituimman aikakauslehden joukkoon. Tieto perustuu markkinatutkimusyhtiö EMOR:in tekemään mediatutkimukseen helmikuussa 2004. Lehtitalo ilmoittaa aikakauslehtiensä kokonaislukijamääräksi yli 1,1 miljoonaa henkilöä.

AS Ajakirjade Kirjastus -yhtiön omistavat puoliksi kaksi kustannusyhtiötä, Eesti Meedia (50 %) ja Ekspress Grupp (50 %). Eesti Meedia kertoo nettisivuillaan olevansa Viron suurin mediakonserni, joka julkaisee muun muassa Postimees -sanomalehteä. Konserniin kuuluvat myös paikallislehdet *Pärnu Postimees*, *Sakala*, *Virumaa Teataja*, *Järva Teataja* ja *Valgamaalane*. Sähköisen median puolella konsernin omistuksessa on Kanal 2 ja Tartu Raadio. Eesti Meedian pääomistaja on norjalainen mediayhtiö Schibsted (92,5 %). Vähemmistöomistaja on virolainen Heldur Tõnissonin Fond Tulevik (7,5 %). (Ajakirjade kirjastus 2005.)

Ekspress Grupp -kustantamon omistaa virolainen liikemies Hans H. Luik. Kustantamo tunnetaan ennen kaikkea *Eesti Ekspress* -viikkolehdestä, jota se on julkaissut vuodesta 1989 alkaen (Hennoste 2004). Vuonna 2003 Ekspress Grupp myynti oli 24,6 miljoonaa euroa (383 milj. kr.), voitto 2,4 miljoonaa euroa (37 milj. kr.) ja omavaraisuus 6,5 miljoonaa euroa (101 milj. kr.). (Ekspress Grupp 2005.)

Media on Virossa kuten muissakin markkinatalousmaissa liiketoimintaa, jonka tavoitteena on tuottaa voittoa omistajilleen. Kun tarkastelen Anne, Eesti Naisen ja Stiilin kansijuttuja maailmankuvien, arvojen ja asenteiden näkökulmasta, en voi sivuuttaa julkaisujen kaupallista taustaa. Lehdet saavat tulonsa kahdesta lähteestä: ilmoittajilta ja lehtiä ostavalta yleisöltä.

Sisältöä suunnitellessaan ja juttuja toteuttaessaan toimitukset joutuvat mitä ilmeisimmin sovittamaan omat journalistiset tavoitteensa omistajien liiketoiminnallisiin päämääriin. Tarkasteluni kohteena olevissa kansijutuissa kaupallisuus näkyy avoimesti muun muassa tekstiin sijoitettuina tuotemerkeinä.

### 3.2 Naistenlehden erityisyydestä

Naistenlehti on kulttuurinen luonnollistuma (esim. Heikkinen 1999: 90), jonka vaikutuspiirissä länsimaiseen yhteiskuntaan syntyvä tyttölapsi on jo silloin, kun hän odottaa maailmaanpääsyä äitinsä kohdussa. Mitä todennäköisimmin lapsen äiti on hankkinut tietoa oikeasta ruokavaliosta, sikiön kehityksestä, eri synnytystekniikoista ja raskauden jälkeisestä kiinteytyksestä nimenomaan naistenlehdistä. Varmasti hän on naistenlehdistä lukenut useita vertaiskertomuksia, joissa tuoreet äidit tilittävät kokemuksiaan. Kun vauva on syntynyt, äiti saa virikkeitä lapsen

ruokintaan ja kasvatukseen naistenlehdistä. Naisen elämän eri vaiheissa naistenlehdet ohjaavat, opastavat, neuvovat ja viihdyttävät naista.

Kuten brittitutkija Marjorie Ferguson on todennut, naistenlehdet kertovat naisille, mitä heidän tulee ajatella itsestään, rakastajistaan, miehistään, vanhemmistaan, lapsistaan, naapureistaan, työkavereistaan ja pomoistaan. Naistenlehdet normittavat naisten käyttäytymistä ja valintoja, kertovat, mikä naisellisessa maailmassa on toivottavaa ja mahdollista. (Ferguson 1983: 2.)

Ferguson nostaa naistenlehden arkisen neuvonantajan ja lepo hetken viihdyttäjän roolista suorastaan uskonnollisen kultin asemaan. Hän sanoo, että naistenlehti on enemmän kuin nainen tai naiselliset asiat, se ilmentää itseään naiseutta olotilana, ideologiana ja taidemuotona. Fergusonin mukaan naistenlehti on rituaalinen järjestelmä, joka sisältää valikoiman käytäntöjä ja uskomuksia. Jokainen naiseksi syntynyt on potentiaalinen osallistuja näihin palveluksiin ja uhriritteihin. Naistenlehden vaalimassa kultissa palvelun kohde, toteemi, on nainen ja naisuus. (Ferguson 1983: 1.)

On sinänsä mielenkiintoinen ilmiö, että miehille ei tehdä samassa mielessä kokonaisvaltaisesti miehuuteen opastavia, neuvovia ja ohjaavia lehtiä kuin naisille. Miestenlehdet ovat erikoistuneet harrastusten ja mielenkiinnonkohteiden mukaan (moottoripyörät, urheilu, autot, veneet, tietotekniikka, porno). Miehiltä puuttuvat lehdet, jotka toimisivat kaikenkattavasti maskuliinisuuden sanansaattajina, rakentaisivat miehistä identiteettiä, antaisivat yleisiä miehen roolimalleja ja toimintatapoja, ohjeita siitä, kuinka miehen tulee olla ja elää ollakseen oikea mies. Naistenlehtiä on esimerkiksi Britanniassa alettu julkaista 1600-luvulla. (Ferguson 1983: 2.) Pohjoismaiden ja Baltian ensimmäiset aikakauslehdet ilmestyivät 1600-luvun jälkipuoliskolla. Joukossa ei ollut vielä yhtään naistenlehteä. Viron ensimmäinen naistenlehti on vuodesta 1924 ilmestynyt *Eesti Naine*.

*Anne*, *Eesti Naine* ja *Stiil* noudattavat rakenteeltaan kansainvälistä naistenlehden kaavaa, jossa kansijuttu on keskeinen tekstilaji.

Kansijutun ohella muita naistenlehden tekstilajeja ovat muun muassa tuote-esittelyt, ruokajutut, terveys- ja ihmissuhdejutut, matkareportaasit, sisustus-, ja kauneudenhoitoartikkelit. Naistenlehden tekstilajeista kansijuttu tarjoaa laajat mahdollisuudet tekstien analysointiin arvojen ja maailmankuvien näkökulmasta. Kansijuttu on filosofinen, yksilön valintoja ja elämän merkitystä pohdiskeleva, henkilöhaastattelun muotoon kirjoitettu tarina, jota tulkitsemalla voi vetää johto-

päätöksiä sekä lehden linjasta että yhteiskunnallisesta kontekstista, jossa juttu on syntynyt.

### 3.3 Anne, Eesti Naine ja Stiil virolaisten naisten sosiaalistajina

Kysymykseen, minkälaisia sosiaalistajia ja neuvonantajia tutkimukseni kohteena olevat naistenlehdet ovat, vastauksia voi hakea lehtien omista määrittelyistä, tavoitteenasetannasta ja siitä, miten ne saavuttavat kohderyhmänsä. Oheiseen taulukkoon kokosin lehtien perustiedot Hennosten luentomateriaalista (2004) ja Ajakirjade Kirjastus -yhtiön internetsivuilta ([www.kirjastus.ee](http://www.kirjastus.ee)). Tässä yhteydessä on syytä mainita, että Helsingin yliopistossa viron yliopistonlehtorina työskentelevä Tiit Hennoste on Virossa arvostettu journalismin asiantuntija, joka on konsulttina osallistunut Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kehittämiseen.

#### TAULUKKO 1. Lehtien painos, kohderyhmä ja toiminta-ajatus

Lehti	Painos 2004	Kohderyhmä	Toiminta-ajatus
ANNE	26 500	19–49-vuotias aktiivinen, keski-ikäinen nainen	Anne heijastaa nykynaisen elämänlaatua, jakaa kokemuksia ja tietoja ja neuvoo, miten omaa ja läheisten elämänlaatua voi vieläkin parantaa ja tulla onnellisemmaksi. Lehdessä kirjoitetaan aikaansaavista naisista ja miehistä.
EESTI NAINEN	27 000	29–59-vuotias elämää kokenut, vastuuntuntoinen nainen	Eesti Naine käsittelee kaikkia naiselle tärkeitä teemoja: rakkautta, lapsia, perhettä, muotia, terveyttä ruokaa jne. Eesti Naine on helposti luettava, lämmin ja ystävällinen.
STIIL	18 500	20–40-vuotias kaupunkilainen, ulkonäöstään huolehtiva nainen	Stiil on nuorten naisten monipuolinen aikakauslehti. Aiheita ovat muoti ja kulttuuri, muotoilu ja trendit sekä muodin metropolit. Stiil esittelee lukijoilleen jännittäviä henkilöitä ja tositarinoita, jotka tarjoavat myötäelämisen kokemuksia ja herättävät ajatuksia.

**Anne** on ollut markkinoilla vuodesta 1996. Ensimmäiset numerot ilmestyivät Eesti Ekspress –lehden liitteinä. Tammikuusta 1998 Anne on ollut itsenäinen aikakauslehti, jonka painos tuplaantui ensimmäisen vuoden aikana 15 000:sta 30 000:een. Kerran kuukaudessa ilmestyvän lehden laajuus vaihtelee numeroittain 84–160 sivun välillä.



**Eesti Naine** on ilmestynyt vuodesta 1924. Kesällä 2001 tehdyn lukijatutkimuksen mukaan (Eesti Meediauuringu) Eesti Naisella on 128 000 lukijaa. Eesti Naine on sekä Viron vanhin että luetuin naistenlehti. Kerran kuukaudessa ilmestyvän lehden laajuus vaihtelee numeroittain 84–124 sivun välillä.

**Stiil** alkoi ilmestyä 1991, vain kuukausi Viron itsenäistymisen jälkeen. Lehden perustivat kolme virolaista muotivaikuttajaa Pille Pihlamägi, Ivo Nikkolo ja Kirke Aron. Ensimmäisen numeron painos oli 18 000.

Vuonna 2004 Annen jokaisesta numerosta otettiin 26 500 kappaleen painos. Vastaava Eesti Naisen luku oli 27 000 ja Stiilin 18 000. Tässä yhteydessä on huomattava, että naistenlehdet tavoittavat aina paljon painosmääräänsä suuremman yleisön. Kotiin tilattua lehteä lukevat tilaajan lisäksi myös muut perheenjäsenet ja lähipiiriin kuuluvat henkilöt. Lehtiä luetaan myös lääkärin odotushuoneessa ja kampaajan tuolissa. Painosmäärien tai levikkien perusteella lehtien todellista lukijamäärää onkin mahdoton määrittellä. (McLoughlin 2000: 1–2.)

Taustaksi oletukselleni, jonka mukaan Annea, Eesti Naista ja Stiiliä tehdään kaupallisuuden ehdoilla, laskin syyskuussa 2004 ilmestyneistä lehdistä, kuinka paljon niissä on maksettuja ilmoituksia tai mainoksen kaltaisia tuoteutisia ja juttuja eli tuotepuffeja. Laskin yhteen maksettuihin ilmoituksiin, tuotteita markkinoiviin muoti- ja kauneudenhoitajuttuihin sekä tietyistä merkeistä (esimerkiksi Stiilissä Gianni Versace ja Status Club) kertoviin juttuihin käytetyn sivumäärän. Oheisessa taulukossa 2 kutsun tätä kokonaisuutta *mainossivuiksi*.

## **TAULUKKO 2. Annen, Eesti Naisen ja Stiilin mainokset syyskuussa 2004**

<b>Lehti</b>	<b>Sivuja</b>	<b>Mainossivuja</b>	<b>Mainonnan osuus prosentteina</b>
ANNE	108	27,5	25 %
EESTI NAINE	84	29	34 %
STIIL	116	56	48 %

Sekä absoluuttisesti että suhteellisesti eniten mainossivuja on Stiilissä. Lähes puolet lehdestä on avoimesti tuotteita ja palveluita tyrkyttävää materiaalia. Samat mainoksen kaltaiset juttutyypit löytyvät kaikista kolmesta lehdestä: pukeutuminen, tuoteutiset ja kauneudenhoito. Syyskuun 2004 ilmoituksissa mainostettiin vaatteita, kauneudenhoito- ja hygieniatuotteita, parfyymeja, luontaistuotteita, kyl-

pylälomia, kauneushoitoloita, kampaamoja, vaateputiikkeja, keittiökalusteita keittokirjoja. Päälinjasta poikkeavia ovat automainos (Anne), lamppumainos (Eesti Naine), lipputankomainos (Eesti Naine) ja sisustusmaalimainos (Eesti Naine).

### 3.4 Kuka pääsee kansijuttuun?

Kansijuttu on laaja artikkeli, jossa kerrotaan jutun aiheeksi valitun henkilön elämän eri vaiheista, hänen valinnoistaan, ihmissuhteistaan ja yhteiskunnallisesta roolistaan. Kansijuttua ei tehdä kenestä tahansa. Vaikka tutkimukseni kohteena olevat kolme virolaista naistenlehteä saattavat muutoin poiketa toisistaan kohde-ryhmiensä ja toimituksellisten lähtökohtiensa osalta, kansijuttujen haastateltavien valinnassa ne noudattavat samoja periaatteita. Minkälaisista henkilöistä kansijuttuja tehdään, se määritellään kunkin lehden konseptissa.

Annen konseptissa kansijuttu määritellään lehden tärkeimmäksi artikkeliksi, jossa esitellään sellaisia naisia, jotka ovat saaneet elämässään jotain merkittävää aikaiseksi. Saavutus voi liittyä henkilökohtaiseen elämään, uraan tai muuhun elämänalueeseen. Periaatteessa samantapaisilla argumenteilla myös Eesti Naisen ja Stiilin konsepteissa asemoidaan kansijuttu osaksi kokonaisuutta.

Tärkeä valintaperuste on myös sukupuoli. Naistenlehtien kansijuttuja tehdään pääsääntöisesti naisista. Anne kelpuuttaa kansijuttuihinsa miehiä joskus harvoin: *portreelugu inimesest üldjuhul naisest, harva ka mehest* 'henkilöjuttu ihmisestä yleensä naisesta, joskus myös miehestä', Stiil kerran tai pari vuodessa: *igakuine portreelugu põnevast naisest (1–2 korda aastas mehest)* 'jokakuukautinen henkilökuva jännittävästä miehestä (1–2 kertaa vuodessa miehestä). Kansijuttujen tarkat konseptimääritelmät löytyvät liitteestä 2.

Mutta minkälaisia ihmisiä pro gradu -aineistoni 55 artikkelin sankarittaret ja muutamat sankarit sitten ovat? Vaikuttavatko he kulttuurin, liike-elämän vai politiikan alueella? Minkälainen yhteiskunnallinen asema heillä on? Jotain voi päätellä henkilöiden iän, koulutuksen ja ammatin perusteella. Seuraavat profiiloinnit perustuvat aineistostani tekemiini havaintoihin.

Annen kansijuttujen päähenkilöiden keski-ikä on 33,2 vuotta. Vanhin on 39-vuotias ja nuorin 26-vuotias. Eesti Naisen kansijuttujen naiset ovat keski-ikältään 36,6-vuotiaita. Vanhin on 67-vuotias ja nuorin 12-vuotias. Stiilin naiset

ovat joukon nuorimpia: keski-ikä on 31,2 vuotta. Vanhin on 48-vuotias ja nuorin 19-vuotias.

Anne näyttää olevan kiinnostunut taiteilijoista ja liike-elämän vaikuttajista. Kahdeksantoista jutun naisista 14 toimii erilaisissa luovissa ammateissa kuten näyttelijänä, laulajana ja kuvataiteilijana. Kolme juttua on tehty bisnesmaailman toimijoista, joita ovat yritysjohtaja, sijoitusneuvoja ja mallitoimiston johtaja. Yhdessä jutussa kerrotaan julkisen viran haltijasta, Viron museoviraston pääjohtajasta. Kulttuuri painottuu Eesti Naisen kahdenkymmenen kansijutun valinnoissa vieläkin voimakkaammin. Eri alojen taiteilijoita haastatellaan 15 jutussa, urheilijaa yhdessä, ja televisiotoimittajia kahdessa jutussa. Yhden jutun haastateltava toimii julkisessa virassa. Joukkoon mahtuu yksi poliittisen elämän edustaja, nimittäin presidentti Arnold Rüütelin puoliso Ingrid. Stiil jatkaa samoilla painotuksilla. Lehden seitsemästätoista kansijutusta 15:ssä kerrotaan kulttuurielämän edustajista ja taiteilijoista, yhdessä jutussa haastatellaan politiikkaa.

Valintojen perusteella voisin vetää vaikkapa sellaisen johtopäätöksen, että lehdentekijät arvostavat eniten kulttuurivaikuttajia. Toisaalta voin myös ajatella, että kulttuurin eri alojen edustajat ovat ihanteellisia haastateltavia, koska he esiintyvät mielellään julkisuudessa. Jututettavia on helppo löytää ja tarinat syntyvät vaivatta.

Tunnetut kulttuurivaikuttajat saattavat olla lehdelle kullannarvoisia sekä lukijoiden mielenkiinnon että mainostulojen kannalta. ”Tavallisissa” töissä puurtavien virkanaisten, yritysjohtajien, maatalousyrittäjien, opettajien, lääkäreiden tai sairaanhoitajien elämäntarinat eivät ehkä olisi yhtä myyviä.

Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijuttuvalinnat vahvistavat osaltaan Fairclough’n johtopäätöstä, jonka mukaan tiedotusvälineissä pääsevät esille parhaiten ne, joilla jo ennestään on taloudellista, poliittista tai kulttuurista valtaa. Kaikki joukkoviestinnän muodot herättävät kysymyksiä siitä, kuka saa osallistua viestintään, mitkä yhteiskunnalliset toimijat saavat mahdollisuuden kirjoittaa, puhua ja olla esillä ja mitkä eivät. (Norman Fairclough 1995: 49).

Aineistoni kahdessa kansijutussa pääosaa esittää mies. Kerron ensin Annen numerossa 4/2004 ilmestyneestä jutusta, jossa mies on jutun aihe vain näennäisesti, jutun otsikossa. Tekstiä tarkemmin tarkastellessa käy ilmi, että juttu kertoo itse asiassa kyseisen miehen vaimosta. Otsikko viittaa 47-vuotiaaseen miesnäyttelijä Guido Kanguriin, joka nuoreen kollegaansa rakastuttuaan on lähte-

nyt pitkästä avioliitosta ja perustanut uuden perheen. Vaikka otsikko *Romantiline mees kolme lapsega* 'Romanttinen mies ja hänen kolme lastaan' antaa ymmärtää, että äänessä on mies, tarinan kertoja on kuitenkin nainen, näyttelijä Pille Lukini, Kangurin 30-vuotias vaimo, joka kuvailee suhteen kehittymisen eri vaiheita ja erityisesti puolison aktiivista osallistumista pariskunnan kahden pienen lapsen hoitamiseen. Jutun varsinainen aihe onkin siis naisen, Kangurin vaimon, elämä ja ajatukset.

Miehen, kuuluisan virolaisen näyttelijän, ”suuren taiteilijan”, sijoittaminen jutun keskiöön on dramaturginen ratkaisu, jolla juttuun rakennetaan jännite kahden stereotyyppisen miehen ja naisen roolimallin välille. Juttuun konstruoituu isällinen, suojeleva mies ja hänen laumansa, johon kuuluu kokematon nuori vaimo ja kaksi yhteistä lasta. Tällä jännitteellä herätetään lukijoiden mielenkiinto. Vähän matkaa luettuaan lukija havaitsee, että otsikossa mainittu kolmas lapsi on miehen puolta nuorempi vaimo.

Toinen mieskansijuttu kertoo virolaisnuorukaisesta, joka työskentelee New Yorkissa finanssiasiantuntijana ja nauttii nousujohteisen uransa kaikista herkuista – löysä raha, trendikkäät merkkivaatteet, kauniit naiset, vilkas yöelämä – vilpittömin mielin. Jutun otsikko on *Jürgen Kaljuvee, vahepeatuseks New York* 'Jürgen Kaljuvee, välietappina New York', ja se ilmestyi Annen numerossa 9/2004.

### 3.5 Sanamassan tarkastelua

Aineistoni 55 artikkelissa on likimäärin 81 960 sanetta. Luku on saatu muuntamalla sähköiset artikkelit Word-tiedostoiksi ja laskemalla yhteen tekstinkäsittelyohjelman antamat tilastotiedot. Mukana olevista kolmesta painetusta lehdestä laskin saneet riveittäin käyttämällä rivikohtaista keskiarvoa (Anne: 6 sanaa/rivi, Eesti Naine: 6 sanaa/rivi, Stiil: 5 sanaa/rivi ja 8 sanaa/rivi). Saneiden keskimääräiset määrät riveillä vaihtelevat palstanleveyden ja kirjasinkoon mukaan. Kansijuttujen keskimääräiset pituudet ovat Anne: 1 290, Eesti Naine 1 746, Stiil 1 393 sanetta.

Viron sanat ryhmitellään sanaluokkiin samantapaisin perustein kuin suomen sanat. Tämän tutkimuksen kannalta olennaista on tietää, minkälaisia sanoista kansijuttujen tekstimassa muodostuu. Koska koko aineiston läpikäyminen manu-

aalisesti olisi ollut käytännössä hankalaa, laskin sanaluokat syyskuussa 2004 ilmestyneistä Annesta, Eesti Naisesta ja Stiilistä taulukkoon 3.

Sanoohan Heikkinenkin (1999: 105), että ”yksittäisen tekstin valitseminen koko oletetun tekstilajin edustajaksi sopii yhteen sen hypoteesin kanssa, että mikä tahansa teksti, juuri lajinsa edustajana, kertoo merkittäviä asioita koko tekstilajin ominaispiirteistä”.

Sanamassan jakautuminen substantiiveihin, verbeihin, adjektiiveihin, numeraaleihin ja suhdeseanoihin oli samansuuntainen kaikissa kolmessa artikkelissa, joten oletan, että jakauma on samanlainen koko aineistossa.

### TAULUKKO 3. Annen, Eesti Naisen ja Stiilin sanastollinen jakauma, syyskuu 2004

sanaluokat	Anne		Eesti Naine		Stiil	
	saneita	prosentteina	saneita	prosentteina	saneita	prosentteina
substantiivit	601	36,6 %	559	37,8 %	499	39,2 %
verbit	265	16,1 %	285	19,3 %	264	20,8 %
adjektiivit	153	9,3 %	136	9,2 %	113	8,9 %
numeraalit	26	1,6 %	17	1,2 %	14	1,1 %
suhdesanat*	596	36,3 %	481	32,5 %	382	30,0 %
<b>yhteensä</b>	<b>1641</b>	<b>100,0 %</b>	<b>1478</b>	<b>100,0 %</b>	<b>1272</b>	<b>100,0 %</b>
*suhdeseanoja ovat adverbit, pre- ja postpositiot, konjunktiot, pronominit						

Yleisin sanaluokka ovat substantiivit, joita artikkeleissa on keskimäärin 38 prosenttia. Seuraavaksi eniten on suhdeseanoja, 33 prosenttia. Verbejä on 19 prosenttia. Adjektiiveja on 9,1 prosenttia ja numeraaleja 1,3 prosenttia.

Substantiivien määrän perusteella Annen, Eesti Naisen ja Stiilin tekstit ovat tyyliltään tyypillisiä tiedotustekstejä. Saukkosen (1984: 42) laskelmien mukaan ”nominaalistus, käsitteellistäminen ja staattisuus ilmenevät myös substantiivien määrässä. Tieteellisessä tyyliässä substantiiveja on kaikista tekstisanoista 37,41 %, tiedottavassa tyyliässä (lehdistöissä) 37,95 % ja taiteellisessa tyyliässä 29,66 %.”

Vaikka Saukkosen päättelyt koskevat suomen kieltä, eivät viroa, kielten lähisukulaisuuden perusteella johtopäätöksiä voitaneen soveltaa myös vironkielisiin teksteihin.

### 3.5.1 Sanojen luonteesta

Se, minkälaisista substantiiveista, verbeistä ja adjektiiveista teksti koostuu, auttaa osaltaan määrittelemään tekstin funktiota ja intentiota eli tekstin tehtävää ja tavoitetta (Saukkonen 2001: 34).

Saukkonen jakaa tyyliä taiteelliseksi, tieteelliseksi ja tiedottavaksi teksteissä esiintyvien sanojen perusteella. Hänen mukaansa taiteelliselle tyylille ominaiset verbit ovat dynaamisia ja ilmaisevat aktiivista liikettä, yleisimmät substantiivit ilmaisevat ihmistä sekä paikkaa ja materiaa ja adjektiivit osoittavat analysoivaa rakennetta. Tieteelliselle tyylille tunnusomaiset verbit ovat abstrakteja ja staattisia, ja usein vailla aktiivista toimijaa. Myös substantiiveilla ilmaistaan abstrakteja käsitteitä. Saukkosen jaottelun mukaisesti tiedotustyyliä edustavasta aikakauslehti-journalismista ei ole yhtä helppo löytää vain sille tyypillisiä ominaisuuksia. (Saukkonen 1984: 56–58.)

#### 3.5.1.1 Substantiiveista

Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijuttujen substantiivit liittyvät työntekoon, perhe-elämään, pukeutumiseen, ulkonäköön ja elämäntapaan. Ammattinimikkeiden joukossa vilahtelevat johtajattaret, toimittajat, ministerit, muotitaiteilijat, professorit ja mallit, josta voi vetää johtopäätöksen, ettei jutuissa kerrota kenestä tahansa tavallisesta ihmisestä vaan näyttävän uran luoneista vaikuttajista.

Ulkonäköön ja pukeutumiseen viittaavien substantiivien esiintyminen kaikissa kansijutuissa kertonee siitä, että ulkonäkö on keskeinen arvo tämän päivän Virossa. Harrastuksiin, kuluttamiseen ja ruokaan viittaavat substantiivit kertovat omalla tavallaan siitä, mikä on olennaista virolaisen naiseuden toteuttamisessa, ainakin näiden lehtien toimittajien mielestä.

#### **Annen substantiivit ilmaisevat**

- **ammattia, asemaa ja koulutusta:** *DJ* 'tiskijukka', *professor* 'professori', *direktriss* 'johtajatar', *juht* 'johtaja', *peadirektor* 'pääjohtaja', *kantsler* 'kansleri', *autoparandaja* 'autonkorjaaja', *ajakirjanik* 'toimittaja', *õppejõud* 'yliopiston opettaja', *minister* 'ministeri', *kunstihari-*

*dus* 'taidekoulutus', *kultuuribürookraat* 'kulttuuriviranomainen', *keemiainsener* 'kemianinsinööri', *moekunstnik* 'muotitaiteilija', *balleriin* 'balleriina', *spetsialist* 'asiantuntija'

- **organisaatiota:** *muinsuskaitseamet* 'museovirasto', *kultuuriministee-rium* 'kulttuuriministeriö', *europarlament* 'europarlamentti', *pedagogoo-gika ülikool* 'pedagoginen yliopisto'
- **rakennusta tai sen osaa:** *akend* 'ikkuna', *maja* 'talo', *kortermaja* 'kerrostalo', *kodu* 'koti', *puithoone* 'puutalo', *trepikoda* 'rappukäytävä', *dušš* 'suihku', *tualett* 'käymälä', *tuba* 'huone', *soojaveboiler* 'lämmivesivaraaja',
- **perhesuhteita:** *naine* 'vaimo', *isa* 'isä', *ema* 'äiti', *vanaema* 'isoäiti', *vanemad* 'vanhemmat', *tütar* 'tytär'
- **ruuminosaa, ulkonäköä tai pukeutumista:** *ihu* 'iho', *nina* 'nenä', *juuksed* 'hiukset', *stiilitaju* 'tyylitaju', *riietuja* 'pukeutuja', *jakk* 'jaku', *seelik* 'hame', *kontsad* 'korot', *kosmeetik* 'kosmetiikka', *ülakeha* 'yläruumis', *kilejope* 'muovitakki', *kingad* 'kengät', *sametmantel* 'samettitakki', *viigipüksid* 'prässihousut'
- **aikaa:** *intervjuupäev* 'haastattelupäivä', *laupäev* 'lauantai', *pühapäev* 'sunnuntai', *öö* 'yö', *päev* 'päivä', *õhtupoolik* 'iltapäivä'
- **paikkaa:** *linn* 'kaupunki', *agulipiirkond* 'syrjäseutu', *vanalinn* 'vanhakaupunki', *lemmiktänav* 'lempikatu'
- **syömistä tai ruoka-ainetta:** *isu* 'ruokahalu', *õli* 'öljy', *sool* 'suola', *neljaviljapuder* 'neljänviljanpuuro', *tatrahelbe* 'tattariryyni', *õhtusöök* 'ilta-ateria', *vaarikas* 'vadelma'
- **ajoneuvoa tai matkustustapaa:** *traktor* 'traktori', *bussisõit* 'bussimatka'

### Eesti Naisen substantiivit ilmaisevat

- **uraa, ammattia tai perhesuhteita:** *juunior* 'juniori', *poiss* 'poika', *kolleeg* 'kollega', *vedurijuht* 'veturinkuljettaja', *esindaja* 'edustaja', *töö* 'työ', *teleoskus* 'televisio-osaaminen', *ekraanelu* 'ruutuelämä', *juht* 'johtaja', *professor* 'professori', *teadlane* 'tieteentekijä', *suguvõsa* 'su-

kulaiset', *naine* 'vaimo', *abielu* 'avioliitto', *abikaasa* 'puoliso', *proua* 'rouva', *ajakirjanik* 'toimittaja'

- **harrastuksia, mielitekoja ja elämäntapaa:** *kirg* 'intohimo', *kiindumus* 'kiintymys', *arbuus* 'vesimeloni', *vaarika-kodujuustutort* 'vadelma-kotijuustotorttu', *telearmastus* 'televisorakkaus', *sünnipäev* 'syntymäpäivä', *kingitus* 'lahja', *tunne* 'tunne', *pulsikell* 'sykemittari', *survepesur* 'painepesuri', *varbsein* 'puolapuut', *korts* 'ryppy', *maastikauto* 'maastoauto', *lill* 'kukka', *pelargoonium* 'pelargonia', *pojeng* 'pioni'

### Stiilin substantiivit viittaavat

- **muotityöhön:** *mood* 'muoti', *moeguru* 'muotiguru', *mustkunstnik* 'taikuri', *torukübar* 'silinterihattu', *moekunstnik* 'muotitaiteilija', *moeriala* 'muotiala', *moetoimetaja* 'muotitoimittaja', *moeeuendus* 'muotiuutuus', *fotograaf* 'valokuvaaja', *modell* 'malli', *trend* 'trendi', *stilist* 'stylisti', *lemmikdisainer* 'lempisuunnittelija', *loovus* 'luovuus',
- **ulkonäköön ja pukeutumiseen:** *meigikott* 'meikkipussi', *kleit* 'leninki', *jope* 'päällystakki', *pesu* 'alusvaatteet', *korsett* 'korsetti', *tüllseelik* 'tyllihame', *riided* 'vaatteet', *peegel* 'peili', *mantel*, 'takki' *garderoob* 'vaatekaappi', *keha* 'vartalo', *huuled* 'huulet',
- **ihmissuhteisiin:** *mees* 'mies', *ema* 'äiti', *isa* 'isä', *inimene* 'ihminen', *sõbranna* 'ystävätär', *noormees* 'nuorukainen', *elukaaslane* 'elämänkumppani',
- **elämäntapaan ja kuluttamiseen:** *taimetoitlane* 'kasvissyöjä', *sport* 'urheilu', *aerobikakultuur* 'aerobikkulttuuri', *trennisaal* 'kuntosali', *välismaa* 'ulkomaa', *pood* 'putiikki', *kaubamaja* 'tavaratalo', *kabiin* 'pukuhuone', *puhkusereis* 'lomamatka', *rõivakauplus* 'vaatekauppa', *ostu* 'ostos'

Perhe- ja ihmissuhteita ilmaisevia substantiiveja löytyy kaikista kansijutuista, samoin ulkonäköön ja pukeutumiseen viittaavia. Substantiivit liittyvät tavallisesti elämäntapaan, harrastuksiin, fyysiseen ympäristöön ja työhön. Yhteistä Annen, Eesti Naisen ja Stiilin substantiiveille on myös paikannimien, erityisesti ulkomais-



ten paikannimien, sekä tuotemerkkien runsaus. Niitä käsittelen työssäni myöhemmin.

### 3.5.1.2 Verbeistä

Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijutuille tyypilliset verbit edustavat Saukkosen määritelmien mukaisesti taiteellista tyyliä, sillä ne ovat konkreettisia, dynaamisia ja aktiivista toimintaa, liikettä, aistimusta tai kokemusta ilmaisevia (1984: 56–58). Kansijuttujen verbit ovat rehevämpiä, värikkäämpiä ja konkreettisempia kuin perinteisen uutistyylin neutraalit ja toteavat verbit.

#### Annen verbit ilmaisevat

- **mentaalisia ja kommunikatiivisia prosesseja:** *tunda* 'tuntea', *tüüdata* 'tympäistä', *väärtustada* 'kunnioittaa', *hinnata* 'arvostaa', *šokeerida* 'shokeerata', *ütelda* 'puhua', *esitada* 'esittää', *meeldida* 'miellyttää', *pidada* 'pitää jonakin'
- **tulokseen tähtäävää toimintaa:** *alustada* 'aloittaa', *süüa* 'syödä', *mängida* 'leikkiä', *osta* 'ostaa', *proovida* 'kokeilla', *sooritada* 'suorittaa', *helistada* 'soittaa', *rahastada* 'rahoittaa', *parandada* 'parantaa', *jagada* 'jakaa', *kirjutada* 'kirjoittaa', *keeta* 'keittää', *pakkuda* 'tarjota'
- **paikasta toiseen siirtymistä:** *mütata* 'tarpoa', *sõita* 'matkustaa', *kolidada* 'muuttaa', *sammuda* 'askeltaa', *minna* 'mennä', *keerelda* 'kierä', *astuda* 'astua'
- **henkistä prosessia:** *otsustada* 'päättää', *mõtelda* 'ajatella', *püsida* 'pysyä'
- **olotilan muutosta:** *põdeda* 'potea', *toibuda* 'toipua', *aevastada* 'aivastaa', *roostetada* 'ruostua'

#### Eesti Naisen verbit merkitsevät

- **liikkumista ja liikettä:** *hiilida* 'hiipiä', *ujuda* 'uida', *lahkuda* 'lähteä', *trampida* 'hyppiä', *vedada* 'vetää', *minna* 'mennä', *seista* 'seistä', *saabuda* 'saapua', *sõita* 'matkustaa', *tulla* 'tulla', *käia* 'kävellä'

- **kommunikaatiota:** *öelda* 'sanoa', *räägida* 'puhua', *hõisata* 'huutaa', *hüüda* 'huutaa', *naerda* 'nauraa', *teatada* 'ilmoittaa', *juttu ajada* 'jutella', *vastata* 'vastata', *küsida* 'kysyä', *kuulata* 'kuunnella', *noogutada* 'nyökyttää', *paluda* 'pyytää', *tsiteerida* 'siteerata', *ajada vastu* 'väittää vastaan'
- **mentaalikognitiivisia prosesseja:** *süveneda* 'syventyä', *õppida* 'oppiä', *saada* 'saada', *tahta* 'tahtoa', *võtta vastu* 'ottaa vastaan', *jätkata* 'jatkaa', *huvitada* 'kiinnostaa', *aidata* 'auttaa', *läbi kukkuda* 'reputtaa', *aru saada* 'ymmärtää', *unustada* 'unohtaa', *leppida* 'sopia', *imes-tada* 'ihmetellä', *paaduda* 'kovettua'
- **kodinhoitoa, harrastuksia ja elämäntapaa:** *süüa teha* 'valmistaa ruokaa', *keeda* 'keittää', *treenida* 'harjoitella', *võimleda* 'voimistella', *osta* 'ostaa', *lilli kasvatada* 'kasvattaa kukkia', *koristada* 'siivota'
- **muita prosesseja:** *sündida* 'syntyä', *surra* 'kuolla', *harjuda* 'tottua', *selgeks teha* 'selvittää', *tähistada* 'tarkoittaa', *eksisteerida* 'esiintyä'

#### Stiilin verbit ilmaisevat

- **asenteita ja suhtautumista:** *eirata* 'sivuuttaa', *loota* 'toivoa', *kogeda* 'kokea', *soovitada* 'suositella', *vaimustuda* 'vakuuttua', *suuda* 'kyetä', *usaldada* 'luottaa', *meeldida* 'miellyttää', *tunda* 'tuntea', *ühtida* 'yhteenäistyä', *seedida* 'sietää'
- **käyttäytymistä:** *ärritada* 'ärsyttää', *käituda* 'käyttäytyä', *esitada* 'esittää', *eristuda* 'eristäytyä', *ahmida* 'ahmia', *tänada* 'kiittää', *hämada* 'hämätä', *itsitada* 'kikattaa'
- **toimintaa:** *teha* 'tehdä', *kutsuda* 'kutsua', *valida* 'valita', *tuhnida* 'tonkia', *tegelda* 'toimia', *siduda* 'sitoa', *raputada* 'ravistella', *istuda* 'istua', *mängida* 'leikkiä', *tööta* 'työskennellä', *šopata* 'ostaa', *proovida* 'sovittaa', *osta* 'ostaa', *otsida* 'etsiä', *värvida* 'värjätä', *õmmelda* 'ommella', *toituda* 'ravita', *murda lahti* 'murtaa auki', *kammitseda* 'kahlehtia'

Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijuttujen verbit ovat konkreettisia ja dynaamisia. Ne ilmaisevat toimintaa, vuorovaikutusta ja tunnetiloja sekä viittaavat reaali-

maailman ilmiöihin ja aistikokemuksiin. Elämäntapaan, arvoihin ja asenteisiin liittyviä verbejä ovat esimerkiksi ostaa, sovittaa, värjätä, matkustaa ja miellyttää.

### 3.5.1.3 Adjektiiveista

Adjektiivit osoittavat analysoivaa rakennetta, joten ne ovat olennainen osa tiedottavaa tyyliä, jota kansijuttukin edustaa. Tiedottavalle tyylille ominaiset fyysiseen todellisuuteen viittaavat adjektiivit ilmaisevat havainnollisesti konkreettiutta. (Saukkonen 1984: 56–59). Valtaosa Annen, Eesti Naisen ja Stiilin adjektiiveista on joko toimittajan tai haastateltavan sanomiksi representoituja määritelmiä haastateltavan toimintatavasta, valinnoista, ulkonäöstä, luonteesta ja elinympäristöstä.

#### **Annen adjektiivit ovat**

- **abstrakteja ilmiöitä ja fyysistä ympäristöä analysoivia:** *hiilgav* 'loistava', *huvitav* 'mielenkiintoinen', *kunagine* 'muinainen', *ajalooliline* 'historiallinen', *arheoloogiline* 'arkeologinen', *kahekorruseline* 'kaksikerroksinen', *praegune* 'tämänhetkinen', *tasuline* 'maksullinen', *kahetoaline* 'kaksihuoneinen', *kesklinnalähedane* 'keskikaupungin lähellä oleva', *nauditav* 'nautinnollinen', *sooja* 'lämmिन', *kehv* 'huono'
- **henkilön kotipaikkaa tai fyysistä olemusta analysoivia:** *tallinlane* 'tallinnalainen', *kesklinlane* 'keskikaupunkilainen', *30aastane* '30-vuotias', *lopsakas* 'rehevä', *lõvilaka tooni* 'leijonanharjan värinen', *sõjaväelik* 'sotilaallinen' *väike* 'pieni', *kõhn* 'laiha', *poisilik* 'poikamainen', *põdur* 'rainnas', *kahvatu* 'kalpea', *blond* 'vaaleahiuksinen'
- **henkilön luonnetta tai käyttäytymistä analysoivia:** *peletav* 'pelottava', *jõuline* 'voimakas', *legendaarne* 'legendaarinen', *ebapraktiline* 'epäkäytännöllinen', *individualistik* 'yksilöllinen', *kiire* 'nopea', *käbe* 'terhakka', *närviline* 'hermostunut' *meeldejääv* 'mieleenjäävä', *planeerija tüüpi* 'suunnitelmallinen', *karismaatiline* 'karismaattinen', *aguliõnguline* 'syrjäseudunhajuinen'

### Eesti Naisen adjektiivit ilmaisevat

- **alkuperää, inhimillisiä ominaisuuksia sekä abstraktien ja fyysisten ilmiöiden luonnetta:** *inglise* 'englantilainen', *austria* 'itävaltalainen', *hollandi* 'hollantilainen', *slaav* 'slaavi', *lai* 'laaja', *kerge* 'helppo', *keeruline* 'mutkikas', *huvitav* 'mielenkiintoinen', *järjekindel* 'johdonmukainen', *põline* 'muinainen', *emotsionaalne* 'emotionaalinen', *tungiv* 'tunkeileva', *suur* 'iso', *tervislik* 'terveellinen', *tuline* 'tulinen'
- **henkilön luonnetta tai käyttäytymistä:** *boheemlane* 'boheemi', *innukas* 'innokas', *nõudlik* 'neuvokas', *lõbus* 'iloinen', *rahulik* 'rauhallinen', *hakkaja* 'pystyvä', *saatuslik* 'kohtalokas', *uskumatu* 'uskomaton', *muretu* 'huoleton', *sportlik* 'urheilullinen', *vahva* 'vahva', *kulinaarne* 'kulinaarinen', *pöördeline* 'mutkikas', *värske* 'tuore', *maitsekas* 'maukas', *lustakas* 'hilpeä', *värviline* 'värillinen', *nannipunn* 'nynny'

### Stiilin adjektiivit ovat

- **määritelmiä henkilön olemuksesta:** *pisike* 'pieni', *kuri* 'ilkeä', *noor* 'nuori', *ilus* 'kaunis', *andekas* 'lahjakas', *ülbevõitu* 'ylpeähkö', *šokolaadipruun* 'suklaanruskea', *roosa* 'roosanvärinen', *ideaalne* 'ihanteellinen', *tark* 'viisas', *endassetõmbunud* 'itsekeskeinen'
- **mielipiteitä haastateltavan luonteesta:** *iseteadlik* 'itsetietoinen', *ratsionaalne* 'järjestelmällinen', *äärmine* 'äärimmäinen', *intelligentne* 'älykäs', *kunstiline* 'taiteellinen', *sürrealistlik* 'surrealistinen', *kriitiline* 'kriittinen', *leplik* 'leppoisa', *veider* 'leikkisä',
- **töiden ja toimintatapojen arviointia:** *raske* 'vaikea', *juhuslik* 'satunnainen', *võluv* 'lumoava', *totaalne* 'kokonaisvaltainen', *pidulik* 'juhlaiva', *hullumeelne* 'hullutteleva', *varieeruv* 'vaihteleva', *uskumatu* 'uskomaton', *üliäratuntav* 'erottuva', *kuum* 'kuuma'.

Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijutuista löytyy vain vähän negatiivisia adjektiiveja ja nekin ovat yleensä itseironisessa tai leikkisässä merkityksessä. Useimmi-

ten adjektiivien tehtävänä on ilmaista toimittajan ja haastateltavan käsityksiä haastateltavasta ja tämän elämänpiiristä.

### **3.6. Yhteenvetoa aineistoluvusta**

Olen tässä luvussa esitellyt tutkimuskohteenani olevaa tekstiaineistoa, Viron kolmen suurimman naistenlehden tammikuun 2003 ja syyskuun 2004 välillä ilmestyneitä kansijuttuja. Tavoitteenani on ollut asettaa tarkasteltavina olevat 55 artikkelia erilaisiin keskeisiin konteksteihin.

Kansijutut ovat osa Annen, Eesti Naisen ja Stiilin journalistista kokonaisuutta. Ne myös edustavat virolaista kaupallista mediaa. Samalla ne ovat lenkki länsimaisen aikakauslehdistön ja omintakeisen kulttuurisen luonnollistuman, naistenlehtigenren, historiallisessa ketjussa.

Luvussa 4 analysoin sitä, minkälainen maailma ja minkälaisia prosesseja kansijuttuihin kirjoittuu.

## 4. KANSIJUTTUJEN MAAILMA

Ryhdyin nyt tarkastelemaan, millä tavalla Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijutuissa nimetään ja kuvataan maailmaa ja kokemuksia. Systemis-funktionaalisen kieliopin mukaan kysymyksessä on tekstien *ideationaalinen metafunktio*.

Tutkiessani kansijuttuja ideationaalisen metafunktion näkökulmasta nostan esille teksteihin kirjoittuvia *ideologisia* merkityksiä. Ideologia tarkoittaa tässä yhteydessä ihmisyhteisölle ominaisia arvoja ja asenteita, käsityksiä ja näkemyksiä. Ideologia on maailmankatsomus, jonka yhteisön jäsen omaksuu ollessaan vuorovaikutuksessa ympäristönsä kanssa. Ympäristöllä tarkoitan yhteiskuntaa, johon yksilö syntyy, jossa hän kasvaa ja oppii äidinkieltänsä. Yhteiskunta puolestaan muodostuu erilaisista pienyksiköistä ja instituutioista, joista keskeisiä ovat perhe, koulu, työelämä ja harrastukset.

Medioituneessa maailmassamme välittömään vuorovaikutukseen perustuvien instituutioiden rinnalla välillistä vuorovaikutusta tarjoava instituutio eli media on yhä keskeisemmässä asemassa ihmisten maailmankuvan muodostajana. Yksilö saa keskeisen osan päivittäisestä informaatiostaan jonkun välineen kautta, kuten televisiosta, radiosta, sanoma- tai aikakauslehdessä tai tietoverkosta. Ja vaikka visuaalisuus on yhä olennaisempi osa viestintää, perustuvat sekä ajattelu että median representaatiot kuitenkin kieleen.

Ideologiassa on kyse ihmisen tekemistä perusarvioinneista: mikä on hyvää tai pahaa, mikä on oikein tai väärin. Nämä perusarvioinnit ovat riippuvaisia siitä, millaisten ryhmien jäsen ihminen on. Tietyn ryhmän jäsenenä ihminen todennäköisesti hyväksyy tietyn ideologian (Heikkinen 1999: 96–97).

Ideologiat ovat läheisessä suhteessa kieleen, koska kielenkäyttö on sosiaalisen käyttäytymisen yleisin muoto, ja sellainen sosiaalisen käyttäytymisen muoto, johon me luotamme eniten terveen järjen oletuksissamme. Ideologia on pysyvästi kielessä läsnä. (Fairclough 1989: 2–3.)

### 4.1 Merkkituotteet identiteetin rakentajina

Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijutuissa huomioni kiinnittyy kansainvälisiin brändeihin. Aineistoni 55 artikkelista yhdeksässätoista merkkituotteet ovat kes-

keinen osa tekstiä. Eniten merkkituotteita näkyy Stiilin jutuissa, mikä on ehkä luontevaakin, kun tiedämme, että Stiil on pukeutumisen ja tyyliin orientoitunut nuorten naisten lehti.

On aiheellista kuitenkin pohtia, mistä syystä merkkien mainitseminen on tärkeää. Kenties kysymys on maksetusta näkyvyydestä, elokuvamaailmasta tutusta *product placementista*. Tuotemerkin kirjoittaminen juttuun on ehkä toimittajan intuitiivinen valinta, merkityksen määrittelyä yhteisössä omaksutun koodiston keinoin. Kansainväliset tuotemerkit voivat olla virolaisille naisille myös identiteetin rakentamisen väline. Aineistoni perusteella näyttää siltä, että Virossa toimittaja voi luontevasti kirjoittaa esimerkiksi museoviraston johtajan henkilöhaastatteluun tällaisen repliikin: *Guccil on oivalised riided*, 'Guccilla on mainioita vaatteita,' (Anne 9/2004).

Jatkan aiheen pohtimista tekstiesimerkin 2 avulla.

### **Esimerkki 2.**

***"Varem arvasin, et iseenda peale kulutada ja endale luksust lubada pole sobiv. Kuidagi isekas. Aga ühel hetkel muutsin arvamust – miks mitte ennast hellitada, kui oled terve elu tööd rabanud?"***

*Põlvest põlve edasi kanduv kasvatusstiil manitseb naist eelkõige teistele mõtlema ja oma vajadusi tagaplaanile suruma. Tagajärg on kümnete kaupa kibestunud ja elus pettunud vananevaid naisi, kes kurdavad, et terve elu sai teistele ohverdatud, kuid ennäe – ordenit ei saanudki. Milleks järgida sellist märtrirolli? Miks ei võiks ta kulutada süümeppi nadeta raha kõigele, mis puudutab teda ennast – kreemid ja kosmeetika, pediküür, maniküür, juuksur, stiilised riided ja ehted? Põgus pilk Kajale annab tunnistust, et naine elab oma sõnade järgi. Moekad ja hästiistuvad riided, ühel randmel Gucci käekell, teisel Versace käevõru, sõrmes autoritööna valminud sõrmused.*  
(Anne 6/2004.)

***"Aikaisemmin ajattelin, ettei itseen satsaaminen ja luksuksen kuluttaminen ole sopivaa vaan jotenkin itsekästä. Yhtäkkiä muutin mielipidettäni – miksi en hemmottelisi itseäni, kun olen koko ikäni raatanut töissä?"***

Polvesta polveen periytyvä kasvatusstyyli vaatii naista ajattelemaan ennen kaikkea muita ja asettamaan omat tarpeensa taka-alalle. Tämän tuloksena on kymmeniä elämäänsä pettyneitä ja katkeroituneita vanhenevia naisia. He valittavat, että koko elämänsä muille uhrattuaan heitä – kappas vain – ei olekaan palkittu kunniamerkeillä. Miksi tällaista marttyyrinroolia pitäisi seurata? Miksi hän ei voisi syyllisyyttä tuntematta kuluttaa rahaa kaikkeen, joka häntä itseään kiinnostaa – voiteisiin ja kosmetiikkaan, pedikyyriin, manikyyriin, kampaajaan, tyylikkäisiin vaatteisiin ja esineisiin? Pikainen katse Kajan suuntaan vahvistaa, että nainen elää sanojensa mukaisesti. Muodikkaat ja hyvinistuvat vaatteet, yhdessä ranteessa Guccin kello, toisessa Versacen rengas, sormissa käsityönä tehdyt sormukset.

Esimerkin 2 ingressissä esitetään kaksi prosessia, joista ensimmäisessä itseen satsaaminen ja luksukseen kuluttaminen ei ole sopivaa. Kyse on mentaalisestä pro-

sessista *pole sobiv* 'ei ole sopivaa', jossa kohteena on infinitiivilauseke *'iseenda peale kulutada ja endale luksust lubada* 'itseensä satsaaminen ja luksukseen kuluttaminen'. Myös ingressin toinen prosessi on mentaalinen, ja siinä on kysymyksessä muutos: *Aga ühel hetkel muutsin arvamust – miks mitte ennast hellitada, kui oled terve elu tööd rabanud?* 'Yhtäkkiä muutin mielipidettäni – miksi en hemmottelisi itseäni, kun olen koko ikäni raatanut töissä?' Prosessin kohteena on substantiivi *arvamust* 'mielipidettä'. Tekijänä on juttuun kirjoittuva haastateltava, Kajaniminen nainen. Tekijä eksplikoituu predikaattiverbin persoonamuodossa: *muutsin* 'muutin'. Sekä predikaatin yksikön ensimmäinen persoona että ingressin alussa ja lopussa olevat lainausmerkit kertovat lukijalle, että kysymys on haastateltavan sanomaksi kirjoitetusta repliikistä.

Tekstiin kirjoittuu kaksi ideologista vastakohtaa. Ensimmäinen on perinteisen kasvatuksen mukainen, uhrautuva naisenmalli: *Põlvest põlve edasi kanduv kasvatusstiil manitseb naist eelkõige teistele mõtlema ja oma vajadusi tagaplaanile suruma* 'Polvesta polveen periytyvä kasvatustyyli vaatii naista ajattelemaan ennen kaikkea muita ja asettamaan omat tarpeensa taka-alalle'. Toinen on uusi, omaan hyvinvointiinsa satsaava kuluttajanainen: *Milleks järgida sellist märtrirolli? Miks ei võiks ta kulutada süümepeinadeta raha kõigele, mis puudutab teda ennast?* 'Miksi tällaista marttyyrinroolia pitäisi seurata? Miksi hän ei voisi syyllisyyttä tuntematta kuluttaa rahaa kaikkeen, joka häntä itseään koskee?'

Tekstiin kirjoittuu maailma, jossa myönteinen elämäkokemus, palkitseminen ja yksilön omanarvontunto toteutuvat kuluttamalla. Tekstiin luonnollistuvan viestin mukaan nainen tarvitsee rahaa, ulkonäköä kohentavia palveluita ja tavaroita: *kreemid ja kosmeetika, pediküür, maniküür, juuksur, stiilised riided ja ehted* 'voiteet ja kosmetiikka, pedikyyri, manikyyri, kampaaja, tyylikkääät vaatteet ja esineet', ja merkkituotteita: *ühel randmel Gucci käekell, teisel Versace käevõru* 'yhdessä ranteessa Guccin kello, toisessa Versacen rengas', karistaakseen hartioiltaan historian painolastina seuraavan marttyyrinroolin.

#### 4.1.1 Tuotemerkit kansijuttujen teksteissä

Tutkimusaineistoni artikkeleille yhteinen piirre on tuotemerkkien runsaus muun tekstin lomassa. Brändit ovat osa normaalia tekstiä sekä graafisesti että sisällöllisesti.



sesti (ks. esimerkki 2 luvussa 4.1). Merkkien runsas ja itsestäänselvä käyttö journalistisissa teksteissä herättää kysymyksen, ovatko tuotemerkit näkyvillä sen vuoksi, että brändit ylipäättään ovat Virossa uusi ja kiehtova ilmiö, vai onko kysymyksessä puhtaasti lehtien talouteen liittyvä strategia.

Lehtimaailman kovassa kilpailussa ja voitontavoittelussa irtonumeromyynti ja tilaajamaksut eivät riitä kattamaan kuluja saati tuottamaan voittoa, joten mainontaa käytetään eri muodoissaan ja yhä aggressiivisemmin taloudellisen hyödyn maksimoimiseksi. (Curran: 79.)

Löysin tarkasteluni kohteena olevasta aineistosta oheiset kansainväliset tuotemerkit. Anne: *Citroën, Gucci, Versace, Mc Donald's, Ivo Nikkolo, Max Mara, Sand, Kello, Royal, Vogue*. Eesti Naine: *Aeroflot, Mercedes, Dolce & Gabbana, Prada, Volkswagen, Chanel*. Stiil: *Calvin Klein, Top Shop, Marc Jakobs, Gucci, Chanel, Eternity Moments, Barneys, BonBon, Le Coq, Oriflame, Elsa Schiaparelli, Zara, BMW, Karl Lagerfeld*.

Kansainvälisten brändien lisäksi jutuissa vilisee myös virolaisia merkkejä, esimerkiksi *Hansapank* ja *Pere Leib*. Jälkimmäinen on mukana seuraavassa esimerkissä.

### **Esimerkki 3.**

*Esimene lugu, kus Arturist juttu tuleb, jätab Lorentsi ematunnetest üpris kahtlase mulje. Nimelt puudutab see Pere Leiva vaarika-kodujuustutorti, millest Diana on pehmelt õeldes sisse võetud. Ta ostab tordi – ilma tungiva põhjuseta –, hiilib oma kabinetti ja kinnitab endale, et osa tordist viib kindlasti koju perele. Mõningase lusikaviibutamise järel tundub talle, et Artur peaks ometi tükikese saama. Aga koju läheb ta lõpuks siiski tühjade kätega. (Eesti Naine 9/2004)*

'Ensimmäinen kohta, jossa aletaan puhua Arturista, antaa Lorentsin äidintunteista varsin arveluttavan vaikutelman. Kysymys on nimittäin Pere Leivan vadelma-kotijuustotortusta, johon Diana on lievästi sanottuna hullaantunut. Hän ostaa tortun – ilman pakottavia perusteluita – hiipii työhuoneeseensa ja vakuuttaa itselleen, että vie varmasti osan tortusta kotiin perheelle. Ahkerasti lusikoituaan jälkeen hänestä tuntuu, että Arturille pitäisi jättää ainakin palanen. Mutta kotiin hän lähtee kuitenkin tyhjin käsin.'

Esimerkki 3 viittaa tekstinulkoiseen kontekstiin, jossa äidinrakkauten osoittaminen herkkuja tarjoamalla on osa kulttuuriin luonnollistunutta roolikäyttäytymistä. Esimerkkiteksti osallistuu diskurssiin äidin ja naisen roolista perheessä ja yhteiskunnassa. Äidinrakkauten osoittaminen herkkuja tarjoamalla on länsimaisen kulttuurin ilmiö, jonka taustat löytynevät biologiasta; naisesta uuden elämän ylläpitäjänä ja ravinnon lähteenä. Jos juttu olisi ilmestynyt neuvostoaikana *Nõukogude Naine* -lehdessä, ja haastateltavana olisi ollut Lorentsin äiti, Pere Leib -leipomon

valmistaman vadelma-kotijuustotortun tilalla olisi ehkä itse leivottu tai *toidukauplusest* 'ruokakaupasta' ostettu *kohupiimapirukas* 'rahkapiirakka', ilman ensimmäistäkään tuotemerkkiä. Metafora sinänsä olisi toiminut myös neuvostoaikana, toteutus olisi todennäköisesti ollut erilainen.

Tuotemerkkien avoin viljely kansijuttujen teksteissä herättää kysymyksiä mediadiskurssiin sisältyvistä valtasuhteista ja tuotantoprosesseista. Ensinnäkin, median valta on yksisuuntaista tekstin tuottajalta kuluttajalle. Sisällöntuottajat käyttävät valtaa lukijoihin nähden, kun heillä on suvereeni valta mistä ja miten kerrotaan ja näin määrittää, mitä teksti sisältää ja mitä jätetään pois.

Kaupallisessa mediamaailmassa ei välttämättä ole selvää, keitä nämä sisällöntuottajat ovat. Yleensä ajattelemme, että tekstin tuottaja journalisti, joka kirjoittaa jutun. Harvemmin oletamme, että tekstin takaa voi löytyä kokonainen journalistinen kollektiivi, jonka jäsenenä ja kontrollin alaisena toimittaja työskentelee. Toimituksen lisäksi jokin muu taho saattaa vaikuttaa sisältöön. Annen, Eesti Naisen ja Stiilin tapauksessa esimerkiksi AS Ajakirjade Kirjastus -yhtiön markkinointijohto saattaa vaikuttaa juttujen sisältöön. Jos näin on, lehti luovuttaa osan journalistisesta vallastaan muualle. (Esimerkiksi Fairclough 1989: 50.)

Kun Annen, Eesti Naisen tai Stiilin tilaaja lukee kansijuttua tunnetusta naisvaikuttajasta, hän ei voi haastateltavan tai toimittajan perusteella tietää, kenen arvojen, asenteiden, mielipiteiden ja maailmankuvien kanssa hän itse asiassa on tekemisissä. Kun haastateltavat ja toimittajat määrittelevät valintoja ja mieltymyksiä tuotemerkkien avulla, kysymyksessä voi olla joko maksettu mainonta tai merkkien vähittäinen kehittyminen kielen yleiskäsitteiksi. Kenties vaate-, kosmetiikka-, auto-, koru- ja kellomerkit ovat muuttumassa viron kielessä yleiskäsitteiksi samaan tapaan kuin englannin kielessä Hoover-imurimerkistä on tullut imuroimista tarkoittava verbi *hoover*.

## 4.2 Ulkomaiset paikannimet

Tuotemerkkejä monin verroin useammin kansijutuissa näkyy ulkomaisten paikkojen nimiä. Sinänsä paikannimien esiintyminen lehtijutussa ei ole yllättävää, onhan ympäristön määrittely paikkoja nimeämällä uutisgenren ominaisuus, jolla tekstistä tulee konkreettista ja täsmällistä. Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijutuissa mie-

lenkiintoista on se, että virolaisten paikannimien rinnalla vähintään yhtä yleisiä ovat vieraiden maiden, kaupunkien ja mantereiden nimet. Kun tarkastelen lähemmin, mitä paikannimiä ja minkälaisissa asiayhteyksissä teksteistä löytyy, joudun pohtimaan myös implisiittisyyden roolia osana merkitysten muodostamisen strategiaa. Palaan jälleen luonnollistumiseen, terveeseen järkeen ja ideologiaan. Kie-lenkäytön ja merkityksenannon keskeinen väline on luonnollistuminen. Sen ansi-osta merkityksenantoresurssit – muun muassa sanavalinnat – tulevat kontekstis-saan itsestäänselviksi ja kyseenalaistamattomiksi. Luonnollistumisessa tehok- kaimpia keinoja ovat ne, joita ei eksplisiittisesti esitellä. Se mikä otetaan annettu- na ja implisiittisenä, on selvää ja kyseenalaistamatonta. (Karvonen 1995: 207.)

#### 4.2.1 Lomia, ostoksia, eettisiä vertauskuvia

Laskin 55 kansijutusta niissä esiintyvät ulkomaiset paikannimet ja kokosin las- kennan tulokset liitteeseen 3. Tilan säästämiseksi laadin luettelon suomenkielisenä ja jätin alkuperäiset vironkieliset nimet pois<sup>1</sup>. Eri paikannimiä on yhteensä 93, ja ne näkyvät teksteissä 295 kertaa. Viidenkymmenenviiden kansijutun joukossa on kahdeksan juttua (Annessa yksi, Eesti Naisessa kolme ja Stiilissä neljä), jossa ei ole yhtän ulkomaista paikannimeä. Tiheimmin ulkomaisia paikannimiä mainitaan Annessa (134), seuraavaksi eniten Stiilissä (95) ja vähiten Eesti Naisessa (66).

Suosituin paikka on *Lontoo*, joka näkyy teksteissä 23 kertaa. Seuraava on *Suomi* 20 maininnalla. Kolmannen sijan jakavat *New York* ja *USA*. Molemmat löytyvät teksteistä 18 kertaa. Aineistoni perusteella virolaisen naisen maantiede ulottuu kaikkiin maanosiin eli *Afrikkaan*, *Amerikkaan*, *Australiaan*, *Eurooppaan* ja *Aasiaan*, muodin ja trendien metropoleihin kuten *Barcelonaan*, *Lontooseen*, *Los Angelesiin*, *Milanoon*, *Partisiin* ja *Roomaan*, aurinkoisiin lomakeitaisiin *Can- nesiin*, *Dominikaaniseen tasavaltaan*, *Floridaan*, *Ibizalle*, *Mallorcalle*, *Kanarian saarille*, *Kreikkaan* ja *Teneriffalle*, perinteisiin yliopistokaupunkeihin *Bolognaan*, *Harvardiin* ja *Oxfordiin* sekä eksoottisten elämysten ympäristöihin *Argentiinaan*, *Balille*, *Buenos Airesiin*, *Egyptiin*, *Indonesiaan*, *Kiinaan*, *Saharaan* ja *Sumatralle*.

---

<sup>1</sup> Myös tässä analyysitekstissä käytän vain suomenkielisiä nimiä lukuunottamatta lehdistä poimittuja vironkielisiä esimerkkilauseita.

Paikannimet kirjoittuvat teksteihin joko lomaelämyksinä, matkasuunnitelmina, ostospaikkoina, työmatkakohteina, opiskelu- tai asuinpaikkoina. Mielenkiintoista kansijuttujen globalisaatiossa on naapurimaiden vähäinen osuus. Siinä missä *Pariisi* mainitaan 12 kertaa, näkyvät *Riika* ja *Vilna* kerran, samoin *Tukholma* ja *Helsinkikin* vain kolmesti. *Moskovasta* on seitsemän mainintaa ja *Neuvostoliittoon* viitataan neljä kertaa.

### 4.3 Maailma moraalien metaforana

Joulukuun 2003 Stiilin kansijuttu kertoo halvaantuneesta työstä, joka liikuntakyvyn saatuaan on omistautunut reppumatkailuille. Toimittaja on kiteyttänyt jutun pääteeman kaksisanaiseen otsikkoon: *Ratastoolist rändama* 'Pyörätuolista vaeltamaan'. Esimerkki 4 on otos jutun keskivaiheilta.

#### Esimerkki 4.

##### *Uusaasta 1998: süütus ainsale*

*Nii otsustaski Sirts ennast kinkida sellele õigele – jah, ka hipi-Ibiza melust läbi tulnuna, lasknud kümnetel meestel endal restoranis kõhu täis sööta, ei olnud Sirts oma peat ja südant kaotanud. "Ei lasknud ma Ibizal kedagi oma süütuse kallale," naerab ta. "Ma olen märganud, et just süütus annab poweri, näen seda praegu tuttavate noorte tüdrukute pealt: energia on sees, nad pole seda kusagile maandanud."*

*Pärast mälestusväärset, pidulikult planeeritud süütusekaotamise uusaastaööd jäi Sirts oma sõnul palju rahulikumaks – keegi oleks nagu ventiili lahti lasknud. "Üldse hakkasin paljudest maailma asjadest sügavamalt aru saama," ütleb ta. "Ja siamaani on mul olnud ainult üks mees, tema."*

(Stiil 12/2003.)

##### 'Uusi vuosi 1998: neitsyys ainoalle

Niinpä Sirts päätti lahjoittaa itsensä sille oikealle – aivan, vieläpä hippi-Ibizan hālināstä tulleenā, sallittuaan kymmenien miesten syöttää vatsansa täyteen ravintoloissa, Sirts ei ollut kadottanut päätään eikä sydäntään. "En sallinut Ibizalla kenenkään kajota koskemattomuuteeni", hän nauraa. "Olen huomannut, että nimenomaan neitsyys antaa voimaa, voin nähdä sen parhaillaankin tutuissa nuorissa tytöissä: heillä on energiaa, he eivät ole sitä mihinkään valuttaneet."

Muistorikkaan, juhlavasti uudenvuoden yöksi suunnitellun neitsyytensä menettämisen myötä Sirts on omien sanojensa mukaan tullut paljon rauhallisemmaksi – ikään kuin joku olisi avannut venttiilin. "Yleisesti ottaen olen alkanut ymmärtää monia asioita aiempaa syvällisemmin", hän sanoo. "Ja tähän asti minulla on ollut vain yksi mies, hän."

Esimerkkiin 4 kirjoittuu aineistossani laajemminkin näkyvä naisen rooli-odotuksia koskeva vastakkainasettelu. Nainen on samaan aikaan sekä omatoiminen maailmanvalloittaja, itsenäinen ja pelkäämätön seikkailija, että perinteiseen, vain naista

velvoittavaan monogamian ihanteeseen uskova perhetyttö. Tekstiin kirjoittuu mielenkiintoinen seksuaalieettisten luonnollistumien kudelma.

Esimerkissä 4 naisen seksuaalisuus rinnastuu kulutushyödykkeeseen, joka on arvokkain silloin, kun se paketista avaamattomana odottaa käyttäjänsä: *Nii otsustaski Sirts ennast kinkida sellele õigele* 'Niinpä Sirts päätti lahjoittaa itsensä sille oikealle'. Lauseeseen implikoituu ajatus, että naisen seksuaalisuus on ominaisuus, joka vähenee, kuluu ja menettää arvoaan, jos nainen elämänsä aikana parittelee useamman kuin yhden miehen kanssa.

Esimerkissä seksi arvotetaan valuutaksi, jolla nainen voi maksaa miehelle tältä saamansa palvelut, tai olla maksamatta, kuten tässä esimerkissä *lasknud kümnetel meestel endal restoranis kõhu täis sööta - - Ei lasknud ma Ibizal kedagi oma süütuse kallale* 'sallittuaan kymmenien miesten syöttää vatsansa täyteen ravintoloissa - - En sallinut Ibizalla kenenkään kajota koskemattomuuteeni'. Samaa lauseeseen kirjoittuu luonnollistuma miehestä polygaamisena saalistajana, jonka virittämiin ansoihin viisaan naisen on syytä olla lankeamatta.

Niinpä luonnollisena ja tervejärkisenä esitetäänkin ajatus, että jokaiselle naiselle on jossain olemassa yksi ainoa oikea mies, jolle naisen tulee "lahjoittaa" itsensä: *Nii otsustaski Sirts ennast kinkida sellele õigele - - Ja siinamaani on mul olnud ainult üks mees, tema.* 'Niinpä Sirts päätti lahjoittaa itsensä sille oikealle. Ja tähän asti minulla on ollut vain yksi mies, hän.'

Esimerkissä huomio kiinnittyy myös vieraiden kulttuurien mytologisointiin vaaran ja lankeemuksen tyssijoiiksi: *- jah, ka hipi-Ibiza melust läbi tulnuna, - - ei olnud Sirts oma peat ja südant kaotanut.* '— aivan, vieläpä hippi-Ibizan hälinästä tulleena, - - Sirts ei ollut kadottanut päätään eikä sydäntään.'

Esimerkissä 4, kuten koko jutussa, josta näyte on poimittu, vieraat maat ja paikkakunnat merkitsevät jutun sankarittarelle sekä eloonjäämisharjoituksia että unelmien elämistä todeksi. Ideologiselta kannalta, tekstiin kirjoittuvien itsestäänselvyyksien havaitsemiseksi, on olennaista pohtia tekstiin eksplikoituvien ilmaisten arvomerkitsejä ja kielellisten representaatioiden implisiittisiä ulottuvuuksia. (Fairclough 1997: 130–143.)

#### 4.4 Yhteenvetoa kansijuttujen maailmankuvista

Olen tässä luvussa käsitellyt Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijuttujen välittämiä ideationaalisia ulottuvuuksia eli sitä, millaisena maailma teksteihin kirjoittuu. Teksteihin eksplikoituvien merkitysten ohella olen ottanut esille asioita ja käsitteitä, joita teksteissä ei näy.

Huomioni kiinnittyi muun muassa siihen, että vaikka Viron rajojen ulkopuolella oleva muu maailma ja matkustaminen ovat kansijuttuihin kirjoitetuille naisille keskeisiä asioita, maantieteellinen tietämys ei ulotu esimerkiksi kehitysmaihin. Ylipäätään sellaiset käsitteet kuin köyhyys tai eriarvoisuus puuttuvat teksteistä. Myös lähellä sijaitsevien paikkojen vähäisyys herätti ajatuksia. Naapurimaita ei teksteissä juurikaan mainita Suomea lukuunottamatta.

Kansitekstien naiset eivät pohdi Viron sisäisiä yhteiskunnallisia tai globaaleja kysymyksiä. Maailmanvalloittajanaisia ei esimerkiksi kiinnosta ilmastonmuutos tai sademetsien hakkuut. Agendalla eivät myöskään näy naisjohtajuuteen liittyvä lasikattoilmiö tai naisten miehiä pienemmät palkat, vaikka molemmat ilmiöt ovat tosiasioita tämän päivän Virossa ja vaikka kaikki kansijuttujen naiset osallistuvat työelämään näkyvissä asemissa.

Yhteisöllistä vastuuta tai yhteiskunnan turvaverkkoja naiset eivät juurikaan pohdi tai kaipaa. Hyväntekeväisyyttä harrastaa aktiivisesti sentään yksi kansijutun nainen. Jutussa, jonka otsikko on *Läbi tugevuse nõrkuse poole* laulaja Siiri Sisask kertoo perustamastaan säätiöstä ja hyväntekeväisyyskonserteistaan joilla hän tukee virolaisia koulukoteja: *Heategevuskontsertidega kogutud rahast aitas Siiri loodud "Saagu valgus" fond esimesena kodukooli Väänas. Nüüdseks on Siiri laulnud valgemaks 40 kooli, aga abivajajate nimekiri on kordi pikem.* 'Hyväntekeväisyyskonserteilla kootuilla rahoilla Siirin perustama "Tulkoon valkeus" – rahasto auttoi ensimmäisenä koulukotia Väänassa. Tähän mennessä Siiri on laulanut valoisammaksi 40 koulua, mutta avuntarvitsijoiden lista on monta kertaa pitempi.' Sisask auttaa koulukoteja hankkimaan parempaa valaistusta henkilökohtaisista syistä. Hän on itse lapsena elänyt koulukodissa. Juttu ilmestyi Eesti Naine -lehden numerossa 11/2003.

Kansitekstien naisten maailmaan tärkeinä kirjoitettavia asioita ovat ulkonäkö, koti, läheiset ihmissuhteet, osallistuminen työelämään, oma hyvinvointi ja pe-

rinteisen seksuaalietiikan vaaliminen. Näitä elämänalueita käsitellään henkilökohtaisesta ja privaatista näkökulmasta.

Tekstin ja kontekstin suhteen kannalta olen tässä luvussa käsitellyt diskurssin alaa, sitä mitä tapahtuu tekstinulkoisessa tilanteessa (konteksti) ja miten se konstruoituu semanttisessa systeemissä (teksti) ideationaalisenä metafunktiona (ks. kuva 1 luvussa 2.3.3).

Seuraavassa luvussa tarkastelen Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijuttuja intersubjektiveksi metafunktion näkökulmasta eli tutkin sitä, miten tekstit toimivat vuorovaikutuksena.

## 5. VUOROVAIKUTUSSUHTEISTA

Tarkastellessani Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijuttujen vuorovaikutussuhteita, tutkin tekstejä systeemis-funktionaalisen kieliopin *interpersoonaisen metafunktion* kannalta. Kysymys on siitä, että samalla kun lause muotoillaan viestiksi, se organisoidaan interaktiiviseksi tapahtumaksi kirjoittajan ja yleisön välille. Kirjoittamisen aktissa kielenkäyttäjä ottaa itselleen tietyn roolin, ja niin tehdessään hän antaa myös lukijalle roolin viestin vastaanottajana. (Heikkinen 1999: 212.) Tekstiin kirjoittuu tulkinta siitä, millainen on lukija ja millainen on kirjoittaja (Karvonen 1995: 21).

Interpersoonainen metafunktio sisältää kielen suhteita ja identiteettejä luovan funktion. Teksti toisin sanoen rakentuu merkityskokonaisuudeksi, jolla on hyväksyttävä suhde tekstinulkoiseen kontekstiinsa, niihin todellisuuden ilmiöihin, joita se kuvaa sekä siihen yleisöön, joka tekstejä lukee. Tarkastellessani tekstejä tästä näkökulmasta havainnoin teksteissä esiintyviä sosiaalisten suhteiden, roolien ja identiteettien vakiinnuttamista ja ylläpitämistä ilmaisevia elementtejä. Teksteistä löytyy runsaasti muitakin suhteita kuin toimittajan ja haastateltavan tai toimittajan ja lukijan välinen suhde. Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijuttuihin kirjoituvista suhteista keskeinen on esimerkiksi miehen ja naisen välinen suhde sekä äidin ja lapsen välinen suhde.

### 5.1 Toimittaja, haastateltava ja lukija

Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijuttu koostuu suorista lainauksista, haastateltavan tai tätä kommentoivien kolmansien henkilöiden sanomisten referoinnista ja toimittajan mielipiteistä ja havainnoista, jotka koskevat sekä haastattelutilannetta että haastateltavan olemusta ja aikaansaannoksia. Huomioni kiinnittyi erityisesti haastateltavien ulkomuodon runsaaseen kuvailuun. Teksteissä kerrotaan laveasti haastateltavien hiuksista, kynsistä, meikistä, vartalosta ja vaatteista – siitä huolimatta, että tekstien yhteydessä on myös näyttäviä valokuvia, joista lukija voi havaita, minkänäköisestä henkilöstä on kysymys.

Toimittaja erottaa omikseen kirjoittamansa näkemykset haastateltavansa sanomiksi kirjoittamistaan toteamuksista lainausmerkeillä. Repliikki asettuu osak-



si tekstiä joko suoraan tai toimittaja pohjustaa sitä joko neutraalilla, esimerkiksi *ütelda* 'sanoa', *meenutada* 'muistella', *seletada* 'selittää', tai arvottavalla, esimerkiksi *naerda* 'nauraa', *muigutada* 'mutristella', *kinnitada* 'vakuuttaa', johtoverbilä. Näillä kielellisillä strategioilla toimittaja rakentaa näennäisen suoran yhteyden haastateltavan ja lukijan välille. Vaikka lukija mieltää repliikeiksi koodatut tekstinosat haastateltavan sanomiksi, yhteys ei tosiasiasa ole välitön. Lukijan ja haastateltavan välissä on tässäkin tapauksessa toimittaja, jonka kynästä haastateltavan suuhun asetetut sanat ovat lähtöisin. Myös suorat sitaatit ovat toimittajan tulkintaa siitä, mitä hänelle on kerrottu haastattelutilanteessa.

Lainausmerkkien poisjättäminen on strategia, jolla toimittaja myötäilee haastateltavaa, siirtää haastateltavan välittämät merkitykset lukijalle kiistattomina ja luonnollisina, kuten esimerkissä 5.

#### **Esimerkki 5.**

*Jaaniapäeva eel Katiga vesteldes paistab tema silmist soov otsekohe hakata välja töötama kava, kuidas Kalevi toodanguga Euroopat vallutada ja uusi maiustusi turule tuua. Tegelikult peaks ta hoopis puhkuseplaane pidama, sest ees ootab viis vaba nädalat. Nimetatud vihje võtab ta veidi kohmetuma ja seejärel tunnistama, et ilmselt pole töönarkomaani nimetus tema puhul suur liialdus.*  
(Anne, 8/2004.)

'Juhannuspäivän alla Katin kanssa keskustellessa hänen silmistään paistaa toive päästä välittömästi toteuttamaan ohjelmaa Kalevin Euroopan-valloittamisesta ja uusien makujen markkinoille tuomisesta. Tosiasiasa hänen pitäisi suunnitella lomaohjelmaansa, sillä edessä on viisi vapaata viikkoa. Vihjaisu saa hänet hieman vaivautumaan ja sen jälkeen tunnustamaan, että työnarkomaaniksi nimittäminen ei ilmeisesti hänen tapauksessaan ole kovinkaan liioiteltua.'

Esimerkissä 5 tekstiin kirjoittuu haastateltavan ajatuksia referoiva toimittaja, joka toistaa haastateltavan suunnitelmia Kalev-tehtaan toiminnan laajentamisesta ja tuotekehityksestä. Toimittaja myös tietää, että haastateltava on lähdessä lomalle, jonka suunnitteluun työnarkomaaniksi tunnustautuvalla Katilla ei liikene innostusta. Päällimmäisinä naisen mielessä pyörivät uuteen tehtävään liittyvät haasteet.

Annelle, Eesti Naiselle ja Stiilille yhteinen piirre on myös toimittajan kirjoittuminen kansijuttuun haastateltavan puhekumppaniksi ihailevana eläytyjänä. Asetelma eksplikoituu teksteihin positiivisina arvottamisina kuten esimerkissä 6.

### Esimerkki 6.

*Tema elulugu on täiuslik: kadestamisväärsest ametikohast unelmate koduni, vahvatest poegadest ja hoolivast mehest rääkimata. Kas tõesti võiks sellest hästi korraldatud elust miski veel puududa? Ene ei mõtle hetkegi: tahaks kangesti osata paremini keeli. Ning reisisida tahaks lausa meeletult. Kuigi ta on praegugi keskmise eestlasega võrreldes palju rännanud, ei saa sellest kuidagi küllalt.*

(Eesti Naine, 4/2004.)

'Hänen elämäntarinansa on täydellinen: kadehdittavasta ammatista unelmien kotiin, kunnon pojista ja huolehtivasta miehestä puhumattakaan. Voisiko tästä hyvin järjestetystä elämästä vielä puuttua jotain? Ene ei mieti hetkeäkään: hän haluaisi kovasti osata kieliä paremmin. Ja matkustella hän haluaisi aivan mielettömästi. Vaikka hän on keskivertoverolaiseen verrattuna matkustanut paljon, hän ei koskaan saa siitä tarpeekseen.'

Esimerkissä 6 toimittaja kuvailee vuolaasti haastateltavansa täydellistä elämää. Haastateltavalla on kaikkea mitä nainen voi toivoa. *kadestamisväärsest ametikohast unelmate koduni, vahvatest poegadest ja hoolivast mehest rääkimata.* 'kadehdittavasta ammatista unelmien kotiin, kunnon pojista ja huolehtivasta miehestä puhumattakaan.' Adjektiivit *kadestamisväärne* 'kadehdittava', *vahva* 'kunnon' ja *hooliv* 'huolehtivainen' sekä genetiiviattribuutti *unelmate* 'unelmien' ovat voimakkaita kannanottoja, joilla toimittaja ilmaisee ihailuaan haastateltavaansa kohtaan.

Kuvailun kyseenalaistamatonta totuusvoimaa ilmaiseva predikaattiverbin indikaatiivi vaihtuu konditionaaliksi lauseissa, joissa toimittaja pohtii yhdessä haastateltavan kanssa, mitä tästä täydellisyydestä vielä puuttuu. *Kas tõesti võiks sellest hästi korraldatud elust miski veel puududa? Ene ei mõtle hetkegi: tahaks kangesti osata paremini keeli. Ning reisisida tahaks lausa meeletult.* 'Voisiko tästä hyvin järjestetystä elämästä vielä puuttua jotain? Ene ei mieti hetkeäkään: hän haluaisi kovasti osata kieliä paremmin. Ja matkustella hän haluaisi aivan mielettömästi.'

Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijutuille ominaista on myös, että haastateltavien oletetaan olevan lukijoille tuttuja henkilöitä. Tätä havainnollistan esimerkissä 7.

### Esimerkki 7.

*Kui öeldakse Karolin Kuusik, siis oodatakse provokatsioon. Korsett jope peal, meeste pesu kleidi all ning kikilips ja tüllseelik üheskoos on ainult juhuslikud näited tema pöörasest kokkumiksimestest. - - Sellel kevadel lennutas Briti Nõukogu kaheksa andekat eesti noort tõusvat tähte Londonisse seminaridele ja Tony Blairi vastuvõtule.*

(Stiil, 9/2004)

Kun sanotaan **Karolin Kuusik**, odotetaan provokaatioita. Korsetti puseron päällä, miesten alusvaatteet mekon alla ja solmio ja tyllihame yhdessä ovat vain satunnaisia näytteitä hänen erikoisista yhdistelmistään. - - Viime keväänä Britannian edustusto lennätti kahdeksan lahjakasta virolaista nousevaa tähteä Lontooseen seminaareihin ja Tony Blairin vastaanotolle.

Käyttämällä esimerkissä 7 verbin passiivimuotoa toimittaja pitää itsestään selvänä, että Stiilin lukijat tuntevat Karolin Kuusikin. Tekstiin kirjoittuu samanhenkinen yhteisö, jonka jäseniä ovat haastateltavan, toimittajan ja lukijan lisäksi epämääräinen ihmisjoukko. Lukijan tulkittavaksi jää, onko muotisuunnittelija ja -toimittaja Karolin Kuusik kaikkien virolaisten vai ainoastaan muotia seuraavan kansanosan tuntema provokaattori. *Kui öeldakse Karolin Kuusik, siis oodatakse provokatsioon.* 'Kun sanotaan Karolin Kuusik, odotetaan provokaatioita.' Teksti antaa mahdollisuuden myös sellaiseen tulkintaan, että haastateltavalla on kansainvälistä tunnettuutta. *Sellel kevadel lennutas Briti Nõukogu kaheksa andekat eesti noort tõusvat tähte Londonisse seminaridele ja Tony Blairi vastuvõtule.* 'Viime keväänä Britannian edustusto lennätti kahdeksan lahjakasta virolaista nousevaa tähteä Lontooseen seminaareihin ja Tony Blairin vastaanotolle.'

## 5.2 Nimeämisen strategiat

Haastateltavista käytetään Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijutuissa enimmäkseen pelkkää etunimeä. Koko nimi mainitaan yleensä kerran jutun alussa. Pelkän etunimen runsas, lähes säännönmukainen käyttö liittyy diskursiivisten käytänteiden vaateisiin: haastattelu pyrkii tuomaan haastateltavan lähelle lukijoita (Heikkinen 1998: 99). Kyse voi olla myös laajemmasta ilmiöstä, jossa media pyrkii tekemään yksityisestä yleistä. (esim. Fairclough 1995.) Aineistoni joukossa on yksi artikkeli, jossa toimittaja ilmeisesti tyylillistä omaperäisyyttä tavoitellakseen käyttää haastateltavastaan sekä pelkkää etunimeä *Diana* että sukunimeä *Lorents*. Etu- ja sukunimen yhdistelmä näkyy vain kerran jutun alussa. Tässä jutussa kahtalainen nimistrategia juontanee siitä, että haastateltava käyttää myös miehestään pelkkää sukunimeä Lorents.

Nimeämiseen liittyy myös, millaiseen toimintaan joksikin nimitetty ihminen yhdistetään ja se, millaisilla attribuuteilla ja predikatiiveilla häntä kuvaillaan.

Miehen ja naisen välinen patriarkaalinen suhde näkyy esimerkeissä 8 ja 9.

### Esimerkki 8.

*Oli temagi elus episood, mil ta hakkas püüdlema selle poole, et näha välja nagu anatoomiaõpik. Teadis väga täpselt, mida ja kuidas süüa ning mil määral treenida, et lihased välja joonistuksid. Aga?! ”Aga Lorents pani oma rahulikult moel mulle aru tagasi pähe,” naerab Diana. ”Ütles lihtsalt, et niimoodi pole sa minu jaoks üldse huvitav. Ja ma lõpetasin selle eksperimendi ära.”*

(Eesti Naine, 9/2004.)

’Hänenkin elämässään oli vaihe, jolloin hän ryhtyi tavoittelemaan anatomian oppikirjojen mukaista, täydellistä vartaloa. Hän tiesi erittäin tarkkaan, mitä ja kuinka syödä ja kuinka paljon treenata lihasten muotoilemiseksi. Mutta?! ”Mutta Lorents palautti järkeni takaisin omalla rauhallisella tavallaan,” nauraa Diana. ”Hän yksinkertaisesti sanoi, että sellaisena et ole mielestäni mielenkiintoinen. Siihen loppui kokeiluni.”’

Esimerkin 8 teksti sisältää luonnollistuneen merkityksen, jonka mukaan nainen pitää huolta ulkonäöstään miellyttääkseen miestä. Viesti kerrotaan näytteen lopussa, haastateltavan repliikissä. *Aga Lorents pani oma rahulikult moel mulle aru tagasi pähe, naerab Diana. Ütles lihtsalt, et niimoodi pole sa minu jaoks üldse huvitav. Ja ma lõpetasin selle eksperimendi ära.* ’Mutta Lorents palautti järkeni takaisin omalla rauhallisella tavallaan, nauraa Diana. Hän yksinkertaisesti sanoi, että sellaisena et ole mielestäni mielenkiintoinen. Siihen loppui kokeiluni.’

Implisiittisesti esimerkissä on kysymys miehen ja naisen välisestä valtasuhteesta, jossa mies päättää, mitä nainen tekee. Miehen oikeutta puuttua naisen tekemisiin tekstissä ei kyseenalaisteta.

### Esimerkki 9.

*Kuna abikaasa igakülgne mõistmine on hea abielu alus ja proua Lorents tahtis õppida mehe ”keelt” paremini mõistma, munsterdas ta ennast tema loengutele kuulajaks. ”Oma mehe loengus oli ikka kummaline tunne küll,” naerab Diana tagantjärele, ”sest aeg-ajalt tabasin ennast mitte kuulamas seda, mida ta räägib, vaid juurdlemas kusimuse üle, miks ta küll täna need sokid pani ja mitte mõned teised.”*

(Eesti Naine, 9/2004.)

’Koska puolison kaikinpuolinen ymmärtäminen on hyvän avioliiton perusta ja rouva Lorents halusi oppia ymmärtämään miehen ”kieltä” paremmin, hän laittautui tämän luennoille kuuntelijaksi. ”Oman miehen luennolla oli kieltämättä kummallinen tunne”, Diana nauraa jälkikäteen, ”sillä ajoittain huomasin, etten kuunnellutkaan häntä vaan olin syventynyt pohtimaan, miksi hänellä on tänään nimenomaan nuo sukat jalassa eivätkä jotkut toiset.”’

Esimerkissä 9 puolison kaikinpuolista ymmärtämistä pidetään hyvän avioliiton lähtökohtana. Rouva menee ymmärrysyrityksissään niin pitkälle, että tunkeutuu miehensä työreviirille, kuuntelemaan tämän luentoja. *Kuna abikaasa igakülgne*

*mõistmine on hea abielu alus ja proua Lorents tahtis õppida mehe "keelt" paremini mõistma, munsterdas ta ennast tema loengutele kuulajaks.* 'Koska puolison kaikinpuolinen ymmärtäminen on hyvän avioliiton perusta ja rouva Lorents halusi oppia ymmärtämään miehen "kieltä" paremmin, hän laittautui tämän luennoille kuuntelijaksi.'

Jutussa ei missään vaiheessa kerrota, että aviomies ponnistelisi samalla tavalla vaimonsa ymmärtämiseksi. Tekstiin implisiittisesti sisältyviä rooli- ja valtasuhteita voidaankin tulkita joko niin, että miehellä on naista vähäisempi vastuu avioliiton onnistumisesta, toisin sanoen miehen ei tarvitse yrittää ymmärtää naisen kieltä, tai niin, että vaimo on siinä määrin yksinkertainen ja helposti tulkittavissa oleva olio, ettei tämän ymmärtämiseksi tarvitse erityisesti nähdä vaivaa.

Olen esimerkkien 8 ja 9 avulla pohtinut sitä, mitä ei representoida, mitä tekstipotentiaalin osia ei aktivoida (Heikkinen 1998: 100). Esimerkissä 8 ei nosteta esille esimerkiksi sellaista mahdollisuutta, että Diana olisi ryhtynyt rakentamaan kehoaan omaksi ilokseen ja omista lähtökohdistaan. Joko tietoisesti tai tiedostamattaan hän ryhtyi puuhaan ollakseen miehensä silmissä haluttavampi. Harrastus-han loppui välittömästi aviomiehen mielipiteeseen. *Ütles lihtsalt, et niimoodi pole sa minu jaoks üldse huvitav.* 'Yksinkertaisesti sanoi, että sellaisena et ole mielestäni mielenkiintoinen.' Esimerkissä 9 Diana tai toimittaja eivät puolestaan kyseenalaista sitä, miksi naisen on ymmärrettävä miehen maailmaa tai miksi miehen ei tarvitse vastaavalla tavalla sukeltaa naisen todellisuuteen.

### **5.3 Kertomisen strategiat**

Interpersoonaiset piirteet todentuvat tekstissä muun muassa verbien tapaluokkien ja persoonamuotojen kautta (esim. Heikkinen 1999 ja Karvonen 1995). Kuvaillessaan "tosiasioita" toimittaja asettuu tietäjän ja selostajan rooliin, mikä tekstissä näkyy yksikön kolmannen persoonan ja indikatiivin runsautena. Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijuttuihin toimittaja kirjoittuu juuri tällaisena tietäjänä ja selostajana. Tekstien lauseet ovat valtaosaltaan myöntölauseita, mikä vahvistaa tietäjän ja selostajan rooleja: tekstiin konstruoituu kirjoittaja, joka tietävästi kertoo siitä, mitä on. Taulukkoon 4 kokosin tilastotietoja syyskuussa 2004 ilmestyneistä kansijutuista.

**TAULUKKO 4. Kansijuttujen persoonamuodot, aikamuodot ja tapaluokat, syyskuu 2004**

persoonat	Anne		Eesti Naine		Stiil	
	sanoja	prosentteina	sanoja	prosentteina	sanoja	prosentteina
yks. 1.	15	7,0 %	7	3,2 %	26	13,3 %
yks. 2.	1	0,5 %	1	0,5 %	1	0,5 %
yks. 3.	164	76,3 %	182	83,1 %	144	73,8 %
mon. 1.	9	4,2 %	9	4,1 %	1	0,5 %
mon. 2.		0,0 %	2	0,9 %		0,0 %
mon. 3.	7	3,3 %	15	6,8 %	14	7,2 %
passiivi	19	8,8 %	3	1,4 %	9	4,6 %
<b>yhteensä</b>	<b>215</b>	<b>100,0 %</b>	<b>219</b>	<b>100,0 %</b>	<b>195</b>	<b>100,0 %</b>
aikamuodot	sanoja	prosentteina	sanoja	prosentteina	sanoja	prosentteina
preesens	95	45,9 %	127	59,9 %	130	68,8 %
imperfekti	101	48,8 %	73	34,4 %	55	29,1 %
perfekti	11	5,3 %	12	5,7 %	4	2,1 %
<b>yhteensä</b>	<b>207</b>	<b>100,0 %</b>	<b>212</b>	<b>100,0 %</b>	<b>189</b>	<b>100,0 %</b>
tapaluokat	sanoja	prosentteina	sanoja	prosentteina	sanoja	prosentteina
konditionaali	9	4,0 %	9	4,4 %	8	4,9 %
indikatiivi	213	95,1 %	190	92,7 %	154	94,5 %
imperatiivi	2	0,9 %	6	2,9 %	1	0,6 %
<b>yhteensä</b>	<b>224</b>	<b>100,0 %</b>	<b>205</b>	<b>100,0 %</b>	<b>163</b>	<b>100,0 %</b>

Syyskuussa 2004 ilmestyneissä kansijutuissa hallitsevin persoonamuoto on yksikön kolmas, mikä onkin odotuksenmukaista sen vuoksi, että kansijutut ovat toimittajien selostuksia haastateltavansa vaiheista. Anne, Eesti Naisen ja Stiilin kansijutut edustavat keskeistä median tekstilajia – Fairclough’n määritelmän mukaan esigenreä – *kertomusta*. Kertomuksissaan toimittajat sekä selostavat tapahtumia että tulkitsevat ja selittävät niitä, tavoitteenaan saada yleisö ymmärtämään ja toimimaan omien tavoitteidensa mukaisesti. Kertomuksillaan toimittajat haluavat myös viihdyttää. (Fairclough 1995: 90–91.)

Syyskuussa 2004 Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijutuissa eniten käytetty aikamuoto on preesens, jonka avulla toimittaja pystyy esittämään subjektiivisia mielipiteitään yleistävinä totuuksina, kriittisen tekstintutkimuksen terminologian mukaan tervejärkisinä luonnollistumina. Omat käsityksensä toimittaja voi kirjoittaa joko haastateltavansa repliikiksi tai omaan kaikkitietävään selostukseensa, kuten tässä elokuussa 2004 ilmestyneen Eesti Naisen kansijutusta poimimassani lauseessa: *Marju peab kooselu võimalikuks vaid mehega, kes pürgib elus edasi, on õrn ja kellega on täielik sobivus.* ’Marjun mielestä yhteiselämä on mah-

dollista vain eteenpäin pyrkivän, hellän ja täydellisesti yhteensopivan miehen kanssa.’

Tapaluokista yleisin on indikatiivi, jolla ilmennetään kertomusten totuudellisuutta ja realistisuutta. Kansijutut tarjoillaan lukijoille tositarinoina, jonka sankarittaria ovat elävät, oikeat naiset. Kansijutut ovat kertomuksia, jotka tapahtuvat tässä ja nyt.

#### 5.4 Yhteenvetoa kansijuttujen vuorovaikutussuhteista

Olen tässä luvussa käsitellyt Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijuttujen välittämiä interpersoonaisia ulottuvuuksia eli sitä, minkälaisia suhteita, rooleja ja vuorovaikutusta teksteihin kirjoittuu.

Olen tarkastellut toimittajan roolia tekstin kirjoittajana sekä sisällön valitsijana ja arvottajana. Olen pohtinut myös teksteihin kirjoittuvien toimijoiden rooleja, erityisesti miehen ja naisen välisiä valtasuhteita ja rooliodotuksia.

Kansijuttujen toimittajat kirjoittuvat teksteihin kaikkietävinä selostajina ja empaattisina myötäeläjinä, jotka nostavat haastateltavansa jalustalle ja lukijoiden ihailtaviksi. Teksteihin kirjoittuva lukija on lehtien linjan hyväksyvä kansijuttujen sankaritarten hengenheimolainen, jonka oletetaan uskovan ja hyväksyvän teksteihin kirjoittuvat ”totuudet” itsestään selvinä. Lukija voi myös samastua tekstien sankarittareihin ja pyrkiä omassa elämässään toteuttamaan teksteissä tarjottavia elämäntapamalleja.

Teksteissä ei suoraan kehoiteta toimimaan tietyllä tavalla eikä anneta konkreettisia ohjeita. Lukijan arvoihin ja valintoihin vaikuttaminen tapahtuu epäsuorasti arvottavilla lauserakenteilla, esimerkiksi: *Hedvig vaatab hoolega, mida suhu paneb: toit peab olema kvaliteetne nagu suhtedki.* ’Hedvig katsoo huolella, mitä hän laittaa suuhunsa: ruoan pitää olla laadukasta kuten suhteidenkin.’ Syyskuussa 2003 Eesti Naisessa ilmestyneestä kansijutusta poimittu lause on tyypillinen esimerkki kielellisestä strategiasta, jolla toimittajat joko tietoisesti tai tiedostamattaan vaikuttavat lukijoihinsa. Esimerkkilauseessa toimittaja selostaa haastateltavansa Hedvigin asenteita syömiseen ja ihmissuhteisiin. Vaihtoehdottomuutta korostaa täytymistä ilmaiseva infinitiivirakenne *peab olema* ’pitää olla’. Yksittäinen

lause on osa artikkelin kontekstia, johon Hedvig kirjoittuu kaikinpuolin esimerkillisenä virolaisnaisena.

Tekstin ja kontekstin suhteen kannalta tässä luvussa on ollut kysymys diskurssin sävystä, siitä tilanteisesta kontekstipiirteestä, joka todentuu tekstissä interpersoonaisina merkityksinä, tapaluokat, modaalisuus, persoona ja niin edelleen (ks. kuva 1 luvussa 2.3.3). Sävy viittaa siis vuorovaikutuksen osapuoliin, heidän statukseensa ja kulloiseenkin rooliin sekä tekstiin kirjoittuvina toimijoina että yleisemmin sosiaalisissa suhteissa. (Heikkinen 1999: 212.)

Seuraavassa luvussa tarkastelen Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijuttuja tekstuaalisen metafunktion näkökulmasta. Tutkin siis sitä, millä tavalla tekstit järjestyvät teema- ja reemarakenteiksi sekä koherenteiksi kokonaisuuksiksi.



## 6. KANSIJUTUT TEKSTEINÄ

Olen aiemmissa luvuissa tulkinnut systeemis-funktionaalisen kieliopin keinoin tekstien ideationaalisia ja interpersoonaisia ulottuvuuksia useiden esimerkkien kautta. Samalla periaatteella käsittelen aineistoa myös tässä luvussa, jossa valaisen *tekstuaalisen metafunktion* eri ilmentymiä Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijutuissa.

Tässä pro gradu työni viimeisessä analyysikappaleessa selitän muutamia strategioita, joilla kansijutut rakentuvat viron kielen eri elementeistä virkkeiksi, lauseiksi, otsikoiksi, kappaleiksi ja kokonaisiksi artikkeleiksi. Esimerkissä 10 puran lauseita teemoiksi ja reemoiksi. Sitä seuraavissa näytteissä nostan esille sanastollisia ja kieliopillisia keinoja, joilla tekstien koheesio eli sidoksisuus syntyy. Kiinnitän huomiota myös välimerkkeihin ja leipätekstin visuaalisiin korostuksiin.

Aineistossani esimerkiksi huutomerkkien ja kolmen pisteen käyttö lauseen lopussa poikkeaa monissa kohdin yleisestä journalistisesta käytännöstä. Leipätekstiä korostetaan myös sanojen kursivoinneilla ja kirjainväljin harvennuksilla. Tällainen tekstien visualisointi ei kuulu perinteiseen aikakauslehtikirjoittamiseen. (Kotilainen 1990: 111–114.)

### 6.1 Teemasta reemaan ja informaatioon

Systeemis-funktionaalisisessa kieliopissa temaattisen rakenteen eli teeman ja reeman suhteen sanotaan antavan lauseelle sen sanomaluonteen. *Teema* on se, mitä lause käsittelee, kirjoittajan kannalta olennainen asia: ”mistä minä kerron”. Muu osa lausetta on *reemaa*: ”mitä minä teemasta kerron”. Yhdessä teema ja reema muodostavat viestin. Jotta pystyttäisiin erottamaan se, milloin puhutaan yksittäisten lauseiden teemoista, milloin koko tekstin teemoista, on syytä ottaa käyttöön käsite *yläteema*, jolla tarkoitan Heikkisen tavoin tekstitason teemaa erotuksena lausetason temaattisesta rakenteesta. Yläteema on kunkin tekstin keskeinen merkitys, kun taas *topiikilla* kuvataan tekstinulkoista todellisuutta, puheenaihetta, jota teksti käsittelee. Käytännössä yläteema kytkeytyy usein tekstinulkoiseen topiikkiin. (Heikkinen 1999: 151–153.)

Esimerkki 10 on syyskuussa 2004 ilmestyneen Annen kansijutun alku. Näytteessä ovat mukana otsikko, ingressi ja leipätekstin kolme ensimmäistä kappaletta (ks. myös luku 6.2.3 Kansijuttujen rakenne.) Samaa tekstiä olen osittain käsitellyt intersubjektin metafunktion yhteydessä luvussa 5.1, esimerkissä 7.

### Esimerkki 10.

#### Pisike kuri mustkunstnik

**”Mulle meeldib olla ärritatud ja ise teisi ärritada!” ütleb noor ja andekas moekunstnik ning Stiina moetoimetaja Karolin Kuusik (23). Elu oleks ju igav, kui kõik oleks pidevalt kõige paremas korras.**

Kui öeldakse **Karolin Kuusik**, oodatakse provokatsioone. Korsett jope peal, meeste pesu kleidid all ning kivilips ja tüliseelik üheskoos on ainult juhuslikud näited tema pöörastest kokkumiskimistest. Ja oma tööd teeb ta kohutavalt tõsisel ilmel. ”Nii tõsiselt nagu Kuusik ei saa ju moekunsti teha!” sisistas üks tema erialakaaslane umbes aasta tagasi.

”Temalt on raske midagi inimlikku loota”, oigas teine. Aga mida aeg edasi, seda suuremat respekti sinne moemaailma Karolini vastu tunneb. ”Tema tööd annavad mulle hästi palju inspiratsiooni,” tunnistab isegi staar-moelooja Vassilissa.

Sellel kevadel lennutas Briti Nõukogu kaheksa andekat eesti noort tõusvat tähte Londonisse seminaridele ja Tony Blairi vastuvõtule. Moekunstnikest valiti Eestit esindama just Karolin. Kes on see vastakaid tundeid ja hulljulgeid moeühendusi tekitav tõusev täht? Ja miks kutsub fotograaf Toomas Volkmann teda Pisikeseks Kurjaks? (Anne, 9/2004.)

#### ’Pieni häijy taikuri

**”Minua miellyttää olla ärsyyntynyt ja haluan myös ärsyttää muita!” sanoo nuori ja lahjakas muotitaiteilija ja Stiinan muotitoimittaja Karolin Kuusik (23). Elämä olisi-kin ikävää, jos kaikki olisi pysyvästi parhain päin.**

Kun sanotaan **Karolin Kuusik**, odotetaan provokaatioita. Korsetinmallinen jakku päällä, miesten kerrasto mekon alla sekä kissanrusetti ja tyllihame yhtä aikaa ovat vain satunnaisia näytteitä hänen vastakohtaisista yhdistelmistään. Ja työtään hän tekee pelottavan totisella ilmeellä. ”Niin tosissaan kuin Kuusik ei muotia voi tehdä!” supisi eräs hänen kollegansa noin vuosi sitten.

”Häneltä on vaikea odottaa mitään inhimillistä”, vaikeroi toinen. Mutta mitä pitemmälle aika kuluu, sitä suurempaa arvostusta tähänastinen muotimaailma Karolinia kohtaan tuntee. ”Hänen työnsä inspiroivat minua erittäin suuresti”, tunnustaa jopa huipumuodinluoja Vassilissa.

Viime keväänä Britannian edustusto lennätti kahdeksan lahjakasta virolaista nousevaa tähteä Lontooseen seminaareihin ja Tony Blairin vastaanotolle. Muotitaiteilijoista valittiin Viroa edustamaan juuri Karolin.

Kuka on tämä vastakohtaisia tunteita herättävä ja hullunrohkeita muotiuudistuksia kehittävä nouseva tähti? Ja miksi valokuvaaja Toomas Volkmann kutsuu häntä Pieneksi Häijyksi?

Lähden liikkeelle tekstin temaattisesta rakenteesta. Esimerkissä 10 otsikon teema ja samalla koko tekstin yläteema on *mustkunstnik* ’taikuri’. *Mustkunstnik* on metafora, jolla toimittaja luonnehtii kansijutussa puheena olevaa muotitaiteilija Karolin Kuusikia. Sanapari *mustkunstnik* ja *moekunstnik* ovat ilmiänsuhtaan lähes identtiset, mikä tarjoaa toimittajalle mahdollisuuden tyylilliseen ja sisällölliseen sanaleikkiin. Suomen kielessä tätä mahdollisuutta ei ole (vrt. ’taikuri’, ’muotitaiteilija’).

*Mustkunstnik* ei tässä kontekstissa tarkoita taikuria, vaan on laadullinen kannanotto siihen, minkälainen muotitaiteilija Karolin Kuusik on. Otsikko tuleekin tulkita niin, että sen teema, ja samalla koko artikkelin yläteema, on taikurin kaltainen muotitaiteilija Karolin Kuusik. Adjektiivit *pisike* 'pieni' ja *kuri* 'häijy' ovat otsikon reema, eli ne antavat lisätietoa teemasta.

Tullakseen ymmärretyksi vertauskuvallinen otsikko vaatii tekstin antamaa lisäinformaatiota. Kotekstista irrallaan *Pisike kuri mustkunstnik* voisi tarkoittaa joko kirjaimellisesti pientä häijyä taikuria tai sitä voitaisiin käyttää jonkun muun ilmiön metaforana.

Leipätekstin toinen lause on keskeinen informaatorakenteen kannalta: *Korsett jope peal, meeste pesu kleidi all ning kikilips ja tüllseelik üheskoos on ainult juhuslikud näited tema pöörastest kokkumiksimistest.* 'Korsetinmallinen jakku päällä, miesten kerrasto mekon alla sekä kissanrusetti ja tyllihame yhtä aikaa ovat vain satunnaisia näytteitä hänen vastakohtaisista yhdistelmistään.'

Teemana on lauseen jälkiosa *tema pöörastest kokkumiksimistest* 'hänen vastakohtaisista yhdistelmistään', jolla on suora selittävä suhde otsikkoon. Reemaa on lauseen alkuosa *Korsett jope peal, meeste pesu kleidi all ning kikilips ja tüllseelik üheskoos on ainult juhuslikud näited* 'Korsetinmallinen jakku päällä, miesten kerrasto mekon alla sekä kissanrusetti ja tyllihame yhtä aikaa ovat vain satunnaisia näytteitä', joka kertoo, minkälaisesta ilmiöstä teemassa on kysymys.

Tekstin topiikki on omaperäisyydellään huomiota herättävä nuori virolainen muotisuunnittelija Karolin Kuusik.

Esimerkissä 10, kuten Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijutuissa ylipäättään, informaation varsinaista sisältöä ovat mielipiteet. Teksteihin eksplikoituu sekä toimittajan että haastateltavan ja toisinaan myös kolmansien osapuolien mielipiteitä. Kansijutuille tyypillinen arviointilause on esimerkin 10 leipätekstin kolmas lause *Ja oma tööd teeb ta kohutavalt tõsisel ilmel.* 'Ja työtään hän tekee pelottavan totisella ilmeellä.' Tuttuna informaatio-osana annetaan *oma tööd teeb ta* 'työtään hän tekee' ja uutta on työntekemisestä esitetty arvio *kohutavalt tõsisel ilmel* 'pelottavan totisella ilmeellä'.

Heikkisen mukaan arvion, laadun esittäminen uutena informaationa on ideologinen valinta. Arviosta tulee uutisen kaltainen informaation osa, joka pyrkii jäljittelemään tekstinulkoista todellisuutta. Tämä luonnollistaa ajatusta kokemuksesta informaationa. Informaatio ei siis ole vain tekstinulkoisen todellisuuden rep-

resentoimista kielen keinoin, vaan myös ja erityisesti ihmiskokemuksen kuvaamista. Juuri informaation suhde ihmiskokemukseen antaa järkeä tekstin implisiittisille merkityksille. (Heikkinen 1999: 159.)

Annen, Eesti Naisen ja Stiilin jutuissa toimittajat ilmaisevat mielipiteitään haastateltavista ja haastateltavat kertovat työhönsä, ihmissuhteisiinsa, elinoloihinsa, pukeutumiseensa, asumiseensa ja muihin henkilökohtaisiin valintoihinsa liittyvistä mielipiteistä. Jutuista ei juurikaan löydy kannanottoja yleisiin yhteiskunnallisiin ilmiöihin kuten esimerkiksi koulutukseen, palkkapolitiikkaan, kunnalliseen tai valtiolliseen päätöksentekoon, sosiaalisiin oloihin tai puoluepolitiikkaan.

## 6.2 Kansijuttujen sidoksisuudesta

Ryhtyessäni tarkastelemaan, millä tavoin kansijuttujen tekstit rakentuvat ymmärrettäviksi kokonaisuuksiksi, tulkittaviksi merkityksiksi, käytän koherenssin käsitettä Fairclough'n<sup>2</sup> määrittelyn mukaisesti. Viittaan koherenssilla sekä tekstin sisäiseen sidoksisuuteen, jota osoitetaan sanaston, oikeinkirjoituksen ja kieliopin keinoin, että tekstin ja tekstinulkoisen todellisuuden välisiin suhteisiin. (Fairclough 1989: 78.) Tarkasteluni pääpaino on tekstin sisäisessä sidoksisuudessa.

### 6.2.1 Välimerkkien funktioista

Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijutuissa erilaisia välimerkkejä käytetään runsaasti. Lauseiden merkitysten kannalta kysymysmerkit, huutomerkkit, ajatusviivat tai kolme pistettä lauseen perässä olisivat useimmiten tarpeettomia. Yhtä hyvin niiden tilalla voisi olla neutraali piste. Oletan, että kirjavalla ja säännöttömällä välimerkkien viljelyllä kirjoittajat haluavat elävöittää tekstejään ja luoda lauseisiin erilaisia tunnetiloja. Kirjava välimerkkien käyttö poikkeaa suomalaisesta lehtikäytännöstä (Kotilainen 1990: 112–114), ja se saattaa olla uudelle virolaiselle naistenlehtijournalismille ominainen ilmiö.

---

<sup>2</sup> Heikkinen (1999: 159) käyttää *koheesion* käsitettä puhuessaan tekstin sisäisestä sidoksisuudesta ja *koherenssin* käsitettä puhuessaan tekstin merkitysten suhteista toisiinsa.

### 6.2.1.1 Kysymysmerkki mielipiteen perässä

Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijutuissa kysymysmerkkiä käytetään usein retorisessa tarkoituksessa, ilmaisemaan joko toimittajan tai haastateltavan sanomaksi kirjoittuvaa mielipidettä. Esimerkiksi lauseet *Kas tõesti võiks sellest hästi korraldatud elust miski veel puududa?* 'Voisiko tästä hyvin järjestetystä elämästä tosiaankaan mitään puuttua?' sekä *Kas-kuidas on tal õnnestunud muuta erandlikkus kadrilikuks?* 'Miten ja kuinka hän on onnistunut muuttamaan poikkeuksellisuuden kadrimaisuudeksi?' (Eesti Naine 4/2004) ovat pikemminkin toimittajan kannanotoja haastateltavan elämänlaatuun ja persoonaan kuin varsinaisia kysymyksiä.

Tällaisessa käytössä kysymysmerkin funktiona on kirjoittajan suojaaminen: kirjoittaja voi kätkeytyä kysymysmerkin taakse ja väittää nimenomaan kysyneensä eikä esittäneensä mielipiteitä. (Heikkinen 1999: 182.)

### 6.2.1.2 Huutomerkki retorisen kysymyksen vahvistajana

Mihinkään kieliopilliseen sääntöön perustumatta kansijutuissa käytetään huutomerkkiä retorisen kysymyksen vahvistajana, kuten näissä esimerkeissä: *mida muud ühel näitlejal tegelikult tarvis ongi?!* 'mitä muuta yksi näyttelijä itse asiassa tarvitsekaan?!' (Eesti Naine 3/2004.) *No mida vastata?!* 'Mitäpä vastata?' *Kas teie teate, kus lennuk on?!* 'Tiedättekö, missä lennokki on?!' (Anne 11/2003.) (Erelt, Mati; Erelt, Tiiu; Ross, Kristiina 2000: 114.)

### 6.2.1.3 Huutomerkki tehokeinona

Virolaisten naistenlehtien kansijutuissa huomio kiinnittyy myös runsaaseen huutomerkkien käyttöön. Tässä suhteessa tyyli poikkeaa ainakin suomalaisen journalismin normien mukaisesta käytännöstä, jossa voimakkaita välimerkkejä kehoitetaan käyttämään mahdollisimman vähän, etteivät ne inflatoisi tekstiin sisältyvää viestiä (Kotilainen 1990: 113). Huutomerkkien taaja viljely saattaa olla osoitus toimittajan epävarmuudesta. Kirjoittaja ei luota sanojensa ja lauseidensa voimaan, vaan vahvistaa tekstiään huutoa ilmaisevalla välimerkillä. Ainakin suomalaista lukijaa tämä kiusaa. Ylenpalttinen huutomerkkien käyttö tekee tekstistä vaikeasti

omaksuttavaa ja poukkoilevaa. Lopputulos on teennäisen dramaattinen ja epäuskottava.

Esimerkiksi seuraavissa lauseissa huutomerkkiä ei välttämättä olisi tarvittu lainkaan. *See on midagi, millest ma olen alati tahtnud rääkida!* 'Se on jotain, josta olen aina halunnut puhua!' *Seal on mul võimalus nii palju teha!* 'Siellä minulla on mahdollisuus tehdä niin paljon!' (Eesti Naine 11/2003.) *Roheliseks ja kollaseks võõbatud köögis troonib vaagen küpsistega ja tiksub kohvimasin, tagatoas seisab luulekogusid täis tuubitud kapike, ja muidugi aed!* 'Vihreäksi ja keltaiseksi maala-tussa keittiössä katseen vangitsee pikkuleipävatit ja kahvinkeitin tiksuu, huoneen takaosassa seisoo runokokoelmia täynnä oleva kaappi, ja tietysti piha!' (Eesti Naine 7/2003.) *Ei maksa uskuda kõike, mida loete!* 'Ei kannata uskoa kaikkea, mitä luette!' (Stiil 7/2004.)

#### 6.2.1.4 Suluista ja kursivoinnista

Tässä aineistossa uniikki tehokeino on yhdestä jutusta löytämäni sulkumerkkien ja kursivoinnin käyttö. Referoidessaan haastateltavaansa toimittaja on täydentänyt puhumista ilmaisevan verbin ilmeikkyyttä sulkuihin lisäämälläan, kursivoidulla attribuutilla. Olen tähän alleviivannut alkuperäisessä tekstissä sulkeissa kursivoituna näkyvän sanan: *ütleb Hedvig (pateetiliselt).* 'sanoo Hedvig (pateettisesti). 'tunnistab ta (naeru lõkerdades). 'hän tunnustaa (nauraa kikattaen)' *pihib Hedvig (kirglikult).* 'julistaa Hedvig (intohimoisesti). 'pihib Hedvig (nukralt). 'tilittää Hedvig (alakuloisena). 'õhkab ta (igatsevalt). 'huokaisee hän (ikävissään). 'ja lisab (lõbustatult). 'ja lisää (iloisena). 'kinnitab lauljatar (tõsimeeli) 'vakuuttaa laulajatar (tosissaan) 'jutustab Hedvig (õhinal). 'kertoo Hedvig (innokkaasti). 'kinnitab Hedvig (tuliselt). 'vakuuttaa Hedvig (tulisesti). 'ütleb lauljatar (lakooniliselt). 'sanoo laulajatar (lakonisesti). (Eesti Naine 9/2003)

### 6.2.1.5 Sanojen harvennusta

Sanojen harventaminen jättämällä kirjainten väliin tyhjiä lyöntejä on myös epäkonventionaalinen tehokeino, jolla toimittaja painottaa tiettyjä sanoja kirjoituksessaan. Tällainen tekstuaalinen tehokeino löytyy aineistoni muutamista jutuista:

*No ema oli ikka täiesti e n d a s t väljas.* 'No, äiti ei ollut lainkaan o m a i t s e n s ä.' *olgu kasvõi Võitka, aga ta p e a b saama.* 'vaikka onkin Võitka, hänenkin p i t ä ä saada.' *et nad oleksid v a l m i s ja kõik oleks korras.* 'että he olisivat v a l m i i t ja kaikki olisi kunnossa.' *Mulle meeldib, kui asjad a r e n e v a d.* 'Minua miellyttää, kun asiat k e h i t t y v ä t.' *Kui nad mu mõtetes k ü p s e v a d.* 'Kun ne minun ajatuksissani k y p s y v ä t.' (Anne 4/2004) *See tüdruk on nii e e s t i l i k.* 'Se tyttö on n i i n v i r o l a i n e n.' (Stiil 5/2004.)

### 6.2.1.6 Kolme pistettä lauseen lopussa

Aineistossani kauttaaltaan on yleistä myös kolmen pisteen käyttö virkkeen lopussa. Oletan, että kolmella pisteellä on kaksi keskeistä funktiota: toisalta niillä osoitetaan käännettä tarinan juonessa ja toisaalta ne ilmaisevat keskeneräiseksi jäävää ajatusta, jonka loppuosan arvaaminen jää lukijan haasteeksi. Pari esimerkkiä draamallisesta käännteestä: *Kord Miki läks Piritalt merele...* 'Kerran Mikki lähti Piritalta merelle...' *siis sõjaaeg oli ühtmoodi painav, aga viimane aasta ülikoolis, lapse sünd...jah, oli ka väga keeruline.* 'sitten sota-aika oli samalla tavoin painava, mutta viimeinen vuosi yliopistossa, lapsen syntymä... oli myös erittäin haasteellinen.' (Eesti Naine 2/2003.)

Seuraavissa esimerkeissä kolme pistettä ilmaisee keskeneräistä ajatusta: *Ta tundus kuidagi...ülbe.* 'Hän tuntui jotenkin... ylpeältä.' *majade vahel olid aiad, pargid, lilled ja liivakastid...* 'talojen välillä oli pihoja, puutarhoja, kukkia ja hiekkalaatikoita...' (Anne 4/2004.)

## 6.2.2 Vahvistus- ja huudahdussanojen funktiosta

Haastateltavien puhuttelu pelkällä etunimellä on naistenlehtigenrelle ominainen tapa luoda me-henkeä ja yhteisöllisyyttä, jonka piirissä ovat jutuissa haastateltujen ja juttuja tekevien toimittajien lisäksi myös lukijat. Naistenlehden tekstintuottajan ja lukijan suhde on epämuodollinen ja muistuttaa ystävyyttä. Suhde ei kuitenkaan koskaan voi olla tasapuolinen. Tekstintuottajalla on aina valta ohjata lukijaa, eikä koskaan toisinpäin. (McLoughlin 2000: 73.)

Etunimen käytön lisäksi Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijutuista löytyy myös muita leksikaalisia keinoja, joilla teksteihin pyritään luomaan puhekielistä ”jutustelua ystävien kesken” -tunnelmaa.

Tällaisena keinona nostan esille vahvistus- ja huudahdussanat. Yhdessäkään lauseessa vahvistus- tai huudahdussana ei ole tarpeellinen asiasisällön ymmärtämisen kannalta. Funktio on puhtaasti kohesiivinen. Vahvistus- ja huudahdussanojen avulla toimittaja muodostaa tekstiinsä suostuttelevan ja empaattisen tyylin, jolla kansijuttujen tekstit erottuvat neutraaleista ”asiajutuista”.

### 6.2.2.1 Vahvistussanoista

*Varmaankaan, no, -han/hän, kyllä* -tyyppiset vahvistussanat näyttävät aineistoni perusteella olevan virolaisten naistenlehtien kansijutuissa yleisesti hyväksytty tyylikeino, jolla tekstiin luodaan jutustelevaa ja tuttavallista tunnelmaa.

*Ma pole vist kogu elus olnud nii tugeva tempo all kui praegu.* ’Minulla ei varmaankaan koko elämäni aikana ole ollut niin kova kiire kuin nyt. (Eesti Naine 2/2004.) *Aeg-ajalt meenub küll Annele, et peaks arsti juurde minema, aga no ikka ei jõua.* ’Aika ajoin Annen mieleen kyllä juolahtaa, että hänen pitäisi käydä lääkäriässä, mutta eihän hän kuitenkaan jouda.’ (Eesti Naine 4/2003.) *No ma ei morganud sind,* ’No enhän minä sinua huomannut,’ (Anne 7/2003.) *tüdruk on ju kuu aja teie juures olnud.* ’tyttöhän on kuukauden ajan ollut luonanne.’ (Anne 7/2003.) *Noh, siia oleks ju Vilgats ka ära mahtunud* ’No, sinnehän olisi myös Vilgats sopinut!’ (Stiil 6/2004.) *Jah, minul on õnne.* ’Kyllä, minulla oli onnea.’ (Stiil 4/2004.)



### 6.2.2.2 Huudahdussanoista

Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijutuille yhteinen piirre ovat onomatopoeettiset huudahdukset, joita on kirjoitettu erityisesti haastateltavien repliikkeihin. Erilaisilla kiljahduksilla ja voihkaisuilla toimittajat pyrkivät luomaan intiimiä tekstiä, jossa ystävätär uskoutuu ystävättärelle.

*Oh, kaks mutti tulevad! 'Oi, kaksi eukkoa tulee!'*(Anne 7/2003.) *ups, milline tüdruk!* ' *hupsista*, millainen tyttö' (Anne 7/2003.) *Ah, Katrin tahtis endale bokserit võtta 'Ah*, Katrin halusi itselleen bokserit '(Anne 7/2003.) *Oi, mis ma nüüd tegin!* ' *Oi*, mitä minä nyt tein' (Stiil 6/2004.) *Oh, ma ei suuda uskuda, et tema ema seda teeb. 'Oi*, en voi uskoa, että hänen äitinsä tekee sen.'(Stiil 4/2004.)

### 6.2.3 Kansijuttujen rakenne

Edellä olen tarkastellut leksikaalisia ja syntaktisia keinoja, joilla toimittajat luovat koherenssia teksteihinsä. Nyt määrittelen kansijuttujen rakenteellisten ratkaisujen päätekijät.

Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijutut noudattavat samaa rakennekaavaa, jossa tietyt elementit toistuvat säännönmukaisesti.

Kansijuttu muodostuu kolmesta osasta: 1) otsikko (väliotsikot), 2) ingressi 3) leipäteksti. Näiden lisäksi jutussa voi olla erillisiä kinalojuttuja tai faktalaatikoita. Otsikot ja ingressi sekä henkilöiden nimet ensimmäistä kertaa tekstissä esiintyessään on lihavoitu. Jutun alussa kerrotaan haastateltavan koko nimi, sen jälkeen käytetään vain etunimeä. Joko jutun alussa tai myöhemmin kerrotaan henkilön ikä, määritellään hänen tämän hetkinen tilanteensa ja tulevaisuuden haasteensa. Keskeisenä osana kertomusta toimittaja kuvailee haastateltavansa suhdetta erilaisiin elämänilmiöihin, esimerkiksi matkusteluun ulkomailla. Jokaisesta tarinasta on löydettävissä juonen kaari ”mistä lähdettiin ja kuinka tähän on tultu”. Osana tekstiä voi olla myös haastateltavan ystävien ja kollegoiden kommentteja. Jokaisessa jutussa tärkeänä punaisena kulkee kuvaus henkilön ulkonäöstä. Jutuisa kuvaillaan henkilön yleistä tyyliä, hiusten väriä, meikkiä, vaatteita, painoa ja pituutta. (Tässä yhteydessä on pantava merkille, että Annen kansijutussa (9/2003), jossa kerrotaan miehestä, New Yorkissa vaikuttavasta pörssimeklari Jürgen Kal-

juveestä, henkilön ulkonäköä ei jutussa kuvailla.) Usein toimittaja mainitsee, mikä merkkisiä tuotteita haastateltava käyttää.

Liitteeseen 4 kootut juttulyhennelmät osoittavat konkreettisesti Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijuttujen rakenteellisen samankaltaisuuden.

### **6.3. Yhteenvetoa kansijutuista teksteinä**

Olen tässä luvussa ottanut esille Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijutuille ominaisia tekstuaalisia piirteitä. Olen valinnut ja analysoinut sellaisia ortografian, sanaston ja lauseopin ilmiöitä, jotka omasta mielestäni ovat mielenkiintoisia ja erityisiä.

Esitykseni ei tokikaan ole kattava. Tekstuaalisen metafunktion otsikon alla olisin voinut käsitellä aineistoani huomattavasti laajemminkin. Kokonaan vaille käsittelyä jäävät esimerkiksi otsikoiden rakenne ja temaattinen funktio, lauseiden väliset suhteet sekä kansijuttujen intertekstuaalisuus eli vuorovaikutus muiden, joko olleiden, samanaikaisten tai tulevien, tekstien kanssa.

Systeemis-funktionaalisisessa teoriassa tekstuaalinen merkitysulottuvuus palautuu kolmijakoon diskurssin alasta, sävystä ja tavasta. Tekstuaalinen meta-funktio vastaa diskurssin tapaa (ks. kuva 1 luvussa 2.3.3).

Pro gradu -työni analyysiosuus päättyy tähän.

## 7. JOHTOPÄÄTÖKSIÄ

Tässä luvussa vedän yhteen pro gradu -työni tuloksia. Kerron näkemyksistäni ja arvioistani, joihin aineistoa käsitellessäni päädyin. Kriittisen tekstianalyysin oletus tekstin tuotannosta jatkuvan valinnan ja luokittelun prosessina on ollut peruslähtökohta tarkastellessani Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijuttuja.

### 7.1 Tekstintuottaja vallankäyttäjänä

Tekstintuottajina Viron kolmen suurimman naistenlehden toimittajat ovat samassa asemassa kuin kuka tahansa kielenkäyttäjä. Heidän valintojaan säätelevät yhteisön arvot, asenteet ja ideologia, vaikka he itse eivät sitä tietoisesti ajattelisikaan. Toisaalta heillä on yksisuuntaisesti viestivän median tekstintuottajina enemmän valtaa kuin juttujensa lukijoilla, joiden rooli on olla viestinnän vastaanottava osapuoli. Yksisuuntainen asetelma on kiistämätön ja vakaa, vaikka näennäisesti naistenlehden tekstintuottajan ja lukijan suhde on epämuodollinen ja muistuttaa ystävyttä. McLoughlin (2000: 73) tähdentää, ettei median ja yleisön suhde koskaan voi olla tasapuolinen. Tekstintuottajalla on aina valta ohjata lukijaa, eikä koskaan toisinpäin.

Sadattuhannet virolaisnaiset lukevat Annea, Eesti Naista ja Stiiliä joka päivä. Äiteinä, työntekijöinä, puolisoina ja kuluttajina he tekevät valintoja sen informaation perusteella, jota mieluinen naistenlehti heille välittää. Sen vuoksi on tärkeää, että näitä tekstejä tutkitaan ja tulkitaan. Samaa mieltä ollaan myös Virossa. Aava (2003: 13) korostaa koulun vastuuta medialukutaidon edistäjänä. Hänen mielestään viimeistään lukiovaiheessa koululaisten on pystyttävä erottamaan mediateksteistä niiden manipuloivat ja demagogiset piirteet.

### 7.2 Kielellisiä ja ideologisia ristiriitoja

Erityisesti minua ovat Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijutuissa kiinnostaneet teksteihin kirjoittuvat kielelliset ja ideologiset ristiriidat. Ristiriitaisena pidän esimerkiksi luvussa 4, kappaleessa 4.3 analysoimaani esimerkkiä 4, jossa jutun pää-

henkilö on nuori maailmanmatkaaja, itsenäinen ja peloton seikkailija, ja samalla perinteinen, vain naista velvoittavaan yksiavioisuuden ja elämänmittaisen parisuhteen ihanteeseen uskova perhetyttö.

Kriittinen tekstintutkimus, tässä työssä erityisesti systeemis-funktionaalinen kielioppi, tarjoaa moniulotteisen välineen sekä teksteissä eksplisiittisesti näkyvien että teksteihin implisiittisesti kätkeytyvien merkitysten avaamiseksi ja tulkitsemiseksi.

### 7.3 Materialistisesta maailmasta

Tarkastellessani Annen, Eestin ja Stiilin kansijuttuihin kirjoittuvaa maailmaa luvussa 4 käsittelen tekstejä ideationaalisen metafunktion näkökulmasta. Yhteenvedon totean, että teksteihin kirjoittuva maailma on varsin materialistinen. Jutuissa kuvaillaan ulkonäköä, pukeutumista, vapaa-ajanviettoa, shoppailua, asumista ja matkustelua. Mielenkiintoinen sivujuonne on se, että ainoat kaksi juttua, joissa päähenkilön ulkonäön kuvaaminen ei ole olennainen osa tarinaa, kertovat miehistä. Ilmeisesti Virossa vallitsee sama tilanne kuin Suomessa: naisen ulkonäköön kohdistuu paljon enemmän paineita ja odotuksia kuin miehen ulkonäköön. Virossa naisen on näytettävä hyvältä, mies saa olla minkänäköinen tahansa.

Teksteissä on runsaasti ulkonäköön ja pukeutumiseen viittaavaa sanastoa: *stiilitaju* 'tyylitaju', *riietuja* 'pukeutuja', *kosmetiik* 'kosmetiikka', *meigikott* 'meikkipussi', *jope* 'päällystakki', *kleit* 'leninki', *meeldida* 'miellyttää', *proovida* 'sovittaa', *värvida* 'värjätä', *lõvilaka tooni* 'leijonanharjan värinen', *kõhn* 'laiha', *blond* 'vaalea', *ilus* 'kaunis' jne.

Tekstin lomaan ujutetut tuotemerkit räjähtävät lukijan kasvoille kuin maamiinat ikään. Perinteisen neutraalin ja tekstimainontaan kielteisesti suhtautuvaan journalismin piirissä kasvaneelle suomalaislukijalle esimerkiksi lause *Guccil on oivalised riided* 'Guccilla on mainioita vaatteita' aiheuttaa melkoisen sokkireaktion, kun lause tulee vastaan museoviraston johtajasta kertovassa jutussa, ja on kirjoitettu hänen lausumakseen (Anne 9/2004). Kansijuttujen perusteella oletan, että kansainväliset brändit ovat keskeisiä identiteetin määrittelyn välineitä virolaisille naisille. Minkämerkkistä autoa ajat, sellainen olet.

Myös kansijuttujen päähenkilöiden runsas matkustaminen maailman eri puolille herättää huomiota. Aineiston viidestäkymmenestäviidestä artikkelista vain kahdeksan on sellaisia, joissa ei mainita yhtään ulkomaista paikannimeä. Kansijuttujen naiset lomailevat, shoppailevat, opiskelevat ja työskentelevät kaikilla mantereilla ja maailman metropoleissa.

Vaikka kansijuttujen sankarittaret liikkuvat sademetsissä, hiekka-aavikoilla, suurkaupunkien kaduilla ja kujilla, vaikka he seikkailevat syrjäisissä kylissä maailman reunoilla, teksteissä ei kertaakaan viitata naisten globaaleihin ongelmiin. Kansijuttujen naiset eivät piittaa aids-pandemiasta, tyttöjen ympärileikkauksista ja lukutaidottomuudesta tai kansainvälisestä lapsikaupasta. Heitä ei askarruta ilmaston lämpeneminen saati kehitysmaiden ja teollisen maailman välisen kuilun syveneminen.

Annen, Eesti Naisen ja Stiilin konsepteissa määritellään tarkkaan, minkälaisista naisista kansijuttuja tehdään. Tärkein kriteeri on se, että nainen on omalla toiminnallaan saavuttanut elämässään jotain merkittävää ja lukijoiden kannalta mielenkiintoista.

Kansijuttujen naiset ovat korkeasti koulutettuja, ja he työskentelevät vaativissa tehtävissä. Työ on kaikille tärkeä osa identiteettiä ja olemassaoloa. He ovat nähneet paljon vaivaa kehittyäkseen ja saavuttaakseen unelmansa. Kun virolaisen naistenlehden kansijutuissa kuvaillaan naisten mahdollisuuksia tai saavutuksia työelämässä, näkökulman kapeus yllättää tasa-arvokeskusteluun tottuneen suomalaislukijan. Tekstit antavat ymmärtää, ettei virolaisnaisilla ole uraan ja etenemiseen liittyviä ongelmia. He pätevät työssään, saavat siitä asiallisen korvauksen ja etenevät kykyjensä mukaan. Kansijuttujen perusteella voin olettaa, että virolaisessa työelämässä vallitsee sukupuolten tasa-arvo.

#### **7.4 Toimittaja ihailevana eläytyjänä**

Tarkastellessani kansijuttuja luvussa 5 intersubjektin metafunktion näkökulmasta tutkin sitä, minkälaisia vuorovaikutussuhteita teksteihin kirjoittuu. Keskeinen vuorovaikutussuhde on luonnollisesti toimittajan, haastateltavan ja lukijan välinen suhde.

Yhteistä Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijutuille on toimittajan kirjoittaminen tekstiin haastateltavan puhelumppaniksi ihailevana eläytyjänä, joka ei anna lukijallekaan valinnanvaraa sen suhteen, mitä tarinan kohteesta pitäisi ajatella. Toimittajan ehdottomuus korostuu retorisessa kysymyksessä, kuten viidennen luvun esimerkistä 6 poimimani näyte osoittaa: *Tema elulugu on täiuslik: kadestamisväärsesst ametikohast unelmate koduni, vahvatest poegadest ja hoolivast mehest rääkimata. Kas tõesti võiks sellest hästi korraldatud elust miski veel puududa?* 'Hänen elämäntarinansa on täydellinen: kadehdittavasta ammatista unelmien kotiin, kunnon pojista ja huolehtivasta miehestä puhumattakaan. Voisiko tästä hyvin järjestetystä elämästä vielä puuttua jotain?'

Kansijutuille ominaista on myös, että haastateltavien oletetaan olevan lukijoille tuttuja henkilöitä. Tätä voidaan ilmaista passiivilla, kuten viidennen luvun esimerkin 7 ensimmäisessä lauseessa: *Kui öeldakse Karolin Kuusik, siis oodatakse provokatsioon.* 'Kun puhutaan Karolin Kuusikista, odotetaan provokaatioita.'

Naistenlehden tekstilajille ominaisesti kansijutussa kerrottavasta henkilöstä käytetään yleensä vain etunimeä. Koko nimi mainitaan kerran jutun alussa. Etunimen käytöllä haastateltava pyritään tuomaan lähelle lukijoita (Heikkinen 1998: 99). Pelkkä etunimi riittää, vaikka kysymyksessä olisi ison virolaisen tehtaan pääjohtaja, kuten luvussa 5.1 analysoimassani esimerkissä 5: *Jaanipäeva eel Katiga vesteldes paistab tema silmist soov otsekohe hakata välja töötama kuva, kuidas Kalevi toodanguga Euroopat vallutada ja uusi maiustusi turule tuua.* 'Keskustellessani Juhannuspäivän alla Katin kanssa hänen silmistään paistaa toive päästä välittömästi toteuttamaan ohjelmaa Kalevin Euroopan-valloittamisesta ja uusien makujen markkinoille tuomisesta.'

Kansijuttujen naisten suhde miehiin yllättää. Monilla elämänalueilla naiset itsestäänselvästi antavat miesten päättää puolestaan ja mukautuvat miehen tahtoon. Kärjistyneimmillään miehen ylivalta näkyy 5.2 luvun esimerkissä 8, jossa nainen kertoo liikuntaharrastuksestaan: - - *ta hakkas püüdlema selle poole, et näha välja nagu anatoomiaõpik* - - *Aga Lorents* - - *Ütles lihtsalt, et niimoodi pole sa minu jaoks üldse huvitav. Ja ma lõpetasin* - - ' - - hän ryhtyi tavoittelemaan täydellistä vartaloa - - Mutta Lorents (naisen puoliso) - - Sanoi yksinkertaisesti, että sellaisena et ole mielestäni mielenkiintoinen. Ja minä lopetin.'

## 7.5 Tekstuaalisista ominaispiirteistä

Työni luvussa 6 tutkin kansijuttuja teksteinä. Esimerkkien avulla nostan esille strategioita, joilla jutut rakentuvat viron kielen eri elementeistä koheisiiviksi kokonaisuuksiksi. Kiinnitän suhteellisen paljon huomiota välimerkkeihin, vahvistus- ja huudahdussanoihin sekä tekstin visuaaliseen korostukseen esimerkiksi kursivoimalla tai harventamalla. Tällaisten ”pienten” tekstuaalisten piirteiden pohtiminen voi jonkun muun mielestä olla epärelevanttia. Itse vakuutuin yksityiskohtien tärkeydestä, kun havaitsin aineistoa tarkastellessani ihmetteleväni, miksi tekstit tuntuvat niin poukkoilevilta ja rauhattomilta. En ensin tiedostanut, että vaikutelma syntyy runsaasta ja epäkonventionaalisesta huuto- ja kysymysmerkkien käytöstä, sanojen harventamisesta, kursivoinnista ja suluttamisesta sekä vahvistus- ja huudahdussanojen säästelemättömästä viljelystä.

Tarkastellessani aineistoani tekstuaalisen metafunktion näkökulmasta pohdiskelinkin, onko Viroon syntymässä tai onko siellä jo käytössä uudenlainen journalistinen kulttuuri, joka sallii toimittajan vapaasti käyttää kielen eri elementtejä ja tehostaa sanomaansa millä tahansa visuaalisella keinolla. Vaikka Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kohderyhmät ja profiilit poikkeavat toisistaan, erot eivät konstruoidu ainakaan kansijuttujen tekstien tasolla. Tässä yhteydessä on tosin huomautettava, ettei työni tavoitteena ole ollut vertailla lehtiä tai määritellä niiden välisiä eroja. Oman tutkimuksensa arvoinen voisikin olla kysymys, millä tavalla Viron kolmen suurimman naistenlehden Annen, Eesti Naisen ja Stiilin tekstit eroavat toisistaan.

## 7.6 Miten tästä eteenpäin?

Tutkiessani Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijuttuja olen useaan otteeseen pohtinut journalistista prosessia, jonka tuloksena jutut ovat syntyneet. Luonnollisesti arvioin ja analysoin tekstejä sekä niiden taustalla vaikuttavia valinta- ja arvotusprosesseja oman arvomaailmani ja kokemukseni kautta. Onhan ymmärrettävää, että suodatan aineistoa sen siivilän läpi, jota olen oppinut käyttämään oman yhteisöni jäsenenä, suomalaisena naistenlehtien lukijana ja viestinnän ammattilaisena.

Asetin pro graduni tavoitteeksi nostaa esille kansijuttuihin kirjoitettavia arvoja, asenteita ja maailmakuvia. Lähdin liikkeelle avoimin mielin, vailla omakohtaista käsitystä tämän päivän virolaisnaisen arjesta.

Jutuissa huomioni kiinnittyi runsaaseen ulkonäön, kulutustottumusten ja matkustelun kuvaamiseen, vaikka niissä kerrotaan koulutetuista, yhteiskunnassa näkyvissä asemissa vaikuttavista ja omin ansioin edenneistä naisista.

Oletan, että sivistyneillä, elämää kokeneilla naisilla on näkemyksiä myös muunlaisista asioista. Ehkä he ottaisivat kantaa esimerkiksi miesten ja naisten samapalkkaisuuskysymykseen, etenemismahdollisuuksiin työelämässä, työn ja perheen yhteensovittamiseen, alkoholipolitiikkaan ja moniin muihin yhteiskunnallisiin kysymyksiin, jos toimittajat näistä asioista kyselisivät ja kirjoittaisivat.

Kun tiedän (ks. luku 3.3, Kuka pääsee kansijuttuun), että Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijuttujen näyttävissä kuvissa hymyilee korkeasti koulutettuja, monella tavalla päteviä ja lahjakkaita naisia, olen yllättynyt siitä, miten yksipuolisesti ja pintaa raapaisten toimittajat heistä kertovat. Kansijutuille yhteinen piirre on se, että naiset representoituvat teksteissä korostuneen materialistisina individualisteina ja omaan hyvinvointiinsa satsaavina kuluttajina. Toimittajat kirjoittavat juttuihin kriitikittöminä haastateltavansa palvojina ja kaikkietävinä myötäilijöinä. Juttuja lukiessa tulee tunne, että tekstit tehdään aina saman kaavan mukaan, riippumatta siitä, kenestä juttu tehdään. Vaikuttaakin siltä, ettei toimittajan tavoitteena ole tehdä jutustaan haastateltavansa näköistä vaan päinvastoin puristaa haastateltava aina samaan muottiin.

Annen, Eesti Naisen ja Stiilin kansijuttuja ja niiden taustalla vaikuttavia prosesseja arvioitaessa on hyvä palata kriittisen tekstintutkimuksen peruslähtökohtiin. Tekstit eivät synny itsestään eivätkä tyhjiöön. Jokainen teksti on tulosta kirjoittajan tekemistä valinnoista, ja valinnat ovat joko tietoisia tai tiedostamattomia. Valintoihin vaikuttaa toimittajan maailmankuvan ohella media, johon hän juttunsa tekee. (Heikkinen 2002: 6.)

Kuten muuallakin maailmassa, myös Virossa naistenlehdet ovat kaupallisia tuotteita, joita julkaistaan voitontavoittelun lähtökohdista. Kuten Fairclough (1995: 42) asian ilmaisee, lehtikustantamot ovat ennen kaikkea voittoa tavoittelevia yrityksiä, joiden voitot syntyvät yleisöjen myymisestä mainostajille. Tiedotusvälineiden tekstit ovat tehokkaan kulttuuriteollisuuden tuottamia symbolisia kulttuurihyödykkeitä, joiden sisältöön kaupallinen viitekehys väistämättä vaikuttaa.



Kaldjärv puolestaan korostaa, että nykyihmiselle media on keskeinen maailmankuvan muodostuksen lähde. Yhteiskunnan muututtua yhä monimutkaisemmaksi ihminen ei enää itse pysty suoraan tulkitsemaan ympäristöään, vaan tarvitsee avukseen välineitä ja välittäjiä pystyäkseen tekemään valintoja jokapäiväisessä labyrintissaan. Media on se väline, jolle tulkin tehtävä on langennut.

Jotta yksilö säilyttäisi itsenäisen ajattelukykyänsä median kaikkialle tunkevassa maailmassa, tarvitaan kriittistä medialukutaitoa, kykyä löytää teksteistä myös implisiittiset merkitykset. Ensimmäiseksi lukijan on ymmärrettävä, että tekstit ovat median representaatioita todellisuudesta, eivät itse todellisuus. (Kaldjärv 2003: 11.)

Naistenlehdet ovat keskeinen osa virolaisten naisten arkea. Ne ovat myös merkittävä bisnes ja merkittävä työllistäjä. Naistenlehtiä, kuten muutakin mediaa, on tärkeä tutkia ja analysoida, jotta vastaanottajat pystyvät arvioimaan sisältöjä kriittisesti. Naistenlehdet ovat kulttuurinen luonnollistuma, jonka olemusta voidaan ymmärtää ja johon voidaan vaikuttaa vain tutkimalla sitä.

## 8. KOKKUVÕTE

Käesolev lõputöö ”Virolaisiin naistenlehtiin kirjoittuva materialistinen maailma” *’Eesti naisteajakirjades representeeruv materialistik maailm’* annab ülevaate Eesti kolme suurema naisteajakirja kaanelugudest. Analüüsin tekstinäidete põhjal *Anne*, *Eesti Naise* ja *Stiili* kaanelugudes eksplitsiitselt või implisiitselt ilmnevaid tähendusi. Uurimismaterjal, kõik kokku 55 artiklit, on ilmunud ajavahemikul jaanuar 2003 – september 2004. Suurem osa tekstidest on pärit *Anne*, *Eesti Naise* ja *Stiili* internetiarhiividest. Selles kokkuvõttes, mis on lõputöö peatükk 8, refereerin lühidalt uurimuse teoreetilist baasi, materjali ja analüüsitulemusi.

### 8.1 Teema ja eesmärgid

Olen valinud uurimisobjektiks naisteajakirjandustekstid sellepärast, et nii nagu pere, kool, kirik ja muu meedia, on naisteajakirjad ühiskonna olukorda peegeldav ja ühiskonnas mõjuv nähtus. See, et naisteajakirju üldse eksisteerib, on seisukohavõtt naiste sotsiaalse asendi kohta, et naised üldse on rühm, kes vajab erilist tähelepanu ja käsitlust. (Ferguson 1983: 1.)

Naine tunneb oma ajakirja ära nimest: *Anne* on naise eesnimi ja *Eesti Naine* tähendab eesti naist. *Stiil* tähendab stiili – ajakirja nimi osutab välimusele, meikimisele ja riietumisele – mida meie läänemaises kultuuris peetakse eelkõige naiste huviks ja kohustuseks.

Analüüsin ja rühmitan kaanelugude väljendeid ja tekstikatkendeid funktsiooni aspektist. Eesmärgiks on uurida, missuguste keeleliste strateegiate abil autorid kujundavad oma tekstides hoiakuid, hinnanguid ja ideoloogilisi sõnumeid.

Pööran tähelepanu sellele, milliseid väärtushinnanguid kaanelugudes eelistanakse, ja ka sellele, mis jäetakse kõrvale. Eesmärgiks on uurida, milline on kaanelugudes peegelduv maailm. Arvan, et Eesti kolme suurema naisteajakirja tekstide kaudu on võimalik tõlgendada ka tänapäeva Eesti ühiskondlikku tegelikkust, seda ideoloogilist õhkkonda, kus naised praegu elavad. Püüan vastata nt järgmistele küsimustele: Kelle vaatepunkti tekstid esindavad? Kellest on jutt ja keda intervjueritakse? Kelle häälega tekst räägib?

## 8.2 Teoreetiline taust

Käesolev uurimus kuulub kriitilise lingvistika alale. Kriitiline lingvistika on uurimissuund, mis kujunes 1970. aastatel Suurbritannias. Kriitilises lingvistikas käsitatakse teksti grammatilisi omadusi tähenduslike valikutena keele grammatilise süsteemi pakutavatest võimalustest. Kriitilised lingvistid osutasid, et sellised grammatilised valikud meediatekstis taastoodavad võimusuhteid, seega töötab grammatika ideoloogiliselt. Kriitiline lingvistika keskendus ka leksikaalse valiku ideoloogilise toime uurimisele. (Aava 2003: 14.)

Üks olulisemaid kriitilise lingvistika esindajaid on Norman Fairclough. Ta on uurinud oma töödes – nt "Language and power" (1989) ja "Media discourse" (1995) – sotsiokultuuriliste muutuste ja diskursiivsete muutuste suhet. Mainitud teosed on ka käesoleva töö olulised teoreetilised allikad.

Töö metodoloogiliseks aluseks on funktsionaalne keeleuurimine, mis analüüsib, kuidas ühiskonnas keelt kaustatakse. Funktsionaalsuse seisukohalt kuuluvad keele ehitus, kasutus ja tähendus ühte, keelt ei ole mõtet kirjeldada ilma kontekstita. Keel peegeldab ja samas ehitab sotsiaalseid suhteid. Keel on funktsionaalsuse seisukohalt olemas ainult keelekasutuses (nt Heikkinen 1999).

Meediatekstide funktsionaalsust on vaja analüüsida sellepärast, et elame meediaühiskonnas, kus ajakirjanduse võim on väga suur. Meediatekstid mõjutavad otseselt inimeste mõtlemisviise ja tugevdavad gruppide ideoloogiaid. Meediatekstide iseloomulik tunnus on ühesuunalisus. Teksti autor ja vastuvõtja ei ole otseses kontaktis teineteisega. Anne, Eesti Naise ja Stiili lugejad ise ei otsusta, mida ja kuidas neile kirjutatakse. Valikud teevad ajakirjade toimetused. Valik on kollektiivne protsess, kuhu enam-vähem otseselt osalevad lisaks toimetusele ka ajakirja omanikud ja reklaamijad.

Ettekujutus sellest, mis on meie ümber, sünnib meedia vahendusel, seetõttu on ka oluline, kelle vaatepunkt domineerib meid ümbritseva reaalsuse kirjeldamisel. Meedial on võim valida, mida avalikkus kuuleb ja näeb. Selle valikuga loobki meedia uue reaalsuse. Lehe lugejad valivad, kes kirjutab, kellest või millest kirjutatakse, missuguseid hinnanguid antakse jne. Objektivistset meediat ei ole olemas. (Aava 2003: 15.)

Uurin Anne, Eesti Naise ja Stiili kaanelugusid kriitilise tekstianalüüsi meetodil ehk võtan vaatluse alla selle, kuidas tekstid kirjeldavad tegelikkust. Krii-

tilist tekstianalüüsi on Soomes teinud nt Pauli Saukkonen, Pirjo Karvonen ja Vesa Heikkinen.

Aastal 1984 ilmus Pauli Saukkoneni raamat "Miten tyyli syntyy", kus Saukkonen määratleb tekstide stiililisi erinevusi, neid tunnuseid, mille abil igaüks teab, kas tekst on nt uudis, reklaam või luuletus. Aastal 2001 ilmus Saukkoneni uurimus "Maailman hahmottaminen teksteinä – Tekstirakenteen ja tekstilajien teoriaa ja analysointia". Oma töös olen korduvalt kasutanud Saukkoneni uurimusi.

Pirjo Karvonen tähtsustab oma doktoritöös "Oppikirjateksti toimintana" (1995) tekstide keelelist iseloomu, mis eraldab tekstid "tõelisusest". "Tõeline" juhtum on eri asi kui selle järgi kirjutatud tekst, mis on alati kirjutaja tõlgendus.

Vesa Heikkinen uuris aastal 1999 ilmunud doktoritöös soome ajalehtede juhtkirju. Minu lõputöö seisukohalt on Heikkineni doktoritöö "Ideologinen merkitys kriittisen tekstintutkimuksen teoriassa ja käytännössä" kõige olulisem allikas.

Uurin Anne, Eesti Naise ja Stiili kaanelugusid kriitilise lingvistika koolkonna lähtekohast, et keelekasutus on alati valik paljudest võimalustest ja seepärast ei saa öelda, nagu peegeldaks keelekasutus objektiivselt maailma. Kriitilise lingvistika koolkonna meetodil analüüsin kaanelugusid kolme metafunktsiooni vaatepunktist ja arvan, et valik ei ole juhuslik, vaid seotud ideoloogia ja võimuhetega. (nt Kaldjärvi 2003.)

Keele kolm metafunktsiooni on tähistus, suhtlus ja tekstiloome. Need esinevad igas tekstis alati ja samaaegselt.

### 8.3 Uurimismaterjal

Olen valinud oma uurimisobjektiks Eesti kolm suuremat naisteajakirja, sest Eesti 10 loetavaima ajakirja hulgas nende lugejaskond on väga lai. Anne trükiarv oli 2004. aastal 26 500, Eesti Naise trükiarv oli 27 000 ja Stiili trükiarv oli 18 500. Anne sihtgrupp on 19–49-aastased naised, Eesti Naise sihtgrupp on 29–59-aastased naised ja Stiili sihtgrupp on 20–40-aastased naised.

**Anne** on turul olnud kümme aastat. Oma koduleheküljel Anne ütleb, et ajakiri kajastab kaasaegse naise elulaadi, kirjutades samas naistest ja meestest, kes on millegi poolest tähelepanuväärsed – tulnud toime millegi olulisega, mida teis-

tegi poolt väärtustatakse. Anne kui klassikalise naisteajakirja põhiplokid on: persoonid ja suhted, psühholoogide nõuanded ja soovitusel, ilu ja tervis, mood, kodu ja sisustus, toit ja retseptid, meelelahutus. Anne tekstid ja kujundus arvestavad lugejate soovide, ootuste ja ettepanekutega. Anne põhimäht on 84 lehekülge, kuid enamasti ilmub ajakiri 108–160leheküljelisena. Ajakiri jagab kogemusi, teadmisi ja annab soovitusi, kuidas iseenda, lähedaste, oma aja ja eluga veelgi paremini hakkama saada ning õnnelik olla.

**Eesti Naine** on Eesti vanim naisteajakiri (esmanumber ilmus 1924. a), mis on muutunud erksalt tänapäevaseks. Eesti Naisel on 2001. a suvise Eesti Meediauuringu põhjal 128 000 lugejat, mis teeb ta kõige loetumaks naisteajakirjaks Eestis. Eesti Naine on universaalne 84–124leheküljeline kuukiri, mis käsitleb kõiki teemasid, mis naise elus ette tulevad: armastus, lapsed, perekond, töösuhted, majapidamine jne. Eesti Naise eesmärg on olla hea sõbranna, kes mõistab ja oskab anda kasulikku nõu, ning kelle seltsis on alati huvitav. Eesti Naise rubriigid: persoonilugu, kiri elust, reliikvia, elamise kunst ja suhted, sajandi armastuslugu, maailm, ilu, mood, tervis, köök, iseenda heaks, sinu laps, käsitöö, sisustus, paar, reis, ristsõna, horoskoop. Eesti Naise märksõnad on: soe ja sõbralik, hariv, kergesti loetav.

**Stiil** on mitmekesine ajakiri noorele naisele. Ajakiri pakub lugemiseks kirevat teemaderingi: moe- ja kultuuriuudiseid laiast maailmast, ülevaadet disainitrendidest ja köitvatest nähtustest moemetropolides. Populaarsuse on võitnud ilu ja tervise teemad, kus eraldi käsitlemist leiavad meigisoovitused, kvaliteetsed uudistooted, nõuandeid nahahoolduseks, samuti hoiame lugejaid kursis figuuriprobleemidega ning tervisliku eluviisi põhimõtetega. Eriline koht Stiili teemade seas on põnevatel persoonidel ning tõsielulugudel, mis pakuvad jätkuvat kaasaelamist ning mõtteainet. Üldmeeleolult on ajakiri elujaatav, emotsionaalne ning hariv. Või nagu Stiili kaaneltki võib lugeda - stiilse naise maailm, mis kuulub nõudliku maitsega isikupärase naise lugemisvarasse.

Anne, Eesti Naise ja Stiili väljaandja on AS Ajakirjade Kirjastus, mis on ajakirjade turu liider Eestis. Aprillis 2005 annab kirjastus välja 22 väljaannet, mille lugejate koguarvuks on üle 1,03 miljoni. Ajakirjade kirjastuse aktsiad jagunevad võrdselt Eesti Meedia ja Ekspress Grupi vahel. Kirjastuse 2004. aasta käive oli 160 miljonit ning kasum ligi 23 miljonit krooni.

Oluline on ka see, et Anne, Eesti Naine ja Stiil on oma taustalt eesti ajakirjad, mis pole kloonitud rahvusvahelise kontseptsiooni järgi nagu näiteks *Cosmopolitan* ja *Trend*. Kuna uurin eetsaid eesti naisteajakirju, arvan, et ka see maailm, mis mulle nende lehekülgedel avaneb, on eestipärane. Anne, Eesti Naise ja Stiili kaanelugusid analüüsides on tähtis ka meeles pidada, et need on eelkõige kaubanduslikud väljaanded, mille eesmärgiks on teenida raha ja anda kasumit.

### 8.3.1 Kaaneloo positsioon

Analüüsimaterjal koosneb 55 kaaneloost, mis on suuremas osas pärit Anne, Eesti Naise ja Stiili internetiarhiividest. Kaanelood on ilmunud ajavahemikus jaanuar 2003 – september 2004. Kaanelugu on üks naisteajakirja olulisimaid žanre ehk tekstitüüpe. Anne, Eesti Naise ja Stiili kontseptsioonides määratletakse kaaneloo positsioon järgmisel viisil:

- **Anne**

Põhilugu inimesest (üldjuhul naisest, vahel harva ka mehest), kes eristub mingil põhjusel hallist massist. Ta on isiksus, kellel on lugejale midagi öelda (huvitav saatus, keeruline isiklik elu, teinud imeteldavat karjääri, saavutanud või teinud midagi ihaldusväärset vms).

- **Eesti Naine**

Portreelugu teada-tuntud naisest. Maht: 3,5–4 lk

Visuaalne materjal: Fotod, side-barid, väljavõtted

- **Stiil**

Igakuine portreelugu põnevast naisest (1–2 korda aastas mehest) vanuses 20–40. Portreeteritav on sihtgrupile huvipakkuva elukutse esindaja, meedias ära leierdamata, värske ja omanäolise mõtteviisi ja elustiiliga. Pikkus: 3–4 lk., põhitekst pluss enamasti ka täiendavad lühitekstid.

Kaanelugu on mahukas artikkel, kus kirjeldakse peategelase elu, valikuid, inimsuhteid ja tegevust ühiskonnas ja refereeritakse tema seisukohti.

Naisteajakirja muid tekstitüüpe on nt tooteuudised, retseptid, moeartiklid, inimsuhtelood ja kodusisustamisartiklid. Nagu briti uurija Marjorie Ferguson väidab, ütlevad naisteajakirjad naisele, kuidas ta peab elama, kuidas mõtlema meestest, lastest ja tööst ning mida ostma ja tarbima. Naisteajakirjad annavad nõu selle kohta, kuidas olla õige naine, ütlevad talle, mis on naiste maailmas soovitav ja võimalik. (Ferguson 1983: 2.)

#### 8.4 Kaanelugude maailm

Töö esimeses analüüsipeatükis 4 vaatlen, missugune maailmapilt kaanelugudes peegeldub. Selles osas vaatlen, kuidas asju ja nähtusi nimetatakse. Erinevatest kõnekujunditest sobiva väljavalimisel saab meedia kujundada maailmast väga erinevaid hoiakuid. Kujundid toimuvad keeles kui filtrid, mis sõeluvad mingi tähenduse välja, jättes ülejäänud kõrvale. Kõne- ja lausekujundid on tugevad retoorilised relvad, millega tekstid peegeldavad teatud hoiakuid ja hinnanguid.

Anne, Eesti Naise ja Stiili kaanalugusid uurides pöörasin tähelepanu nt rahvusvahelistele kaubamärkidele: *Citroën, Gucci, Versace, Mc Donald's, Ivo Ninkolo, Max Mara, Sand, Kello, Royal, Vogue, Aeroflot, Mercedes, Dolce & Gabbana, Prada, Volkswagen, Chanel, Calvin Klein, Top Shop, Marc Jakobs, Gucci, Chanel, Eternity Moments, Barneys, BonBon, Le Coq, Oriflame, Elsa Schiaparelli, Zara, BMW, Karl Lagerfeld*. Tekstid sisaldavad ka eesti kaubamärke, nt *Hansapank* ja *Pere Leib*. Kaubamärgid on eksplitsiitne osa kaanelugude tekstidest, nagu järgmised näited osutavad:

*Põgus pilk Kajale annab tunnistust, et naine elab oma sõnade järgi. Moekad ja hästiistuvad riided, ühel randmel Gucci käekell, teisel Versace käevõru, sõrmes autoritööna valminud sõrmused.*  
(Anne 6/2004.)

*Esimene lugu, kus Arturist juttu tuleb, jätab Lorentsi ematunnetest üpris kahtlase mulje. Nimelt puudutab see Pere Leiva vaarika-kodujuustutorti, millest Diana on pehmelt õeldes sisse võetud. Ta ostab tordi – ilma tungiva põhjuseta –, hiilib oma kabinetti ja kinnitab endale, et osa tordist viib kindlasti koju perele. Mõningase lusikaviibutamise järel tundub talle, et Artur peaks ometi tükikese saama. Aga koju läheb ta lõpuks siiski tühjade kätega.*  
(Eesti Naine 9/2004)

Ka välismaa kohanimed sagedus on huvitav nähtus. Kaanelugude peategelased reisivad palju ja laialt. Naised šoppavad, õppivad, töötavad ja puhkavad kokku 93

metropolis, puhkuseparadiisis, riigis või piirkonnas. Kohanimesid on kaanelugudes mainitud kokku 295 korda. Kõige populaarsem koht on *London*, mida mainitakse 23 korda, siis tuleb *Soome*, mida mainitakse 20 korda. Kolmandale kohale jäävad *New York* ja *USA*. Mõlemaid mainitakse 18 korda. Kaanelugude põhjal võib arvata, et mis kaugemal, seda parem. Nimelt *Vilniust* ja *Riiat* mainitakse tekstides ainult üks kord, samuti *Stockholmi*. *Helsingit* mainitakse ainult kolm korda. Seevastu *Pariisi* mainitakse koguni 12 korda.

Kaanelugudes peegelduv naise käitumist piirav ja mehele mistahes tegutsemist salliv seksuaalmoraal on soome lugeja vaatevinklist natuke üllatav:

*Nii otsustaski Sirts ennast kinkida sellele õigele – jah, ka hipi-Ibiza melust läbi tulnuna, lasknud kümnetel meestel endal restoranis kõhu täis süüa, ei olnud Sirts oma peat ja süüandant kaotanud. "Ei lasknud ma Ibizal kedagi oma süütuse kallale," naerab ta. "Ma olen märganud, et just süütus annab poweri, näen seda praegu tuttavate noorte tüdrukute pealt: energia on sees, nad pole seda kusagile maandanud." Pärast mälestusväärset, pidulikult planeeritud süütusekaotamise uusaastaööd jäi Sirts oma sõnul palju rahulikmaks – keegi oleks nagu ventiili lahti lasknud. "Üldse hakkasin paljudest maailma asjadest sügavamalt aru saama," ütleb ta. "Ja siamaani on mul olnud ainult üks mees, tema."*

(Stiil 12/2003.)

Kaanelugude naistele kõige tähtsamad asjad on välimus, mees, pere, lapsed, töö ja oma elu mugavus, tarbimine, reisimine jne. Naise elu probleemidest nad ei räägi ega ole ka huvitatud ühiskonna ebakohtadest või sotsiaalsest ebavõrdsusest. Ainult ühes artklis kannab peategelane vastutust laiemalt kui ainult oma isikliku heaolu eest:

*Heategevuskontsertidega kogutud rahast aitas Siiri loodud "Saagu valgus" fond esimesena kodukooli Väänas. Nüüdseks on Siiri laulnud valgemaks 40 kooli, aga abivajajate nimekirja on kordi pikem.*

(Eesti Naine 11/2003.)

## 8.5 Kaanelugude interpersonaalsus

Tekstianalüüsi üks uurimisobjekte on tekstidesse implitsiitselt kirjutatud eri tüüpi kirjutaja- ja lugejarollid. Küsimus on sellest, mil viisil tekst lugejale adresseeritakse ja millised sotsiaalsed identiteedid tekstides on esindatud. Sellega ei mõelda tegelikke isikuid, vaid teatud suhtlustähendust, autoripositsiooni, mida toodetakse tekstuaalselt, keeleliste valikutega. Lausete keelelised valikud osutavad, kelle poolt või vastu kirjutaja selles tekstis on, millisesse rühma tunneb ta end kuuluvat ja millisesse rühma eeldab kuuluvat oma lugejat. (nt Kasik 2003.)



Vaatlen kaanelugusid interpersonaalsuse vaatepunktist 5. peatükis, orienteerudes sellele, missugusi rolle, identiteete ja suhteid tekstid peegeldavad. Küsimus on selles, kuidas meedia räägib meiega kellegi keeles, kirjeldades maailma kellegi vaatepunktist. Missugune on ajakirjaniku roll? Missugune on lugeja roll? Mis muud rollid tekstides sisalduvad?

Anne, Eesti Naise ja Stiili kaanelood koosnevad peategelase otseseist tsiteerimisist, peategelase või teda kommenteeriva isiku referaatidest ning ajakirjaniku arvamustest ja kommentaaridest. Kirjutaja esineb teadja rollis, nagu järgmine näide osutab.

*Tema elulugu on täiuslik: kadestamisväärsest ametikohast unelmate koduni, vahvatest poegadest ja hoolivast mehest rääkimata. Kas tõesti võiks sellest hästi korraldatud elust miski veel puududa? Ene ei mõtle hetkegi: tahaks kangesti osata paremini keeli. Ning reisisida tahaks lausa meeletult. Kuigi ta on praegugi keskmise eestlasega võrreldes palju rännanud, ei saa sellest kuidagi küllalt.*  
(Eesti Naine, 4/2004.)

Ajakirjanik kirjeldab laialt peategelase tervet elu. Peategelasel on kõik, mis naine saab soovida: *kadestamisväärsest ametikohast unelmate koduni, vahvatest poegadest ja hoolivast mehest rääkimata*. Adjektiivid *kadestamisväärne, vahva* ja *hooliv* ning genetiivatribuut *unelmate* on tugevad hinnangud, millega ajakirjanik näitab oma imetlust.

Anne, Eesti Naise ja Stiili kaanelugude kirjutajad eeldavad, et peategelased on lugejate hulgas hästi tuntud. Seda osutatakse predikaativerbi umbisikulise tegumoega:

*Kui öeldakse **Karolin Kuusik**, siis oodatakse provokatsioone. Korsett jope peal, meeste pesu kleidi all ning kikilips ja tüllseelik üheskoos on ainult juhuslikud näited tema pöörasest kokkumiksimistest. - - Sellel kevadel lennutas Briti Nõukogu kaheksa andekat eesti noort tõusvat tähte Londonisse seminaridele ja Tony Blairi vastuvõtule.*  
(Stiil, 9/2004)

Kaanelugude peategelastest kasutatakse ainult eesnime. See on naisteajakirjadele omane strateegia, millega tekstisse konstrueeridakse läheduse ja tuttavlikkuse illusioon. Kasik tsiteerib Fairclough'i (2003: 57), kirjutades, et tänapäeva meediale on iseloomulik vestelisuus ning info ja meelelahutuse segunemine. Ees- ja peenime koos mainitakse loo alguses, aga hiljem kasutatakse ainult eesnime.

Interpersonaalsuse vaatepunktist on huvitav ka analüüsida, millised mehe ja naise rollid kaanelugudes representeeruvad. Tavaliselt püüavad naised meeldida mehele ja täita tema soove, nagu järgmises näites:

*Oli temagi elus episood, mil ta hakkas püüdlema selle poole, et näha välja nagu anatoomiaõpik. Teadis väga täpselt, mida ja kuidas süüa ning mil määral treenida, et lihased välja joonistuksid. Aga?! "Aga Lorents pani oma rahulikult moel mulle aru tagasi pähe," naerab Diana. "Ütles lihtsalt, et niimoodi pole sa minu jaoks üldse huvitav. Ja ma lõpetasin selle eksperimendi ära."*  
(Eesti Naine, 9/2004.)

## 8.6 Kaanelugude tekstilised erijooned

6. peatükis vaatlen kaanelugusid teksti struktuuri vaatepunktist. Eesmärgiks on selgitada seda, kuidas kaanelood seostuvad keele eri elementidest kohesiivseteks tekstideks. Olen eriti huvitatud sellest, kuidas tekstide tootjad kasutavad ortograafilisi vahendeid ja tüpograafilisi rõhutamisnippe. Anne, Eesti Naise ja Stiili tekstides korduvad järgmised kasutusviisid:

- **Küsimärk arvamuse rõhutajana ehk retoorilise fraasi lõpus:**

*Kas tõesti võiks sellest hästi korraldatud elust miski veel puududa?*

*Kas-kuidas on tal õnnestunud muuta erandlikkus kadrilikuks?*

(Eesti Naine 4/2004)

- **Hüüumärk retoorilise fraasi lõpus:**

*mida muud ühel näitlejal tegelikult tarvis ongi?! (Eesti Naine 3/2004.)*

*No mida vastata?! Kas teie teate, kus lennuk on?! (Anne 11/2003.)*

- **Hüüumärk tõhustusvahendina:**

*See on midagi, millest ma olen alati tahtnud rääkida! Seal on mul võimalus nii palju teha! (Eesti Naine 11/2003.)*

*Roheliseks ja kollaseks võõbatud köögis troonib vaagen küpsistega ja tiksub kohvimasin, tagatoas seisab luulekogusid täis tuubitud kapike, ja muidugi aed! (Eesti Naine 7/2003.)*

*Ei maksa uskuda kõike, mida loete! (Stiil 7/2004.)*

- **Sulud ja kursiiv tõhustusvahendina:**

*ütleb Hedvig (pateetiliselt). 'tunnistab ta (naeru lõkerdades). pihib Hedvig (kirglikult). pihib Hedvig (nukralt). õhkab ta (igatsevalt).*

ja lisab (lõbustatult). kinnitab lauljatar (tõsimeeli) 'jutustab Hedvig (õhinal). kinnitab Hedvig (tuliselt). 'ütleb lauljatar (lakooniliselt). (Eesti Naine 9/2003)

- **Sõrendus tõhustusvahendina:**

*No ema oli ikka täiesti e n d a s t väljas. olgu kasvõi Võitka, aga ta p e a b saama. et nad oleksid v a l m i s ja kõik oleks korras. Mulle meeldib, kui asjad a r e n e v a d. Kui nad mu mõtetes k ü p s e v a d.* (Anne 4/2004.) *See tüdruk on nii e e s t i l i k.* 'Se tyttö on n i i n virolainen.' (Stiil 5/2004.)

- **Mõttepunktid lause lõpus:**

*Kord Miki läks Piritalt merele... siis sõjaaeg oli ühtmoodi painav, aga viimane aasta ülikoolis, lapse sünd...jah, oli ka väga keeruline.* (Eesti Naine 2/2003.)

*Ta tundus kuidagi...ülbe. majade vahel olid aiad, pargid, lilled ja liivakastid...* (Anne 4/2004.)

- **Tugevdussõnad:**

*Ma pole vist kogu elus olnud nii tugeva tempo all kui praegu.* (Eesti Naine 2/2004.) *Aeg-ajalt meenub küll Annele, et peaks arsti juurde minema, aga no ikka ei jõua.* (Eesti Naine 4/2003.) *No ma ei märganud sind,* (Anne 7/2003.) *tüdruk on ju kuu aja teie juures olnud.* (Anne 7/2003.) *Noh, siia oleks ju Vilgats ka ära mahtunud* (Stiil 6/2004.) *Jah, minul on õnne.* (Stiil 4/2004.)

- **Hüüdsõnad:**

*Oh, kaks mutti tulevad! ups, milline türduk! Ah, Katrin tahtis endale bokserit võtta* (Anne 7/2003.) *Oj, mis ma nüüd tegin!* (Stiil 6/2004.) *Oh, ma ei suuda uskuda, et tema ema seda teeb.* Stiil 4/2004.)

## 8.7 Lõpetuseks

Kui naine loeb Anne, Eesti Naise ja Stiili kaanelugusid, ta tutvub meediategelikkuse, mitte reaalse tegelikkusega. Naisteajakirjade, samuti kui ka muu meedia mõju suureneb päev päevalt meie elus. Varem sai inimene enamasti ühiskonnast aru ise, nüüd vajab kedagi, kes talle toimuvat lihtsalt ja selgelt kajastaks, aitaks

teha valikuid igapäevaelu labürintides. See kohustus on jäänud ainult meedia kanda.

Et inimene ei muutuks ajakirjanduse konstrueeritud maailmas elades manipuleeritavaks, on meediatekstide kriitiline analüüs oluline oskus. Meedia läbinägemise oskus tagab lugeja iseseisvuse. Lugejale on tähtis teadvustada, kuidas püüavad huvigrupid või arvamuslimidrid ajakirjandusteksti kaudu oma huvisid representeerida, mõjutades sellega ühiskonna avalikkust ja vastasgruppe. Ajakirjandus on väli, kus vahendatakse ideid, kehtestatakse ja kindlustatakse ideoloogiaid. Ajakirjandus pole kunagi sõltumatu nähtus. (Kaldjärv 2003: 11–12.)

Nii nagu meediatekstit üldse, ka Anne, Eesti Naise ja Stiili kaanelood konstrueerivad maailma nii, et nende tekstide tarbijad, aga ka loojad peaksid tekstis esitatud "reaalsust" enesemõistetavaks ega seaks selle "reaalsuse" taga olevaid ideoloogiaid ja võimusuhteid küsimärgi alla.

Kriitiline tekstianalüüs lähtub seisukohast, et üldiselt ei ole tegemist otsese manipuleerimisega, vaid domineerimine leiab aset läbi varjatud, rutiinsete, igapäevaste tekstivormide, mis tunduvad *loomulikud* ja üsna *aksepteeritavad*. Kriitilise tekstianalüüsiga seostatud epiteeti *kriitiline* mõistetakse teksti teadliku, täpse lugemisenä ja tõlgendamisenä. (Kaldjärv 2003: 13.)

Anne, Eesti Naise ja Stiili kaanelugude tootmine on sotsiaalne tegevus, mis on oma olemuselt suunatud teistele inimestele.

Anne, Eesti Naine ja Stiil on suurepärased näited Eesti praegusest kommertsajakirjandusest. Lugeja vaatepunktist ongi oluline mõista, kuidas reklaam mõjutab väljaande sisu. On olemas oht, et infovabadus taandub ainult nende vabaduseks, kes meediat kontrollivad, ehk meediakanali kui kommertsettevõtte huvid kaaluvad üles muud. Näiteks Aava (2003: 18) kirjutab, et reklaamile sooduskeskkonna loomisest on saanud ajakirjanduse kommertsialiseerumise ajastul üks olulisemaid ajakirjandusvabaduse probleeme.

## 9. LÄHTEET

- AAVA, KATRIN 2003: Meediateksti kriitiline analüüs koolitunnis. – Reet Kasik (toim.), Tekstid ja taustad II. Tekstianalüüsi vaatepunkte. Tartu ülikooli eesti keele õppetooli toimetised 26, s. 12–27. Tartu Ülikool, Tartu.
- AJAKIRJADE KIRJASTUS 2005: [www.kirjastus.ee/40594](http://www.kirjastus.ee/40594)
- CURRAN, JAMES 2002: Media and power. Routledge, London.
- EKSPRESS GRUPP 2005: [www.egrupp.ee/index.htm](http://www.egrupp.ee/index.htm)
- EKSS 2002: VI köide, 2. vihik. Eesti keele instituut. Tallinn.
- ERELT, MATI – ERELT, TIJU – ROSS, KRISTIINA 2000: Eesti keele käsiraamat. Eesti Keele Sihtasutus, Tallinn.
- FAIRCLOUGH, NORMAN 1989: Language and power. Longman, New York.
- FAIRCLOUGH, NORMAN 1995: Media discourse. Arnold, London.
- FERGUSON, MARJORIE 1983: Forever feminine – Women's magazines and the cult of femininity. Heinemann, London.
- HEIKKINEN, VESA 1998: Miesnainen myy mediassa itseään – mutta mitä se kielimi helle kuuluu? Tuppi-suinen mies. Tietolipas 154. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.
- HEIKKINEN, VESA 1999: Ideologinen merkitys kriittisen tekstintutkimuksen teoriassa ja käytännössä. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 728. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.
- HEIKKINEN, VESA – HIIDENMAA, PIRJO – TIILILÄ, ULLA 2000: Teksti työnä, virka kielenä. Kotimaisten kielten tutkimuskeskuksen julkaisuja 116. Gaudeamus, Helsinki.
- HENNOSTE, TIIT 2004: Virolaisen lehdistön historia ja nykypäivä. Luentosarja Helsingin yliopiston suomalais-ugrilaisten kielten laitoksella.
- KALDJÄRV, MERLE 2003: Argumentatsioon meediatekstides. – Reet Kasik (toim.), Tekstid ja taustad II. Tekstianalüüsi vaatepunkte. Tartu ülikooli eesti keele õppetooli toimetised 26, s. 10–43. Tartu Ülikool, Tartu.
- KASIK, REET 2003: Uudistekstide hoiakud. – Reet Kasik (toim.), Tekstid ja taustad II. Tekstianalüüsi vaatepunkte. Tartu ülikooli eesti keele õppetooli toimetised 26, s. 44–58. Tartu Ülikool, Tartu.
- KASIK REET 2003: Funktsionaalse tekstianalüüsi eri suunad. – Reet Kasik (toim.), Tekstid ja taustad II. Tekstianalüüsi vaatepunkte. Tartu ülikooli eesti keele õppetooli toimetised 26, s. 7–9. Tartu Ülikool, Tartu.
- KERGE, KRISTA 2000: Kirjakeel ja igapäeva keel. – Tiit Hennoste (toim.), Eesti keele allkeeled. Tartu ülikooli eesti keele õppetooli toimetised 16, s. 75–110. Tartu Ülikool, Tartu.
- KOTILAINEN, LAURI 1990: Hyvä lehtijuttu – kirjoittajan opas. WSOY, Juva.
- MCCLOUGHLIN, LINDA 2000: The Language of Magazines. Routledge, London.

- MEIER, HEIDI 2002: Olulisi aspekte tekstitüübivõrdluses. – Reet Kasik (toim.),  
Tekstid ja taustad. Artikleid tekstianalüüsist. Tartu ülikooli eesti keele õppe-  
tooli toimetised 23, s. 101–114. Tartu Ülikool, Tartu.
- RAEVAARA, LIISA 2000: Potilaan diagnoosiehdotukset lääkäriin vastaanotolla.  
Keskusteluanalyyttinen tutkimus potilaan institutionaalisista tehtävistä.  
Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki.
- REMES, HANNU 1983: Viron kielioppi. WSOY, Juva.
- SAUKKONEN, PAULI 1984: Mistä tyyli syntyy. WSOY, Helsinki.
- SAUKKONEN, PAULI 2001: Maailman hahmottaminen teksteinä. Yliopistopaino,  
Helsinki.

**Aineisto****Kansijutut****Anne 2003**[www.anne.ee/arhiiv](http://www.anne.ee/arhiiv)

- 1) 1/Jaanuar *Sürrealistik Marie-Antoinette*  
'Surrealistinen Marie-Antoinette'
- 2) 2/Veebruar *Savi jõud*  
'Saven voimaa'
- 3) 3/Märts *Feministi valvatud pool*  
'Feministin varjeltu puoli'
- 4) 4/Aprill *Säravate naiste moelooja*  
'Loistavien naisten muodinluoja'
- 5) 5/Mai *Täispööretel Tuulike*  
'Täyskäännösten Tuulike'
- 6) 6/Juuni *Elu seriaalist "Modelliagentuuri naljakad päevad"*  
'Elämää sarjassa "Muotitoimiston hullunkuriset päivät"'
- 7) 7/Juuli *Viis stseeni Kirke Kangrost*  
'Viisi välähdystä Kirke Kangrosta'
- 8) 9/September *Jürgen Kaljuvee, vahepeatuseks New York*  
'Jürgen Kaljuvee, välietappina New York'
- 9) 10/Oktoober *Anne Helene lennud Hiiumaale*  
'Anne Helenen lennot Hiidenmaalle'
- 10) 11/November *Monika "otsemineja" Vichmann*  
'Monika "suorasukainen" Vichmann'
- 11) 12/Detsember *Ratastoolist rändama*  
'Pyörätuolista vaeltamaan'

**Anne 2004**[www.anne.ee/arhiiv](http://www.anne.ee/arhiiv)

- 12) 1/Jaanuar *Õnnelik must lammas*  
'Onnellinen musta lammas'
- 13) 2/Veebruar *Päikesepüüdjad*  
'Auringonpyydystäjät'
- 14) 3/Märts *Ehedate hetkede tabaja*  
'Täydellisten hetkien tavoittelija'
- 15) 4/Aprill *Romantiline mees kolme lapsega*  
'Romanttinen mies ja kolme lasta'
- 16) 5/Mai *Väike võlur meigipintsliga*  
'Pieni lumooja ja meikkipensseli'
- 17) 6/Juuni *Nääps naine poksiringis*  
'Heiveröinen nainen nyrkkeilykehässä'
- 18) 7/Juuli *Hiiu-Ukraina ingel*  
'Hiiu-Ukrainan enkeli'
- 19) 8/August *Vankumatu tööfänn*  
'Horjumaton työhullu'

**Eesti Naine 2003**

([www.eestinaine.ee/?class=periods](http://www.eestinaine.ee/?class=periods))

- 20) 1/Jaanuar *Anne Veesaar: Kõige tähtsam on armastus*  
'Anne Veesaar: Tärkeintä on rakkaus'
- 21) 2/Veebruar *Ingrid(i) kaitse all*  
'Ingrid(in) suojeluksessa'
- 22) 3/Märts *Kadri Hinrikuse vahetatud unistused*  
'Kadri Hinrikusen vaihtuneet unelmat'
- 23) 4/Aprill *Anne Ermi aprillihullus*  
'Anne Ermin huhtikuuhullus'
- 24) 5/Mai *26 aastat ühisstardist*  
'26 vuotta yhteisaloituksesta'
- 25) 6/Juuni *Merle Palmiste – daam kuradikesega*  
'Merle Palmiste – daami ja pikkupiru'
- 26) 7/Juuli *Tsitaatid elust*  
'Sitaatteja elämästä'
- 27) 8/August *Garmeni kulgemised*  
'Garmenin kulkemiset'
- 28) 9/September *Mis värvi on Hedvig?*  
'Minkä värinen on Hedvig?'
- 29) 10/Oktoober *Tuletorni otsides*  
'Majakkaa etsimässä'
- 30) 11/November *Läbi tugevuse nõrkuse poole*  
'Vahvuuden kautta heikkoutta kohti'
- 31) 12/Detsember *365 kadripäeva aastas*

**Eesti Naine 2004**

([www.eestinaine.ee/?class=periods](http://www.eestinaine.ee/?class=periods))

- 32) 1/Jaanuar *Väike tüdruk suures linnas*  
'Pieni tyttö isossa kaupungissa'
- 33) 2/Veebruar *"Härra esinaine" valikud*  
'"Herra puheenjohtajan" valinnat'
- 34) 3/Märts *Adamson Adamsoni uulitsast*  
'Adamson Adamsonin kadulta'
- 35) 4/Aprill *Säärane mulk*  
'Tällainen viljandilainen'
- 36) 5/Mai *Sallofoonia*  
'Sallofonia'
- 37) 6/Juuni *Kui vana on kassi hing?*  
'Minkä ikäinen on kissan henki?'
- 38) 7/Juuli *Sõnamaan*  
'Sanamaani'
- 39) 8/August *Elu kui muutumismäng*  
'Elämä kuin muuttumisleikki'
- 40) 9/September *Lorentsi teisendamine*  
'Lorentsin muuntaminen'



**Stiil 2003**

([www.stiil.ee/?class=periods](http://www.stiil.ee/?class=periods))

- 41) 1/Jaanuar *Reeda head algused*  
'Reedan hyvät alut'
- 42) 2/Veebruar *Väikeste asjade jumalanna*  
'Pienten asioiden jumalatar'
- 43) 3/Märts *Teekond iseendani*  
'Matka itseen'
- 44) 4/Aprill *Kõige pikemate jalgadega poliitik*  
'Pitkäsäärisin poliitikko'
- 45) 5/Mai *Diana, moemängur*  
'Diana, muodilla leikittelijä'
- 46) 6/Juuni *Femme Fatale*  
'Femme Fatale = kohtalokas nainen'
- 47) 12/Detsember *Tõsiseltvõetav Tiina Tammetalu*  
'Vakavasti otettava Tiina Tammetalu'

**Stiil 2004**

([www.stiil.ee/?class=periods](http://www.stiil.ee/?class=periods))

- 48) 1/Jaanuar *Juhuslikult mööda, sihilikult sisse*  
'Sattumalta myötä, tahallisesti sisään'
- 49) 2/Veebruar *Parim elamise vorm*  
'Parempi elämänmuoto'
- 50) 3/Märts *Sooja südamega lumekuninganna*  
'Lämminsydäminen lumikuningatar'
- 51) 4/Aprill *Üks maailma kuumemaid naisi*  
'Yksi maailman kuumimpia naisia'
- 52) 5/Mai *Väike tüdruk võõras linnas*  
'Pieni tyttö vieraassa kaupungissa'
- 53) 6/Juuni *Üks Helin*  
'Eräs Helin'
- 54) 7/Juuli *Hetked Scarlettiga*  
'Hetket Scarlettin kanssa'
- 55) 8/August *Tundlik, särav ja võluv*  
'Tunteellinen, loistava ja lumoava'

## Konseptien mukaiset kansijuttujen määritelmät

Viron kolmen suurimman naistenlehden toimitukselliset periaatteet on kirjattu kunkin lehden omaan konseptimääritelmään, jossa kuvataan lehden rakenne, laajuus, kohderyhmä sekä erityyppisten juttujen toteutustavat. Konseptissa linjataan myös kansijutun pääperiaatteet haastateltavan valinnasta kuvienkäyttöön asti.

### **Anne: PÕHILUGU 1. (3–5 lk)**

*Portreelugu inimesest (üldjuhul naisest, vahel harva ka mehest), kes eristub mingil põhjusel hallist massist. Ta on isiksus, kellel on lugejale midagi öelda (huvitav saatus, keeruline isiklik elu, teinud imeteldavat karjääri, saavutanud või teinud midagi ihaldusväärset vms). (Kujundus: põhiloo kui ajakirja kõige tähtsama loo algus peab silma torkama, artikli lõpp olema rahulik. Seda saab ajakirjas teha pildi, kujundusliku fookuse ja pikkustega. Igal leheküljel peab pilk fikseeruma. Suured pildid olgu suured, väikseid pilte olgu vähem. Pildi peal peab olema tegevus. Pildil peab tekkima emotsionaalne kontakt vaatajaga, millest vaataja peab aru saama (väike pilt ei tekita emotsioone.)*

### **’Anne: PÄÄJUTTU 1. (3–5 sivua)**

Henkilökuvaa ihmisestä (yleensä naisesta, joskus harvoin myös miehestä), joka erottuu jollain perusteella harmaasta massasta. Hän on yksilö, jolla on jotain kerrottavaa lukijalle (mielenkiintoinen kohtalo, vaiheikas elämä, hämmästyttävä ura, ihailtavia tekoja tms.).(Sommitelma: aikakauslehden tärkeimmän jutun alun on herätettävä lukijan kiinnostus, artikkelin lopun on oltava rauhallinen. Tavoite toteutetaan kuvan, kuvauksellisen fokuksen ja pituuksien keinoin. Katseen on löydettävä kiinnekohta jokaiselta sivulta. Isot kuvat ovat isoja, pieniä kuvia käytetään vähemmän. Kuvalla on oltava tarkoitus. Kuvan on rakennettava emotionaalinen yhteys katsojaan (pieni kuva ei herätä tunteita).’

### **Eesti Naine: ESIKAANELUGU**

*Portree-lugu teada-tuntud naisest. Maht: 3,5–4 lk. Visuaalne materjal: Fotod, side-barid, väljavõtted. Autorid: Margit Kilumets, Epp Väljaots, Ene Vool, Tiiu Suvi, Esta Härm ning tellitavad välisautorid (Kati Murutar). Ilmumissagedus: igas numbris.*

### **’Eesti Naine: ETUKANSIJUTTU**

Henkilökuvaa tunnetusta naisesta. Laajuus: 3,5–4 sivua. Visuaalinen materiaali: Valokuvat, kainalojutut, nostot. Tekijät: Margit Kilumets, Epp Väljaots, Ene Vool, Tiiu Suvi, Esta Härm ja ulkopuoliset toimittajat, joilta tilataan juttuja (Kati Murutar). Ilmestymistiheys: jokaisessa numerossa.’

### **’Stiil: PERSOON**

*Igakuine portreelugu põnevast naisest (1-2 korda aastas mehest) vanuses 20-40. Portreeteritav on sihtgrupile huvipakkuva elukutse esindaja, meedias ära leierdamata, värske ja omanäolise mõtteviisi ja elustiiliga. Pikkus: 3–4 lk., põhitekst pluss enamasti ka täiendavad lühitekstid. Suur fookusfoto pluss 2–3 sisuliselt erinevat fotot. Zhanr: portree. Autorid: Piret Tali, Tiina Väljaste, Epp Väljaots, Krister Kivi jt.*

### **’Stiil: PERSOONA**

Jokakuukautinen henkilökuvaa jännittävästä naisesta (1–2 kertaa vuodessa miehestä), iältään 20–40 vuotta. Jutun henkilö on lehden kohderyhmän kannalta mielenkiintoisen ammatin edustaja, jota media ei vielä ole puhki kuluttanut. Henkilön ajattelutapa ja elämäntyyli ovat tuoreet ja omaperäiset. Laajuus: 3–4 sivua, perusteksti ja lisäksi täydentäviä lyhyitä tekstejä. Kuvat ovat isokokoisia, 2–3 sisällöltään erilaista kuvaa. Genre: henkilökuvaa. Tekijät: Piret Tali, Tiina Väljaste, Epp Väljaots, Krister Kivi jne.’

## Ulkomaisten paikannimien esiintyminen kansijutuissa

Paikannimet ovat aakkosjärjestyksessä. Tilan säästämisen vuoksi nimet näkyvät taulukossa vain suomen kielellä. Samasta syystä Eesti Naine -lehden nimi on lyhennetty muotoon EN.

PAIKKA	ANNE	EN	STIIL	YHTEENSÄ
1. Afrikka	3			3
2. Amerikka	7	4	4	15
3. Argentiina			1	1
4. Australia	1		1	2
5. Alpit	1			1
6. Bali	1			1
7. Baltia	1			1
8. Belgia	1			1
9. Barcelona	1			1
10. Bologna	1			1
11. Buenos Aires	1			1
12. Brysseli	1			1
13. Cannes		1		1
14. Chamonix	2			2
15. Colorado		1		1
16. Connecticut	3			3
17. Dominikaaninen tasavalta		1		1
18. Egypti	1	1		2
19. Englanti	1			1
20. Espanja	1	1		2
21. Etelä-Amerikka	1			1
22. Eurooppa	5	5	2	12
23. Florida	2			2
24. Gotlanti		1		1
25. Hampuri			2	2
26. Harvard	2	1		3
27. Helsinki	2	1		3
28. Hokkaido	1			1
29. Hollanti	1		1	2
30. Hollywood	1	1	2	4
31. Hongkong	1			1
32. Ibiza	1			1
33. Indonesia	1			1
34. Intia		2		2
35. Irlanti			1	1
36. Israel			1	1
37. Italia	2	1	6	9
38. Japani	2	1	1	4
39. Jerevan			1	1
40. Kanada	1			1
41. Kanarian saaret	1			1
42. Kiova	1			1
43. Kiina	1			1

44. Kolumbia	1			1
45. Kreikka		4		4
46. Kuuba		1		1
47. Kööpenhamina			1	1
48. Latvia	2			2
49. Liettua	1			1
50. Lissabon	1			1
51. Lontoo	2	1	20	23
52. Los Angeles		4	3	7
53. Lähi-Itä	1			1
54. Madrid		1	2	3
55. Mallorca	1			1
56. Malta			1	1
57. Marokko	2			2
58. Milano	1			1
59. Moskova	2	5		7
60. Montreux			1	1
61. Nebraska	3			3
62. Neuvostoliitto	1	2	1	4
63. New York	6	3	9	18
64. Odessa	4			4
65. Oxford		2		2
66. Pakistan	4			4
67. Pariisi	8	1	3	12
68. Pietari	2			2
69. Pohjoismaat	1			1
70. Portugali	1			1
71. Praha		1		1
72. Puola	1		2	3
73. Ranska	9	1	1	11
74. Riika	1			1
75. Rooma			1	1
76. Ruotsi	1		2	3
77. Sahara	1			1
78. Saksa	5	5	1	11
79. Siperia		1		1
80. Skotlanti			1	1
81. Sotsi	1			1
82. Sumatra	1			1
83. Suomi	7	1	12	20
84. Sydney	1			1
85. Tanska			1	1
86. Teneriffa	3			3
87. Tukholma		1		1
88. Ukraina			1	1
89. USA	3	5	8	18
90. Vatikaani	2			2
91. Venäjä		4		4
92. Vilna	1			1
93. Wales			1	1
YHTEENSÄ	134	66	95	295

Paikannimet on laskettu Annen, Eesti Naisen ja Stiilin tammikuussa 2003 – syyskuussa 2004 ilmestyneiden numeroiden kansijutuista. Aineisto sisältää yhteensä 55 artikkelia, jotka on pääosin kerätty lehtien internetarkistoista.

## Annen, Eesti Naisen ja Stiilin rakenne

Liitteen esimerkit on lyhennetty Annessa 1/2003, Eesti Naisessa 12/2003 ja Stiilissä 5/2004 ilmestyneistä jutuista. Tekstejä ei ole käännetty suomeksi, koska tämän liitteen tarkoitus on ainoastaan osoittaa kansijuttujen rakenteellinen samankaltaisuus.

### Anne 1/2003

(1) Otsikko	(1) <i>Sürrealistlik Marie-Antoinette</i>
(2) Ingressi	(2) <i>Anneli Remme (34), semiootik, muusikakriitik, kultuuriajakirjanik ja moekunstnik, on oma elus üle elanud kolm suurt vapustust.</i>
Ikä	
Etunimi, sukunimi	
(3) Leipäteksti	(3) <i>Anneli tantsib, laulab, õmbleb, koob, tikib, värvib seinu ja naelutab põrandalaudu. Anneli on prantslannalikult habras ja vabameelne, temas on koolilapse ülemeelikut rõõmu, vaimset vabadust ja sügavat maailmavalu. Ta on naine, kes paljudele mõistetamatu, sest teda ei ole võimalik liigitada, panna mingisugustesse raamidesse – selleks on ta liialt isesugune.</i>
Etunimi	
Tämän hetkinen tilanne	
Ulkonäkö	<i>Annelit on tänaval raske kellegagi segi ajada või mitte tähele panna. Valgevereline, veatu jume ja kordumatu soenguga.</i>
Perhesuhteet	
Menneisyys	<i>Tema elus on olnud kolm suurt pööret. Esimene 19-aastaselt, kui ta jäi järsku päris ükski. Ainuke tugi oli erialaõpetaja konservatooriumis, professor Leo Normet, kes tegi head kohvi ja andis ka süüa, kui Annelil raha polnud. “Samas tegi see keeruline aeg mind hästi iseseisvaks,” ütleb ta.</i>
Suhde erilaisiin elämän-ilmiiihin	
Kuinka tähän on tultu	<i>Teine pööre oli kohtumine oma tulevase abikaasa, helilooja ja multimeediakunstnik Rauno Remmega. Ja abiellumine, kuigi Anneli polnud sugugi plaanis end kellegagi siduda. “Meil ei olnud pulmapidu. Aga suuremat armastust ei saa maailmas olemas olla!” (Sii tahaks panna kümme hiiiumärki, aga isegi see ei suudaks väljendada, missuguse tooniga Anneli neid sõnu ütleb.)</i>
Tuotemerkki	<i>Anneli süütab uue Royali. “Esimese suitsu tegin 30-aastaselt,”</i>
Matkustelu ulkomailla	<i>Muusikasemiootika-alaste ettekannetega on ta esinenud isegi Bologna ülikoolis, rääkimata Helsingist.</i>
Menneisyys	
Suhde erilaisiin ilmiöihin	<i>Anneli kirg kanda vanaaegseid riideid ja armastus Prantsusmaa vastu on toonud talle hiiudnime Marie-Antoinette. Frankofiil sai temast juba teismelisena, kui ta sageli vanemate tülide eest oma tupp sulgus ja ööde kaupa ajaloolisi romaane luges. “Eks põlastati ka, et mängib siin printsessi, tegelikult ma lihtsalt hoidsin tol ajal hästi omaette,” meenutab ta.</i>

Matkustelu  
ulkomailla

*Kui Anneli esimest korda Pariisi jõudis, tundis ta end nii, nagu oleks koju jõudnud.*

*Oma reisidest võib Anneli rääkida lõputult. Raunoga rändasid nad läbi pool Lääne-Euroopat, käisid Lähis-Idas, Põhja-Aafrikas, lemmikkoht oli Tenerife saar oma vulkaanikraatri ja neljakilomeetrise mäetipuga. "Mind tõmbavad eriti need kohad, kus temperatuur on üle 28 kraadi," ütleb ta. Järgmisena tahaks Anneli sõita Marokosse.*

Tuotemerkki

*Anneli lemmikajakiri on Vogue. Sageli lõbustab ta end sellega, et sirvib maailmakuulsate disainerite kolleksioone ja omaenda visandite vihikut ning avastab, kuidas tema on suure hulga ideid avastanud juba palju varem, kui moegurud nendega turule on tulnud. "Mul käib nendega väike mõtteline võidujooks," naerab Anneli.*

Suhtautumine  
erilaisiin  
elämänilmiöhin

### **Eesti Naine 12/2003**

(1) Otsikko

(1) 365 kadripäeva aastas

(2) Ingressi

(2) "Ma vihastan, kui mul ei lubata olla erand," ütleb kirjanik Kadri Kõusaar (23). Kas-kuidas on tal õnnestunud muuta erandlikkus kadrilikuks?

Ikä

Etunimi, sukunimi

(3) Kiiresti, otse ja eufemismideta oma tahtmiste teatavaks tegemine on väga kadrilik. "Seltskonnas võtan märkamatult ohjad enda kätte. Kuidagi eeldan, et sünnib minu tahtmine, ei teagi, miks," räägib Kadri ülevalt alla vaadates.

(3) Leipäteksti

Ulkonäkö

*Kasvult on Kadri läinud isasse, ema küüinib 180 cm pikkusele tütrele vaevalt õlani. Aga loominguliselt vaimult? Esmapäev tundub, et pulmalistesse. Kogu Kadri perekond tegutseb ju reaalsel: ema Erve (51) on arst, isa Riho (56) keemikuharidusega töödejuhataja, vend Jaanus (27) ETV finantsdirektor. Aga ei, tõendab kirjandusõhtu tema isapoolse vanaisa Endel Kõusaare (82) kodukohas Kosel. Raamatukogu juhataja kutsus lugejatega kohtuma korraka vanaisa ja lapselapse.*

Perhe

Työ

*Kadri esikromani "Ego" ilmumise nädalal kahe aasta eest poseeris noorkirjanik Kroonika kaanel, intiimsed kehaosad varjatud vaid roosa salliga. Praeguseks on raamatut müüdnud ligi 3000 tükki. "Eesti autori kohta on see hea tulemus. Tavaline on romaani puhul 1000, debütandil 500-1000," selgitab "Ego" välja*

Menneisyys

*"Ego" puhul inspireeris Kadrit tema 16aastasena alanud suur armastus endast hulga vanema mehe vastu. Viis aastat hiljem see lõppes ja sestpeale on Kadri olnud lühiajaliste ei-midagi-tõsist-suhete dieedil. Kurblik? "Pigem tavaline hingetõmbeperiood," nendib Kadri. "Midagi ei saa ju teha. Ma võiksin praegu minna ööklubisse ja mees oleks olemas, aga sellist suhet ma ei otsi."*

Ystävän kommentti	<i>Moonika Orase meelest on Kadri nii ere isiksus, et temaga ei hakka kunagi igav. "Inimesed kas armastavad või vihkavad teda," ütleb Moonika. "See ongi minu arvates Kadri fenomen, elada kaksikelu: rokime Dolce&amp;Gabbana ülikonnas ja Prada kingades naeru kõhistades kuni hommikuni; samas kaob ta mõnikord kuskile ära, kirjutab meeletutes kogustes ja ilmutab ennast heal juhul korra kuus vanades teksades ja kulunud kampsunis."</i>
Tuotemerkki	
Suhtautuminen erilaisiin ilmiöihin	<i>Kadri ei torma ennast kellegagi siduma. Perekonna loomise ja lasteni on tema meelest veel vähemalt kolm-neli aastat aega. "Praegu võiksin elada näiteks kaks aastat New Yorgis aktiivset elu," mõtiskleb ta. "Aga kui ma perekonnainimeseks hakkam, siis tahan, et mu laps jookseb metsas ega jää auto alla, ja et ta on terve inimene, mitte mingi neurootiline suurlinna jõmpsikas. Ma ei näe ennast elamas mitte linnas, vaid maal, kus on hea rahulik, ja aeg-ajalt võib siis käia linnas rokkimas." Ja linna all ei mõtle Kadri mitte Tallinna, vaid Pariisi, New Yorki ja teisi metropole.</i>
Matkustelu	<i>Vahepealse aasta mõtleb ta pühendada tegevusele, mida tahab ikka ja jälle ja veel - reisimine! Kihutamine lahtises autos Toskaanas, ratsutamine Dominikaanis, ujumine Veneetsias, muljed Kuubalt, Jaapanist, Indiast ja Ameerikast on vaid osake tema rännuteedest.</i>
	<i>Mõned sõidud on Kadri ka ise maksnud, aga üldiselt on tema maailm avardunud tänu rikastele sõpradele. "Ma ei vali sõpru rikkusastme järgi, lihtsalt on nii sattunud," kinnitab Kadri.</i>

## Stiil 5/2004

(1) Otsikko	(1) Väike tüdruk võõras linnas
(2) Ingressi	(2) Me kohtume ühel hilistalvisel (optimistid eelistaks muidugi öelda varakevadisel) õhtupoolikul BonBonis – teate küll seda moodsat ööklubi Tallinnas. Linn on kohutavalt külm ja inimestest hõre.
(3) Leipäteksti Etunimi	(3) Veerand tunni pärast jõuab Maret kohale. Te ilmselt ei paneks teda tänaval täheleegi, kui ta teist mööduks – ta näeb välja nagu tavaline tüdruk, mitte mingi tennisestaar.
Ulkonäkö Työ	<i>Ta on meikimata ja tavalistes teksastes (ütleb hiljem, et talle meeldivad tagasihoidlikud riided – võib täitsa vabalt käia samade teksadega viis aastat järgemööda). Täidlased huuled ja korrapärased näojooned. Susisev s ja tennisemängija veidi harkisjalgne kõnnak. Ta on mõistagi heas vormis, aga kaugeltki mitte atleetlik musklineaine, keda tenniseväljakul tihtipeale näha võib.</i>
Etunimi, sukunimi	<i>Ma mõtlen, et nimi Maret Ani sobib talle tõesti. See tüdruk on n i i eestilik.</i>

Tuotemerkki	<i>Gerly riietab tüdruku pealaest jalatallani Le Coq Sportifi, sätib ette Moskva olümpia hõngulised päikesepillid ja läkitab kaamera ette.</i>
Työ	<i>Sellest hoolimata pole Maretil taevani ulatuvaid tennise-unistusi, uskuge või mitte. "Ma olen üsna tagasihoidlik ja mitte eriti ambitsioonikas," teatab ta mõtlikult ja täiesti ebatippportlaslikult. "Mulle ei meeldigi väga silma paista ja millegi ekstravagantsega hakkama saada, pigem rahulikult omaette olla. Aga aeg-ajalt on midagi vaja teha kah!"</i>
Suhtautumine erilaisiin elämānilmiõihin	<i>Kui Maretil on turniir hästi läinud, lubab ta endale täiusliku õhtusöögi, kus kaloripunkte ei arvestata. Hõrgutav toit on tõsine preemia, sest igapäevaelus on toitumisel piirangud peal. Maretile maitsevad paraku üle kõige just need asjad, mida ta süüa ei tohi – näiteks juustud, kastmed, hapukoor ja kartulisalat, pannkookidest rääkimata.</i>
Ikä	<i>Tundub nii, et Maretisse armuda on kergem kui tema tõsist tähelepanu pälvida. Kuigi 20-millegagi-vanuses tundub enda ja teiste väljanägemine tihtipeale kõige olulisem asi maailmas, ei hinda tenniseblondiin inimest selle järgi. Ja seepärast teda silmategemisega tänaval juba ei püüa.</i>
Matkustelu ulkomailla	<i>Tegelikult käib ta ju Itaalias, nagu ka mujal maailmas, lihtsalt töö. Nagu mõni tubli eesti naine igal hommikul kuskil Harju- või Läänemaal bussi istub, et Tallinna tööle sõita, astub tema lennukile, et järgmisele turniirile jõuda. Tegelik elu, parimad sõbrad, vanemad ja kõik muu armas on ikkagi Eestis, kodumaal.</i>
Suhtautumine erilaisiin elämānilmiõihin	<i>Kümne aasta pärast elab ta Eestis (ta vähemalt usub nii ja millegipärast olen ma kindel, et just nii see lähebki). Tal on pere, lapsed ja koer – rahulik elu, ei midagi erilist.</i>