

TAMPEREEN YLIOPISTO

Emma-Leena Ovaskainen

**PAKKO KATSOA**

Väkivaltaotsikoiden kuvitus Ilta-Sanomien ja Iltalehden  
lööpeissä vuosina 1985, 1995, 2000, 2005 ja 2006

Tiedotusopin pro gradu -tutkielma

Toukokuu 2008

TAMPEREEN YLIOPISTO

Tiedotusopin laitos

OVASKAINEN, EMMA-LEENA: Pakko katsoa. Väkivaltaotsikoiden kuvitus Ilta-Sanomien ja Iltalehden lööpeissä vuosina 1985, 1995, 2000, 2005 ja 2006.

Pro gradu -tutkielma, 133 sivua. Sisältää 2 liitettä: luokittelukaavake ja ote havaintomatriisista.

Tiedotusoppi. Elektronisen kuvajournalismin maisteriohjelma.

Huhtikuu 2008

---

Uutiskuva vie ihmisen tapahtumapaikalle ja tyydyttää uteliaisuutta. Valokuvat ovat olennainen osa visuaalisuutta korostavan iltapäivälehdien ulkoasua. Emotionaalisesti koskettavien uutisten kuvat syöpyvät ihmisten mieleen parhaiten. Tästä syystä iltapäivälehtien huomiota herättävät lööpit herättävät myös runsaasti keskustelua. Lööpit ovat lisäksi näkyvä osa jokapäiväistä elämysympäristöä. Tämä tutkielma selvittää Ilta-Sanomien ja Iltalehden lööppien väkivaltautisten kuvituksia vuosina 1985, 1995, 2000, 2005 ja 2006. Menetelmänä on sisällön määrällinen ja laadullinen analyysi.

Määrällisessä osiossa erittelen tilastollisesti, minkälaisia kuvatyyppejä lööppien kuvitukset ovat väkivaltautisten kohdalla suosineet. Lisäksi se antaa tietoa kuvissa esiintyvistä väkivallasta. Laadullisessa kehysanalyysissä luonnehdin väkivallan esittämisen traditiota ja käytäntöjä iltapäivälehtien lööpeissä. Tutkimuksen määrällisen osion keskeinen tulos on, että varsinaista väkivaltaa tai sen seurauksia lööppien kuvissa on erittäin vähän. Aineistossa on 573 kuvaa, joista kymmenessä prosentissa oli havaittavissa väkivaltaa tai sen uhkaa. Vaikka lööppien visualisoituminen on kiihtynyt ja kuvien määrä on lisääntynyt, väkivallan esittäminen kuvin ei ole raaistunut. Ruumiita tai kuolleita on vain yhdeksässä kuvassa koko aineistossa.

Vaikka varsinaisia väkivaltakuvia aineistossa on vain vähän, laadullisessa kehysanalyysissä nousee esille lööpin dramatiikkaa korostava ilmaisu. Visuaalisen dramatisoinnin kautta varsinaista väkivaltaa sisältämätön kuva voi olla voimakkaasti tunteita herättävä. Henkilökuvien määrä korostuu aineistossa. Tutkimusjaksolla niiden määrä on yli kolmetoistakertaistunut. Keskimäärin yli puolet lööppien kuvista on henkilökuvia, mutta niiden suhteellinen koko on pieni. Jos tarjolla on uutiskuvaa, se päättyy edelleen suurikokoisena lööppiin.

<b>Alkusanat.....</b>	<b>4</b>
<b>1 Tapettia kaupungin seinällä.....</b>	<b>5</b>
1.1 Lööppikeskustelu 2006 .....	6
1.2 Tutkimusaineisto .....	9
1.3 Väkivallan määrittely.....	12
1.4 Oma asema .....	12
<b>2 Kuvajournalismin ja iltapäivälehtien historiallinen liitto.....</b>	<b>14</b>
2.1 Pennilehdet ja keltainen lehdistö – uutisia kenelle tahansa .....	15
2.2 Jazzjournalismin tahdissa kuvajournalismin kukoistukseen.....	17
2.3 Katukuvasta syntyi kuvareportaasi.....	20
2.4 Suomalaisen kuvajournalismin alku on rikoskuvassa .....	22
2.5 Suomalaisen iltapäivälehdistön nuori historia .....	24
2.5.1 Ilta-Sanomien hallitsi markkinoita .....	25
2.5.2 Iltaset avaa tietä .....	25
2.5.3 Iltalehti astuu kehään .....	27
2.6 Suomalainen iltapäivälehtikulttuuri.....	28
<b>3 Lööppi tutkimuskohteena .....</b>	<b>31</b>
3.1 Uutinen vs. lööppijournalismi? .....	32
3.2 Mainos vai tiedonvälitystä? .....	36
3.3 Kuva ja lööppitutkimus.....	38
3.4 Lööpin ulkoasu .....	42
3.5 Mallia naapurista – löpsedelistä tuli lööppi .....	49
3.6 Väkivallan kuvat sanomalehdessä .....	51
3.7 Lööppi kuvallisen melodraaman areenana.....	54
<b>4 Tutkimusmenetelmät ja teoreettinen viitekehys .....</b>	<b>56</b>
4.1 Kuvan ja sanan monimerkityksinen suhde .....	59
4.2 Silmäkeskeinen kulttuurimme.....	60
4.3 Määrällinen sisällön erittely.....	66
4.4 Laadullinen kehysanalyysi – lööpinteon rutiineja ja puhetapoja kartoittamassa .....	68
4.5 Kehys ja myytti .....	71
4.6 Metodologinen naimakauppa .....	72
<b>5 Aineiston analyysi.....</b>	<b>77</b>
5.1 Väkivaltaotsikoiden kuvituksen määrällinen analyysi .....	77
5.2 Väkivaltakuvat.....	86
5.3 Väkivaltaotsikoiden kuvatyypit.....	91
5.3.1 Henkilökuva .....	93
5.3.2 Uutiskuva .....	94
5.3.3 Kuvituskuva.....	97
<b>6 Lööpin visuaalinen dramatisointi .....</b>	<b>100</b>
6.1 Visuaaliset tehokeinot.....	100
6.2 Väkivallan esittämisen kehykset .....	103
6.2.1 Viattomat .....	104
6.2.2 Pahan kasvot.....	105
6.2.3 Kasvottomat.....	108
6.2.4 Tragedian maisemat .....	109
<b>7 Johtopäätökset.....</b>	<b>111</b>
7.1 Itselflektointia ja jatkotutkimusta .....	117
<b>Päätäntö.....</b>	<b>120</b>
<b>LIITE 1: Aineistomatriisin luokat.....</b>	<b>127</b>
<b>LIITE 2: Ote havaintomatriisista.....</b>	<b>133</b>

## Alkusanat

On tapaninpäivä vuonna 2005. Ihmiset tungeksivat Toronton keskustan lumisilla kaduilla. Yhtäkkiä joku avaa tulen kaupungin vilkkaimmalla kadulla. Luodit löytävät tiensä vain yhteen henkilöön, 15-vuotiaaseen Louisa Sherbaan. Hän menehtyy keskellä joulunpyhien alennusmyyntejä. Seuraavan viikon ajan kuolleen tytön kasvot seuraavat joka paikkaan. Louisan koulukuva on kadunvarsilla jokaisen lehden kannessa luonnollisen kokoisena.

Tapahtuman aikaan asuin Kanadassa, mutta ajatukset veivät välittömästi koti-Suomeen. Muistan kuinka viisi vuotta aiemmin minuun katsoi kioskien ikkunoista ja kaupan seiniltä samalla tavalla lappeenrantalainen Eveliina. Molempien kasvoilta muistan hymyn. Viaton luokkakuva oli muuttunut tragedian kautta surun kasvoiksi.

En vielä tuolloin tiennyt, että samoihin aikoihin Suomessa oli alkamassa värikäs yhteiskunnallinen keskustelu iltapäivälehtien myyntijulisteiden eli lööppien väkivallasta. Enkä myöskään arvannut, että tuon keskustelun seurauksena minulle tarjoutuisi mahdollisuus tutkia juuri lööpin väkivallan kuvaa.

Nyt käsillä oleva tiedotusopin pro graduni käsittelee muun muassa sitä, miten tavallinen passikuva muuttuu lööpissä tragedian kasvoiksi. Kuvajournalismin historiassa ilmiö ei ole uusi. Lehtikuva on journalistinen tuote. Se saa merkityksiä julkaisuyhteydestään eli siitä, mitä sen rinnalla esitetään ja siitä, minkälaisia ilmaisukeinoja sen esittämisessä käytetään.

Muun kuin julkisuuden henkilön kuva esitetään harvoin lööpissä ilman, että hänelle olisi tapahtunut jotain traagista. Yksityiseksi tarkoitettulla valokuvalla korostetaan tapahtuneen järkyttävyyttä. Lööpissä kuvan tehtävä korostuu entisestään. Sen tarkoitus on kiinnittää huomio ja myydä iltapäivälehti. Kuva on todiste tapahtuneesta sekä lupaus siitä, että lehti tietää tarinasta jotain enemmän.

# 1 Tapettia kaupungin seinällä

*”Kun kansalaisten ympäriltä ovat haihtuneet kirkko, puoli yhdeksän uutiset, markka ja monien mielestä jopa isänmaa, lööpit ovat niitä ainoita ymmärtämisen tasoja ja kosketuspintoja, jotka ovat kaikkien kansalaisten tavoitettavissa ja käsitettävissä, suomalaisuuden nykyolemuksen tärkein kulmakivi.”*

(Von Bagh ja Koski 2000, 6)

Suomessa on kaksi kuusi kertaa viikossa ilmestyvää iltapäivälehteä, Ilta-Sanomat ja Iltalehti. Niiden keltaiset myyntijulisteet eli lööpit ovat näkyvä osa suomalaista katukuvaa. Ne nostavat esille lehden kiinnostavimmat aiheet, jotka sisältönsä puolesta herättävät miltei päivittäin niin yhteiskunnallista kuin moraalista keskustelua.

Kivioja (2004, 54) kuvaa lööppiä osuvasti englannin kielestä lainaamallaan nimityksellä *teaser* (suom. *'kiusaaja, houkutin'*). Markkinoinnin kielellä tiiseri tarkoittaa elokuvasta tai tv-ohjelmasta päätettyä ennakkomainosta. Lööpinkin tarkoitus on tiivistää olennainen – ja sama tehtävä on valokuvalla. Lööpin valokuva ja kuvitus on tämän pro gradun tutkimuskohde.

Kuvallisen viestin perillemenoon vaikuttaa erityisesti se, minkälaisessa ympäristössä viesti välitetään. Vastaanotto on erilaista taidegalleriassa, aamupalapöydässä ja kaupungilla. Lööpin kivalta vaaditaan erityisen paljon, sillä se kilpailee kadulla huomiosta useiden viestien kanssa. Sontag on todennut, että valokuva on osa kokonaisuutta, jonka moraalinen ja emotionaalinen merkitys riippuu siitä, mihin se liittyy. (Sontag 1984, 103)

Monet iltapäivälehteä ja lööppiä luonnehtineet kiinnittävät huomion juuri lööpin visuaalisuuteen. Markku Koski kutsuu lööpin ulospanoa ”visuaaliseksi räimeeksi”. Hän liittää suomalaisten iltapäivälehtien nivoutumisen osaksi ihmisten arkipäivää erityisesti kaupunkikulttuurin kasvuun 70–80-luvuilla. Muuttuneessa elämäntavassa ei ole aikaa hitaalle lukemiselle, vaan viestien tulee olla nopeita ja mukana kuljetettavia. Tabloid-lehden kompakti muoto ja sisältämiensä viestien helppolukuisuus ovat omiaan pysymään mukana nykyajan elämänrytmissä. (Koski 1999, 58–59)

Lööpin olemuksen maisemassa tiivistää pseudonyymi Toinen mies (HS 13.11.2006, C5) seuraavasti:

- *Minä aion tehdä ryhmäkanteen halventavista lööpeistä ja vaatia hirveitä korvauksia.*
- *Millä perusteella?*
- *Sattuvat silmiin.*

Aivan kuten Toinen mies on oivaltanut, lööppien tarkoitus onkin ”sattua silmiin”. Myyntijulisteiden taustaksi ei ole sattumalta valittu värikartan voimakkainta väriä, keltaista. Vahingossa niitä ei ole myöskään aseteltu silmiemme tasalle kauppa- ja liikkeen ikkunaan tai kassan viereiseen telineeseen.

Suuret tapahtumat myyvät eniten iltapäivälehtiä, ja emotionaalisesti koskettavien uutisten kuvat syöpyvät ihmisten mieleen parhaiten. Yhä enemmän valokuvalla on myös symbolinen ”muiston säilyttämisen” efekti. (Salo 2000, 31).

Jo vuonna 1966 Pertti Hemánus totesi, että valokuvilla on ratkaiseva asema kilpailtaessa sensaatiomaisten ja laajasti kiinnostavien uutisten yleisöistä (1966, 191). Tämä ei ole myöskään uusi havainto, sillä uutiskuva kehittyi käsi kädessä sensaatiolehdistön synnyn kanssa (Ks. luku 4).

Uskon, että on olemassa tietty kehys, jonka sisässä lööppien kuvat esitellään. Tähän hypoteesiin päädyin tarkastellessa suomalaisten iltapäivälehtien lööppikuvitusta vuodesta 1985 tähän päivään. Maailma on muuttunut 20 viime vuoden aikana paljon, mutta suomalaisen lööppin kuvissa esiintyvät edelleen samat *matit* ja *murhaajat*. Tässä tutkimuksessa mennään suomalaisen väkivallan kuvaan sisälle niin määrällisen kuin laadullisen analyysin voimin.

## **1.1 Lööppikeskustelu 2006**

Toiset pitävät lööppiä seinälehtenä, josta voi tarkistaa päivän puheenaiheen. Toisten mielestä lööppi on silmien ”kiusaamista”, visuaalista saastetta. Tähän joukkoon kuuluu lööppikeskustelun aloittajiin kuulunut performanssitaiteilija Aapo Kustaa Korkea-aoja, joka kutsuu iltapäivälehtien mainoslehtisiä *esteettiseksi terrorismiksi* (HS 28.5.2006, D8). Taiteilija loi oman *Lööppigeneraattorinsa*, masiinan, joka tehtiin lööppejä ennalta valittujen otsikkovaihtoehtojen pohjalta.

Korkea-aojan näkemys lööppikoneensa toimintalogiikasta ei ole uusi. S. Elisabeth Bird (1993, 77) löysi vastaavanlaisen mekanismin tutkiessaan amerikkalaisia supermarket-tabloideja. Samat teemat, kuvat ja tarinat toistuvat sensaatioita korostavissa tabloidlehdissä jatkuvasti.

Suomessa lööppikeskustelu alkoi Ilta-Sanomien ja Iltalehden saamista mainonnan eettisen neuvoston langettavista huomautuksista. Neuvosto katsoi mainonnan kansainvälisten perussääntöjen vastaisiksi Ilta-Sanomien lööppiotsikon ”Isä tappoi lapsensa kesken aamupalan” (IS 27.9.2005 ja Iltalehden otsikon ”Äiti poltti lapsensa ja itsensä” (IL 15.12.2005) (Mainonnan eettinen neuvosto 2005 ja 2006)

Huomautuksista johtuen keskustelu iltapäivälehtien mainosjulisteista oli keväällä 2006 ennennäkemättömän vilkasta. Lapsiasiavaltuutettu Maria Kaisa Aula ehdotti lööppien poistamista kauppojen kassoilta. Ennen kaikkea huolena olivat mainosjulisteiden väkivaltaa ja seksiä käsittelevien tekstien ja kuvien vaikutukset lasten psyykeen. Aula kertoi, että useampi vanhempi oli ollut yhteydessä häneen asiassa. Hän alkoi vaatia vastuullista lööppijournalismia niin iltapäivälehdistä kuin lööppejä näyttävästi esitteleviltä kauppaliikkeiltäkin. (HS 14.4.2006, A7)

Samaan aikaan syntyi hajanaisia ostoboikotteja sekä lööppiadressi, jossa vaadittiin lööppien poistamista kassojen läheisyydestä. Adressiin pystyi liittämään nimensä verkkosivuston ([www.loopitkuriin.fi](http://www.loopitkuriin.fi)) kautta. Samaan aikaan Lapsiasiavaltuutetun toimistossa tehtiin kyselytutkimus lasten vanhemmille lööppien vaikutuksista perheen arjessa. ([www.lapsiasia.fi](http://www.lapsiasia.fi))

Keskustelu oli suomalaisittain vilkasta. Huolissaan oltiin erityisesti juuri lukemaan oppineiden lasten lööppien käsittelykyvystä. ”Heidän kykynsä hahmottaa ja käsitellä lööppikirjoituksia on paljon vähäisempää kuin aikuisilla. Tuntuu, että vuosi vuodelta lööpöt kertovat surullisemmista asioista yhä suuremmin fontein. Miten voimme sallia tällaisen jatkuvan pelotteen”, totesi eräs kolmen pojan äiti yleisönosastokirjoituksessaan. Sama kirjoittaja oli huolissaan myös aikuisten lööppienlukutaidosta. Hän uskoi, että lööpissä kerrottu voi madaltaa aikuisten kynnystä muun muassa väkivaltaiseen käytökseen. (HS 13.3.2006, C4)

Sananvaihtoa käytiin Ilta-Sanomien silloisen päätoimittajan Antti-Pekka Pietilän ja mediatutkija Juha Herkmanin välillä. Helsingin Sanomat julkaisi jutun, jossa Herkman käsitteli lööppien väkivaltaa. Hänen mukaansa lööppiotsikoiden raakuus on lisääntynyt vuosi vuodelta, mihin hän uskoi erityisesti iltapäivälehtien keskinäisen kilpailun vaikuttaneen. Herkman kirjoitti: ”Myyntiä etsitään yhä rajummilla otsikoilla ja kuvilla.” Tässä hän viittasi esimerkiksi äiti ja isä -sanojen käytön lisääntymiseen myyntijulisteissa. (HS 31.3.2006, C1)

Vastineessaan Herkmanin kirjoitukseen päätoimittaja Pietilää sapetti erityisesti Herkmanin jutun

otsikko ”Murha lööpissä pitää lehden hengissä”. Pietilän mukaan otsikolle ei Hermanin jutussa ollut katetta. Hän lisäsi, että: ”Jokainen lööpintekijä -- tietää, että karneat surmat, seksuaalinen väkivalta ja lapsiin kohdistuvat rikokset saattavat synnyttää lukijoissa torjuntareaktion.” Pietilä puolusti lehtien velvollisuutta kertoa asioista, joilla on laajaa yhteiskunnallista vaikutusta. Perheiden pahoinvointi on vakavuudessaan Pietilän mukaan aihe, joka tulee nostaa näkyville myös löoppiin. (HS 6.4.2006, C2)

Mainonnan eettisen neuvoston käsittelemistä löoppiotsikoista tehtiin valitukset myös journalistien itsesääntelyelimelle Julkisen sanan neuvostolle (JSN). Lööppiä pidetään edelleen ensisijaisesti toimituksellisena aineistona, joten niillä perusteilla JSN:lla ei ollut huomautettavaa löoppien sisällöstä. Se totesi, että lehtien on toteutettava niille annettua viestintätehtävää myös ikävien asioiden kertomisessa. (Julkisen sanan neuvosto 2006)

Lööppikeskustelun aikana Julkisen sanan neuvoston lausunnon kaltaisia kaikuja oli varsinkin sanomalehdistössä työskentelevien kirjoituksissa. Useat toimittajat vetosivat sananvapauteen ja pitivät syntyneitä keskustelua lähinnä moralisointina. Omaa reviiriään puolustamaan intoutuneet kirjoittajat korostivat sitä, että lööpit tehdään lehtien toimituksissa. Ne ovat osa lehden toimituksellista aineistoa, eivät mainostamista. Lisäksi vedottiin sananvapauteen ja siihen, että yhteiskunnan nurjasta puolesta tulee myös kirjoittaa. Muutenhan lähestyisimme sensuuria, mikä on länsimaiselle tiedonvälitykselle punainen vaate. Lööppejä vakavimpina uhkina pidettiin muun muassa tosi-tv:tä ja ennen kaikkea virtuaalidellisuutta, johon lapsi eksyy helposti netissä surffatessaan. (Mukka, HS 19.4.2006. Akkanen, A4 ja 27.4.2006)

Ruotsissa iltapäivälehtikulttuuri on huomattavasti vanhempaa kuin Suomessa. Myös löoppien etiikka on puhuttanut siellä aika ajoin. Suomalaisen lööppikeskustelun kaltainen mielipiteenvaihto käytiin Ruotsissa jo 80-luvulla. Siellä iltapäivälehtiä syytettiin perheiden epäkunnioituksesta ja kyynisyydestä. (Frigyes 2005, 29)

Ruotsissa myös löoppien kuvat ovat olleet paheksunnan kohteena. Iltapäivälehtiä kritisoitiin voimakkaasti vuoden 2004 alussa, kun ne julkaisivat Thaimaan tsunamin jälkeen valokuvia ruotsalaisista lapsiuhreista. Lehdistöasiamies (*pressombudsman*) antoikin tuolloin Expressenille huomautuksen kun se julkaisi lööpissään valokuvan pääministeri Anna Lindhin ruumiista, joka oli paareilla peitettynä lakanoilla ([www.po.se](http://www.po.se)) Lisäksi keväällä 2005 osa tukholmalaisista kauppiaista kieltäytyi laittamasta esille seksistisiksi katsomiaan lööppejä (HS 1.3.2006, C6).



Oma tutkimuskohteeni eli lööpin kuvat eivät ole herättäneet Suomessa lööppiotsikoista käydyn keskustelun kaltaista mielipiteenvaihtoa. Vaikka myyntijulisteet ovat varsinkin viime aikoina muuttuneet visuaalisesti hyvin näyttäväksi, varsinainen vastustus lööppikeskustelussa kohdistui selkeästi otsikoihin.

Tästä syystä Tampereen yliopiston Journalismin tutkimusyksikkö alkoi Helsingin Sanomien säätiön rahoituksella tutkia lööppiotsikoita kesällä 2006. Vilkkaan keskustelun takia, tutkitun tiedon tarve aiheesta oli suuri. Iltapäivälehtien väkivaltaotsikoista valmistui tutkimus talvella 2007 (Syrjälä 2007b). Myös oma tutkielmani syntyi edellä mainitun tutkimuksen osana.

## **1.2 Tutkimusaineisto**

Pro graduni tavoitteena on selvittää, miten väkivaltatapauksien uutisointiin liittyviä lööppiotsikoita kuvitetaan ja miten kuvia dramatisoidaan myyntijulisteeksi tarkoitettussa lööpissä. Peruskysymys on: Mikä on lööppien luoma kuva suomalaisesta väkivallasta?

Pyrin löytämään kuvakielen, joka on tunnusomaista nimenomaan iltapäivälehdien myyntijulisteelle. Vertaan lööppien visuaalista esittämistä kuvajournalismin traditioon. Tulen ottamaan huomioon niin kuvan ilmiasuun kuin niiden sisällöllisiin esitystapoihin liitetyt tulkinnat. Tutkielmani lähtöoletuksena on, että lööppien kuvamaisemassa muutos on tapahtunut ennen kaikkea kuvien koossa ja määrässä. Lisäksi oletan aineistosta löytyvän eroja erilaisten kuvatyyppejen – kuten uutiskuvien ja henkilökuvien – ajallisessa esiintymisessä lööpissä.

Yhdistän analyysissäni määrällisen ja laadullisen tutkimusotteen. Viimeksi mainitussa käytän apunani semioottista kehysanalyysiä, joka perustuu kulttuurissa määriteltyihin mutta samalla hyvin subjektiivisten merkityksellistämisprosessien varaan.

Esittelen aluksi lyhyesti suomalaisen kuvajournalismin kehityshistoriaa sekä lööppien kuvamaailman erityisluonnetta. Sen jälkeen erittelen väkivaltaotsikoihin liittyneet kuvat kuvatyyppejen, kuvattujen kohteiden ja niiden statuksen mukaan. Määrällisessä osiossa on eritelty myös varsinaisten väkivaltakuvien esiintyminen lööppijulkisuudessa sekä kuvissa esiintyvien henkilöiden status.

Tämän jälkeen haravoin lööppien väkivaltakuvituksesta laadullisesti tulkinnan kehyksiä, joita yhdistää samantyyppinen ilmaisu ja funktio.

Semioottinen tutkimusote on aina altis tulkinnoille, ja absoluuttista totuutta ei ole. Visuaalisen tulkinnalla voi kuitenkin tarttua sellaisiin esittämisen elementteihin, joilla niin media kuin niiden lukijatkin uusintavat merkityksiä päivittäin. Stuart Hallin mielestä visuaalisten aineistojen tulkintojen vertaaminen esittämisen käytäntöihin antaa arvokasta lisätietoa siitä, kuinka kuvat lopulta merkitsevät sosiaalisesti. (Rose 2001, 2.)

Pro graduni sijoittuu tutkimusotteeltaan lähimmäksi määrällisen sisällönerittelyn ja laadullisen semioottisen analyysin traditiota. En tutkimuksessani pyri kiinnittämään tutkielmaani tiukasti pelkästään sisällönanalyysin ja semioottisen kuvatutkimuksen maastoon, vaan käytän em. menetelmiä toistensa tukena ja osin rinnakkain. Esimerkiksi kuvatutkimusta pelkästään yksittäisiä kuvia tulkitsemalla en pidä tässä suhteessa hedelmällisenä, sillä lööpin kuva on laajan toimitusprosessin tuote. Lööpissä kuva on osa tiedonvälitystä, johon kuuluvat myös taitto, otsikointi ja sivun eri elementtien välinen hierarkia. Nämä eri elementit tunnistaa merkitysten tuottamisprosessissa myös laadullisessa tutkimuksessa käyttämäni kehysanalyysi.

Lööpissä teksti on ollut keskeisellä sijalla aina. Kuvien julkaiseminen otsikon ohessa ei ole ollut säännönmukaista vaan riippunut muun muassa tekniikan kehityksestä, mikä onkin ollut ehkä merkittävin lööppien kuvien julkaisua määrittänyt tekijä. Edellä mainituista syistä johtuen ajallisen muutoksen tutkimiseen riittää kapeampi otos kuin otsikkotasolla. Otsikoissa voivat pienetkin vivahteet olla merkittäviä sisällön kannalta, kuvatraditioissa on enemmän toistoa. Esimerkiksi uutiskuva on säilynyt muodoltaan hyvin samanlaisena vuodesta toiseen.

Vertailen väkivaltaotsikoihin liittyntä kuvankäyttöä Ilta-Sanomissa ja Iltalehdessä vuodesta 1985 lähtien viidessä eri jaksossa vuoden 2006 loppuun saakka. Aineiston sain käyttööni Tampereen yliopiston Journalismin tutkimusyksiköstä, jossa valmistui iltapäivälehtien väkivaltauutisointia käsitellyt tutkimus (Syrjälä 2007b). Myös tutkielmani keskeisimmät tulokset on esitelty samassa tutkimusraportissa.

Syrjälän tutkimuksen aineistona oli vuosien 1985–1986, 1990–1991, 1995–1996, 2000–2001 ja 2005–2006 Ilta-Sanomien ja Iltalehden lööpit. Koko aineistossa oli yhteensä 4848 lööppiä. Omaa kuvatutkimustani varten rajasin alkuperäisestä tutkimuksesta vuodet 1985, 1995, 2000, 2005 ja

2006. Kävin läpi 2646 lööppiä, joiden joukossa on 443 kuvallista väkivaltaotsikon sisältänyttä lööppiä. Näissä lööpeissä oli yhteensä 573 väkivaltaotsikkoon liittyvää kuvaa.

Ensisijaisesti rajaukseni määritteli se, ettei Iltalehdeltä ei ollut saatavilla lainkaan riittävää otosta vuosien 1986–1991 lööpeistä, joten jätin ne tutkimukseni ulkopuolelle. Tämä ei kuitenkaan tekemästä oletuksia myös näiden vuosien aikaisesta kehityksestä, sillä vuoden 1990 lööpit muistuttavat ulkoisesti hyvin paljon vuoden 1995 lööppejä. Myös jo tehdyn tutkimuksen perusteella voidaan sanoa kuvankäytön lisääntyneen 90-luvun puolivälistä lähtien<sup>1</sup>.

Oman rajaukseni sisälläkin on valitettavasti puutteita, jotka estävät lehtien välisen vertailun tekemisen vuoden 1985 osalta. Tältä vuodelta ei Iltalehden arkistossa ole säilynyt elo–lokakuun lööppejä. Kun Ilta-Sanomilta tuolta vuodelta löytyy vertailukelpoinen aineisto, päätin ottaa vuoden mukaan sen ajallisen mielenkiinnon takia.

Vaikka aineiston aikajana on asymmetrinen, rajausta on perusteltu myös muuten kuin pelkästään aineiston puutteiden asettamien rajoitusten takia. Tutkimuksen keskiosassa löytyy vertailuaineisto viiden vuoden välein. Haluan kuitenkin täydentää tätä aineistoa ottamalla sen molempiin päihin vertailuaineiston. Vuonna 1985 suomalainen iltapäivälehdistö oli vasta luomassa lööppikulttuuria Suomeen. Iltalehti oli nuori lehti, ja keskinäinen kilpailu oli vasta alkamassa. Jo pelkästään Ilta-Sanomien lööppiaineistosta voi tehdä päätelmiä tuon ajan lööppien rakenteesta ja kuvien merkityksestä niissä, koska lööppien rakenne muistutti silloin paljon toisiaan. Tutkimusjakson toisessa päässä oleva vuoden 2006 aineisto taas kertoo lyhyen aikavälin kehityksestä lähimenneisyydessä. Mielenkiintoisen näiden vuosien vertailu on myös siksi, että siitä voi nähdä, vaikuttiko käyty lööppikeskustelu väkivaltaotsikoiden kuvien sisältöön. Syrjälän (2007b) tutkimuksessa havaittiin, että pientä muutosta lehtien väkivaltautisoinnissa oli tapahtunut.

Aineisto ulottuu ajallisesti lähelle pro graduni julkaisua, joten se sisältää hyvin ajankohtaista tietoa lööpin kuvailmaisun kehityksestä. Tutkimuksen aineiston laajuus antaa merkittävää tietoa kuvan asemasta lööpissä. Tutkimuksella voi peilata yleistä median visualisoitumiskehitystä yli kahdenkymmenen vuoden aikana.

---

<sup>1</sup> Tämä havaittiin myös Kivivuoren et al. tutkimuksessa, jossa etusivujen väkivaltaotsikoista oli kuvitettu vuonna 1988 vain 19 prosenttia ja vuonna 1993 vain 17 prosenttia.

### **1.3 Väkivallan määrittely**

Väkivallaksi on tutkimuksessa määritelty ihmisen tai eläimen vahingoittamiseen pyrkivä tahallinen teko (ks. Syrjälä 2007b, 20–21). Aineistoon kuuluvat uutisotsikot, joissa esiintyi väkivaltaa, toisen vahingoittamisyritys tai pelkkä uhkaus. Väkivallan fyysisen uhkan sisältävässä uutisoinnissa voidaan puhua piinaamisesta, uhkaamisesta, kiusaamisesta, häirinnästä ja vainoamisesta. Tässä tapauksessa myös henkinen väkivalta kuuluu aineistooni.

Tuhopoltot ja ammuskelu ovat myös tekoja, joiden tekijä on tietoinen niiden vahingollisuudesta ympäristölle. Myös yliajot kuuluvat tässä kategoriassa aineistooni, sillä niistä aiheutuvista vahingoista on tekijä useimmiten tietoinen ja teko on rikosoikeudellisesti rangaistava, jos se aiheutuu esimerkiksi liikenteen vaarantamisesta.

Tutkimukseni käsittelee rikosoikeudellisesti tuomittavaa väkivaltaa, joten valtion voimatoimet, sotatilanteet ja rauhanturvaaminen jäävät aineistoni ulkopuolelle. Terrorismi taas kuuluu aineistooni. Tutkimukseen ottamani otsikot eivät keskity pelkkään teon ensi uutisointiin, vaan väkivaltauutisiin liittyvät jatkojutut kuuluvat aineistooni. Väkivallanteosta seuranneet oikeudenkäynnit ovat aineistossa mukana, sillä usein niiden uutisointiin liittyy runsaasti kuvauksia itse tapahtumista, koska tiedot tulevat julkisiksi juuri oikeuden pöytäkirjoista.

Tuomittujen rikollisten myöhemmistä vaiheista kertovat otsikot kuuluvat aineistoon, kun taas oikeudenkäynnissä syyttömäksi todetut eivät enää määrittelyni piiriin. Tällainen tapaus on muun muassa Bodom-murhien uutisointi. Oikeudenkäynnin aikana väkivallan tekoja tapahtumapaikalla raportoitiin tiuhaan ja uutisointiin liitettiin vahvasti myös epäilty Nils Gustafsson. Omassa aineistossani häneen liittyvät otsikot kuitenkin jäävät aineiston ulkopuolelle heti oikeuden päätöksen ja Gustafssonin vapauttamisen jälkeen.

### **1.4 Oma asema**

Olen Ilta-Sanomien toimitussihteeri. Lisäksi olen useissa toimittajan tehtävissä ottanut, valinnut ja käsitellyt valokuvia yli kymmenen viime vuoden aikana. Valokuva, ja etenkin uutiskuva, on ollut myös opinnoissani jatkuva kiinnostuksen kohde.

Alasuutarin (1999) mukaan yhteiskuntatieteellisen tutkimuksen tulee olla monitieteistä ja lähteä kulttuurin lähtökohdista. Tutkimuksen täytyy olla elävästi mukana kontekstissaan. Tällöin tutkijakaan ei ole tutkimuskohteestaan irrallinen ja objektiivinen tarkkailija, vaan tutkimassaan kulttuurissa elävä ja sen perin juurin tunteva henkilö. Tällöin ”kenttätyö” kohteen parissa alkaa paljon enemmän kuin tutkimusaihe on syntynyt. Tutkijan aiemmat havainnot kohteesta tunnustetaan ja nostetaan tutkimuksen vahvuudeksi, ei niitä heikentäväksi elementiksi. (Alasuutari teoksessa Bird 2003, 6)

Oma tutkimukseni on alkanut myös pitkälti ennen varsinaisen aiheen kristallisoitumista. Niin Tampereen yliopiston elektronisen kuvajournalismin maisteriohjelmassa kuin työssäni Ilta-Sanomien toimitussihteerinä olen pyrkinyt ymmärtämään tekstin ja kuvan jatkuvasti muuttuvaa suhdetta ja etenkin kuvan vaikutusta uutisten tulkintaan. Pro graduni on luonnollinen jatkumo tälle mielenkiinnolle, ja oma tutkimukseni on osaltaan puheenvuoro jo käynnistyneessä keskustelussa.

Pyrin syventämään ymmärrystä paljon puhuttujen lööppien kuvallisesta sisällöstä. Samalla yritän ymmärtää jotain myös työtavoista, joita itsekin Ilta-Sanomien toimitussihteerinä uusinnan. Itse en lööppejä tee, mutta olen nähnyt niiden tekoprosessin läheltä. Lööpit ovat monikerroksisten toimituksellisten ja kuvajournalististen traditioiden tuloksia. Näihin rakenteisiin on tiedotustutkimuksella ollut vaikea päästä.

Omassa tutkimuksessa pyrin hälventämään epäilyksiä teorian ja käytännön kohtaamattomuudesta. On tosin pakko myöntää, että harvoin semioottisen teorian periaatteet avautuvat päivittäisessä uutistyössä. Tämän seikan takia kehysteoria antaa hyviä välineitä ymmärtää toimitukselliset ratkaisut myös kuvavalinnoissa tiettyä kulttuuria toistaviksi työtavoiksi, ei originaaleiksi toimenpiteiksi, jotka ovat pelkästään objektiivisia ja historiattomia. Uskon, että tutkimukseni työkaluja niin iltapäivälehtien kuin suomalaisen uutiskuvan jatkotutkimukselle.

## 2 Kuvajournalismin ja iltapäivälehtien historiallinen liitto

Seuraavaksi käyn läpi journalismin historiassa vaiheita, jotka ovat vaikuttaneet nykymuotoisen erityisesti kuvajournalismin suomalaisessa iltapäivälehdessä. Valokuvan ja tabloidlehtien tie kaupalliseen menestykseen on ollut suuressa määrin yhteneväinen, ja siitä voi erottaa kolme eri voimakasta kehitysvaihetta. Käsittelen luvussa myös klassista kuvareportaasia, joka on vaikuttanut nykykuvaajien käsitykseen hyvästä lehtikuvasta. Lopuksi luon katsauksen suomalaisen kuvajournalismin ihanteisiin.

Aikaisimmat kuvajournalistiset kuvitukset sanomalehdissä olivat piirrosjäljennöksiä valokuvista. Ensimmäisinä uutisvalokuvina pidetään daguerrotypioita, joita otettiin Hampurin palon jälkeen 1840. Onnettomuudet olivat suosittuja kuva-aiheita lehtien harvoissa kuvituksissa, sillä traagisten tapahtumien jälkitilanteet olivat paitsi kiinnostavia myös helposti kuvattavissa. Laajemmin kuvia alettiin ottaa lehtiä varten 1850-luvulla Krimin sodasta, jonne lähetettiin useita valokuvaajia. (Saraste 1980, 91).

Valokuvausmenetelmää kehittäneet insinöörit eivät Sarasteen (1980) mukaan aavistaneet olevansa luomassa välinettä, jolle kehittyisi myöhemmin oma ilmaisutapansa. Tieteelliseen työhön sekä matka- ja muotokuvien ottamiseen tarkoitettu väline keskittyi tallentamiseen, ei kuvaajan yksilölliseen taiteelliseen kuvailmaisuun. ”Valokuvaamisen ongelmat olivat alkuvaiheessa enimmältään puhtaasti teknisiä tai kaupallisia: miten saada valo riittämään, miten saada yleisö hyväksymään kuvien mustavalkoisuus ja sävyjen outous, tai miten ratkaista värin puute.” (Saraste 1980, 74)

Valokuvan alkuaikoina syntyi suuntaus, joka korosti kuvan naturalistisuutta. Viime vuosisadan vaihteessa lisääntynyt kuvankäyttö sanomalehdistössä oli omiaan nostattamaan kuvan ehdotonta totuudentavoittelua puolustaneet *naturalistit* taiteellista ilmaisua korostaneita *piktorialisteja* vastaan. (Saraste 1980, 82).

Valokuvatutkija Susan Sontagin mukaan liikaa estetisoimalla järkyttävistä asioista kertova viestintäväline lopulta mitätöi vaikutuksensa (1984, 106). Erityisesti tabloidlehdistö tajusi tämän 1890-luvun lopussa ryhtymällä kuvaamaan yhä enemmän uutistapahtumia ja skandaaleja. Valokuva teki ”totuuden” kertomisesta ihmisille helpompaa. Kuvat syrjäyttivät tekstin.

Kun lehdet ryhtyivät samalla tavoittelemaan mahdollisimman suurta taloudellista kannattavuutta, myös journalistien asema alettiin nähdä pikemminkin omaa tai lehden etua ajavana kuin yhteisiä arvoja vaalivana. Samaan aikaan alkoi kehitys, joka lopulta johti journalismin ja kaupallisuuden ikuiseen liittoon 1800-luvun lopun New Yorkissa. (Seaton 2005, 42)

## **2.1 Pennilehdet ja keltainen lehdistö – uutisia kenelle tahansa**

Iltapäivälehdistön kehityksestä voi erottaa kaksi varhaista vallankumousta. Ensimmäinen sijoittuu Yhdysvaltoihin 1830-luvulle, jolloin kaduille tulivat myytäväksi ns. *pennylehdet*. Ne olivat halpoja ja sisälsivät lyhyitä uutisia rikoksista ja sensaatioista. Pennilehdistön suosio liittyi yhteiskunnan teollistumiseen, kaupunkeihin oli syntynyt uusi työläisten luokka, jolla alkoi olla myös rahaa kuluttaa. (Kobre 1964, iii)

Pennilehdistö demokratisoi journalismia, viemällä sen eliitin käsistä lähelle tavallista lukijaa. Kuten Kunelius toteaa, kaupallinen lehdistö puhutteli ”ketä tahansa” kadulla kulkevaa (Kunelius 2004, 67).

Toinen vallankumous amerikkalaisessa sanomalehtikulttuurissa tapahtui 1870–1880-luvuilla, jolloin syntyi lehtiä kuten New York Sun, Daily Graphic ja New York World. Varsinaisen sensaatiolehdistön voittokulun aloitti William Randolph Hearstin perustamat San Fransisco Examiner ja New York Journal, jotka nopeasti kasvattivat levikkejään entisestään keventyneellä sisällöllä. (Kobre 1964, iii, 59)

Daily Graphic oli ensimmäinen tabloid-kokoinen lehti, joka aloitti kuvien julkaisemisen vuonna 1872. Ensimmäiset kuvitukset olivat kaiverussjäljennöksiä valokuvista, joissa esiteltiin niin murhia kuin uimapukukuviakin. Graphic sinnitteli alalla 16 vuotta, mutta joutui antautumaan kilpailussa, kun kuvitettujen lehtien markkinoille tuli Joseph Pulitzer ja New York World. Pulitzer alkoi johdonmukaisesti käyttää valokuvan ja värillisten piirrosten jäljennöksiä sanomalehdessään. (Kobre 1964, 39–40, 52–53)

Kun lehti oli halpa ja se sisälsi paljon helposti kulutettavaa aineistoa, sen suosio oli taattu. Samalla se erotti elitistiset päivälehdet ja populaarit iltapäivälehdet tyyllillisesti toisistaan. Virkavaltaiselle yhteiskunnalle ominainen ajattelutapa maailmasta realistisena, naturalistisena korostuu myös

valokuvan journalistisessa arvostuksessa. Populaarit aiheet kiinnostivat laajaa kansanryhmää, mikä erotti lehtivalokuvan jo alkuaikoinaan taidekuvasta. Valokuvan asema sensaatiolehtien houkuttimena ei ollut valokuvataiteelle imartelevaa, sillä bulevardilehdistön valokuvaa pidettiin keinona välittää tietoa kansanosalle, joka ei osannut tai välittänyt lukea uutisia. (Kobre 1964, 27)

Ei ole siis ihme, että uusi sensaatiojournalismin aalto alkoi juuri New Yorkista. Siellä oli kaikkea ja kaikki: siirtolaisia, maalta muuttaneita, bisnesmiehiä ja slummeja. Elämää kihisevä kaupunki tuotti paljon aiheita sensaatiolehdistölle. Parhaiten kaupungin kaduilla vilisevää ostajajoukkoa osasi ruokkia *keltainen lehdistö*, joka sai nimensä Yellow Kid -sarjakuvan keltatakkisesta pojasta. Sarjakuva ilmestyi aluksi Pulitzerin New York Worldissa 1893 mutta sai kohta tilaa myös Hearstin New York Journalissa. (emt. 1964, 52)

Lehdet sisälsivät halvalla kiinnostavaa luettavaa: seurapiirien juoruja, rikoksia ja runsaasti kuvia. Kuvan käyttö journalistisesti lisääntyi 1880–90-luvuilla, jolloin kirjapainotekniikka kehittyi ja syntyivät myös ensimmäiset kuvatoimistot. Kysyntä ja tarjonta kasvoivat rintarinnan. Kuvakertomukset liittyivät paitsi uutistapahtumiin myös kaukomaihin, jotka valokuvan kanssa olivat uutta ja ihmeellistä, mikä taas lisäsi sanomalehtien kiinnostavuutta. Lehdet ottivat valokuvan myös sosiaalisen reformin välineeksi. Valokuvan ”totuuden silmä” pystyi paljastamaan objektiivisesti yhteiskunnallisia vääryyksiä. Syntyi sosiaalireportaasi, jonka varhaisimpia kuvaajia oli Jacob Riis (1849–1914). (Salo 2000, 85)

Tanskalaissyntyisen Jacob A. Riisin työnantajat olivat New York Sunin ja Evening Sun. Suuren yleisön keskuudessa Riisin kuvat herättivät mielenkiintoa, sillä hänen kuvaamansa köyhien kortteleiden todellisuus oli monelle tuolloin vielä näkymättömissä. (Kobre 1964, 34–36)

Riis kuvasi sanomalehdille, mutta hänen päätyönään pidetään kuvakirjaa *How the other half lives*, joka ilmestyi 1890. Vaikka Riisin kuvat olivat epätarkkoja, kovalla magnesiumvalolla valaistuja ja kontrastisia, niiden sävyjen raakuus ja vaikeista kuvausolosuhteista seurannut huolimaton teki niistä rehellisenolaisia todisteita elämästä niin kuin se on. Susan Sontag onkin todennut Riisin työstä, että: ”Vaatimaton toiminnallinen valokuva voi olla visuaalisesti yhtä mielenkiintoinen, ilmaisuvoimainen ja kaunis kuin ylistetyimmät taidevalokuvat.” (Sontag 1977, 57, 100)

Riisin kultakautena kuvat painettiin usein vielä piirrosjäljennöksinä lehtiin. Varsinaisen lehtivalokuvan painaminen tuli mahdolliseksi vasta rasterilaatan yleistymisen myötä 1880–90-



luvuilla. Varsinkin jälkimmäinen vuosikymmen oli hurjaa kehityksen aikaa sanomalehtikuvalle, jonka painamista lehtiin vauhditti niin paino- ja muun valokuvatekniikan kehitys. Tuolloin perustettiin myös ensimmäiset kuvatoimistot, jotka toimittivat kuvia lisääntyneeseen kysyntään. Vuosisadan vaihteeseen menneessä valokuvat olivat pääasiallinen kuvitus tärkeimmissä yhdysvaltalaisissa ja eurooppalaisissa kuvalehdissä. (Salo 2000, 83)

Kun valokuvat yleistyivät myös painotuotteista, valokuvasta tuli osa ympäristömme esineistöä. Siitä tuli yhteiskunnallisen hallinnan väline, poliisin ja virkakoneiston työkalu ihmisen tunnistamisessa. Se oli tiedonlähde ja todiste, mikä sanomalehden uutisaineistossa on erityisen tärkeä elementti. (Sontag 1984, 26–27)

1900-luvun alussa myös brittiläiseen mediamaailmaan kulkeutui tieto myyvistä kompakteista lehdistä. Tabletti-sana lainattiin tabloidlehtien käyttöön, ja se alkoi tarkoittaa tiivistä ja kompaktia sanomalehteä, joka oli puolet perinteisestä broadsheet-sivumallista. Tabloidia oli helppo kuljettaa ja kuluttaa. (Gripsrud teoksessa Sparks & Tulloch 2000, 289)

Ensimmäisenä varsinaisena tabloid-lehtenä pidetään englantilaista Daily Mirroria, joka määritteli vuodesta 1904 lähtien tabloidin tarkoittamaan lyhyiden juttujen, isojen otsikoiden ja suurien kuvien sensaatiolehdistöä. (Warner Marien 2006, 237)

## **2.2 Jazzjournalismin tahdissa kuvajournalismin kukoistukseen**

Kolmas merkittävä vaihe iltapäivälehdistön – kuin myös kuvajournalismin – synnyssä ajoittuu 1920-luvulle, jolloin New Yorkissa alkoi visuaalisuuteen panostavan bulevardilehdistön kulta-aika. Vuosikymmentä kutsutaan tiedotusvälineiden historiassa jazzjournalismin aikakaudeksi. (Bicket & Packer 2004, 362)

Vapaamielinen aikakausi oli todellinen kultakaivos bulevardilehdistölle. Lehtien suosimat aiheet, seksi, urheilu ja sensaatiot, eivät olleet uusia tabloidlehtien uutiskriteereissä, mutta jazzaikakauden lehdet veivät kuvankäytön aiheiden ohessa täysin uudelle tasolle. Sensaatiolehdistö sysäsi tekstin sivuiltaan marginaaliin ja sisäsivuille keskittyen uutisissaan näyttäviin kuviin ja kuvamanipulaatioihin. (emt. 363–364)

Tämän päivän tabloidlehdille tunnusomainen etusivun asetelma – suuri kuva, suuret otsikot ja iskusanat – esiteltiin tuon ajan menestyneimmän tabloidlehden, New York Daily Newsin, kanssa heti ensimmäisenä ilmestymispäivänä, 26. kesäkuuta 1919. Niin etusivu kuin takasivukin olivat lähes kokonaan kuvien peitossa. Kuvat toimivat vinkkinä sisäsivuilla olevaan juttuun. Formaatin menestys oli taattu, ja sen omaksuivat myös vuonna 1924 markkinoille tulleet kilpailijat Mirror ja Evening Graphic. (Bicket & Packer 2004, 367–368)

Lehdet panostivat kuviinsa. Niitä koristeltiin erilaisin kehyksin, niitä syvättiin erilaisille taustoille ja kuvia jopa lavastettiin. Tämä kertoo lehtien pitäneen kuvia pikemminkin houkuttimena kuin varsinaisena uutisaineistona. Jazzkauden tabloidien kuvankäyttö saavutti eräänlaisen huippunsa vuosikymmenen lopulla, kun niiden kuvituksissa lisääntyivät yhdistelmä- eli komposiittikuvat eli tuon ajan kuvamanipulaatiot, jotka kriitikoiden silmissä nakersivat skandaalilehdistön uskottavuutta uutisten välittäjänä. Kuvia lavastettiin näyttelijöiden kera, jonka jälkeen heidän kasvojensa paikalle sijoitettiin todellisen hahmon kasvot. Kuvituksia voitiin tehdä jopa 20 erilaisen kuvan yhdistelmistä. (emt. 369–371)

Kun jazzjournalismin aikakauden kuvamanipulaatiot eivät pystyneet horjuttamaan kuvan asemaa, mikään ei ole sitä sen jälkeen pystynyt tekemään. Sensaatiolehdet sitä vastoin loivat tekniikoita valokuvan yhä laajemmalle levittämiselle sanomalehden sivuilla. Sen lisäksi ne osoittivat, että valokuvalla voi paitsi myydä lehteä myös vedota ihmisten tunteisiin. (emt. 2004, 376)

Markkinavetoisen tabloidjournalismin kehittyminen Yhdysvalloissa 1920-luvulla tuki myös eurooppalaisen sanomalehtikuvan syntyä. Englannissa alettiin nimittää jazzjournalismin aikakauden kuvituksia piilokamera- eli *candid camera* -kuviksi. Nimityksen antoi brittiläinen The Graphic -lehti erityisesti saksalaisen Berliner Illustrirte Zeitungin kuvaajalle Erich Salomonille. Salomon tuli kuuluisaksi kuvillaan, jossa hän kuvasi poliitikkoja ja heidän seurueitaan politiikan kulissien takana. (Warner Marien 2006, 237)

Salomonin aloittama suuntaus kuvaajasta näkymättömänä tarkkailijana on merkittävä osa nykyisenkin kuvajournalismin ihannetta. Kun kuvaajan läsnäolo ei näy kuvasta, ne näyttävät aidoilta jäljenteiltä tapahtumista. Salomonian pidetään myös nykyisen paparazzi-valokuvauksen edelläkävijänä. Hänen kuvansa olivat jo itsessään uutisia, sillä ne olivat lavastamattomia todisteita tapahtumista kulisseissa, joihin tavallisilla kansalaisilla ei ollut pääsyä. Hän kuvasi saksalaisia poliitikkoja ja yläluokkaa usein heille myös vähemmän miellyttävissä olosuhteissa. (Salo 2000, 23).

Kuviin satsanneen tabloidlehdistön nousun niin Yhdysvalloissa kuin Euroopassa mahdollisti kuvaustekniikan kehittyminen. Vuonna 1924 esitelty kompakti Leica-kamera löysi nopeasti tiensä lehtikuvaajien käsiin. Pienen kameran ansiosta valokuvaajat onnistuivat pääsemään paikkoihin, joista erityisesti populaarilehdistö kaipasi kuvia. Leicojen tähtäimessä olivat erityisesti onnettomuudet, skandaalit, julkisuuden henkilöt ja rikosuutiset, joista yleisö janoisi tietoa. (Warner Marien 2006, 237)

Piilokameran kautta kuva asetti katsojansa näkymättömän tarkkailijan rooliin, jossa kuvauskohde avautui mahdollisimman "luonnollisena" katsojalleen. Daily Newsin etusivullaan vuonna 1928 julkaistava piilokamerakuva toteutti tätä ihannetta täydellisesti. Lehti julkaisi kannessaan kuvan murhaaja Ruth Snyderin teloituksesta. Kuva on ainoa kuva etusivulla ja se vie lähestulkoon koko lehden etusivun alan. Kuvan yläpuolella on koko sivun leveydellä sana DEAD! Valokuvaaja oli ottanut kuvan teloitetusta naisesta nilkkaansa sidotulla kameralla kaukolaukaisimen avulla, mikä oli tuolloin suuri uutisvoitto. (emt.)

Kuvan laatu on erittäin huono, mutta itse tilanne edustaa valokuvan todellisuusvaikutelmaan pyrkimistä puhtaimmillaan. Huolimatta teknisestä laadustaan, kuva on yksi tunnetuimpia kuvajournalismin historiassa. Samalla Daily Newsin etusivu on malliesimerkki siitä, kuinka jo 20-luvulla lehden kannen perusrakenne muistutti nykymuotoisen iltapäivälehdien kannen tai lehden rakennetta hämmästyttävän paljon. Yksinkertaisimmillaan se on kuvan ja otsikon yhdistelmä.

Samankaltaista todellisuuden raakaa kuvaamista toteutti New Yorkissa itävaltalais-syntyinen valokuvaaja Arthur Fellig. Hänet tunnettiin 30-luvulla newyorkilaisissa sanomalehdissä taitelijanimellä Weegee. Weegeetä voidaan pitää rikoskuvajournalismin pioneerina. Hänen kuvauskohteensa New York avautui kuvissa väkivaltaisena pelon tyyssijana, jossa rikos on aina kulman takana. Weegee saalisti ainutlaatuiset kuvansa hieman kyseenalaisin keinoin. Hän onnistui pääsemään rikospaikoille usein jopa ennen poliisia, koska hän oli asentanut autoonsa poliisiradioon salakuuntelulaitteen. (emt. 343)

Weegeen *voyeristiset* eli ihmisten tirkistelynhalua ruokkivat kuvat olivat mannaa tabloidlehtien myynnille. Weegeen rikosta ja väkivaltaista kuolemaa kuvanneet valokuvat olivat ilmiö. Niiden tekninen laatu ei ollut pääosassa, vaan kuvan keskiössä oli inhimillinen tragedia, pelko ja suru. Rikospaikkojen ja rikoksen kohteeksi joutuneiden lisäksi Weegeellä oli tapana kuvata rikoksen

silminnäkijöitä tai uhrien omaisia. Bulevardilehtien kustantajien lisäksi Weegeen kuvia arvostivat myös New Yorkin taidepiirit. Ne pitivät ainutlaatuisena valokuvaajan rehellistä lähestymistapaa todellisuuteen. (Warner Marien 2006, 343–344)

Weegeen työn myötä yhdysvaltalaisen ja brittiläisten tabloidlehtien rikoksen kuvaan vakiintuivat 20–30-luvuilla ruumiit, poliisit ja rikolliset. (emt. 344)

### **2.3 Katukuvasta syntyi kuvareportaasi**

Weegeen ja muiden tuon ajan tabloideille kuvanneiden katukuvaajien esimerkin mukaisesti valokuvaus tuli lähemmäksi aitoja tilanteita. Salon mukaan kuvaajasta tuli pikkuhiljaa todistajakertoja. Kuvaaja oli kameroineen huomaamaton havainnoitsija, jolta vaadittiin tilanteisiin heittäytymistä ja näkemystä. Kinokoon kameran mahdollisti kuvasarjojen oton, mikä synnytti myös kuvareportaasin. Salon mukaan modernia kuvareportaasia kehittivät erityisesti saksalaiset kuvalehdet kuten Berliner Illustrirte Zeitung, UHU ja München Illustrierte Presse. (Salo 2000, 86–87)

Kuvakertomuksen muotoon vaikutti myös taittojen kehittyminen – monen sivun kuvareportaasilla pystyttiin nostamaan esille uusia näkökulmia kuin aiemmassa valokuva-albumimaisessa asetelmallisuudessa. Valokuvakerronnalle antoivat dynaamisia vaikutteita myös elokuvatuotannon popularisoituminen ja muuttaminen Hollywoodiin 20-luvulla. Draamasta tuli osa kaupallisuutta. Kuvareportaaseissa pyrittiin elokuvalle tyypilliseen epäsuoruuteen ja tunnelmien luomiseen, dynamiikkaan, jossa oli kerronnallisia koukkuja yhdistettynä kertojan käsialaan. Valokuvassa ryhdyttiin käyttämään uusia moderneja ilmaisukeinoja, kuten erilaisia etäisyyksiä, kaksoisvalotuksia, montasitekniikkaa ja terävyysalueen vaihtelua. Uuden monipuolisemman valokuvailmaisun omaksuminen nostivat kuvareportaasin – ja etenkin sen tekijät – uudelle jalustalle. (emt. 85–88)

1930-luvulla kuvajournalismin lippulaivaksi nousi amerikkalainen, vuonna 1936 perustettu uutisviikkolehti Life. Sen kuvasarjat olivat valokuvaesheitä, joissa objektiivisen näyttämisen sijaan korostui valokuvaajan subjektiivinen näkemys. Kuvat eivät olleet vain jäljennöksiä todellisuudesta, vaan ne olivat myös kannanottoja. Lifessä tämä vietiin jopa niin pitkälle, että kuvasarjoja käsikirjoitettiin etukäteen toimituksessa ja lähetettiin kuvaaja ottamaan lehden näkemyksen mukainen kuvasarja. Kuvaaja kuvasi tietyn kaavan mukaisesti erilaisia kuvia ja kuvapareja, jotta

lehti pystyisi muodostamaan sivuille täydellisen klassisen draaman mukaisen kertomuksen. Tavoitteena oli luoda kokonaisuus, joka sisälsi harmoniaa ja kontrasteja sopivassa suhteessa. Ennen kaikkea haettiin avainkuvaa, tietynlaista kliimaksiä, joka tiivistäisi yhteen kuvaan koko reportaasin ajatuksen. Lehden kuvatoimittaja Wilson Hicks kutsuikin Lifen reportaaseja ”näytelmiksi”. (Salo 2000, 98–99)

Uutisvalokuvien julkaisemiseen keskittyneiden kuvalehtien tarina päättyi 70-luvulla television vaikutuksesta. Mainoksien siirryttyä televisioon, kuvalehdillä ei ollut enää varaa tuottaa laajoja ja mielenkiintoisia kuvakertomuksia. Kuvalehdet alkoivat myös erikoistua, mikä oli niille selviytymiskeino television aikakaudella. (emt. 107, 110).

Huolimatta lehden vähittäisestä hiipumisesta 60-luvulla, Lifen kuvareportaasit olivat pitkään kuvajournalismin ihanne. Kuvaajat pyrkivät kohti kerronnallisuutta koostamalla monipuolisia sarjoja kuvaamalla tapahtumia yleiskuvista erikoislähikuviin. Journalismin henkilöityessä television vaikutuksesta toiminnallinen kuva jäi paitsioon ja kuviin etsittiin yhä enemmän henkilöitä. Salon mukaan vain kolme kuvatyyppeä on säilyttänyt mahdollisuutensa kilpailla television toiminnallista elävää kuvaa vastaan: avainkuva, päätöskuva ja henkilökuva (emt. 111).

Avainkuvan hakeminen korostuu päivälehtien kuvituksissa, joissa juttua kuvittaa yleisesti vain yksi kuva. Tätä käsitystä tukee myös nykykuvajournalistien pyrkimyksessä koota kuvakertomuksetkin temaattisesti yksinään ilmaisuvoimaisten kuvien sarjoiksi. Kokonaisuuden narratiivisuus syntyy pikemminkin kuvasarjan tarjoaminen eri näkökulmien kuin elokuvallisesti etenevän tarinan vaikutuksesta. (emt. 112)

Iltapäivälehdessä avainkuvaa toki myös haetaan pääkuviin, mutta kuvittamisen mahdollisuudet ovat usein moninaisemmat kuin päivälehdessä. Tabloidit käyttävät visuaalisen luonteensa takia enemmän kuvia kuin päivälehdet, joten yksittäisten kuvien painoarvo ei ole niin suuri.

Television draamallisen kerronnan voi katsoa vaikuttaneen myös iltapäivälehtien kuvajournalismiin. Myös erikoistunut viihdelehdistö ja muun muassa naistenlehdet ovat antaneet mallia tabloidien kuvakielelle. Oman tutkimusaineistoni alkupäässä 80- ja 90-luvulla vaikuttanut postmodernismi toi kuvailmaisuun ajassa muutenkin vaikuttaneen hajanaisuuden ja juurettomuuden.

1990- ja 2000-luvulla digitaalisen kaluston kehitys näkyy lehtikuvassakin monipuolistuneena ilmaisuna. Lehdissä valokuvat nähdään myös yhä enemmän osana kokonaisgrafiikkaa. Kuvakollaasien käyttö on lisääntynyt paitsi uutis- myös kuvituskuvana. (Vanhanen 1994, 9–10)

Erottautumista informaatioähkyn keskellä haettiin kuvailmaisun muutoksella, jossa postmoderni kuvailmaisuus pyrki rikkomaan klassisen kerronnan muotoa muun muassa kuvakulmillaan, rajauksillaan sekä värimaailmallaan. Lisäksi kuvajournalismissa pyrittiin erottautumaan muista lehdistä kuvien kontekstin eli taiton ja typografian muutoksilla. Myös kuvankäsittelyn kehittyminen tietoteknisen kehityksen myötä vaikutti ilmaisun hajoamiseen. (Salo 2000, 194–195)

## **2.4 Suomalaisen kuvajournalismin alku on rikoskuvassa**

Vuonna 1951 perustetun Lehtikuva Oy:n pitkäaikainen hallituksen puheenjohtaja ja toimitusjohtaja Patricia Seppälä on tiivistänyt suomalaisen uutiskuvan periaatteen seuraavasti:

*”Valokuvajournalismin tehtävä on elettävän ajan dokumentointi.” (Blomqvist 2005, 150)*

Suomalaisen kuvajournalismin ja uutiskuvan alku on, kuten muuallakin, rikoskuvassa. Ensimmäinen valokuvaaja, joka elätti itsensä lehtivalokuvauksella, oli Harald Rosenberg. Hän toimi vuodesta 1909 lähtien Helsingin rikospoliisin kuvaajana. Hänen etuoikeutettuna ottamansa rikospaikkakuvat päätyivät myös lehtiin: ”*Speciell fotograf för Weckans Krönika och Helsingin Kaiju*” luki hänen käyntikortissaan. (Blomqvist 2005, 13).

Suomi ei painotekniikan puutteiden takia pysynyt alussa nopeasti kehittyvän valokuvauksen ja etenkin kuvajournalismin kehityksen vauhdissa. Ensimmäiset lehtikuvat julkaisi vuonna 1891 aloittanut Uusi Kuvalehti. Tsaarin vallan loppuvuosina sensuurin kourissa pyristelleille sanomalehdille kuvien julkaiseminen oli vielä toissijaista. Helsingin Sanomat julkaisi ensimmäisen valokuvansa vasta 1907. Uutisreportaasin aika tuli 1911, jolloin Helsingin Sanomat julkaisi kokonaisen sivun uutisen työmaaonnettomuudesta. (Blomqvist 2005, 20)

Suomeen eurooppalaisen valokuvauksen uudet tuulet, kuten piilokamera-ajattelu, uudet taittoratkaisut ja narraatiota painottava reportaasimainen kerronta tulivat aktiivisten Saksa-suhteiden kautta 20-luvulla. Uuden näkemyksen mukaista kuvailmaisua alettiin toteuttaa Suomen Kuvalehdessä, joka perustettiin 1917. (Salo 2000, 88)

Pienkameroiden esiinmarssi lisäsi myös sanomalehtien panostusta kuviin. Paino- ja kameratekniikka olivat nyt sillä tasolla, että laadukkaita kuvia pystyttiin julkaisemaan lehdissä. Uusien, helposti liikuteltavien välineiden kautta erilaiset uutistilanteet oli paremmin tavoitettavissa. (Blomqvist, 39)

Vain suurimmilla lehdillä oli varaa pitää omia kuvaajia. Hufvudstadsbladet, Uusi Suomi ja Aamulehti palkkasivat Suomen ensimmäiset vakituiset valokuvaajansa lähes samaan aikaan 1927–28. Vuosisadan alussa Hufvudstadsbladetin kuvaaja Hugo Sundström kuvasi myös aikansa ainoalle iltapäivälehdelle Nya Pressenille. 50-luvulle saakka kuitenkin suurin osa sanomalehdistä hankki kuvansa lähinnä freelance-kuvaajilta. (Komulainen 2001, 40–41)

Suomalaisen kuvajournalismin pioneerit olivat uutiskuvaajia, jotka pikkuhiljaa saivat pysyvän statuksen myös lehtitaloissa. Lehtireportaasin kultakaudella 50–60-luvuilla vakiintui lehtikuvan ihanteeksi maalauksellinen ja kontrastinen kansainvälisten kuvalehtien tyyli. Vasta 1970-luvulla ryhdyttiin korostamaan kuvaajan subjektiivista ilmaisua, joka ei kuitenkaan näkynyt suomalaisessa journalismissa kuin vasta 1980-luvun lopulla. Tuolloin ihanteeksi nousi uusi brittiläinen dokumentarismi, joka korosti valokuvan omaa ilmaisua. Valokuvalla ominaiset valon ja varjon, pysähtyneisyyden ja liikkeen vaihteluita korostettiin. Valokuvalla ominainen hetken tallentaminen nousi myös keskiöön kuvassa. (Vanhanen 1994, 8–9)

Valokuvan ilmaisuvoimaa halutaan edelleen korostaa suomalaisessa kuvajournalismissa. Vaikka kuvaajat pyrkivät löytämään oman äänensä, valokuvauksen historia on todistanut, että valokuvan kohteen, todellisuuden, käsittely ja dramatisointi on usein turhaa. ”Mitä vähemmän valokuvaa korjaillaan, mitä vähemmän siinä huomaa ’taitamisen’ merkkejä, mitä naiivimpi se on – sitä luotettavammalta se näyttää (Sontag 1984, 54).

Tämän allekirjoittaa myös tällä hetkellä Suomen tunnetuin kuvajournalisti, Helsingin Sanomien valokuvaaja Hannes Heikura. Keväällä 2008 kolmannen kerran Vuoden lehtikuvaajaksi valittu Heikura sanoo, että: ”Totuus on lehtikuvan suurin arvo” (HS 23.11.2006). Tällä ohjenuorallaan persoonallisesta tyylistään tunnettu Heikurakin asettuu lehtikuvaajana suomalaisten dokumentaristien laajaan joukkoon.

## 2.5 Suomalaisen iltapäivälehdistön nuori historia

Seuraavassa kappaleessa selvitän suomalaisen iltapäivälehdistön syntyä. Historiallisesti suomalaisten lööppien ja iltapäivälehdistön tutkimusalue on kauttaaltaan varsin kapea, sillä varsinaisia iltapäivälehtiä maassa on ilmestynyt vähän. Varsinaista iltapäivälehtikulttuuria voidaan katsoa maassamme olleen varsinaisesti vasta 80-luvun puolivälistä lähtien.

Vielä 1970-luvulla iltapäivälehti tarkoitti Ilta-Sanomia. Vasta Iltalehden tulo markkinoille vuonna 1980 vaikutti nykymuotoisen suomalaisen iltapäivälehdistön kehittymiseen ratkaisevasti. Tästä syystä oman tutkimukseni aineisto osuu hedelmälliselle aikakaudelle, sillä se kattaa ajan, jolloin voidaan ylipäänsä puhua suomalaisesta iltapäivälehtikulttuurista.

Osiossa on lainattu taajaan Heikki Saaren (2007) teosta suomalaisen iltapäivälehdistön synnystä, sillä se on lajissaan lähes ainoita ja syvää luotaavia teoksia nuoresta suomalaisesta iltapäivälehdistöstä. Kirjasta olen nostanut historiaosuuteen erityisesti Iltaset-lehden yrityksen tunkeutua suomalaisen iltapäivälehdistön ytimeen. Iltasetin markkinoille tulo kertoo mielestäni hyvin suomalaisen iltapäivälehtijournalismin syntymisen vaikeudesta. Se myös osoittaa, kuinka nuorta varsinainen iltapäivälehtikulttuuri Suomessa on.

Iltapäivälehdet ovat saaneet suomalaisen nimensä siitä, että ne ovat perinteisesti ilmestyneet nimenomaan lehtien toisena tai kolmantena iltapainoksena. Suurinta osaa näistä lehdistä ei voida kutsua iltapäivälehdistöksi sanan nykymerkityksessä – ne eivät edustaneet sensaatiohakuista keltaista lehdistöä.

Suomen ensimmäinen varsinainen iltapäivälehti, ruotsinkielinen Nya Pressen, aloitti vuonna 1882 ruotsalaismielisten voimakkaana äänenkannattajana. Se ilmestyi aamu- ja iltapainoksina, mutta lopetti toimintansa vuonna 1900. Lehti alkoi ilmestyä uudelleen vuonna 1906 vain iltapäiväpainoksena. Vuonna 1914 yhdistyttyään kilpailijansa kanssa Dagens Press -lehdeksi siitä tuli aito iltapäivälehti, joka ajoi sosiaalisia asioita ja uudistuksia ruotsinkielisten keskuudessa. Seuraavina vuosikymmeninä Nya Pressen yhdistyi vuoroin muihin ruotsinkielisiin iltapäivälehtiin, kunnes palasi taas oman nimensä alle vuonna 1944. (Tommila 1998, 64, 108–109)



### **2.5.1 *Ilta-Sanomat hallitsi markkinoita***

Ilta-Sanomat ilmestyi ensimmäisen kerran iltapäivällä 29. helmikuuta 1932. Helsingin Sanomat oli tuolloin liian hidas raportoimaan äärioikeiston masinoiman vallankaappausyrityksen vaiheista tuoreeltaan, joten Eljas Erkko perusti Mäntsälän jymyutiselle oman lisälehdet. Alkutaipaleellaan satunnaisesti ilmestynyt lisälehti vakiintui kuusipäiväiseksi iltalehdeksi saman vuoden lokakuussa. (Kivioja 2004, 48–49) Lehti irtautui Helsingin Sanomista itsenäiseksi lehdeksi vuonna 1949, jolloin se muutti kokonsa tabloidiksi. (Tommila 1998, 269)

Ilta-Sanomat oli aina 80-luvulle saakka sisällöltään hyvin traditionaalinen uutislehti. Se painotti uutisaiheita mutta käsitteli viihdettä, urheilua ja rikosaiheita enemmän kuin päivälehdet. Vielä 70-luvun alussa Ilta-Sanomat oli tekstipainotteinen, lehden ulkoasu oli hyvin vanhanaikainen ja harmaa (Saari 2007, 59).

Ilta-Sanomien ulkoasua vuosina 1973 ja 1983 pro gradussaan vertaillut Marja-Riitta Hyvärinen (1985) havaitsi lehden ulkoasussa linjattomuutta 1970-luvulla. Lehdessä toteutettiin ns. sirkustaittoa, jossa sivulle asetelluilla jutuilla ei ollut merkittävää hierarkiaa. Hyvärinen toteaa myös, että: ”Iltalehden ilmestyminen markkinoille vuonna 1980 piristi ja elävöitti sitä (Ilta-Sanomia) ja lisäsi lukijoita.” Hän päätyi tähän päätelmään yksinkertaisen havainnoinnin perusteella: kaksi iltapäivälehteä näkyy paremmin kuin yksi. (Kuosmanen 1983, 68)

Ilta-Sanomien ulkoasu ei piristynyt kuitenkaan pelkästään Iltalehden tulon myötä. Jo 70-luvun puolivälissä aikakauslehdet ja iltapäivälehtimarkkinoilla yrittänyt Iltaset antoi uutta suuntaa populaarille iltapäivälehtikulttuurille Suomessa. Suomalaista aikakauslehdistöä ja niiden visuaalisuutta tutkinut Riitta Brusila on havainnut, että suomalaisten aikakauslehtien taitossa niin traditiot kuin muoti-ilmiöt näkyvät nopeasti. (Brusila 1997, 138) Kun iltapäivälehdet ovat niin kerronnassaan kuin ulkoasussaan matkineet aikakauslehtien tyyliä, niin nopeasti on päädytty hyvin samankaltaiseen ilmaisuun aikakauslehdistön kanssa.

### **2.5.2 *Iltaset avaa tietä***

Suomalaisen iltapäivälehtikulttuurin kehitystä valottaa Heikki Saaren kirja *Isku tajuntaan – eli Suomen iltapäivälehdistön lyhyt historia* (2007). Saaren kirja on harvoja yksityiskohtaisia teoksia suomalaisen iltapäivälehtikulttuurin myrskyisistä vaiheista, jonka varsinaiset loimet luotiin vasta 70-luvulla.

Iltä-Sanomien haastajaksi yritti vuoden 1972 joulukuussa ilmestymisen aloittanut oululainen Iltaset. Maalaisliittolaisen Liitto-kustantamon perustama lehti otti mallia vähän aikaa alalla yrittäneestä jyvaskyläläisestä Keski-Suomen Iltalehdestä. Lehden haaveena oli valtakunnallinen painos. Alueelliset iltapäivälehdet kuitenkin sinnittelivät markkinoilla vain vähän aikaa, sillä rahat ja rahkeet eivät riittäneet. Yhtyneet Kuvalehdet näki Iltasetissä kuitenkin mahdollisuuden perustaa valtakunnallinen kilpailija Iltä-Sanomille. Yhtyneet osti vain muutaman tuhannen levikin saavuttaneen lehden lokakuussa vuonna 1973. Iltaset alkoi ilmestyä valtakunnallisena 12. maaliskuuta 1974. (Saari 2007, 47–48, 58)

Iltaset oli alusta asti perustavanlaatuisissa vaikeuksissa. Yhtyneillä ei ollut omaa painotaloa, joten uutta iltapäivälehteä ryhdyttiin painamaan juuri lakkautetun Nya Pressin painossa, mikä lisäsi kustannuksia merkittävästi. Painon lisäksi jakelu tuotti ongelmia. Iltä-Sanomia levittänyt Rautakirja kieltäytyi jakamasta Iltasetia myyntipisteisiin. Päätoimittaja-toimitusjohtaja Kaj Bremer keksi ostattaa Iltasetille tusinan Pikku-Fiateja, joilla lehdet jaettiin. Länsi- ja Itä-Suomeen lehtiniput lennätettiin kahdella yksimoottorisella lentokoneella, joista toinen oli lehden omistama. Jakelutapa oli erittäin kallis, ja nopeasti oli selvää, ettei tällaisella jakelulla valloiteta suomalaisia iltapäivälehtimarkkinoita. (emt. 57–58)

Saaren mukaan Iltaset oli tuohon aikaan paljon iltapäivälehtimäisempi kuin Iltä-Sanomien. Otsikot olivat iskeviä, jutut lyhyitä, taitto selkeää ja kuvankäyttö rohkeaa. Esimerkki kohu-uutisen käsittelyssä lehdissä kertoo lehtien luonteiden eroista. Iltaset julkaisi äitinsä henkivieveriin pahoinpitelemän Kristian-pojan nimen ja kuvan, Iltä-Sanomissa juttu kerrottiin ilman kuvaa ja nimettömänä. Iltaset otti mallia myös aikakauslehdistä, etenkin Hymystä, joka oli tuon ajan jättimenestys. (emt. 58–59, 64)

Heikki Saaren mukaan Iltaset oli aidon populistinen, jutut olivat yhteiskuntakriittisiä, kun taas Iltä-Sanomia hän piti ”puudelina vallanpitäjien sylissä”. Iltasetin ensiaskeleet olivat rehellisiä, mutta tie nousi nopeasti pystyyn. Virallinen selitys lehden lopettamiselle löydettiin öljykriisistä, joka oli Yhtyneiden mukaan nostanut painatuskustannuksia liikaa. Suomen ensimmäinen ”todellinen” iltapäivälehti kuopattiin vain reilun vuoden ilmestymisen jälkeen 10. toukokuuta 1975. Sen levikiksi arvioitiin tuolloin noin 23 000 kappaletta. Lehden entinen päätoimittaja ja toimitusjohtaja Kaj Bremer on arvioinut, että lehden kuoleman syy oli ennen kaikkea taloudellinen: ”Rahat loppuivat ennen kuin kunnolla nähtiin, toimiiko Iltasetin konsepti.” (emt. 59, 62–63)

On kuvaavaa, että Ilta-Sanomien paikallaan junnannut levikki lähti nousuun juuri 1974, kun kilpailija yritti hetken aikaa samoilla markkinoilla. Ilta-Sanomien levikki oli tuolloin jo yli 80 000. Vuosikymmenen lopulla se oli jo 120 000. (Saari 2007, 77)

Loppuvaiheessa Iltasetiä yritettiin myydä myös Bonnierille, joka julkaisi menestyksekkääsi Ruotsin toista iltapäivälehteä, Expresseniä. Jos hanke olisi onnistunut, Heikki Saari uskoo, että Ilta-Sanomien rinnalla Suomen kauppohen lehtitelineissä ilmestyisi tänä päivänä Bonnierin kustantama Iltaset eikä Iltalehti. (emt. 65)

Iltasetin raunioille jäi kuitenkin kytemään ajatus toisesta iltapäivälehdestä. Iltasetista Uuteen Suomeen siirtyneet päätoimittajat Jorma K. Virtanen ja Veli-Antti Savolainen saivatkin 1970-luvulla uudessa sijoituspaikassaan tukea ja tilaa ajatukselle, että Suomeen mahtuisi edelleen toinen iltapäivälehti. Avukseen he palkkasivat uuden lehden ulkoasua suunnitelleen Matti Lukkarin. (emt. 68–69, 113)

### **2.5.3 Iltalehti astuu kehään**

Iltalehti perustettiin vuonna 1980 Uuden Suomen kolmanneksi painokseksi. Siitä toivottiin emälehtensä taloudellisen ahdinjon pelastajaa. Tuossa vaiheessa Suomeen oli muodostunut uusi markkinatalouteen ja kuluttamiseen perustuva keskiluokkainen kulttuuri, jossa iltapäivälehdet olivat tärkeitä toimijoita. (emt. 108–109).

Iltalehden ensimmäinen numero ilmestyi 1. lokakuuta 1980. Se oli ottanut suunnittelussaan mallia yhdysvaltalaisesta USA Today ja brittiläisestä Daily Mail -lehdistä. Tavoitteena oli värikkyys, räväkkyys ja taiton selkeä jaottelu. Iltasetin kaltaiseen railakkuuteen sisällössä ei kuitenkaan pyritty, sillä tekijät olivat oppineet, ettei brittityylinen bulevardilehti mene kaupaksi Suomessa. Iltapäiväpainoksessa Uuden Suomen sivuja vaihdettiin hieman kevyempiin viihde- ja urheilujuttuihin, joita tekivät Uuden Suomen toimittajat. (emt. 114–115, 118–119, 124)

Iltalehti aikoi aluksi Ilta-Sanomia vakavammaksi iltapäivälehdeksi, mutta suurempi Ilta-Sanomien tukki ”laadukkaammat” uutismarkkinat heti alkuunsa. Iltalehden oli pakko keventää tyyliään. Jälkeenpäin on arvioitu, että juuri tyylin keventäminen oli Iltalehden menestyksen salaisuus. Myös hyvin valmisteltu jakelu oli yksi tekijöistä, joka vakiinnutti Iltalehden Ilta-Sanomien rinnalle jo 80-luvun alkuvuosina. (emt. 120, 124)

Ilta-Sanomia oli pitkään tehty ilman pelkoa kilpailijasta, joten sen oli ryhdistäydyttävä välittömästi. Vuonna 1983 laaditussa sisäisessä muistiossa todettiin, että ”kilpaileva lehti koetaan teknisiltä ominaisuuksiltaan Ilta-Sanomia selvästi paremmaksi tuotteeksi”. Ilta-Sanomien oli omienkin mielestä liian sanomalehtimäinen ja tylsä. Se ryhtyi tavoittelemaan Iltalehden kaltaista aikakauslehtimäisempää otetta, joka merkitsi lisää väriä, kuvia ja ulkoasun räväkkyyttä. Jo tuolloin yli puolet iltapäivälehdistä myytiin ruokakaupassa, joten Sanomissakin huomattiin kohdentaa markkinointia ja juttuja eritoten perheen ruokaostokset tekeväälle naiselle. Ilta-Sanomien halusi pysyä ennen kaikkea uutislehtenä, mutta se ryhtyi selkeästi panostamaan viikonlopun viihteelliseen lukupakettiin. (Saari 2007, 153–154)

## **2.6 Suomalainen iltapäivälehtikulttuuri**

Tämän tutkielman aineisto alkaa vuodesta 1985. Tuossa vaiheessa jossain määrin pystyttiin jo puhumaan iltapäivälehtikulttuurista. Iltalehti oli perustettu Ilta-Sanomien kilpailijaksi viisi vuotta aiemmin, ja vuonna 1985 molemmat lehdet osoittivat merkittävää kasvupotentiaalia lukijakunnassaan. Iltapäivälehdet kiinnostivat. Vuonna 1984 iltapäivälehtien yhteislevikki oli jo kaksinkertainen siitä, mitä se oli Ilta-Sanomien hallitessa markkinoita vuonna 1980 (Tommila 1998, 301)

Saaren johtopäätös on, että iltapäiväkulttuuri syntyi Suomessa 1980-luvulla ennen kaikkea onnistuneen markkinoinnin ja jakelun ansiosta. Suomessa tehtiin määrätietoisesti molemmista lehdistä iltapäivälehtimäisempiä maailmalta opittujen mallien mukaan. Mallia otettiin lähinnä Ruotsista, sillä suoraviivaiseen skandaalijournalismiin ei konservatiivisessa ja yhdenmukaisessa Suomessa ollut varaa. (Saari 2007, 174–175)

Saaren mukaan iltapäivälehtien menestyksen ydin on ihmisten tirkistelynhalussa, jota molemmat ovat pystyneet menestyksekkäästi ruokkimaan. 90-luvulla Iltalehti tarkensi aiemmin ailahtellutta uutisotettaan vakavampaan suuntaan säilyttäen värikkyytensä, kun taas 2000-luvulla Ilta-Sanomien on lähentynyt Iltalehden viihteellistä linjaa. Suomalaisen iltapäivälehtikulttuurin kehityksessä näkyy, että kaupallisuus ja kilpailu tuottavat pikemminkin samankaltaista journalismia kuin erilaista ja monipuolista. (emt. 175–176)

Kuten jo totesin luvussa 1.2 uutisen ja lööppijournalismin suhdetta käsitellessäni, kilpailun on katsottu myös Ruotsissa ruokkineen kahden suuren iltapäivälehdien menestystä. (Resumé 40/2003, 39)

Vaikka Suomessa on tällä hetkellä kaksi uutisoinniltaan selkeästi muista päivälehdistä poikkeavaa iltapäivälehteä, Ilta-Sanomien ja Iltalehden ilmaisu ja aihevalinnat ovat nykyäänkin varsin kaukana brittiläisistä sensaatiolehdistä. The Sunin ja Daily Mirrorin kaltaisten lehtien aihepainotukset ovat pitkälti viihteessä sekä traagisia ja sensaatiomaisia piirteitä sisältävissä uutisissa. Suomalaiset iltapäivälehdet edustavat Colin Sparksin mukaan ns. vakavia populaareja (*serious popular press*) sanomalehtiä. Niiden sisällössä painotetaan kyllä viihdettä, urheiluja ja skandaaleja, mutta ne käsittelevät suhteellisen paljon edelleen samoja kovia uutisaiheita ja noudattavat samoja uutiskriteereitä kuin ns. elitistisemmät sanomalehdet. Näkyvä ero laatuun syntyy vakavien populaarien visuaalisuudesta, joka on vakavampia sanomalehtiä värikkäämpää ja monipuolisempaa. (Sparks 2000, 14–15)

Suomen lisäksi vakavia populaareja iltapäivälehtiä löytyy lähinnä Ruotsista, Tanskasta ja Norjasta. (Resumé 40/2003, 39). Tosin Norjassa ja Tanskassa ollaan jo paljon lähempänä brittityylisiä tabloideja, mikä tekee suomalaisesta ja ruotsalaisesta iltapäivälehdistöstä Sparksin luokitteleman lajityypin puhtaimman edustajan.

Suomessa vasta 20 viime vuoden aikana kehittynyt iltapäivälehtikulttuuri on vaikuttanut myös muiden tiedotusvälineiden visuaalisuuteen ja aihevalintoihin. Tämä on osa maailmanlaajuisista kehitystä, jota kutsutaan *tabloidisaatioksi*. Sillä tarkoitetaan populaarien aiheiden uimista myös ns. vakavien uutisvälineiden sisältöihin. Tabloidisaatiolla tarkoitetaan myös ilmaisun lyhentymistä ja visualisoitumista. (Sparks 2005, 3–4)

Vaikka tabloidisaatiolla tarkoitettiin alun perin tabloidlehtien tiiviin ja visuaalisen otteen leviämistä etenkin television ilmaisugalleriaan, koskee yleinen journalismin keventyminen myös suomalaista iltapäivälehtijournalismia. Tässä suhteessa voisi sanoa, että tabloidisaatio tapahtui Suomessa ensin Ilta-Sanomissa, josta tuli ns. aito viihdettä painottava iltapäivälehti vasta kilpailijan osoittaessa populaarimman suunnan suomalaiselle journalismille.

Iltalehdessä taas otettiin enemmän mallia aikakauslehdistä, joten suomalaisen tabloidisaation perustan voi katsoa alun perin olleen Hymyn, Avun ja Seuran -kaltaisissa viihdeaikakauslehdissä.

Niille tärkeitä aiheita ovat olleet erityisesti ihmiset. Kun iltapäivälehdet omaksuivat onnistuneesti aikakauslehtien ilmaisutavat, myös muut mediat huomasivat ihmislähtöisten juttujen vetävyyden. Uutisointi keveni, lyheni ja meni lähelle ihmisten arkea.

### 3 Lööppi tutkimuskohteena

Iltapäivälehtien lööpit ilmestyvät maanantaista lauantaihin kuusi kertaa viikossa. Pääosin niistä tehdään yksi painos, mutta erikoispainosten kohdalla lööppejä voidaan painaa useampia. Lööpeistä voidaan tehdä myös alueellisia versioita.

Vaikka kiinnostus iltapäivälehtien myyntijulisteita kohtaan on suurta, lööppejä on tutkittu viime vuosiin asti hyvin vähän. Syynä ovat olleet muun muassa niiden kertakäyttöisyys, julkinen arkistoimattomuus sekä arvostuksen vähyys. Lööppejä on ollut vaikea saada käsiinsä muualta kuin suoraan kioskien luukuilta tai lehtien omista arkistoista.

On mielenkiintoista havaita, että huolimatta herättämästään keskustelun määrästä, itse löoppi vanhenee nopeasti. Vanhojen uutisten mainostamisesta ei ole kenellekään hyötyä, joten se joutuu myyntipaikan roskakoriin heti käyttöpäivänsä jälkeen.

Suomessa painotuotteiden arkistointia säätelee laki, joka velvoittaa lehtiä luovuttamaan tuotteensa 6 kappaleena Kansalliskirjastoon, joka arkistoi tuotteet ympäri Suomea sijaitseviin velvoitekirjastoihin. Lööppejä ei kuitenkaan ole arkistoitu laajamittaisesti myöskään Suomen Kansalliskirjastoon, koska lööpit eivät kuulu vapaakappalelain mukaan luovutettaviin tuotteisiin. Niitä ei ole pidetty journalistisesti arvokkaana ja säilyttämisen arvoisena historiallisena aineistona.

Lööppien akateemisesta arvonnoususta kertoo kuitenkin se, että vuodesta 2002 suomalaisten lehtien lööppejä löytyy myös Kansallisarkistosta. Tuolloin Kansalliskirjasto teki suurimpien lehtien kanssa erillissopimukset lööppien luovuttamisesta arkistointikäyttöön vuoden 2003 alusta. Lehdet tekevät tämän edelleen vapaaehtoisesti, ilman lain velvoitetta. Nyt Helsingin Sanomat, Ilta-Sanomat, Iltalehti ja Aamulehti luovuttavat myyntijulisteensa Kansalliskirjastoon mikrokuvattavaksi yhdessä varsinaisten lehtien kanssa<sup>1</sup>.

Mielenkiintoista on, ettei itse lehdissäkään ole aiemmin ajateltu, että lööpit olisivat säilyttämisen arvoisia. Iltalehti aloitti lööppien systemaattisen arkistoinnin vasta vuonna 1995<sup>2</sup>. Tuota ennen

---

<sup>1</sup> Henkilökohtainen tiedonanto 23.1.2007, kirjastonhoitaja Laura Kärkkäinen, Kansalliskirjasto.

<sup>2</sup> Henkilökohtainen tiedonanto 11.1.2007, johdon assistentti Anne Laakso, Iltalehti.

ilmestyneitä lööppejä on lehden arkistossa satunnaisesti, mutta vuodelta 1985 kuitenkin muita vuosia enemmän, mistä syystä valitsin tämän vuoden mukaan tutkimukseeni.

Ilta-Sanomien lööppejä on arkistoitu Sanomain arkistoon jo vuosien ajan. Laajasta vesivahingosta johtuen lööppejä on arkistossa kuitenkin vain vuodesta 1985 lähtien<sup>1</sup>.

Kiinnostus lööppien arkistointiin myös Kansallisarkistoon kertoo lööpin tutkimuksellisen arvostuksen noususta. On huomattu, ettei lööppejä ole pelkästään kertakäyttötavaraa vaan se voi kertoa myös paljon ympäröivästä yhteiskunnasta ja sen arvostuksista. Muun muassa YTM Pasi Kivioja on valmistelemaan Tampereen yliopistossa yhteiskuntatieteiden tohtorintutkielmaa, joka käsittelee suomalaista skandaalia. Tässä tutkimuksessa iltapäivälehdistö on keskeisessä asemassa. Tutkimus on avautumassa iltapäivälehtijournalismille.

### 3.1 Uutinen vs. lööppijournalismi?

Niin arkisessa kuin julkisessakin keskustelussa lööpeistä on tullut synonyymi iltapäivä- tai viihteellisten viikkolehtien journalismille – lööppijournalismille.

Uutisten riippumattomuutta korostetaan yleisesti, kun taas iltapäivälehtien kohdalla uutisten totuudellisuus ja objektiivisuus kyseenalaistetaan päivittäin irtonumeromarkkinoilla. S. Elisabeth Bird on tiivistänyt populaarin median tehtävän seuraavasti:

*”The media play the role of storyteller or town crier, but the scandal gains its momentum from the audiences” (Bird 2003, 31)*

Yksi skandaalin *momentum* eli ratkaiseva hetki on silloin kun ihminen tekee päätöksen lehden ostamisesta. Kiviojan haastattelema Ilta-Sanomien levikkipäällikkö Björn Matsson sanoo, että tehdessään päätöstä lehden ostamisesta ihmisen havaintokyky on rajallinen. Merkittävin osa iltapäivälehdissä myydään marketeissa, joissa kauppaan tullessa nähty lööppejä ei pysy mielessä koko kierrosta, joten lopullinen päätös ostosta tehdään kassalla. Silloin ratkaisee lehden etusivu, ei niinkään se, mitä lööpissä on. Mattsonin mukaan parhaiten menestyy lehti, jossa on kova uutinen niin lööpissä kuin etusivulla. (Kilpi 2007, 189)

---

<sup>1</sup> Henkilökohtainen tiedonanto 8.1.2007, arkistonhoitaja Anni Karlsson, SanomaWsoy.



Lehdillä on aste-eroja siinä, kuinka he näitä uutisen puolia ilmaisussaan painottavat. Iltapäivälehtien odotetaan asettavan kiinnostavuuden etusijalle, kun taas ns. laatulehdet lähtevät liikkeelle siitä, onko uutisella yhteiskunnallista merkittävyyttä. Uutisen totuudellisuus on uutiskriteerien arvo kun taas kiinnostavuudella pyritään taloudelliseen menestykseen.

Lööpissä totuus ja myyvyys käyvät usein painiottelua. Ruotsalalaiseen markkinoinnin ammattilehteen haastatellut paikalliset lööpintekijät painottavat molempia. Expressen-lehden ex-myyntijohtaja ja levikkianalyytikko Joakim Glaesson kuvailee hyvää lööppiä seuraavasti:

*”Löpsedeln är första hand en journalistisk värdering. Men kriterierna för en bra nyhet är samma som kriterierna för en säljande löpsedel.”* (Resumé 40/2004, 40)

Aftonbladetin uutispäällikön ja lööpintekijän Sigur Glansin mukaan lööppi käy joka päivä taistelua kaupallisuuden ja humanismin välillä. Hän myöntää, että kaupallinen kilpailu Ruotsissa on aiheuttanut myös myyntijulisteissa ylilyöntejä. Ruotsissa Aftonbladet ja Expressen ovat kasvattaneet levikkejään rintarinnan Expressenin ilmestyttyä katukuvaan vuonna 1944. Glansin mukaan lööpit joutuvat kokeilemaan rajojaan ylipäänsä lisääntyneen mediakilpailun takia. Iltapäivälehdet eivät kilpaile pelkästään toisiaan vastaan, vaan dramaattisen uutiskerronnan hallitsevia haastajia on mediakentällä yhä enemmän. (Resumé 40/2004, 39)

Jane Seaton näkee paljon yhteistä ns. matalalla ja korkealla journalismilla. Molemmat kokevat olevansa moraalisesti oikeutettuja taistella vääryyttä vastaan. Samoin ne yrittävät paljastaa yleisestä moraalikäsityksestä poikkeavia ilmiöitä. Seaton pitää perinteisen journalismin, päivälehtien ja julkisen palvelun tiedotusvälineiden moraalista asennetta yleensä holhoavana. Tabloideilla on taas tapana nostaa jalustoiltaan sellaisia hahmoja, jotka ovat olleet muiden tiedotusvälineiden julkisuuteen nostamia. (Seaton 2005, 32)

Lööpillä on tärkeä tehtävä skandaalin rakentamisessa. Birdin mukaan hyvän skandaaliuutisen viehätys on, ettei se ole suljettu ja aukoton, kuten perinteinen kova uutinen. Skandaalin syntymekanismiin liittyy ihmisten halu spekuloida ja täyttää tarinan aukkoja arkikeskustelussa ja nauttia tarinan seuraamisen aiheuttamista tunnekuohuista. (Bird 2003, 39)

Markku Koski (1999) nimittää iltapäivälehtiä ”demokratian katukoiriksi”. Hän muokkaa vanhaa journalismin määrittä demokration rakkikoiruudesta ja vie sitä lähemmäksi suomalaista arkipäivän

totuutta. Brittitabloidien kaltaista revittelyä Suomessa ei ole, eivätkä pääkirjoitukset iltapäivälehdissä Kosken mielestä poikkea kovin paljon päivälehtien vastaavista. On kuitenkin kiistatonta, että Ilta-Sanomien ja Iltalehden journalismin näkökulma samoihin asioihin on kepeämpää ja räväkämpää. Hän kirjoittaa: ”valtaapitävät ovat iltapäivälehdistä herkullisempia puruluita kuin varovaisemmalle aamulehdistölle.” (Koski 1999, 58–59)

Ei ole ihme, että väkivallanteot nousevat yleisesti lööppienkin aiheiksi, sillä ne ovat aina kuuluneet sanomalehtien uutisarsenaaliin. Ruotsalaisen Expressen-lehden toimituspäällikön Jimmy Fredriksonin mukaan lehdellä on kuusi periaatetta (Frigyes 2005, 99), jotka määrittelevät uutisen lööppikelpoisuuden:

1. Juuri tapahtunut
2. Maantieteellisesti lähellä
3. Koskettava
4. Odottamaton
5. Selkeä
6. Uskottava

Uutistytön perusoppaita lukeneista lista kuulostaa tutulta. Uutisen määritelmä lähes missä tahansa journalismin perusteoksessa on Expressenin listan kanssa lähes identtiset. Näin esimerkiksi Suhola et al. (2005, 30) listaavat uutiskriteerinsä:

1. Ajankohtaisuus
2. Paikallisuus
3. Laajuus
4. Merkittävyys
5. Voimakkuus
6. Harvinaisuus

Suhola et al. myös toteavat, että uutisen dramaattiset elementit lisäävät niiden julkaisemista. He kertovat esimerkin 60-luvulta, jolloin journalismin oppikirjat jopa kehoittivat etsimään uutisaiheita, ”joihin sisältyi taistelua ja rakkautta, henkilöintiä, kielteisiä tai epätavallisia ilmiöitä sekä eliittivaltioita ja -henkilöitä.” (Suhola et al. 2005, 31)

Uuden tiedon kertomisen lisäksi lööppi haluaa herättää tunteita. Supermarket-tabloideja ja niiden yleisöjä tutkinut Bird on todennut, että tabloidlehdet vahvistavat olemassa olevia pelkoja ja stereotyyppioita toistamalla niitä kerronnassaan. Tällä tavoin tabloidit toimivat kuin kansantarinat ja sadut, ne lisäävät koheesiota ryhmien sisällä ja luovat uhkakuvia ryhmän ulkopuolisesta maailmasta. (Bird 1992, 163)

*”The conversations that viewers and readers have about news stories serve to bind people together, and give them common topics of conversation in a world in which common ties are getting fewer and fewer.” (Bird 2003, 48)*

Skandaalia ei ole ilman yleisöä. Vaikka kuohuttavan uutisen juuret on usein luotu mediassa, tapahtumasta tulee todellinen kohu-uutinen vasta kun ihmiset kertomuksillaan ja keskusteluillaan laittavat vettä tarinan myllyihin. Tästä on Birdin mukaan kyse juttujen melodramaattisuuden korostamisessa: tarinaa ei kerrota, jos siinä ei ole tarinankertomiseen otolliset lähtökohdat. Ihmiset kiinnostuvat tarinasta juorun lailla, kun moraalista koodia on rikottu ja tarina antaa mahdollisuudet spekulatiolle. (Bird 2003, 48)

*”Scandal sells newspapers and tabloids, keeps people in front of their televisions, and provides endless opportunities for conversation.” (Bird 2003, 21)*

Kahvipöytäkeskusteluihin noussut aihe on kenties merkki siitä, että ihmiset kokevat aiheen läheiseksi ja tärkeäksi. Uutiset, jotka ryhtyvät “elämään omaa elämäänsä”, ovat usein dramaattisia ja henkilökohtaisia. Bird (2003, 23) on osoittanut, että kovastakin uutisesta jää mieleen parhaiten osio, jossa asiaa käsitellään yksittäisen henkilön kautta (*personalization*).

Henkilölähtöisyys on yksi niistä piirteistä, jotka määrittävät erityisesti iltapäivälehtimäistä uutisointia. (mm. Sparks 1992, 40, Gripsrud 2000, 297). Nykyään uutisen *persoonallistaminen* on tavallista kaikissa medioissa. Uutisen kärkeen etsitään vastausta siihen, mitä kyseinen asia tarkoittaa ”tavallisen kaduntallaajan näkökulmasta” ja uutisen kainaloon etsitään ”oikea ihminen”. Suurin osa iltapäivälehtien väkivaltautisiin liitetystä kuvista ei ole uutiskuvia sanan perinteisessä mielessä. Lööpin otsikot kuvitetaan kasvoilla ja jutut kertovat asioista yksityisen näkökulmasta ja uutiset henkilöidään myös kuvien kautta.

Ihmisille jäävät mieleen myös tarinat, joissa on kronologia, selkeä rakenne, moraalinen ote ja värikäs kuvitus. Perinteisellä pyramidimallilla – kuka, mitä, missä – tehdyt uutiset muistetaan heikoiten. (Bird 2003, 23)

Iltapäivälehden näkökulmasta ehkä tärkein syy, miksi ihmiset haluavat lukea ns. ihmislähtöisiä *human interest* -tarinoita, on niiden samaistumispotentialissa. Ne vetoavat yksityisiin tunteisiin ja saavat ihmiset ajattelemaan: ”Tämä voi tapahtua minulle”. (Bird 2003, 46)

Kun samaistuminen on tärkeä iltapäivälehden uutisen elementti, myös sen ääripää, etäännyttäminen (*distancing*) on sitä. Tällainen efekti on Birdin (2003) mukaan erityisesti melodraaman kaavan mukaan rakentuvilla jutuilla, jotka saavat huudahtamaan ”Ei voi olla totta!”. Tällaisia tarinatyyppejä ovat usein urbaanit legendat mutta myös julkisuuden henkilöiden ympärille rakennetut skandaalit. Uskomattomiin tilanteisiin joutuneista julkkiksista tulee kerta kerralta vähemmän inhimillisiä olentoja, niistä tulee osa draamaa, jota esitetään lehtien sivuilla. Kuuluisat henkilöt ovat tuotteita, joista tulee kuluttajien omaisuutta esiintymisensä kautta. Ihmiset tuntevat olevansa oikeutettuja spekuloidaan julkisuuden henkilöiden elämien pienimmillään yksityiskohdilla, koska julkkis on itse asettanut elämänsä julkisuuden estradille. Julkkisuuden henkilöiden tekemisten kautta reflektoidaan moraalialia ja oman elämän valintoja. Julkkiksista tulee oman itsensä karikatyyrejä, jotka elävät omaa elämäänsä ilman kosketusta todelliseen maailmaan. (Bird 2003, 46–47)

Lööpin melodraaman roolijaossa narrin rooli annetaan yleensä juuri julkisuuden hahmolle. Lööpissä pyritään mennä populaaristi mahdollisimman lähelle asioita, jotka koskettavat lukijoita. Tällaisiin asioihin liittyvät myös pelot ja turvattomuuden tunne, joihin lööpeissä yleisesti vedotaan.

### **3.2 Mainos vai tiedonvälitystä?**

Lööpin luonnetta ihmisen mielenkiinnon herättäjänä kuvailee Ilta-Sanomien entinen markkinointipäällikkö Kimmo Roos: ”Iltapäivälehti on sellainen, että siinä voi olla jotakin uskomatonta. Tapahtumia, joista ei olisi voinut uskoa, että ne voivat sattua. Ihminen täydentää itse loput, ja silloin se on onnistunutta mainontaa.” (Saari 2007, 162)

Myyntijulisteen seinälehtimäinen luonne, sen visuaaliset valinnat ja laaja näkyvyys ovat tehneet niistä entistä tärkeämmän osan julkisia tilojamme ja sitä kautta myös osan julkista keskustelua. Raja

mainokseen kuitenkin häilyy edelleen, varsinkin kun lööpin ilmaisu on entisestään visualisoitunut.

Ulkoasultaan lööppi voidaan määritellä kuvajulisteeeksi, koska se lähestyy ilmaisultaan pikemminkin graafista mainosjulistetta kuin sanomalehteä. Se sisältää näyttäviä kuvia, yksinkertaisia otsikkoja ja iskusanoja. Se on pelkistetty versio iltapäivälehden etusivusta, mikä tekee siitä lehden etusivun ja puhtaan mainosjulisteen hybridin.

Lööpit ovat toimituksellista aineistoa, mutta niiden tarkoitus on myydä lehti. Lööpin periaatteet yhdistää myyvyys ja journalismi tuntuvat ristiriitaisilta. Myös lehtien tekijät ovat todenneet, ettei lööpissä ole lehden tärkeimmät, vaan myyvimmat uutiset. Syrjälän (2007b, 78) haastattelemat iltapäivälehtien toimittajien mukaan lööpit eivät aina anna oikeaa kuvaa lehden sisällöstä, ja sitä pidettiin ennen kaikkea lehden myyntivälineenä. Lööpin perustella lehden pitäisi olla sensaatiohakisempi kuin se todellisuudessa on.

Ruotsissa linjanvetoa lööpin mainosmaisuuuden ja journalistisuuden välillä on käyty pitkään. Paikallinen lehtiasiamies, *allmänhetens pressombudsman*, yritti soveltaa iltapäivälehden myyntijulisteeseen markkinaoikeuslakeja jo vuonna 1975, mutta Korkein oikeus oli toista mieltä (Frigyes 2004, 12). Näin siis edelleen myös Ruotsissa lööpit kuuluvat journalistisen itsesääntelyn piiriin.

Suomessakin lööppejä pidetään edelleen painovapauslain piiriin kuuluvina toimituksellisina myyntijulisteina. Toisaalta tämäkään ei estänyt mainonnan eettistä neuvostoa puuttumasta iltapäivälehtien otsikoihin (Ks. luku 1.1).

Myös julkisessa keskustelussa on pohdittu lööpin tarkoitusta ja sen rajankäyntiä mainosmarkkinoinnin kanssa. Lehdet pitävät edelleen tiukasti kiinni siitä, että lööpit ovat nimenomaan journalistisia tuotoksia. Ilta-Sanomissa lööppi on tehty aina toimituksessa, ei esimerkiksi markkinointiosastolla tai mainostoimistossa. Tällä on toimituspäällikkö Erik Rissasen mukaan haluttu korostaa lööpin journalistisuutta. (Sanomia 4/2006, 33)

Lööpin luonteesta käyty keskustelu kertoo jo itsessään paljon ajastamme, jossa on harvoin pysyviä ja tarkkaan rajattuja mediatuotteita. Mainosten ja elokuvan keinot ovat jo pitkään olleet osa joukkoviestimien ilmaisua.

Lööpillä tavoitellaan ennen kaikkea satunnaista ostajaa, sillä iltapäivälehdillä on suuri joukko sellaisia kuluttajia, jotka ostavat lehden joka tapauksessa, lööpin otsikoista huolimatta. Suurin osa iltapäivälehdien ostopäätöksistä tehdään vasta kassalla, joten lööpin ja kannen nostojen merkitys on suuri. Parhaimmillaan jopa 50 prosenttia ostopäätöksistä tehdään lööpin tai kannen perusteella. Normaalitasolla niiden vaikutus on 10–20-prosentin luokkaa. Ilta-Sanomissa pidetään etusivua tärkeämpänä myynnin kannalta, Iltalehdessä arvio on, että molemmilla on yhtä suuri vaikutus ostopäätökseen. (Kivioja 2004, 101–103)

### 3.3 Kuva ja lööppitutkimus

Pasi Kivioja (2004) ja Pauliina Leinonen (2006) tekivät ensimmäiset todelliset avaukset lööppiin pro gradu -tutkielmissaan. Kiviojan pro gradu iltapäivälehtien myyvyydestä otti lööpit ensimmäisenä varsinaiseksi tutkimuskohteeksi. Hänen tutkielmansa keskiössä oli lööppien ja etusivujen myyntipotentiali, kuvat olivat vain osa uutisen kokonaisuutta. Kiviojan gradun mukaan lööpin ja etusivun kuvankäyttö on varsin yhteneväistä. Mitä suurempi uutinen, sitä varmemmin siihen liittyy kuva. Näin on etenkin lööpissä, johon pääaiheeksi valitaan usein lehden tärkein uutinen. (Kivioja 2004, 69)

Lööpin pääuutiseen liittyi Kiviojan tutkimuksen mukaan 92-prosenttisesti kuva. Etusivun pääuutisista kahdessa kolmesta oli kuva. Etusivun ja lööpin kuvissa oli ylivoimaisesti eniten henkilökuvia, 62 prosenttia lööpin kaikista kuvista. Kiviojan *aihekuviksi*<sup>1</sup> määrittelemiä kuvia oli lööpissä taas hyvin vähän; 7 prosenttia kaikista kuvista. Lopuissa otsikoista ei ollut kuvaa ollenkaan. (emt.)

Kiviojan kuvaerittelyn perusteella voi todeta, että mitä suurempi uutinen on, sitä varmemmin sitä pyritään myymään myös kuvan avulla. Kiviojan mukaan kuvan rooli oli erityisen tärkeä lehden kannessa, ei niinkään lööpissä. Lööppi täyttää tehtävänsä lehden mainoksena pelkästään suurten fonttien ja iskevän otsikoinnin voimalla, ei kuviensa välityksellä. Sikäli tämä on ristiriitaista, sillä Kiviojan tutkimuksen mukaan lähes kaikissa lööpin pääuutisissa oli kuva. Kivioja antaa kuvitukselle kuitenkin arvoa tietyissä tapauksissa: Kuvat ovat Kiviojan erittelyn mukaan yksi

---

<sup>1</sup> Kivioja (2004) eritteli lööpin ja kannen kuvista vain henkilökuvia, aihekuva ja ei kuvaa -luokat. Tutkimuksessa aihekuva tarkoittaa siis kuvaa, joka liittyy uutisaiheeseen mutta ei esitä ketään henkilöä. Kivioja ei tarkemmin erittele kuvaryhmittelyään.

lehden myyntiä lisäävä voima erityisesti silloin, kun lehden lööpissä tai kannessa on esillä kuva, jota ei ole missään muussa tiedotusvälineessä. (Kivioja 2004, 69, 103)

Kivioja havaitsi myös, että juttuja tehdään pelkästään myös tehokkaan kuvan pohjalle. Jutun lähtökohta on kuvan visuaalisessa ja sisällöllisessä voimassa, ja teksti muotoillaan kuvan oheen vasta sen jälkeen. Kivioja painotti myös kuvan totuudellisuusarvoa: kuva rikospaikan tiiliseinästä on aina enemmän kuin ei kuvaa ollenkaan. (emt. 118)

Iltapäivälehdet ja niiden etusivut sen sijaan ovat antaneet aihetta hyvinkin monitieteelliseen tarkasteluun: Ilkka Olander (2006) tutki iltapäivälehtien henkilöivää retoriikkaa ja Hanna Syrjälä (2007a) taas iltapäivälehtien journalistien omakuvaa ja ihanteita.

Syrjälä oli myös tutkijana, kun Tampereen Journalismin tutkimusyksikkö teki tutkimuksen iltapäivälehtien lööpeissä esiintyvistä väkivallasta. Tutkimuksen tulokset vahvistivat, mitä oli uumoiltu. Väkivaltaa tai sen uhkaa käsittelevät otsikot olivat kaksinkertaistuneet lööpissä 90-luvun puolivälistä vuoteen 2005–2006. Syrjälä huomauttaa, että suhteellisesti määrä ei ole noussut merkittävästi sillä samaan aikaan kaikkien otsikoiden määrä on kasvanut. Syrjälä löysi otsikoiden ilmaisutavoissa kuitenkin laadullisia eroja. Väkivallanteon yksityiskohtaiset kuvaukset ovat vähentyneet, mutta tunteisiin vetoavat otsikot lisääntyneet. Mitä lähemmäs nykyhetkeä tullaan, väkivallan teot liitettiin otsikoissa yhä enemmän uhrien ja omaisten arkeen. (Syrjälä 2007b, 64–65)

Ruotsissa lööppien tutkimus on Suomen tavoin ollut vähäistä. Vuonna 2005 ilmestyi Ulrik Volgstenin tutkimus ruotsalaisten lööppien persoonapronominien käytöstä (Leinonen 2006, 17). Samana vuonna ilmestyi Paul Frigyesin ruotsalainen lööppikirja, joka erittelee lööppejä ajan hengen ilmentymänä yli sadan vuoden aikajanalla. Ruotsissa lööppejä julkaisevat lähes kaikki päivälehdet, joten ne ovat lukuisampi ja näkyvämpi ilmiö kuin Suomessa. Siksi onkin suoranaainen ihme, etteivät lööpit ole innostaneet akateemista tutkimusta myöskään länsinaapurissa.

Lööppien kuvat olivat osaltaan tarkastelun kohteena Pauliina Leinosen (2006) pro gradussa, joka tutki yhteiskunnallisia arvotuksia iltapäivälehtien lööpissä. Leinosen mukaan lukijaan vetoavat parhaiten lööpit, joita ei voi konkretisoida paikkaan tai henkilöön. Näin kuvat vahvistavat lööppien antamaa kuvaa yhteiskunnasta pelon ja epävarmuuden tyysijana. Leinonen tulkitsi kuvia semioottisen analyysin avulla, joten hänen työnsä tulee lähelle omaani. Tosin Leinosen analyysi oli suppea niin kuvien sisällönanalyysin kuin aineiston ajallisen vertailtavuuden tasolla. Kuvien

semioottinen erittely jää Leinosen pro gradussa eriteltyjen uutisten ja niiden välittämien arvojen yksittäisiksi analyyseiksi.

Iltapäivälehtien akateemisesti tutkituin osa on edelleen etusivu ja metodina on ollut otsikkoaiheiden ja kuvien määrällinen erittely ja analysointi. Näin on esimerkiksi Juha Herkmanin (2005, 158–159) väitöstutkimuksessa, joka selvitti vuosien 1996–2001 välistä televisiouutisointia iltapäivälehdissämme. Herkmanin erikseen kuvista tekemä erittely osoittaa, että televisiota käsitellyt kuva-aineisto kaksinkertaistui lehden etusivulla tutkimuskaudella.

Kivivuori et al. (2002) tutkivat iltapäivälehtien etusivujen väkivaltautisointia vuosina 1980–2000. Tutkimuskohteena olivat etusivun kuvat. Tutkimusryhmä oletti kuvien lisäävän väkivaltautisten pelkovaikutuksia olennaisesti. Prosentuaalisesti tarkasteltuna kuvaerittelyn tulokset olivat epälineaarisia: vuonna 1980 kuvitettiin 28 prosenttia väkivaltajutuista, vuosina 1988 ja 1993 kuvitus oli lähes viidenneksessä etusivun väkivaltaotsikoista, kun vuonna 1997 kuvitettiin jo lähes kolmannes väkivaltaotsikosta. Eniten kuvitettuja väkivaltaotsikoita etusivulla oli vuonna 2000, jolloin 42 prosentissa väkivaltajutuista oli kuva. (Kivivuori et al. 2002, 52)

Absoluuttinen lukumäärä kuvaa Kivivuoren et al. mielestä paremmin kuvien esiintymistä lehtien etusivuilla: väkivaltaotsikoiden määrä on lisääntynyt, mikä on lisännyt kuvien volyymin etusivulla nelin–viisinkertaiseksi. Väkivallan henkilöiminen eli uhrien ja epäiltyjen valokuvan tai piirroksen esittäminen etusivulla on lisääntynyt vuoden 1993 jälkeen. Uhrien kuvien esittäminen väkivaltajutun osana on korostunut. Tämä taas lisää etusivuilla esitettyjen tapausten pelkovaikutusta, jossa kuvien herättämät reaktiot ovat olennaisia. Kivivuoren et al. mukaan väkivallan esittäminen kuvin on lisääntynyt, kun yhteiskunnan todellinen väkivalta on pystynyt suurin piirtein samalla tasolla. (Kivivuori et al. 2002, 53–54).

Koska edellä mainitussa tutkimuksessa keskityttiin vain etusivun kuviin, tarkkoja vertailuja omaan aineistooni ei voi tehdä. On muistettava, että lööpit poikkeavat etusivujen ilmaisusta aiheiden määrässä ja kuvien koossa. Visuaalisuus on lisääntynyt etusivulla näkyvämmän kuin lööpissä. Viime aikoina ne ovat tosin lähentyneet toisiaan aiheiden runsaudessa ja visuaalisuudessa etusivuja etenkin viikonloppuisin. Kivivuoren et al. tuloksista syntyy kuitenkin ajallisesti mielenkiintoinen vertailukohta, sillä oma aineistoni sisältää tuloksia 2006 loppuun saakka. Tutkimukseni määrällisellä osiolla voi siis täydentää Kivivuoren et al. tutkimuksen tuloksia, kun lähtökohtana on etusivun ja lööpin visualisoinnin vertailu.



Laadullinen analyysini kuvien käytöstä ja niiden sisällöstä voi laajentaa käsitystä kuvien sisällöstä ja niiden ilmaisullisesta käytöstä iltapäivälehdessä. Kuvien sisällön erilaiset merkitystasot Kivivuori et al. jättivät tarkastelematta omassa empiirisessä tutkimuksessaan. Tutkimuksessa ei myöskään eritelty kuvajournalismin kehittymiseen tai painotekniikkaan liittyviä seikkoja, jotka ovat olennaisesti vaikuttaneet viime vuosina esimerkiksi kuvien saatavuuteen toimituksissa.

Tutkielmani aihepiiriä lähelle – mutta ajallisesti kovin kauas – tulee Pertti Hemánuksen vuonna 1966 valmistunut väitöskirja, jossa hän eritteli määrällisesti ja laadullisesti Helsingin sanomalehtien rikosuutisointia vuonna 1961. Tutkimusaineistoon kuului kaksi iltapäivälehteä: Ilta-Sanomat ja ruotsinkielinen Nya Press. Hemánus on sisällyttänyt tutkimukseensa suhteellisen laajan selvityksen kuvankäytöstä rikosuutisten ohessa. Hemánuksella on väitöksessään myös laaja case-tutkimusosuus, jossa hän selvitti suomalaisen rikosuutisoinnin traditiota. (Hemánus 1966)

Hemánuksen havainnoista kuvien kohdalla tärkein on, että ne ovat erityisen arvokkaita kilpailtaessa uutisvoitoista suurissa sensaatiotapauksissa kuin tavallisessa rikosuutisessa. Kuviin myös panostettiin sensaatioissa enemmän kuin muulloin muun muassa lähettämässä omia kuvaajia tapahtumapaikoille. Hemánus muun muassa havaitsi, että esimerkiksi aikansa suursensaatiota Tulilahden murhaa kuvitettiin eniten murhaajan etsintä- ja käräjävaiheessa. (emt. 179–180, 191)

Kuten totesin aiemmin, lööppejä on tutkittu Suomessa vain nimeksi ja niiden kuvia tuskin lainkaan. Ylipäänsä iltapäivälehtien kuvitus on paitsiossa niin kuvatutkimuksessa kuin suomalaisia kuvajournalismin palkintoja jaettaessa. Myös iltapäivälehtien kuvien kohdalla voidaan puhua yleisestä arvostuksen puutteesta, joten se voi vaikuttaa myös tutkimuksen vähyyteen. Merkittävän avauksen kuvajournalismin käsitteen laajentamisesta tekee Suomen Valokuvataiteen museo tämän tutkimuksen valmistumisen aikaan esillä olevassa näyttelyssä ”Lehtikuvan saaliit ja saalistajat” (25.01.–18.05.2008).

Näyttelyn kuraattori Hannu Vanhanen huomauttaa, että paparazit ja julkkiskuvaajat ovat jääneet valokuvan historian varjoon. Siksi heidän työnsä ansaitsee tulla esille myös virallisessa näyttelyssä, eikä vain viihdelehtien sivuilla. (Valokuvataiteen museon kausijulkaisu 01/08)

Voin käyttää lööppitutkimuksessani hyväksi muutamaa iltapäivälehtien kuvia sivunnutta tutkimusta. Yksi tunnetuimpia suomalaisia tarkasteluja tällä alueella on Janne Seppäsen analyysi

Ilta-Sanomien Myyrmanni-kuvituksesta (2003). Seppänen tutki Ilta-Sanomien juttukokonaisuutta Myyrmannin räjähdyksestä ja sen tekijästä Petri Gerdtistä. Seppäsen havainnot esimerkiksi passikuvien ja luokkakuvien käytöstä traagisen tapahtuman henkilöimisessä ovat hedelmällisiä myös oman työni kannalta, vaikka Seppäsen tutkimus ei liittynytäkään varsinaisesti lööpin kuvaan. Käsittelen Seppäsen analyysiä tarkemmin luvussa 3.7, jossa erittelen lööpin melodramaattista luonnetta.

Seppäsen lähtökohta on hedelmällinen myös siksi, että hänelle lehtikuva ei ole yksittäinen, muista sivun osasista irtonainen yksikkö, vaan se käy vuoropuhelua muiden sivulle asetettujen elementtien kanssa. Lisäksi Seppänen huomioi vahvasti kaikkien lehden tekoon osallistuvien panoksen merkitysten syntyyn – lopputulokseen vaikuttaa paitsi kuvaaja, myös taittaja ja uutispäälliköt.

Ruotsissa iltapäivälehtien kuvajournalismia on tutkinut ainakin Karin Becker (1992). Vaikka Beckerin tutkimus keskittyi lehden kannen ja sisäsivujen kuvankäyttöön, on hänen tutkimusotteensa käyttökelpoinen myös omassa tutkielmassani, sillä lööpeissä käytetään samoja kuvia kuin lehden sisäsivulla. Varsinkin väkivaltauutisten tapauksessa näin tehdään usein, sillä harvoin kuohuttavista ja nopeista tilanteista on tarjolla useita kuvia.

### **3.4 Lööpin ulkoasu**

Lööpin tekemisessä periaatteeksi on usein mainittu se, että kioskin seinällä tai kadun varressa olevan lööpin viestin pitäisi olla luettavissa ohikulkevan bussin ikkunasta. Sitä on melkein pakko katsoa. Lööpillä on mainoksen tehtävä toimia väylänä juttuun ja journalistinen tehtävä kertoa tapahtuneesta. Journalismin tarkoitus on välittää tietoa, kommunikoida viestimen ja vastaanottajan välillä ja sitä kautta pyrkiä ymmärtämisen edistämiseen. Mainoksen tehtävä on myydä.

Iltapäivälehtien lööppien taittoa voisi kuvata Brusilan sanoin *markkinatorimaiseksi*. Sivun taitollinen tiheys on suuri, se sisältää väripohjia, tekstiä, värikuvia ja väripohjallisia ja -pohjattomia otsikoita sekä lyhyitä iskulauseita. Täyteen pakatun tilan on oletettu antavan myös illuusion runsaudesta. Brusila puhuu myös taiton tiheydestä: mitä populaarimpi lehti, sitä tiheämpi taitto. Brusilan mukaan taittotiheyden ääripää on 7 päivää -lehti, jossa elementtejä taitetaan runsaasti myös päällekkäin. (Brusila 1997, 139–140)

Lööpissä ei ole kovin paljon päällekkäin meneviä elementtejä, mutta tiheä taitto kertoo kuitenkin iltapäivälehdien populaarista luonteesta. Myynnin edistämiseen tarkoitetulla lööpillä halutaankin tavoitella mahdollisimman runsasta vaikutelmaa.

Lehdet alkoivat 80-luvulla ahnaasti kertoa jo lööpissään, jos lehti sisälsi erityistä kuva-aineistoa. ”Kuvaextra”, ”Kuvat yksinoikeudella” tai ”Katso upeat kuvat” -lätkät ovat visuaalista materiaaliaan painottavan tabloidin tavallisia elementtejä.

Brusilan mukaan tiheätaittoisten sivujen kuvilla on vaarana olla sisällöllisesti tyhjiä. Mitä enemmän elementtejä kuvan ympärillä on, sitä nopeammin kuvien sisältö tyhjenee. (Brusila 1997, 140) Tämä on vaarana myös lööpissä, jossa lööppien kuvat ovat sisällöllisesti varsin mitäänsanomattomia. Kuvan voima syntyy asiayhteydestä ja tekstistä sen ympärillä.

Päinvastaisia esimerkkejäkin on. Kun tarjolla on sisällöllisesti todella vahva kuva, sen ympärille ei pyritä lööpin taitossa asettamaan mitään muuta. Tässä lööppi lähenee taitollisesti elitististen aikakauslehtien ulkoasua – kun kuvan ympärille jätetään tilaa, sen sisältö vahvistuu. Brusila puhuu myös ns. *hitaasti tyhjenevistä* kuvista. Niitä tarvitaan sivua kohden vähemmän kuin *nopeasti tyhjeneviä*, sisällöllisesti heikkoja kuvia. ”Yksi monia merkityksiä tuottava kuva pitää lukijan otteessaan vähintään yhtä hyvin kuin monta nopeasti tyhjenevää.” (Brusila 1997, 139–140)

Vanhasen mielestä iltapäivälehdissä kuvien määrä ja koko korvaavat kuvan laadun ja sisällön. Tällä hän ei kuitenkaan viittaa varsinaisiin dokumentaarisiin uutiskuviin vaan suuriin kasvokuviin, joita käytetään kuvituksena erityisesti väkivaltautisten yhteydessä. (Vanhanen 1994, 10)

Iltapäivälehdet suosivat kuvakollaaseja, syväyksiä ja kuvayhdistelmiä. Rakennetun kuvan, eli komposiittikuvan, tekniikat tulivat tutuksi jo valokuvan ensimmäisinä vuosikymmeninä (Saraste 1980, 82).

Brusilan mukaan syvääminen tuottaa kuvaan fiktiivisiä piirteitä. Se irrottaa aiheen alkuperäisestä yhteydestään ja tuo kuvan pikemminkin osaksi sivun *manipulatiivista maailmaa*, jossa kuvat ovat osa taitollista kollaasia. Syvätyllä kuvalla voidaan tavoitella kolmiulotteisuuden illuusiota sivutaiton tasolla. (Brusila 1997, 140)

Leif Nylén analysoi Ilta-Sanomien mainosjulistetta Valokuva-lehdessä 1971. Hän kuvailee tuolloin katumainoksena, ei varsinaisena lööppinä ilmestynyttä julistetta seuraavasti:

*”Kuva on sijoitettu niin, että se pääasiassa nähdään liikennevälineitä odoteltaessa, siis esim. töistä kotiin palatessa. -- Huomio ei ole kuvaan keskitetty vaan pääasiassa kiinnitetään huomio odotettuun bussiin, muihin ihmisiin jne. Vasta odotuksen käydessä pitkälliseksi siirrytään tarkkailemaan mainosta. Se on siis vilkaisukuva. Siksi sen on oltava yksinkertainen ja selkeä. -- Kuvan tarkoituksena on johtaa katsoja suoraan toimintaan: ostamaan lehti.”* (Saraste 1980, 189)

Edellä kuvattu tilanne on tuttu myös tänä päivänä. Jo lööpin alkuaikoina 70-luvulla ”mahdollisimman laajaan levikkiin pyrkivä iltapäivälehti” panosti näkyvyyteen. Vuonna 1969 pelkästään irtonumeroina myytäväksi siirtyneellä Ilta-Sanomilla ei ollut muuta mahdollisuutta.

Vaikka nykymuotoista lööppiä ja edellä mainitun analyysin mainosjulistetta ei voida suoraan vertailla, lukutilanne on pääpiirteiltään samanlainen. Elämme historiamme kuvallisinta aikaa. Lööpin katsomiskontekstin ero 70-lukulaisella bussipysäkillä tähän päivään on, että lööppien visuaalisuus ja näkyvyys katukuvassa on lisääntynyt sitä mukaa kun ympärille on ilmestynyt muita viestejä kilpailemaan ihmisten huomiosta.

Visuaalisuutta ja kuvallisuutta ei kuitenkaan pidä sekoittaa keskenään. Seppäsen mukaan emme välttämättä tee visuaalisia havaintoja yhtään sen enempää kuin ennenkään – ainoastaan kuvallisten viestien määrä on kasvanut viimeisen sadan vuoden aikana valtavasti. (Seppänen 2005, 22)

Lehden visuaalinen ilme luo lehdelle tunnelman ja persoonallisuuden. Hannu Pulkkisen mukaan ulkoasu on ”lehden puhetapa: millä tyylillä ja volyyymillä lehti asiansa kertoo.” (Pulkinen 2008, 28)

Iltapäivälehtien lööppi on julistemainen graafisten elementtien, otsikkotekstien ja kuvien kollaasi. Sen suunnittelussa käytetään samoja periaatteita kuin iltapäivälehdissä yleensä. Taitossa käytetään runsaasti erilaisia visuaalisia ärsykeitä, kuten typografisia vaihteluita ja korosteita, kuvien päällekkäisyyttä, graafisia elementtejä ja värejä. Pulkkisen mukaan esittämisentapa ei ole sofistikoitunutta, vaan eloisaa ja näyttävää. (emt. 196)

Keltaisen paperin valinta lööppien taustaksi ei ole sattumaa. Tabloid-journalismi sai nimityksensä ”Keltainen lehdistö” amerikkalaisesta bulevardilehdistöstä (ks. luku 2.1). Keltaista käytetään lööpeissä myös suomalaisten iltapäivälehtien mallimaassa Ruotsissa.

Väreillä on Rihlaman mukaan kaksisuuntainen suhde ihmiseen: 1) Värien avulla ihminen ilmaisee tunteitaan ja luonteenpiirteitään. 2) Värit myös vaikuttavat ihmisen psyykeen; viihtyvyyteen, mielialaan ja tuntemuksiin. Värien kokeminen vaihtelee kasvukontekstin, iän, sukupuolen ja ihmisen kehitysvaiheen mukaan. Värien tutkimuksessa on kuitenkin havaittu, että ihminen yhdistää useimmat värien aiheuttamista tuntemuksistaan luonnon ilmiöihin, joten osa väreihin liittyvistä vaikutuksista on yhteisiä. On myös kulttuurisesti sovittuja värikoodistoja, joiden mukaan ihmiset tulkitsevat värit ympärillään. Tällaisia ovat esimerkiksi liikennemerkkien sovitut värikoodit, joista osa kuitenkin perustuu värien huomioarvoon. (Rihlama 1997, 105–106)

Keltainen on ominaisuuksiensa takia tunnettu tehoste taiteissa ja mainonnassa. Se tunnistetaan fysiologisesti ensimmäisenä, ja se on väriopin mukaan valovoimaisin väri. Keltainen kuvastaa värisymboliikassa ymmärrystä, tietoa. Jos keltaiseen sekoittaa muita värejä, ne muuttavat sen Ittenin mukaan epäpuhtaaksi, samalla siirrytään epätoden alueelle. Keltainen näyttää ”kirkkaimman ja aggressiivisimman valovoimansa mustalla taustalla”, toteaa Itten värien fysiologiaa kuvaillessaan. Keltaisella on myös taipumus työntyä eteenpäin kohti katsojaa. (Itten 1961/2004, 76, 83–85).

Samaa Ittenin kuvailemaa aggressiivisuutta voi katsoa olevan kelta-mustalla lööpillä. Musta saa muut värit hehkumaan. Sen liiallista käyttöä tulisi sen sijaan välttää, paisti jos ei haluta käyttää hyväksi mustan ominaisuutta kaiken nielevänä ”värien hautana”<sup>1</sup>. Sellainen siitä tulee esimerkiksi väkivaltautisen yhteydessä. Länsimaisessa kulttuurissa musta on surun ja tuskan väri, väri. (Rihlama 1997, 110)

Molempien iltapäivälehtien nimiö on punainen, johon on liitetty paitsi elämän myös kuoleman symboliikkaa. Punainen merkitsee intohimoa, kuumeista rakkautta. Oranssiin taipuvaa punaista on pidetty sodan ja vallankumouksen tunnuksena. (Itten 1961/2004, 86)

Punainen on vanha huomioväri painotuotteissa. Britanniassa tabloidit tunnetaan *punaisena* lehdistönä. Englanninkielinen nimitys *red top press* on johdettu sikäläisten sensaatiolehtien

---

<sup>1</sup> (Viitattu 22.1.2007) <http://www.coloria.net/varit/musta.htm>

nimiöistä. Punainen nimiö on suurimmilla ja tunnetuimmilla brittitabloideilla kuten The Sunilla, Daily Mirrorilla ja Daily Starilla. (Rooney teoksessa Sparks & Tulloch 2000, 91–92)

Iltapäivälehti pyrkii herättämään huomiota, ja tämä tehtävä on erityisesti lööpillä. Kuten edellä todettiin lööpin valokuvat esiintyvät varsin erityisessä visuaalisessa ympäristössä. Myös lööppien ulkoasun muutos vaikuttaa valokuvien tulkintaan.

Esittelen seuraavassa lööppien ulkoasun kymmenen vuoden välein vuosina 1985, 1995 ja 2005. Näiden vuosien kuvaileminen riittää, kun hahmotellaan lööppien rakenteelliset ja ulkoasulliset muutokset tutkimuskaudellani.

## 1985

Vuoden 1985 lööpin tyylliratkaisut olivat yksinkertaista. Ilta-Sanomien taitossa näkyy Korkulan jo 70-luvulla luoma linja ”Ytimekäs otsikko ja tehokas kuva”. Iltalehdellä oli aiheita esillä enemmän, ja jo tuolloin IL:n lööpissä oli kuvia enemmän kuin IS:llä.

Ilta-Sanomien visuaalisena tunnusmerkkinä on punainen nimiö sekä punainen sivupalkki lööpin ja kannen vasemmassa laidassa. Palkki on 15 millimetriä leveä ja ulottui sivun alalaidasta nimiön alalaitaan saakka. Nimiön alla on julkaisupäivämäärä sekä painostieto.

Otsikkoaiheita Ilta-Sanomilla on 1–2. Kuvat ovat ilmestyessään suuria, mutta yleensä kokonainen otsikkoteksti vie koko lööpin alan. Uutiskuvia on paljon niin kotimaasta kuin ulkomailtakin. Kuvissa esiintyvät pääosin suomalaiset ja ulkomaiset julkkikset. Myös poliitikot esiintyvät taajaan lehden lööppikuvissa.

Iltalehden lööpin ulkonäkö poikkeaa vuonna 1985 enemmän Ilta-Sanomien myyntijulisteesta kuin nykyään. Lööppijulisteiden väri on pikemminkin oranssi kuin keltainen. Sivun vasemmassa laidassa kulkee koko sivun korkuinen ja noin sentin levyinen punavalkoraitainen palkki. Lehden nimi painetaan valkoisella punaiselle pohjalle ja sen rinnalla on valkoinen tähti. Nimiön paikka vaihtelee sivun ylälaidan ja alalaidan välillä. Nimiön yhteydessä, alla tai yllä, on päivämäärä, päivän nimi sekä nimipäiväsankarien nimi.

Kuvat ovat Ilta-Sanomien tavoin suuria, koska vähäinen aihe- ja otsikkomäärä jättää tilaa valokuville. Lehti panostaa kuvissaan ulkomaisiin tähtiin. Myös kotimaisia urheilijoita seurataan ahkerasti. Vähäpukeisten naisten määrä on naapurilehteä suurempi. Vaikka etusivu harvoin onnistuu olemaan kovin visuaalinen, Iltalehti mainostaa Ilta-Sanomia enemmän lööpissä sisäsivuilta löytyviä kuvapaketteja. Tämä viestii visuaalisuuden korostamista koko lehdessä.

## 1995

Keltainen tausta on nyt lööpin pääväri molemmissa lööpeissä. Lehdet ryhtyvät korostamaan visuaalisia tehokeinojaan kautta lehden, mikä vaikuttaa myös lööppiin. Lehdet ryhtyvät myös useammin mainostamaan sisäsivujen liitteitä, kilpailuja ja lehden hintaa huomattavasti näkyvämmiin myös lööpissä, jossa ei ole aiemmin ollut juurikaan omia mainoksia. Lehden tarjoushinta voi sivuuttaa uutisaiheet kokonaan lööpistä.

Iltalehti on luopunut sivunlaidan raidallisesta palkista sekä nimipäivätietojen julkaisemisesta lööpissä. Elementti esiintyy kuitenkin erilaisissa lätkissä ja taustoissa.

## 2005

Lööpit ovat muuttuneet viikonloppuisin ja juhlapyhinä värillisiksi (huom. viikonlopun lehden lööpit olivat värillisiä molemmissa lehdissä jo vuonna 2000). Lööpit ovat muuttuneet niin aiheiden määrässä kuin taitollisesti runsaimmiksi. Liitteiden ja oheislehtien lisääntyminen näkyy myös lööpissä, jonka alasta keskimäärin kolmannes peittyi omiin mainoksiin.

Ilta-Sanomat on kaventanut lööpin laidassa olevaa punaista palkkia n. 8 millimetrin levyiseksi. Se myös ulottuu alareunasta lööpin ylälaitaan saakka. Samanlaista visuaalista elementtiä käytetään muissakin IS-tuotteissa.

Siirryttyään päivittäiseen värilööppiin Iltalehden lööpin yleisilme muuttuu entisestään graafisemmaksi. Värikuvien lisäksi lisääntyy erilaisten väripohjien ja graafisten elementtien käyttö. Alueellisissa lööpeissä nimiön päälle taitetaan katkoviivakehyksellä oleva voimakas lätkä, joka peittää lähes koko nimiön alleen.

Nelivärisiä valokuvia lööpeissä on ollut jo vähintään vuodesta 1990 lähtien, mutta värit säästettiin tuolloin viikonlopun lehtiin ja erikoisnumeroihin. Helmikuun 2006 alusta Iltalehti aloitti lööppiensä nelivärijulkaisun. IS kokeili värilööppiä myös arkena kesällä 2006, mutta päätti siirtyä värilööppiin pysyvästi vasta keväällä 2007, noin vuoden Iltalehden jälkeen.



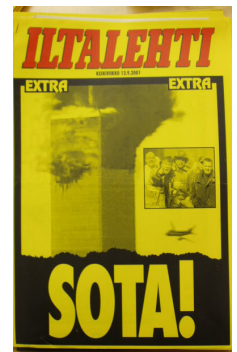
Kuva 1. IL 16.3.1985

Värejä lööpissä on kokeiltu jo varsin varhaisessa vaiheessa. Iltalehti painoi värilööpin jo vuonna 1985, kun keihäänheittäjä Tiina Lillak paljasti ”yksityiselämän salat” viikonloppunumerossa 16.3.1985. Tämä kertoi yleisesti Iltalehden pyrkimyksestä värikkääseen ilmaisuun. Sen esikuvana olivat erityisesti aikakauslehdet. (Kuva 1)



Kuva 2. IS 16.3.1985

Vertailun vuoksi nostan tähän myös saman päivän lööpin Iltalehti-Sanomista (Kuva 2), jossa on näyttelijä Esko Salmisen koko sivun kuva ja sen eteen näyttävästi aseteltu otsikkobanneri. IS:n lööppi on erinomainen esimerkki tuon ajan lööpeistä ja osoittaa sen, että lööpin ulkoasun perusrakenteet ovat edelleen varsin samanlaiset kuin 20 vuotta sitten. Jos lööpissä on vain yksi aihe, siinä on näyttävä kuva ja voimakas otsikko.



Kuva 3. 12.9.2001

Lööpin ulkoasua tarkastellessa ei otsikoita voi jättää sivuun. Ne ovat äänteiden kuvallisia yksiköitä. Kun typografia riisutaan paljaimmilleen, otsikko alkaa vaikuttaa kuvalliselta elementiltä. Päätteettömät eli groteskit otsikkofontit lisäävät tätä vaikutusta. Tämän voi havaita muun muassa Iltalehden WTC:n terrori-iskusta kertovassa lööpissä (Kuva 3). Lööppi on riisuttu ja tehokas. Kun tapahtuma on jo lööpin ilmestyessä tuttu, lööpin tekemisessä painottuvat taiton sommittelu ja muut graafiset elementit.



Kuva 4. 29.8.1994

Yhden sanan lööpit, *'enordlöpsedlar'*, ovat lisääntyneet Ruotsissa viime vuosina. Kautta aikain myyvimpiin uutistapahtumiin kuuluvasta WTC:n terrori-iskusta tarjottiin kuvia kasamäärin, mutta



Aftonbladet julkaisi lööpissä vain sanat: Vem? Varför? Vuonna 1994 Estonian onnettomuuden jälkeisenä päivänä löoppi kysyi yksinkertaisesti: VARFÖR? (Kuva 4). (Resumé 40/2003, 40)

Kuvattomien löoppien osalta on mielenkiintoista havaita, että katastrofien, onnettomuuksien ja rikosuutisten jälkeen ei ole olennaista onko lööpissä myyvimmät kuvat. Olennaista on, *mitä* on tapahtunut. Tämän vahvistavat myös myyntiluvut: Aftonbladet on tehnyt tähän asti suurimman päivittäisen myyntinsä WTC-lööpillään (706 000 kpl) (Frigyes 2005, 97). Samoin teki Iltalehti. Iltä-Sanomissa WTC-iskujen erikoislehti on kaikkien aikojen kuudenneksi myydyin (noin 300 000 kpl). Iltalehdessä terrori-iskujen jälkeisellä viikolla myös kaksi muuta lehteä pääsi kymmenen parhaiten myydyn lehden listalle.<sup>1</sup> (Kivioja 2004, 119)

### 3.5 Mallia naapurista – löpsedelistä tuli löoppi

*”Lööppejä tekevät nimettömät suomalaiset, joiden anonyymiys vastaa löoppien lukijoiden nimettömyyttä, kenenä tahansa olemista.”*

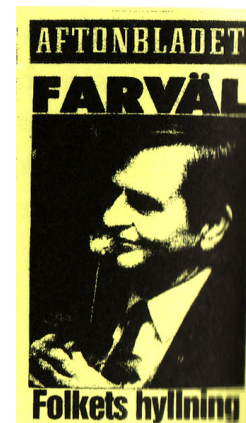
(Von Bagh ja Koski 2000, 5)

Mustavalkoisten myyntijulisteiden tekeminen aloitettiin 50-luvulla. Lööppejä julkaistiin satunnaisesti 60-luvun loppuun saakka, jolloin lööpit olivat aiheuutteloita ilman dramaattisia otsikoita. Niitä kutsuttiinkin *ikkunalistoiksi*, mikä kuvaa hyvin myös niiden silloista ulkoasua (Kuva 5). (Kilpi 2007, 189). Löoppiä ei vielä painettu keltaiselle paperille, mutta tehoväri oli muuten jo käytössä otsikoiden pohjalla.

Iltä-Sanomien pitkäaikainen rikostoimittaja ja entinen toimitussihteeri Hannes Markkula muistelee, että: ”Löoppi



Kuva 5. IS 22.9.1958



Kuva 6. AB 15.3.1986



Kuva 7. IS 4.3.1986



Kuva 8.

<sup>1</sup> Iltä-Sanommat ja Iltalehti eivät julkaise tarkkoja myyntilukuja.

nykymuodossaan otettiin käyttöön vasta noin vuonna 1968”. Tämä tarkoittaa, että tuolloin lööppejä ruvettiin tekemään päivittäin. (Sanomia 4/2006, 31).

Ensimmäinen keltainen, tämän päivän lööppiä muistuttava myyntijuliste ilmestyi 4.6.1975. (Kilpi 2007, 186) Tuolloin lööppien tekovastuussa olivat Ilta-Sanomissa kuvatoimittaja Leevi Korkkula sekä toimitussihteeri Mikko Saukkonen. Myöhemmin lööppejä tekivät niin uutispäälliköt, toimituspäälliköt ja toimitussihteerit. (Sanomia 4/2006, 33)

Lööppejä Ilta-Sanomissa tehnyt Leevi Korkkula kuvailee lööpin tekotavan muutosta 70-luvun lopussa seuraavasti: ”Ryhdyimme tekemään lööppiä sillä periaatteella, että siinä pitäisi olla iskusana ja voimakas kuva”. (Kivioja 2004, 57).

Tutkimuskohteeni kaltaisia myyntijulisteita eli lööppejä esiintyy ainakin Isossa-Britanniassa, Norjassa, Tanskassa, Ruotsissa ja Virossa. Kuten lööppien ulkoasua kuvatessani (ks. luku 3.4) totesin, lööppi on omaksuttu Suomeen Ruotsista. Siellä lööpeillä on mainostettu lehtien sisältöä peräti vuodesta 1890 lähtien. Ruotsalainen markkinoinnin ilmiöistä kirjoittava Resumé-lehti kertoo artikkelissaan ”*Lika säljande som sanna*” (2003), että ensimmäisen lööpin julkaisi Aftonbladet vuonna 1892. (Resumé 40/2003, 37)

Ruotsalaiset ja suomalaiset iltapäivälehdet ovat typografialtaan ja kuvankäytön periaatteiltaan hyvin samannäköisiä. Ulkomuodon lisäksi suomalaiset ovat omaksuneet länsinaapuristaan myös lööpin nimen. Lööppi viittaa äänteellisesti ruotsin kielen sanaan *löpsedel* (lyh. *lop*; alk. saks. *laufzettel*). (Nationalencyclopedin 2004).

Ruotsia voi muutenkin pitää lööppikulttuurin mallimaana. Tällä hetkellä lehtien myyntijulisteet eivät ilmesty missään muualla samassa laajuudessa kuin Ruotsissa (Resumé 40/2003, 39). Ruotsissa myös päivälehdet ja paikallislehdet julkaisevat myyntijulisteita, kun taas Suomessa lööppejä tekevät iltapäivälehtien lisäksi vain suurimmat päivälehdet. Suomessa Helsingin Sanomat ja Aamulehti julkaisevat pääotsikkonsa valkoiselle paperille painetulla lööpillä. Helsingissä erittäin näkyviä ovat myös julkisissa liikennevälineissä jaettavien ilmaisjakelulehtien myyntijulisteet: Metron lööppi on vihreäoranssi, Uutislehti 100 luottaa keltaisen lööpin voimaan.

Yhdysvaltalaisen keltaisen lehdistön kansi on ollut mallina myös suomalaisille etusivuille ja sitä kautta myös lööpin ulkoasulle, mutta varsinaisia lööppejä on vaikea löytää Pohjoismaiden ja Baltian

ulkopuolelta. Muualla kuin Pohjoismaissa lehtiä myydään sanomalehtiständeissä ja lehtiautomaateissa. Koska lehtiä on paljon, varsinaisille lööpeille ei ole kojuissa edes tilaa. Näin kannen merkitys lehden mainostamisessa lukijoille korostuu.

Lööppiin verrattavia myyntijulisteita ilmestyy varsinaisesti vain Isossa-Britanniassa. Suomalaista lööppiä muistuttavaa myyntijulistetta julkaisee ainakin Skotlannin Edinburgissa ilmestyvä Evening News (kuva 8). Muualla Isossa-Britanniassa katukuvassa vilahtelee lööpintapainen juliste, jossa uutisaiheet on kirjoitettu valkoiselle paperille käsin. Tällaista myyntijulistetta käyttää ainakin Evening Standard. Se on perinteisessä mielessä aito iltapäivälehti, joka ilmestyy aamulehtien jälkeen kolmessa eri painoksessa ja pyrkii tuottamaan vielä päivän aikana uusia uutisia. Näille tuoreille uutisille tarvitaan erillinen, käsikirjoitettu ”lööppi”.

### 3.6 Väkivallan kuvat sanomalehdessä

*”Kuvattavalle ihmiselle tehdään väkivaltaa, sillä hänet nähdään silloin tavalla, jolla hän ei itse koskaan itseään näe. -- Ihmiset muutetaan esineiksi, jotka vertauskuvallisessa mielessä voidaan omistaa. Samoin kuin kamera on kiväärin ylevöity korvike, on ihmisen valokuvaaminen sublimoitua murhaa – lempeä murha, joka sopii tähän surumieliseen ja kauhistuneeseen aikaan.” (Sontag 1984, 20)*

Susan Sontag pitää kameraa saalistamisen välineenä. Valokuvaajiin kuin myös sensaatiolehdistön edustajiin kautta historian on viitattu yleisesti saalistajina. Jo viime vuosisadan alun Lontoossa valitettiin sitä, että ”jokaisessa pöheikossa piileskelee valokuvaaja, joka murisee kuin leijona etsiessään uhriaan.” (Sontag 1984, 20)

Kuvat bifraalaisista nälkäänäkevistä olivat 70-luvulla tulleet jo arkisen latteiksi, joten niiden esittämä kärsimys jäi lopulta hyvin pinnalliseksi – vain kuvaksi. ”Ilman poliittista viitekehystä valokuvat historian verilöylyistä koetaan mitä todennäköisimmin vain epätodellisina tai masentavina tunnejärkytyksinä”, sanoo Sontag. Kun samat kärsimyksen kuvat toistuvat, ne eivät ole enää uutisia. Valokuvat kuohuttavat, kun ne esittävät jotain uutta. Nykyaikana niin tavanomaisiksi käyneiden kauhukuvien vastaanotto on jo turtunutta. Yhä useampien esityskertojen jälkeen tapahtuma muuttuu samalla yhä epätodellisemmaksi. (emt. 24–25)

Väkivaltakuvituksia suomalaisessa lehdistössä on tutkittu vähänlaisesti. Rikosuutisointia valottavat

lähinnä lehtien arkistot. Helsingin Sanomat kertoo artikkelissaan (10.1.2007, C7) lehden sisältäneen sata vuotta sitten enemmän ”rötösmateriaalia” kuin nykyisin. Tammikuun alussa 1907 lehti kertoi ”suurmurhaaja” Juho Savinaisesta. Juttu kertoi kolmella aseella varustautuneen murhaajan pidätyksestä. Samassa yhteydessä se julkaisi lehdissä tuolloin vielä harvinaisen valokuvan: ”Karjalan roswo” esiteltiin poliisin tunnistuskuvassa suoraan edestä ja profiilista.

Tulilahden surma vuonna 1959 oli aikansa sensaatio, jota väritti kilpailu kaikilla journalismin tasoilla. Helsingin Sanomat (HS) ja Uusi Suomi (US) julkaisivat tapauksesta myös erilliset kuvasivut. Tuon ajan iltapäivälehdet Ilta-Sanomat (IS) ja Nya Pressen (NP) pyrkivät vastaamaan isojen lehtien resursseihin sijoittamalla Tulilahti-kuvansa lähinnä premi- eli pääuutissivulleen. Tunteikkaita kuvia ei säästely. Uhrien ja epäillyn kuvien lisäksi esiteltiin muun muassa lautamiesten henkilökuvat (NP), surmattujen viimeisiä postikortteja (HS), surevia omaisia (HS) ja surunvalittelukukkia kotiovella (US). (Hemánus 1966, 179–180, 191)

Uuden Suomen historiikki valaisee aiempaa käytäntöä suomalaisessa lehdistössä: ”[V]ielä 1950-luvulla veritekoja esiteltiin etusivulla sekä useammin että yksityiskohtaisemmin kuin nykyisin.” (Vesikansa 1979, 10). Vuonna 1959 Uusi Suomi julkaisi surmattujen nuorten kotialbumikuvat nimineen, kuolinpaikan maisemia ja kankaaseen peitettyjä ruumiita paareilla jutussa, joka kertoi tyttöjen suohaudan löytymisestä Tulilahdella. (US 28.8.1959)

70-luvulla kynnys julkaista kuvia suomalaisista väkivallanteoista päivälehdissä nousi. Väkivallan kuvien julkaisu jäi Hymyn ja Alibin kaltaisille erikoisaikakauslehdille ja iltapäivälehdille.

Kivioja sai selville omassa tutkimuksessaan, että lööpissä käytetään väkivaltaa useammin tehokeinona kuin paljasta pintaa (2004, 149–150). Hänen erittelynsä perusteella voi todeta, että paljaan pinnan osuus korostuu nimenomaan kuvavalinnoissa, ei otsikoissa. Väkivaltatapauksissa kuvankäytön voi taas olettaa korostuvan, koska uutinen laitetaan lööppiin mahdollisimman suurella.

Vanhanen sanoo, että olemme välinpitämättömiä, jopa immuuneja uutiskuville, joita näemme päivittäin sanomalehdissä, kuvalehdissä ja televisiossa. Me katsomme kuvia, mutta emme todella *näe* niitä. (Vanhanen 1991, 47)

Pasi Kivioja viittasi lööppejä ja etusivuja käsitelleessä pro gradu -tutkielmassaan aiempiin tutkimustuloksiin, joiden mukaan ihmiset muistavat parhaiten vastakkaista sukupuolta ja silvottuja

ruumiita esittäneet kuvat. Christiansonin ja Loftuksen mukaan ihmisten mieliin syöpyvät helpoiten traumaattiset uutiset (Kivioja 2004, 116).

Valokuvan vaikutuksia on myös pelätty siksi, että sitä pidetään hyvin suorana ja tunteisiin vetoavana välineenä. Se haastaa järjen ja vetoaa ihmisten syvimpiin vietteihin. (Becker 1992, 130)

BBC:n virallinen ohje väkivallan kuvien näyttämisesä on: ”*Blood and disturbing pictures must be excluded.*” Toisaalta Seaton uskoo, että BBC noudattaa edelleen vanhaa sloganiaan: ”*If it bleeds, it leads.*” (emt. 19, 28) Jos kuvatoimistojen tai omien kuvaajien tuotoksista on erotettavissa tapahtumia, joihin liittyy verenvuodatusta, ne ovat takuulla ensimmäisiä kuvia myös uutislähetysten kuvavirrassa. Koko ajan reaaliaikaisemmaksi käyvässä mediataistelussa tällaisia kuvia ei ole varaa ohittaa.

Nykyajan mediakuvasto on väkivaltaista. Jane Seatonin mukaan ihmisen suhtautuminen muun muassa veren näkemiseen on ristiriitaista. Hän tekee osuvan vertauksen: Nykyään ihminen ei siedä nähdä verta edes kaupan lihatiskillä, jossa myytävään lihaan lisätään punaisuutta keinotekoisilla elintarvikeväreillä. (Seaton 2005, 18–19)

Brittein saarilla on tutkittu etusivujen ”verisyyttä”. Brittivertailun mukaan verta sisältäneiden etusivun kuvien määrä oli noussut vuoden 1980 kahdesta tapauksesta yhteentoista vuoteen 1990 mennessä. Vuonna 2000 verta näkyi etusivun kuvissa 24 kertaa. Seatonin mukaan tästä ei voi syyttää pelkästään yhteiskunnan väkivaltaistumista, myös tiedonvälityksen edellytykset ovat muuttuneet. Seaton toteaa, että veriset kuvat myös viihteessä, kuten elokuvissa, ovat lisääntyneet tasaisesti. (emt. 2005, 19, 21)

Seaton toteaa myös, että mitä lähempänä väkivallan kohteet ovat, sitä harvemmin niistä näytetään häiritseviä uutiskuvia. Näin oli muun muassa syyskuun 9. terrori-iskujen jälkeen 2001. Loukkaantuneiden ja kuolleiden kuvat olivat aivan liian lähellä – kontrolli kuvista oli äärimmäisen tarkkaa. (emt. 28)

Myös Suomessa on kontrolloitu tiettyjen kuoleman kuvien näkymistä mediassa. Lööppikeskustelun laannuttua syksyllä 2006 Helsingin Sanomissa ilmestyi laaja artikkeli, jonka lähtökohtana oli suomalaisten sodan uhrien kuvien julkaisu. Puolustusvoimat oli salannut noin kolmesataa talvi- ja jatkosodassa otettua kuvaa arkistoihinsa yli 60 vuoden ajan. Kun Helsingin Sanomien sunnuntaiosio

julkaisi nuo kuvat nyt ensimmäistä kertaa, sen esimies perusteli päätöstä erikseen jutun yhteydessä: ”Julkaisun peruste on paitsi laajentaa lukijoiden käsitystä sodasta myös näyttää, minkälaisia kuvia on pidetty Suomessa arkaluonteisina.” (HS 19.11.2006, D1)

Vaikka journalismi määrittelee uuden, yllättävän ja ihmisille läheisen aiheen uutiskriteereistä olennaisimmiksi, on maantieteellisesti läheisen kuoleman kuvan esittäminen tässä mitassa silti harvinaista. Kuolleiden suomalaisten sotilaiden näyttäminen puolikkaan broadsheetin kokoisessa kuvassa on edelleen voimakas kokemus. Ajallinen etäisyys tosin auttaa katsomaan kuolleiden sotilaiden vääntyneitä kasvoja dokumenttina, ei henkilökohtaisena tragediana.

Myös kuvan mustavalkoisuus etäännyttää sitä tämän päivän kuvastosta. Tällaisia kuoleman kuvia on maailman kuvajournalismin historiassa useita; HS:n julkaisemat kuvat siirtyvät heti samaan kaanoniin muun muassa Robert Capan Espanjan sisällissodasta kertovien kuvien kanssa.

### **3.7 Lööppi kuvallisen melodraaman areenana**

Skandaali heijastelee nykypäivänä aikaisempien yhteiskuntien moraalisia arvostuksia. Juorut ja huhut ovat aina olleet tapa tuomita hiljaa mutta julkisesti. Tuomio on selvä ja yhteisön sääntöjä rikkonut saa tuntea sen. (Bird 2003, 33) Samanlaista mekanismia voi nähdä toteutuvan myös tabloiduutisoinnissa, jossa korostuu melodramaattinen tarinankerronta.

Valokuva on aina osa kokonaisuutta, kollaasia. Sen tulkinta liittyy myös siihen, mihin se sisältönsä ja muotonsa kautta viittaa. Valokuvan rikoksen uhrista on erilainen kotialbumissa kuin lööpissä, verkossa ja gallerian seinällä. Kuva menettää aina jotain kun se siirretään alkuperäisestä kontekstistaan. Mutta samalla uudessa yhteydessä siihen ladataan uusia merkityksiä. Tällaisessa tilanteessa kuvaan liittyvät tulkinnat ovat aina enemmän abstrakteja ja triviaalimpia kuin sen alkuperäinen tarkoitus. (Hietaharju 2006, 63–64)

Janne Seppäsen mukaan kuvakerronnan keinot ankkuroivat merkityksiä samalla tavalla kuin esimerkiksi kuvan viereen asetettu teksti. Pelkästään sanat eivät ole kuviin merkityksiä lataavia taiton elementtejä, vaan myös kuvankäsittely ja taiton sommittelu voi ankkuroida kuvaan uusia merkityksiä. (Seppänen 2003, 10–11) Näin lööppiotsikoita tukevassa kuvakerronnassa draamallisuutta lisäävät myös kuviin jälkeinpäin käytetyt efektit, tummat taustat, liukuvärit ja revityt reunat.

Omaa tutkimustani lähelle tulee Janne Seppäsen analyysi (2003) Myyrmannin räjähdysten kuvituksesta Ilta-Sanomissa. Analyysiä etenkin passi- ja luokkakuvien käytöstä voi heijastella myös omaan työhöni.

Seppänen löysi jutun kuvankäytöstä fiktiivisen tarinan, joka ei mitenkään liity Petri Gerdtiin tai hänen tekonsa motiiviin, vaan ne tukevat jutun rakennetta. Seppäsen mukaan kuvien kautta ”[f]iktio rakentuu kolmen keskeisen oletuksen varaan”:

1. Kasvonilmeet paljastavat päähenkilön psyykkisen tilan.
2. Psyykkinen tila pahenee koko ajan.
3. Valokuvalla voidaan todistaa kumpaakin asiaa. (Seppänen 2003, 12)

Myyrmani-kuvituksessa kuvankäsittelyohjelman blur- eli sumennuskomennolla aikaansaatu efekti Gerdin eristämiseksi muista luokkakuvan henkilöistä korostaa Seppäsen mukaan räjäyttäjän sosiaalista ja psykologista eristäytyneisyyttä. Passikuviksi rajatut kuvat aiemmilta vuosilta ovat Seppäsen mukaan myös valjastettu tukemaan tarinan ”yksinäisyyden” tematiikkaa. (Seppänen 2003, 11)

Passikuviksi rajattujen suurennosten epäselvyys ei ole siis ongelma. Pikemminkin epäselvään kuvaan voi ladata tekstin avulla lisää merkityksiä ja samalla laventaa draaman kaarta valokuvan ilmisällön ulkopuolelle.

Valokuva on aina lainannut ilmaisukeinoja naapureiltaan. Sommittelu, kontrastit ja värien käyttö perustuu maalaus- ja elokuvataiteeseen. Etenkin tv-kuvan kanssa taisteleva valokuva häviää kilpailijalleen intensiivisyydessään, mutta se pyrkii toiminnallisuuteen lisäämällä kuvan epätarkkuutta tai lisäämällä liikkeen tuntua kuvaa valotusaikoja säätelämällä. Samojen stereotyyppisten teemojen toistaminen tekee Sontagin mukaan valokuvasta kliseen, erillisen ja elävän tuotteen (Sontag 1984, 163).

Totuttuja ilmaisutapoja käytetään valokuvassa toivottujen stereotyyppien vahvistajina. Iltapäivälehdissä ja etenkin lööpissä stereotyyppien käyttö on voimakasta, sillä yleisesti tunnettujen kuvasymbolien ja kliseiden kautta ilmaisu on helppoa ja asiat saa sanottua nopeasti.

Marguerite Moritzin mukaan stereotypian lukemiseen ja ymmärtämiseen tarvita sosiaalista kanssakäymistä tai edes tietoista ajattelua. (Lester & Ross 2003, 209) Tästä syystä voi katsoa, että nopeaa katsomista ja hoksaamista vaativat mediatuotteet – kuten mainokset ja lööpit – käyttävät vahvoja stereotypioita ilmaisussaan.

Stereotyyppit eivät kuitenkaan korosta ihmistä yksilönä vaan ryhmän jäsenenä. Niiden tarkoitus on riisua kohde persoonasta ja tuoda se osaksi kokonaisuutta. Samalla stereotyyppit vahvistavat olemassa olevia valta-asetelmia; mediassa stereotyyppiä tulee objekti, kohde tai esine, jota käytetään haluttujen merkitysten saavuttamiseksi. Stereotyypeistä tulee *mediatyyppejä*. Mediatyyppit ovat voimakkaita, koska ne ovat olemassa vain mediassa. Ne ovat massakulttuurin tuotteita ja ne ymmärretään massakulttuurin yhteydessä, joten niiden vaikutus ihmisten käsitykseen ympäröivästä maailmasta on myös merkittävä, se on paljon merkittävämpi kuin yksityisesti tulkittavat stereotyyppit. (Lester ja Ross 2003, 207, 211)

#### **4 Tutkimusmenetelmät ja teoreettinen viitekehys**

Edellisen kappaleen lopussa käsittelemäni mediatyyppin idea tulee lähelle kehysteoriaa (*frame theory*), joka olettaa viestien rakentuvan mediassa tiettyjen sanontatapojen kautta kehyksiksi. Viesti ymmärretään tarjotussa tulkintakehyksessä, sosiaalisina suhteina ja käytäntöinä. Kehys on myös oman laadullisen analyysin lähtökohta. Seuraavassa kerron tutkimusmenetelmistäni ja tutkimukseni teoreettisesta viitekehyksestä, jossa kehyksen käsite on yksi keskeisimmistä.

Tutkin lööpin kuvia määrällisen ja laadullisen kuva-analyysin yhdistelmänä. Aluksi erittelen kuvien määrällistä esiintymistä lööpeissä. Sen jälkeen tavoitteena on hahmotella lööppikuvituksen arkkityypit ja löytää niiden kautta tavallisimpia kehyksiä, joita lööppien kuvissa päivittäin uusinnetaan.

Pro graduni kuuluu visuaalisten kulttuurituotteiden yhteiskunnallisen tutkimuksen tradition piiriin. Yhteiskuntatieteiden kulttuurinen käänne (*cultural turn*) tutkimuksessa tapahtui 50-luvulla, jolloin tieteessä ryhdyttiin yhä enemmän kiinnittämään huomiota merkityksiin ja niiden sosiaaliseen konstruktion. Tämä merkitysten tuottaminen on jatkuva prosessi. Merkitys ei voi milloinkaan olla lukittu, ja ne uusiutuvat joka päivä sosiaalisessa kanssakäymisessä. Sama sosiaalisen konstruktion prosessi koskee niin kieltä kuin kuvia. (Rose 2001, 5)



Vaikka kiinnostus kuvaan on kasvanut pikkuhiljaa populaarikulttuurin kasvun myötä etenkin 70-luvulta lähtien, visuaalisen kulttuurin tutkimuksesta alettiin puhua varsinaisesti vasta 1990-luvun aikana. (Seppänen 2005, 17–18, 21)

Ferdinand de Saussuren teoria merkkijärjestelmästä, ja sen sisällä tapahtuvasta merkitysten muodostumisesta on määritellyt tekstien ja kuvien tulkintaa 50-luvun jälkeen. Yhteiskunnallisen tutkimuksen keskiöön otettiin kulttuurituotteet, joiden tutkimiseen de Saussure kehitti semiotiikkaansa. Semiotiikka painottaa aktiivisen lukijan ja tekstin vuorovaikutusta sekä kulttuurin merkitystä merkityksellistämässä. Merkkijärjestelmät ovat kulttuurisidonnaisia, eli niillä on jokaisella sovittu käyttötapansa ja ympäristönsä. Tästä seuraa, että merkki saa merkityksensä suhteessa toisiin merkkijärjestelmiin ja suhteessa toisiin merkkeihin. Fyysinen merkki tarvitsee merkitsijän (*signifier*), johon merkki ajatuksen tasolla viittaa ja tuloksena on merkitty (*signified*), joka lopulta on se, mitä merkki mielissämme tarkoittaa. (Fiske 1992, 61–62) (Fiske 1994, 66–67)

Vaikka Saussure pohtikin merkkijärjestelmissä erityisesti sitä, miten kieli toimii, semiotiikkaa voi soveltaa myös kuvien tulkintaan. Semiotikkojen näkökulmasta niin tekstillä kuin kuvillakin on oma merkkijärjestelmänsä. Yksinkertaisuudessaan tätä prosessia voi kuvailla seuraavasti: valokuva aktivoi ihmisessä tietyn katsomistavan, tulkinnan, jonka hän tulkitsee yhteisönsä totuttujen luentatapojen perusteella.

Visuaalisen tulkinnalla voi tarttua sellaisiin esittämisen elementteihin, joilla niin media kuin niiden lukijatkin uusintavat kulttuuriamme. Hallin mielestä visuaalisten aineistojen tulkintojen vertaaminen erityisesti käytäntöihin, jossa kuvien merkityksiä luodaan, voi antaa arvokasta lisätietoa siitä, kuinka kuvat lopulta merkitsevät sosiaalisesti. (Rose 2001, 2)

Barthesin kuvan luennan teorit ovat hedelmällisiä, kun ryhdytään erottelemaan kuvan ilmitason ja sen kulttuurisen tulkinnan eroja. Hän kutsuu kuvan kulttuurista lukemista *studiumiksi*. ”For it is culturally -- that I participate in the figures, the faces, the gestures, the settings, the actions.” Studiumin tasolla kuva antaa informaatiota, toimii yleisellä tasolla ilman henkilökohtaista suhdetta. (Barthes 1981, 26)

Studiumista syvempää lukemista on *punctum*, joka vie kuvan merkityksen yksityiselle tasolle. *Punctum* on kuvan tulkinnan kannalta merkitsevä elementti. Se voi olla kooltaan mitätön osa kuvaa, mutta ilman sitä, kuva jäisi merkityksettömäksi:

*”When paradoxically, while remaining a ”detail” it fills the whole picture.”*

Punctum toimii yleisesti metonymisesti, se johtaa kuvasta ulos, on osa jotain suurempaa kokonaisuutta kuvan ulkopuolella ja saa tällä tavalla ladattua kuvaan laajemman merkityksen kuin kuvassa ilmitasolla on. (Barthes 1981, 26–27, 45)

Rosen mukaan kuvien tulkinta auttaa löytämään niitä sosiaalisia kontstruktioita ja valtarakenteita, joita uusinnetaan mediateksteissä joka päivä. Hänen mukaansa kuvan tulkinnassa ei pidä pitäytyäkään pelkästään määrällisten erojen osoittamalla tasolla, sillä kuva on vain pieni siivu maailmasta. Kuvassa yhtä merkitsevää on se, mitä siitä on jätetty pois kuin mitä siinä ilmitasolla näkyy. (Rose 2001, 11, 66)

Edellä mainitun takia pelkkä määrällinen analyysi ei ole yksinään hedelmällinen kuvan tuottamien merkitysten kartoittamisessa. Siksi omassa tutkimuksessani liitän määrälliseen sisällönanalyysiin kehysteorian.

Suomalaisessa keskustelussa sisällönanalyysi on terminä ollut häilyvä. Tämä johtuu Seppäsen mukaan yhteiskunnallisen tutkimuksen pyrkimyksestä välttää ulkomaalaisia termejä, joten erilaisille käsitteille pyrittiin luomaan mahdollisimman selkeät suomalaiset vastineet. Näin *content analysis* muuttui Veikko Pietilän (1973) ensimmäisessä ja ainoassa sisällönanalyysin oppikirjassa sisällön erittelyksi. (2005, 144–145). Omassa tutkimuksessani käytän selvyuden vuoksi termejä sisällön määrällinen ja laadullinen analyysi.

Susan Sontagin mukaan valokuvan motto on: ”Tuossa on pintailmiö. Yrittäkää nyt ajatella – tai pikemminkin tuntea – millainen todellisuuden pitää olla, jos se tuolta näyttää.” Valokuvat eivät itsessään pyri selittämään mitään, vaan ne houkuttelevat lakkaamatta päättämään, pohtimaan ja kuvittelemaan. (Sontag 1984, 28)

#### 4.1 Kuvan ja sanan monimerkityksinen suhde

Lööpin lukeminen on vilkaisunomaista, joten sen myötä sen rakenteet ovat usein helposti ennakoitavissa. Uskon lööpeistä löytyvän kuvakieltä, joka toistaa itseään ja vahvistaa myös yhteisöllisesti tiettyjä kuvanluentatapoja. Tässä suhteessa lööppi kaikkien käsillä olevana visuaalisena elementtinä on yksi tärkeä tutkimuskohde, kun haluamme tietää kuvien merkityksestä ympäristössämme.

Lööpissä tekstin suhde kuvaan on olennainen, koska lööpin tekstile ja kuvalle varattu tila on rajallinen. Kuvaa lööpissä voi harvoin selittää ilman tekstiä sen vieressä. Roland Barthesin mukaan teksti nimenomaisesti *ankkuroi* kuvan merkityksen. Sanoilla lukitaan tietyt merkitykset kuviin ja jätetään toiset luennan ulkopuolelle. (Fiske 1996, 145–146).

Parhaimmillaan sanat toimivat linkkinä todellisuuden ja kuvan välillä. Barthes puhuu tekstin ja kuvan suhteessa ankkuroinnin lisäksi *nimeämisestä*. Kun teksti nimeää kuvan, tiedämme, mitä kuva esittää. Barthesin mukaan kuvateksti – lööppien tapauksessa kuvaan liittyvä otsikko ja erilaiset tekstilätkät – ankkuroi kuvan merkityksen. Sanat ohjaavat luentaamme, jotta voisimme asettaa nähdyin kuvan oman kulttuurimme vallitsevien arvojen mukaisiin raameihin. Näin osaamme arvioida myös sitä, miksi kuva on otettu. (Fiske 1990, 146–147)

Seppäsen mukaan kuvan ja tekstin suhde on tasa-arvoisempi; myös kuva voi ohjata sen kylkeen sijoitetun tekstin tulkintaa (2001, 39). Tällainen tilanne on hyvin usein lööpissä, jossa pyritään molempien elementtien maksimaaliseen ilmaisuvoimaan. Kun tutkimusten mukaan kuva havaitaan ensimmäisenä, se myös välttämättä vaikuttaa siihen, miten otsikon lueimme.

Myyrmanni-uutisen kuvankäyttöä tarkasteltuaan Seppänen muodostaa tekstin ja kuvan välille vielä elimellisemmän suhteen. Teksti ja kuva ovat Seppäsen mukaan ”merkityksen momentteja -- Ne (teksti ja kuva) yhdistyvät keskenään, eikä niiden itsenäistä osuutta voi aina erottaa merkityksen muodostumisen dynamiikassa.” (2003, 10–11)

Lööppien pyrkimys tehokkaan kuvan ja sanan yhdistämiseen on olennaista sen muotokielen kehityksessä. Lööpintekijät mainitsevat usein periaatteekseen sen, että lööpin sisällön pystyy lukemaan ohikulkevan auton ikkunasta (Staffan Heimersson, Resumé 40/2004, 40). Käytössä on ollut myös niin sanottu ”kolmen sekunnin sääntö” (Kivioja 2004, 57). Tätä enempää aikaa lööpin

viestin suodattamiseen ei tarvitsisi käyttää, joten lööpin viestiyksikköihin – kuvaan ja sanaan – ladataan paljon odotuksia.

Sanan ja kuvan suhde on ollut aina hyvin ristiriitainen. Sontag sanoo, että kuvatekstillä on taipumus tuhota se, mitä silmät kertovat. Tai pikemminkin rajoittaa niiden tulkintojen määrää, joka valokuvan sisällöstä avautuu. Valokuvat pystyvät harvoin selittämään itsensä tyhjentävästi, mutta niillä on erityinen arvo todisteena: ne toteavat tietynä hetkenä vallinneen asiantilan. (1984, 105)

Lööpissä sanan merkitys on tästäkin huolimatta olennainen. Kuvaa esiintyy tuskin missään ilman tekstiä ja lööpissä tämä olisi melkoinen riski: lööpin kuva on harvoin niin yksiselitteinen, että se kertoisi uutisen sisällöstä aukottomasti. Julkisuuden henkilön kuva on itsessään tunnistettava, mutta pelkkä naamakuva ei koskaan kerro, miksi kuva on nostettu lööppiin. Tätäkin hankalampi on lukea kuvaa ns. taviksesta, jonka kuva nostetaan lööppiin vai kun on tapahtunut jotain todella erikoista tai dramaattista.

Kenties vain ennestään tuntemiemme urheilijoiden voitonhetket voivat olla niin selkeästi tulkittavissa visuaalisten vihjeittensä ansiosta, ettei kuva tarvitsisi rinnalleen tekstiä. Silloinkin tosin menetettäisiin paljon siitä voimasta, mitä osuva sanavalinta lööppiin lataa. Tästä esimerkkinä ovat yhden sanan lööpit, joissa kuva on niin voimakas, että liika sanoilla maalailu vain pilaisi valokuvan voiman.

## 4.2 Silmäkeskeinen kulttuurimme

Fysiologisesti näkeminen tulee ennen lukemista. Havaitsemme kuvan ensimmäisenä, vasta sitten etsimme sen sisältöön vihjeitä muualta. Näkeminen on liitetty modernina aikana tietämiseen. (Rose 2001, 6–7)

Kulttuurimme on ihmisten kulttuuria, teemme maailmaa merkitykselliseksi ihmisen *näkökulmasta*. Se, mitä ympäriltämme ymmärrämme kulttuuriksi, hahmotamme parhaiten omin silmin. Martin Jayn (1993) mukaan länsimaissa eletään silmäkeskeisessä maailmassa (*ocularcentric*). Näkeminen on olennaista havainnoiden tekemiselle yhä useammista kanavista tulevien viestien ymmärtämiselle. Tiedon tulva tosin hajottaa perinteistä uskomusta silmän totuuteen: kuvan manipuloimiseen tarkoitettut uudet, kaikkien käsillä olevat teknologiat mahdollistavat myös yhä

etevämmän silmän huijaamisen. Kulttuurin hajanaisuuteen, sirpaleisuuteen ja monimuotoisuuteen perustuvan postmodernin kulttuurimme ei anna pysyviä totuuksia asioista. (Rose 2001, 8)

Visuaalinen kulttuuri on prosessi. Se mitä kuvasta ymmärrämme, määrittyy täysin kuvan ja ihmisen välisessä suhteessa. (Rose 2001, 114)

Niin kaikkivoivaksi aistiksi kuin näkemisen arvotammekin, silmä havainnoi vain rajallisesti yhdestä pisteestä avautuvaa noin 100 asteen näkökenttää. Silmän havaitsemat asiat ovat evoluutiossa valikoituneita. Silmä tunnistaa ne hahmot, jotka ovat eloonjäämiselle olennaisia. Muu karsiutuu näön ulkopuolelle. Havainnot ovat useimmiten luonnollisia. Tämä näköaistin tahdosta riippumaton valikoivuus voi olla Seppäsen mukaan myös haitaksi: "[S]e estää näkemästä elinympäristömme kaikkein pysyvimpiä piirteitä tai sellaista muutosta, jonka koemme pysyväksi ja luonnolliseksi." (Seppänen 2001, 94–95)

*"Katseen tiedostamaton suuntautuminen kohteeseensa ja katsomisen halun sietämätön pakottavuus voivat joskus ohittaa tietoisien kontrollin. Katsomme vaikka emme haluaisikaan." (Seppänen 2001, 99)*

Silmän toiminta on hallittavissa tietoisesti enemmän kuin useat muut aistit, mutta usein katse pyristelee tietoisia valintojamme vastaan.

Iltapäivälehtien lööppien katsominen ei välttämättä ole tietoinen valinta. Huomiota herättävä keltainen väri vetää katseita puoleensa. Lööppien aiheet ovat jokapäiväinen keskustelujen aihe, joka usein pelastaa hiljaisen hetken kahvipöydässä. Niiden näkyvyys yhdistää, ja niiden populaarisuus tekee niistä helposti lähestyttäviä.

Katseen merkitys on kasvanut kaupungistumisen myötä. Tätä ajatusta on korostanut Simmel, jonka mielestä katseiden vaihtamisen kautta asemoimme itsemme ja muut sosiaalisina toimijoina. Ihmisillä on halu tarkkailla toisten kasvoja päästäkseen kiinni toisen ihmisen olemukseen. Katseen kohteena olevan historia heijastuu hänen kasvojensa geometriassa. (Seppänen 2001, 100–102)

Katse ei kuitenkaan kulje pelkästään yksisuuntaisesti ihmisestä kuvaan. Myös kuva houkuttelee katsomaan. Lööpin kuvan ja sen lukijan suhdetta määrittelee pitkälti se, miten hyvin kuva ylipäättään onnistuu vangitsemaan kadulla tai kaupassa vierailevan ihmisen huomion. Valokuvasta

havaittavan katseen merkitys on tässä olennainen. Suora katse kuvasta katsojaan luo suhteen, josta katsoja ei voi kieltäytyä. Kuvan katse suorastaan vaatii kuvan katsojaa reagoimaan kuvaan. (Kress & van Leeuwen 1996, 121–123)

Tästä syystä ei ole ihme, että suurin osa lööppien kuvista sisältää suoran katseen. Kuvien katseet vokottelevat katsojaa toimintaan, luomaan nopeasti suhteen lehteen. Suora katse on aktiivinen ja korostaa kuvan ja kuvan katsojan yhteyttä. Länsimaisessa kontekstissa suora katse on rehellisyyden ja avoimuuden merkki. Välttelevä katse antaa epärehellisen vaikutelman. Katseen suuntaaminen maahan on alistumisen, ujouden ja epävarmuuden symboli. Katseella on myös hyvin vahva seksuaalisen viestin luonne. Liian pitkä katse on taas tabu. (Seppänen 2001, 101–102)

Iltapäivälehtien kuvat ovat usein poseerattuja. Kun ihminen huomaa, että kameran linssi on suunnattu häneen, hänen olemuksensa muuttuu. Barthesin mukaan ihminen muuttaa itsensä poseeratessaan kuvaksi. ”*I transform myself in advance into an image.*” Poseeraukseen liittyy myös valokuvan totuudellisuuteen liittyvä seikka; joku on asettanut kameransa kuvattavana olleen kohteen eteen. Kohde on ollut olemassa kameralle sen silmänräpäyksen ajan, kun kameran suljin on liikkeellään tallentanut kohteen kameran filmille. Joku on ollut todistamassa valokuvatun kohteen olemassaolon. Tässä korostuu jälleen Barthesin valokuvan määritelmä, *this-has-been*. Jokin on ollut olemassa. (Barthes 1981, 10, 79)

Kuvattu on ollut todella olemassa, siihen perustuu valokuvan voima. Kolikon toinen puoli on ihmiselle ominaisessa ajatuksessa ”En usko ennen kuin näen”. Oletukselle perustuu myös hyvin monet iltapäivälehtien lööppikuvien valinnasta. Usein tapahtuneesta uutisesta painetaan ”todiste” jo lööppiin. Toisaalta samojen valokuvien toisto, niiden läsnäolo mitä erilaisimmissa yhteyksissä ja leviäminen eri puolille tiedotusvälineitä haperruttaa myös niiden sisältämän totuuden olemusta (Sontag 1984, 103).

Valokuvalla on tärkeä todistajan rooli journalismissa. Ihanne toistuu myös lööppien kuvituksessa, joskin vain harvoin väkivallanteosta on tarjolla kuvaa. Väkivallan kuvasto koostuu enimmäkseen henkilöistä. Jos kyseessä on julkisuuden henkilö, hänestä käytetään arkistokuvaa – mutta silloinkin kuvaan ladataan ilmeiden, katseen suuntien ja värisävyjen kautta sellaisia merkityksiä, että kuvan luonne muuttuu henkilökuvasta juuri tämän tapauksen kuvitukseksi.

Gillian Rosen mukaan ei ole hedelmällistä keskustella siitä, ettei kuvia ja tekstejä voisi verrata keskenään, pikemminkin ne pitää nähdä suhteessa toisiinsa. Hyvin usein kuvaa ja sen lukemista ohjataan tekstillä, kuten esimerkiksi taidegalleriassa nimikyltillä tai tekniikkaselostuksilla. (Rose 2001, 10).

Lööppien tapauksessa visuaalisen kulttuurin luominen lähtee liikkeelle toimituksen taittopäätteellä, jossa lööppi tehdään. Tässä tapauksessa kuvan lukijaksi määrittyy myös kuvan lehteen laittava henkilö, joka määrittelee kuvan käytön työnsä sisäisten ihanteiden ja määräysten mukaan. Samalla kuvan valitsija siirtää mikrotason merkityksen lööpeissä makrotasolle, jossa tulkinnat tehdään visuaalisessa kulttuurissa ja sen sosiaalisessa kontekstissa määriteltyjen luentatapojen mukaan. Tämä taas synnyttää jälleen uusia merkityksellistämisprosesseja.

Gillian Rose (2001, 15) erittelee viisi seikkaa, jotka vaikuttavat kuvan luentaan:

1. Kuvalla on omat visuaaliset esittämisentapansa.
2. Kuva haluaa mobilisoida tiettyjä luentatapoja.
3. Luentatavat uusintavat tiettyjä luentoja ja lokeroivat sosiaalisesti hyväksyttävät ja ei-hyväksyttävät sosiaaliset rakenteet.
4. Kuvan tulkinta tapahtuu tietyssä ympäristössä ja sosiaalisessa kontekstissa.
5. Kuvan tulkintaan vaikuttaa lukijan oma käsitys kuvan esittämästä aiheesta.

Rosen mukaan kuva tulkitaan kolmella eri tasolla (*sites*): kuvan tuotannon (*production*), mediakuvan (*image*) ja kuvan vastaanoton (*audiences*) tasolla.<sup>1</sup> Jokaisella tasolla kuvaan vaikuttavat niin teknologiset, sisällölliset (*compositional modality*) kuin sosiaaliset tulkinnan aspektit. (Rose 2001, 16–17, 30)

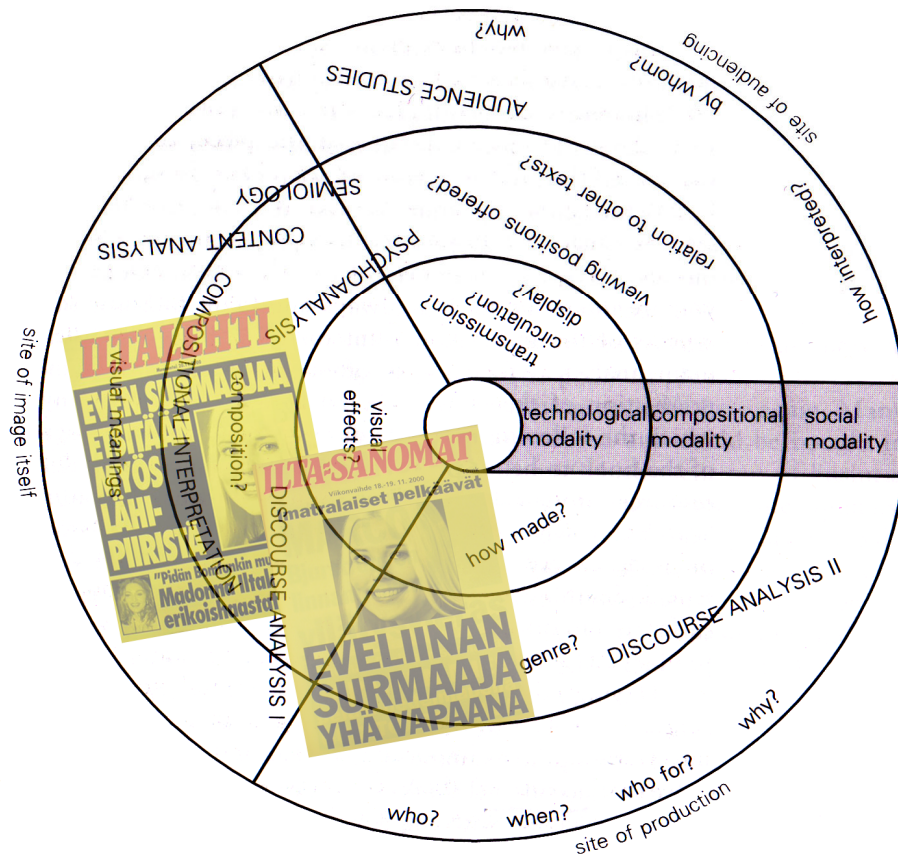
Seuraavassa kuviossa olen sijoittanut oman tutkimuskohteeni, lööpin kuvan, Rosen kehittämään visuaalisten kulttuurituotteiden tutkimuskaavioon (ks. kuvio 1).

---

<sup>1</sup>Suomennokset ovat Janne Seppäsen (2005, 26). Hän jaottelee median tutkimuskohteet *mediakuvan*, *sen vastaanoton* ja *tuotannon* tutkimisen tasoille (s, 26).

Kuten oheinen kuvio osoittaa, tutkimuskohteeni sijoittuu Rosen tutkimuskaaviossa kuvan (*site of image*) ja tuotannon (*site of production*) tasoille.

Rose huomauttaa, että kuvan tasolla sisällön analyysi keskittyy täysin kuvan ilmitasoon, ei sen tuotantoon tai luentaan. (Rose 2001, 56) Sen takia onkin syytä laajentaa analyysia semioottisella kehysanalyysillä, jossa otan huomioon myös kuvan tuotannollisella tasolla tehdyt valinnat.



**Kuvio 1: Tutkimuskohteeni median tutkimuskentässä Gillian Rosen mukaan.**

Vastaanottotutkimus olisi tämän tutkielman puitteissa aivan liian laaja huomioon ottaen jo käsillä olevan aineiston riittävyuden pelkästään yhden tason tulkintojen tekemiseen. Tässä tutkielmassa kuvan tulkinta tapahtuu merkityksellistämisen ensimmäisellä tasolla sen näkyvien ja eroteltavien eli denotatiivisten ominaisuuksien suhteen. (Fiske 1992, 113)

Tutkimuksen määrällisessä osiossa erittelen, mitä kuvat esittävät. Konnotaatioiden, miellelyhtymien ja metaforien, pariin siirryn, kun lähtien tekemään tulkintoja kuvan tuotannontasolla. Kuvan tuotannollisella tasolla tulkintaan vaikuttavat muun muassa valokuvaajien, kuvatoimittajien,



toimitussihteerien, toimittajien, toimitussihteerien, uutispäälliköiden ja toimituspäälliköiden valinnat. Tämän prosessin tulos on kuva, jonka tarkoitus on toimia juuri siinä ympäristössä, mihin se on otettu, rajattu, asemoitu, taitettu, tekstitetty ja otsikoitu. Tämä on varsinainen tutkimukseni kohde, lööpin kuva, joka on edellä mainitun toimitusprosessin summa ja siis paljon enemmän kuin denotatiivisella tasolla voi havaita.

Tulkitsen kuvan ilmitason merkityksen länsimaisen kulttuurin jäsenenä. Konnotatiiviset merkitykset luen valokuvan visuaalisen kielen ja kuvajournalismin tradition kautta. Konnotatiivisiin merkkeihin kuvassa liittyvät muun muassa valokuvista havaittavat esittämisen keinot kuten epätarkkuus, pehmennys, valotus ja rajaus. John Fiskin sanoin: ”Denotaatio tarkoittaa, mitä on kuvattu; konnotaatio taas kuinka on kuvattu.” (Fiske 1992, 114–115)

Seuraavassa esimerkki siitä, miten tulkitsen kuvan eri tasoilla. Denotatiivisesti kuva Eveliina Lappalaisesta on luokkakuva, se asettuu määrällistä erittelyä varten laatimassani taulukossa kohtaan yksityinen henkilökuva. Myöhemmin taulukkolaskelmaohjelma kertoo minulle, kuinka monta yksityistä henkilökuva on aineistoni kuvissa ollut. Määrällisessä tuloksessa kuvan valot ja varjot, ilmeet ja eleet, eivät tarkoita minulle tutkijana muuta kuin: että ”kuvan ulkoisista merkeistä päätellen se on otettu studiomaisissa olosuhteissa, joten kuvan täytyy olla luokka- tai passikuva”.

Kun siirryn laadulliseen tulkintaan ja kehysanalyysin pariin, otan kuvanluennassa huomioon kuvan ympäristön, kenties luokkakuvalla erikoisen rajauksen, sitä ympäröivän mustan kehyksen ja otsikon lyhyen tekstin. Konnotatiivisten tulkintojen kautta tiedän jo enemmän siitä, mitä kuvan halutaan lööpin yhteydessä merkitsevän.

Koska valokuvan merkitykset eivät ole koskaan suljettuja on tarpeellista, että yhdistän tutkielmassani määrälliset ja laadulliset tutkimusmenetelmät.

Tämän tutkielman tarkoituksena on tuottaa tutkittua tietoa vertaamalla iltapäivälehtien kuvastoa niin horisontaalisesti keskenään kuin vertikaalisesti eli ajallisesti viimeisen kahdenkymmenen vuoden ajalta. Erittelen kuvat niiden sisällöllisten ja muodollisten samuuksien ja eroavaisuuksien mukaan. Analyysissä otan huomioon eri kuvatyyppejen ilmaisutavat kuin myös kuvan suhteet muuhun ympärillä esitettyyn. Näin pystyn yhdistelemään kuvan tason tulkinnan myös tuotannon tasoon, mistä syntyy lopullinen yhdistelmä, kuvan kehys.

Kuva-analyysini ylittää useita kuvan tulkinnan metodologisia rajapyykkeitä. Nämä rajat ovat olleet aina hyvin häilyviä, ja niitä on usein käytetty pikemminkin täydentämään ja vahvistamaan toisiaan kuin etsimään ortodoksisesti tieteellisen validiteetin vaatimia todisteita. Monen teorian käyttö varsinkin laadullisessa tutkimuksessa vahvistaa metodologisia työkaluja kuin tekisivät tutkimuksesta epävalidia. Tämä on nykyään laadullisessa tutkimuksessa enemmänkin sääntö kuin poikkeus.

Kulttuurintutkimuksessa eritellään struktuureja, rakenteita, joiden varassa ihmiset todellisuutta hahmottavat. Mediassa kerrotut tarinat ovat yksi näistä rakenteista, jonka kautta ihmiset olemassaoloaan heijastelevat. Kulttuurituotteiden tutkimuksessa kulttuuriset mallit ja skeemat tulevat esiin kielen makrorakenteessa. Näin havainnoidaan tekstikokonaisuuksien keskinäisiä rakenteellisia piirteitä, tekstien ”kielioppia” (Alasuutari 1996, 111–112)

Kuvatutkimuksessa tämä kielioppi tarkoittaa valokuvan traditiossa käytettyjä keinoja ilmaista asioita joko ikonisesti, indeksisesti tai symbolisesti. Myös metaforan ja metonymian käyttö kuuluu kuvakerronnan kielioppiin.

Tulkittavan kohteen mysteeri voi avautua ennalta arvaamattomasta johtolangasta, mikä usein voi olla hypoteesiinsa ihastuneelle tutkijalle pieni vastoinkäyminen, mutta voi avata täysin uusia suuntia vielä tutkimuksen etenemisen vaiheessa. Yllätyksen ei pitäisi olla sosiaalisia rakenteita tutkivalla tieteenalalla ennenkuulumaton elementti: olemmehan tutkimassa ihmistä, jonka tulkinnat ympäristöstään eivät ole koskaan samoja.

On kuitenkin huomattava, että kuvan luentatavat muuttuvat jatkuvasti. Tämä koskee myös lööppejä, vaikka niiden ilmaisukeinot ovatkin olleet lööpin luonteesta johtuen hyvin pysyviä. Kuvan merkityksiä ja sisältöjä ei kuitenkaan koskaan voi hakata kiveen, merkitykset pakenevat taitavintakin tulkitsijaa, vaikka hän olisi varustautunut kokonaisella arsenaalilla tieteellisen tutkimuksen välineistöä.

### **4.3 Määrällinen sisällön erittely**

Sisällön erittelyä on pidetty tutkimuksen piirissä varsin luotettavaa tietoa tuottavana menetelmänä. Sisällön erittely tuotiin kulttuurintutkimukseen aikana, jolloin arvostettiin edelleen laskettavaa, eksplisiittistä tiedontuotantoa. Sen tarkoituksena on kerätä ja tuottaa maailmaa koskevia

objektiivisiä tietoja. Tutkimusprosessin aikana pyritään eliminoimaan inhimilliset virhetekijät, jotka voisivat haitata mahdollisimman totuudellisen tiedon tuotantoa. (Fiske 1992, 179)

Kuvien määrällisessä sisältöanalyysissä tarkastelen seuraavia seikkoja:

1. Miten väkivaltaotsikoihin liittyvien kuvien absoluuttinen määrä on muuttunut tutkimusajankohtana.
2. Miten paljon väkivaltaotsikoihin liittyy kuvia suhteessa muihin lööpin otsikoihin.
3. Mikä on väkivaltaotsikoiden kuvien prosentuaalinen osuus kaikista otsikoista.
4. Miten paljon erilaiset kuvatyypit esiintyvät tutkimusajankohtana.
5. Miten paljon kuvissa esiintyvät uhrin, epäillyt ja syylliset.
6. Miten katse lööpin kuvassa kohdistuu.

Jo kuvien tyypittelyn kautta teen tulkinnallisen siirtymän kuvan laadulliseen tutkimusotteeseen. Varsinainen uutinen ilmaistaan yleisesti otsikossa, kuva täydentää tai todistaa otsikossa kerrottua. Lööpissä tai iltapäivälehdessä yleensä, kuva voi kuitenkin joskus tulla ennen sanaa. Eri kuvatyypien määrällisen esiintymisen selvittämisen jälkeen siirryn sisällön laadullisessa erittelyssä kuvien esittämisen tapoihin, jossa tutkimuskysymys on seuraava:

1. Mitä teknisiä ja sisällöllisiä valokuvan ja erityisesti uutiskuvan traditiossa käytettyjä tehokeinoja esiintyy väkivaltaotsikoiden valokuvissa.

Lopuksi erittelen iltapäivälehdille ominaista kuvakulttuuria laadullisessa semioottisessa kehysanalyysissä, joka pohjaa aiemmassa määrällisessä analyysissä esiin tulleita kuvatyyppejä, eri kuvatyypien esiintymisen määrää ja niiden ilmaisutapoja.

Iltapäivälehdessä otsikko on tekstinä hyvin lyhyt. Se tavoittelee asian ydintä vain muutamilla sanoilla. Tämä vaikeuttaa aineiston kuvien luokittelua huomattavasti. On otettava huomioon, että kuvia tulkitessani olen käyttänyt runsain taustatietojani tapahtumista ja lähihistorian tuntemusta.

Olen luokitellut henkilön julkisuusstatuksen sen mukaan, mihin luokkaan hän ensisijaisesti julkisen esiintymisensä takia kuuluu tai mihin rooliin hänet on ensisijaisesti jutun ilmestymisaikoihin yhdistetty. Tässä olen joutunut myös turvautumaan paljon taustatietoihini, mikä ei ole ongelmatonta.

Ihmisen julkisuusstatus tutkimuksessani määrittynyt sen suhteen, minkälaisesta roolista hahmo on viimeksi tunnettu. Matti Nykänenkin alkaa pikkuhiljaa muuttua urheilijasta osastoon muusikko, laulaja, viihdyttäjä. Viikoittain ilmestyvien viihdelehtien (mm. Seiska, Oho, Katso) markkinoille tulon jälkeen maassamme on lisääntynyt myös epämääräinen viihdejulkisten joukko, joiden elämää eletään viihdelehtien ja julkisuuden lisääntymisen kautta myös iltapäivälehtien sivuilla. Julkkiksia mitä enenevässä määrin myös tehdään julkisuutta varten.

Vaikeuksia syntyy myös silloin kun laskettava yksikkö ei ole tarkkaan rajattu. Tällaisia ongelmia on muun muassa omassa tutkimuksessani silloin, kun erittelen kuvatyyppejä. Kuvatyyppeiden rajat eivät ole absoluuttisesti määriteltävissä. Milloin kuva on esimerkiksi uutiskuva ja milloin albumikuva, on hyvä kysymys, jonka joutuu esittämään jokaisen lööpin kohdalla erikseen.

#### **4.4 Laadullinen kehysanalyysi – lööpinteon rutiineja ja puhetapoja kartoittamassa**

Kehysanalyysillä pyrin tuottamaan tietoa lööppien visuaalisesta maisemasta, joka hallitsee omalta osaltaan myös arkipäivän mediajulkisuutta kauppojen kassojen kupeessa, kioskien seinillä ja katujen ständeillä. Lööpin kuvien laadullisessa kehysanalyysissä uskon pääseväni kiinni siihen, miten lööppiä tekevät rakentavat kuvat näin erityiseen esittämisympäristöön. Seuraavassa käsittelem kehysanalyysin teoreettista taustaa.

Risto Kuneliuksen mukaan journalismista puhuttaessa on lähes aina aiheellista esittää kysymys siitä, ”millä tavalla jutun lajityyppi – joka on siis olemassa ennen yksittäistä juttua – on ohjannut jutussa esitettyjen faktojen löytämistä tai jopa muokannut todellisuuden tapahtumia.” (Kunelius 2003, 22) Tätä samaa kysymystä pyörittää tutkijan päässä myös kehysteoria.

Kehysteoria (*'frame theory', 'frame analysis'*) on ollut suosittu teoreettinen ja metodinen työkalu monelle viestinnäntutkijalle viimeisen kymmenen vuoden aikana (van Gorp 2005, 484). Sen suosio liittyy diskurssianalyysin 90-luvun alusta jatkuneeseen voittokulkuun mediatutkimuksessa. Molempia tutkimusotteita on käytetty taajaan, sekoitettu keskenään ja näin hämärretty entisestään niiden tieteellis-teoreettisesta rajaa.

Kehysteorialle ei voi nimetä vain yhtä kehittelijää. Van Gorp mainitsee kehysanalyysin "esittelijöiksi" Tuchmanin (1974) ja Gitlinin (1980). (emt. 485) Karvonen pitää kehysteorian

"lanseeraajana" Erwing Goffmania (1974/1986), mutta tunnustaa esimerkiksi Gitlinin aseman teorian kehittäjänä (Karvonen 2000, 79).

Van Gorp sanoo, ettei ole syytä nimetä pelkästään yhtä tieteenalaa tai tutkijaa kehysanalyysin keksijäksi tai ajautua riitelemään teorian moniselitteisyydestä. Kehysteoria on monitulkintainen ja siksi käyttökelpoinen eri tieteenaloilla. Tämä ei kuitenkaan van Gorpin mielestä heikennä sitä. Hieman eri puolilta kehystä lähestyvät tulkinnat tekevätkin teoriasta vahvemman ja lisäävät tietoaamme *kehystämisprosesseista* eri tilanteissa. (Van Gorp 2005, 485)

Retoriikan, psykologian, symbolisen interaktionismin, antropologian ja sosiologian piiristä rönsyilevä teoria asettuu semioottisen koulukunnan diskurssianalyysin rinnalle. Tieteenala tutkii suhdettamme tulkintatilanteisiin, joissa teemme tilannearvioita pyrkiäksemme asettamaan itsemme suhteeseen maailman kanssa ja ymmärtääksemme sitä. Karvosen mukaan kehystämisprosessin ymmärtämisen lähtökohdaksi on tilannekonteksti: "[H]aemme -- tilanteesta -- vihjeitä ja merkkejä, jotka vahvistaisivat tietyn tulkintakehikon oikeaksi lähtökohdaksi". (Karvonen 2000, 79, 84)

Ymmärrän Karvosen edellä pyrkivän pitämään diskurssin ja kehyksen tieteelliset lähtökohdat puhtaina. Tämä oli tarpeellista varsinkin siinä vaiheessa, kun analyysimenetelmä oli vasta pääsemässä siivilleen suomalaisessa viestinnätutkimuksessa vuonna 2000.

Kuvatutkimuksen erityisyys ja kuvien tulkintojen moninaisuus antaa kuitenkin mahdollisuuden teoreettisten viitekehysten yhdistämiseen. Se tekee myös tulkinnoille alttiista tutkimusalasta monimuotoisempaa ja lähestyy vaikeata kohdetta perustellusti monesta suunnasta.

Kehysteorisointi on hyvin tutkijalähtöistä. Kun tutkija etsii säännönmukaisuuksia aineistostaan, hänen on oltava tietoinen myös siitä, minkälaisia asioita hän aineistostaan hakee. Myös van Gorp on havainnut tällaisen deterministisen, tiettyyn päämäärään pyrkivän vivahteen kehysten tutkimisessa. Van Gorp kysyy oikeutetusti: Ovatko kehykset todella olemassa tutkittavissa aineistoissa – tässä tapauksessa lööpin valokuvissa – vai keksiikö tutkija ne päästään ja nimeää ne, kun sopiva kohde löytyy? (Van Gorp 2005, 486)

Viestinnätutkimuksessa yleisimmin käytetyn käsityksen mukaan kehystäminen on yleisön ja journalistien välinen suhde, jossa he katsovat todellisuutta samojen kehysten läpi. Kehykset ovat

muodostuneet journalistisessa prosessissa, jossa toimittajat käyttävät merkkejä ja merkityksiä, joiden käytön uskovat myös yleisön allekirjoittavan. (Van Gorp 2005, 485)

Risto Kunelius määrittelee kehystämisen seuraavasti: ”Kehystämällä tarkoitetaan sitä, kuinka joukkoviestimet vaikuttavat ihmisten ajattelutapoihin suosimalla tiettyjä rajoituksia ja näkökulmia asioihin.” Kehystämisessä voidaan puhua myös metaforien käytöstä. Jokin asian ydin menetetään, kun sen kehystetään median rutiinien, sen päivittäin käyttämien jäsennysten kehyksiin. (Kunelius 2003, 144)

Vaikka sana *kehys* on monimerkityksinen, uskon, että tutkielmani osoittaa sen käyttökelpoisuuden etenkin kuvantutkimuksessa. Kun ajattelee kehysteoriaa Seppäsen tavoin, kehys osoittautuu käsitteenä varsin selkeäksi. ”Kehyminen on aineistossa olevien säännönmukaisuuksien pelkistämistä yhtenäisiksi teemoiksi, kehyksiksi.” (Seppänen 2006, 234)

Kehyksenivät eivät ole ainutlaatuisia, ja vastaavia kehyksiä voi löytyä muistakin lehdistä ja ylipäänsä kulttuurituotteista, josta käyttävät hyväksi samanlaisia visuaalisen esittämisen keinoja.

Kehysteorian periaatteet strukturalistisena, merkitysten sosiaalisen rakentumisen tulkintamallina on yhteneväinen semioottisen merkityksellistämisenjärjestelmän kanssa. Siinä suhteessa kehysteoria puhuu samaa kieltä myös muun lingvistisen, eli kieltä tutkivan, kulttuuritutkimuksen kanssa, vaikka esimerkiksi tässä tutkimuksessa sitä on käytetty kuvien tulkintaan.

Valokuvan kohdalla voidaan puhua myös muoto-opista tai, ehkä vielä osuvammin, muotokielestä. Toisaalta diskurssin yhteydessä käytetty kieliopinkaan käsite ei johda harhaan, sillä valokuvalla oma merkkien kielioppi, joiksi voi kutsua värien, varjojen, linjojen, sommittelun ym. valokuvaan liittyvien *esteettisten koodien* käytön kautta. Semioottisessa analyysissäni tulkitsen valokuvaa edellä mainittujen valokuvan *muotokielessä* käytettyjen esteettisten koodien muodostamien säännönmukaisuuksien kautta.

Kehys kuvaa sanana hyvin metodin käyttöä tietyn alueen rajaamisessa, mutta Karvosen (2000) mukaan näin suppea kehyksen määrittely johtaa hieman harhaan. Kehys ei määrää sen sisällön olemusta yksiselitteisesti, vaan yksittäinen saa merkityksensä kokonaisuuden osana. Tässä mielessä se tulee lähelle *hahmon* (*Gestalt*) käsitettä: kehys ei ole olennainen, vaan se joukko, joka kehyksen sisälle asettuu. Lööppi asettuu hahmona osaksi katujen varsilla ja kauppojen lehtitiseillä esitettäviä

lehtimainoksia, lööpin kuva taas asettuu hahmoksi lööpin paperille otsikoiden joukkoon. (Karvonen 2000, 78)

Mikko Hietaharju (2006) korostaa valokuvan retorisia keinoja yhteisten tulkintojen synnyttäjinä. Valokuvaa voi tarkastella osana luontoa tai kulttuurisesti määrittävänä toimintana ja tulkintana. Kulttuurissa valokuvan sisäiset rakenteet pyrkivät aina toteuttamaan jotain funktiota. Tähän pyritään herättämällä tunteita ja tarinoita. Hietaharjulle valokuvan rakenteen eri tasot ja keinot ovat tarinoita synnyttäviä ja retorisesti kuvan lukijaan vaikuttavia keinoja. (Hietaharju 2006, 15, 51–53) <sup>1</sup>

Hietaharju soveltaa retoriikan käsitettä ajatusmalliin seuraavasti: "Valokuvaamisen tekniikka on omanlaatuistaan kielioppia, kirjoitetun ja puhutun kielen kieliopillista järjestelmää sivuavaa, analogisia vastineita löytävää esittämisen- ja vakuuttamistaitoa, retoristen keinojen käyttöä." (emt. 54)

Omassa tutkimuksen taustaa selvittävänä terminä retoriikka on kuvaava. Lähdetään siitä, että lööpin kuva pyrkii vaikuttamaan. Se tekee sen kuitenkin pikemminkin kehyksen kautta, joka on muodostunut saman kuvan tai sen kaltaisten toistossa. Jokin hahmo on toistuvasti noussut lööpin näyttämöllä ja viitannut jo tunnettuun käsitykseen kyseisestä hahmosta. Samaan aikaan käytetään kuvan retorisia keinoja, kuten katseen suuntaa ja visuaalisia tehosteita, aktivoimaan sosiaalisesti tietyn tulkintakehyksen.

#### 4.5 Kehys ja myytti

*"-- Matti Nykänen on rauhan symboli. Silloin kun asiat maassa ovat ok, hänet tai joku muu kaikkien tuntema jatkokertomuksellinen hahmo voidaan asettaa lööpin estradille."*

(Liehu HS 12.1.2006, C3)

Ihmisten mielissä syntyvät esittämisen kehykset saavat voimansa myös myyteistä, jotka toivat kuvien takana yhteisössä, jossa kuvat esitetään. Iltapäivälehtien lööpeissä päivästä toiseen esiintyvät kasvot ovat filosofi Heidi Liehulle yhteisöllisyyttä vahvistavia hahmoja. Helsingin Sanomissa julkaistussa kirjoituksessa Liehu uskoo, että lööpissä tasaisesti esiintyvät kasvot rakentavat uutta myyttiä vanhojen kansantarinoiden tilalle. Ne ovat yhteisöä koossa pitävä voima. Julkisuuden henkilön kuva iltapäivälehtien lööpeissä on symboli, joka kertoo ihmisille, että mitään heidän omaa elämäänsä järkyttävää ei ole tapahtunut. (Liehu 2006, HS 12.1.2006, C3)

---

<sup>1</sup> Viitattu 1.2.2007 <http://dissertations.jyu.fi/studhum/9513925773.pdf>

*”Julkkisten kohtalot ylikerrotaan, kuten hyvät kertomukset aina. Ne suurentuvat kuin toisiaan heijastavien peilien kautta, lehdet toistavat toisiaan ja tarinat moninkertaistuvat.” (emt.)*

Myyttisenä ajan kuvana Nykäsen kasvot ovat vahvat, koska niihin voi liittää niin urheilusankarin kuin antisankarin ominaisuuksia. Nämä molemmat sankaruuden tyypit ovat aina olleet iltapäivälehtien myyvimpiä materiaalia. (Muun muassa Kivioja 2004)

Nykäsen hahmoon tiivistyy myös perinteinen viihteen kuluttamisen periaate: ihminen kuluttaa muun muassa halpasarjoja, visailuja, viihdelehtiä ja iltapäivälehtiä kokeakseen ylemmyyttä suhteessa julkiseksi riistaksi koettuihin julkkiksiin ja poliitikkoihin.

Heidi Liehu toistaa kevään 2006 lööppikeskusteluun osallistuneella kirjoituksellaan yhtä joukkotiedotuksen tärkeimmistä tehtävistä: mediat rakentavat yhteistä todellisuuttamme. Tämän perusteella lööppi on tärkeä osa arkeamme. Niiden viestit ohjaavat käyttäytymistämme halusimme sitä, taikka emme. Lööppejä on joka paikassa, joten lehtiständit ovat helppo tarkistuspiste sille, onko oma elämämme raiteillaan.

#### **4.6 Metodologinen naimakauppa**

Jos kehysteoriaa kehilleiden ja sitä soveltaneiden tutkijoiden mielessä ei ole yhtä kehystä itse teoriasta ja sen toimivuudesta, heikentääkö se kehysteorian validiutta tutkimusmenetelmänä? Ei. Näkemykseni mukaan monella eri tieteenalalla käyttökelpoiseksi koetun teorian voi olettaa olevan jopa vahvan erilaisten ilmiöiden hahmotuksessa.

Diskurssien kaltaisia tarinakehyksiä tarvitaan paitsi toimituksissa suuren tiedonmäärän organisoimiseen, mutta myös vastaanottajan päässä tekemään tuo tieto osaksi yhteiskunnan ihanteita ja arvoja. Diskurssit luovat koheesiota, toisaalta ne jättävät tilaa myös vastadiskursseille. Merkityksethän eivät ole koskaan eksplisiittisiä, suljettuja. Kehyskään ei ole rikkumaton rakennelma (Karvonen 2000, 78), vaan ihmiset muokkaavat ilmaisutapojaan huomattavasti, miten vastaanottaja niihin reagoi – näin ollen olemme päätyneet lähes kehäpäättelmään arvioidessamme kehysten ja diskurssin välisiä eroja.



Vaikka kehys ja diskurssi ovat kotoisin tieteellisen kartan eri puolilta – tosin samalta Sosiologian mantereelta – kohtaavat ne tutkielmassani kehyksen käsitteessä. Tutkimusmenetelmät ovat ennekin löytäneet yhteisen sävelen nimenomaan semioottisen kielen- ja kuvatutkimuksen piirissä. Uutisten kehyksiä on tutkittu paljon niin Suomessa kuin ulkomailla (Ks. esim. van Gorp 2005, 485).

Kuvatutkimuksessa ainakin Seppänen (2000) on käyttänyt kehyksen ja diskurssin käsitteitä rinnakkain. Seppänen on myös korostanut, ettei kuvantutkijan pidä pelätä eri lähestymistapojen yhdistelmiä. Sama monitieteellinen näkemys viestinnän tutkimuksesta on Alasuutarilla

Tero Ruutvaara (2000) yhdisti viestinnän pro gradu -tutkielmassaan onnistuneesti uutisvalokuvan määrällisen ja laadullisen tutkimusotteen. Tutkimuksessaan suomalaisen presidenttipelin valokuvauutisoinnista hän kehitti sosiaalisemioottista kuvantutkimusta, jossa visuaalinen kulttuuri asetetaan osaksi sosiaalista kanssakäymistä. (Ruutvaara 2000, 4, 9–10).

Ajatus on peräisin Günther Kressiltä ja Theo van Leeuweniltä (1996), joiden mukaan viestit muodostuvat yhteiskunnan valtarakenteissa ja ylläpitävät niitä. Heidän *sosiosemiotiikaksi* nimittämänsä tutkimusote on monitieteinen ja korostaa erilaisten menetelmien käyttöä visuaalisen tutkimisessa. Sosiosemiotiikka on syntynyt toisaalta kulttuurisen mediatutkimuksen moninaisuudesta ja jatkuvista oppiriidoista eri tieteenalojen välillä. Sen voi katsoa kehittyneen yhdessä nykyisen monimuotoisen mediaympäristömme rinnalla. Myös oma tutkimuksellinen viitekehyseni tulee erittäin lähelle sosiosemiotiikkaa, koska kehysteorian alkuperä on sosiologiassa ja symbolisessa interaktionismissa.

Kuten Karvonen edellä totesi, kehys korostaa tuotannon tasolla tapahtuvia prosesseja, mitkä valokuvan kohdalla on erittäin tarpeellista huomioida. Valokuvan keinot ovat rajatumpia kuin kielen, ja niiden eri tuotannon tasolla tapahtuva merkityksenanto on havaittavissa myös lopputuotteessa.

Samaa sanomalehtitaiton ominaispiirrettä korostaa myös Hannu Pulkkinen keväällä 2008 julkaistussa väitöskirjassaan, jossa hän tutki suomalaisten päivä- ja iltapäivälehtien sivujen arkkitehtuuria. Viestintä lehden sivulla on monen seikan summa: kuvat, teksti ja sommittelu ovat vain yksi osa moninaista prosessia, jonka lukija tekee tiettyssä tulkintatilanteessa. Hänen tutkimuksensa lähtökohta oli tarkastella nimenomaisesti prosessia, jossa on huomioitu niin

materiaan suunnittelu ja järjestäminen kuin sen lähettäminen ja vastaanotto. (Pulkkinen, 2008, 29, 33)

Jää vain arvailujen varaan, välittyvätkö lukijalle ne viestit, joita esimerkiksi taittaja on halunnut korostaa valitsemalla tietyn kuvan lööppiin. Mediatyöläiset rakentavat niin tekstiin kuin kuviin tiedostamatta tai tiedostaen tulkintakehikoita. Kehystäminen on tiettyjen puolien korostamista ja tiettyjen sosiaalisten realiteettien poissulkemista kehyyksen ulkopuolelle. Kehys pyrkii väistämättä suosimaan tiettyä ongelmaa, tulkintaa ja moraalista arviota tai toimintaa. Kehys on myös retoriikkaa: se näyttää asiat halutussa valossa saadakseen ihmiset toimimaan. Karvosen mukaan tämä on *valikoivaa kontekstualisointia*, mistä media antaa jatkuvasti esimerkkejä. Omassa työssäni esimerkkinä voisi toimia vaikka iltapäivälehtien ja aamulehtien erilaiset tavat käsitellä väkivaltarikoksia. Kontekstit ja tapahtumalle annettavat kehukset ovat erilaiset. (Karvonen 2000, 82; myös Karvonen 1999, 279)

Tulkintakehikot ovat myös journalistien apukeino lajitella tietotulvasta ytimekkäitä ja viestin etenemistä edesauttavia elementtejä. (Karvonen 2000, 80)

Kehys lähenee myös skeemaa siinä mielessä, että ne molemmat organisoivat ympäristöämme ymmärrettäväksi. Muistin skeemat ovat rakentuneet sosiaalisen kanssakäymisen kautta ja niitä sovelletaan jatkuvasti uusiin tilanteisiin. Karvonen viittaa tässä myös merkin tulkinnassa tapahtuvaan prosessiin: tietty symboli aktivoi meissä tulkinnan, joka on sosiaalisesti rakentunut. Merkki aktivoi meissä tulkintakehikon. (emt. 81)

*”Sekä toimittaja että hänen yleisönsä tuntevat hyvin käytetyn tulkintapakettin kaavan, joten lähettäjän tarvitsee vain aktivoida haluttu tulkintakehikko yleisön mielessä. Tämä tapahtuu sijoittamalla esitykseen tiettyjä avainsanoja, perusfraaseja, metaforia, käsitteitä, symboleja ja stereotyyppisiä kuvallisia elementtejä. Napakka avainfraasi lataa yleisön mielen kaiken mitä tämän symbolin alaisuuteen on talletettu.” (emt. 82)*

Kehyyksen toimintamalli on teoreettinen lähtökohtani, koska se korostaa viestitilanteeseen liittyvää kontekstia, merkin sosiaalista jakamista ja tuotannontasojen merkitystä. Sovitan kehysteorian sisään kuitenkin myös diskurssin käsitettä, koska käsitan diskurssit viestinnän kieliopiksi. Näin ollen myös kuviin ladatut diskurssit puhuvat omaa kieltään ja näiden diskurssien samuus eri valokuvien sisällä luo yhteisen kehyyksen. Diskurssi on työssäni enemmän analyyttinen ja teoreettinen käsite, kehys

konkreettisempi rajaus, jonka nimeämisellä muun muassa "pahan kasvoiksi" pyrin jo itsessään kertomaan, minkälaisia diskursseja ja retorisia keinoja kehyksen sisältä löytyy. Semanttiset diskurssit ja esteettinen retoriikka toimivat siis kehyksen sisällä, ja niiden luonne antaa kehykselle nimen.

Kehys syntyy journalististen käytäntöjen sisällä, kun toimittajat organisoivat informaatiota totutun kaavan mukaan. Viestinnässä voidaan tiedostaen tai tiedostamattomasti valita sopiva viitekehys ja saada se näyttämään halutunlaiselta. (Karvonen 200, 78)

Tuotannon tason kehystäminen tarkoittaa valokuvien asettamista lööppiin visuaalisten konventioiden ja tehokeinojen sekä valokuvan traditiosta nousevien esittämistapojen kautta. Valokuvan ilmaisu perustuu kameran kykyyn käsitellä valoa, aikaa ja tilaa (Hietaharju 2006, 143). Valokuvaaja lataa kuvaushetken määrittämässä olosuhteissa otokseen haluamansa kuvakulman, sävyn, sommittelun ja rajauksen, mutta sanomalehden todellisuudessa myös kuvankäsittelyssä ja taitossa kuvaan luodaan uusia merkityksiä – tai tuhoetaan kuvaan jo ladattuja koodeja. Painettu kuva lööpissä voi kuvan ottajasta näyttää hyvinkin vieraalta. Lööpin ilmaisu vaatii pelkistystä ja tehokkuutta: siksi kuvaa usein rajataan, kontrasteja syvennetään ja kuvia syvätään.

Sisällönerittelyssä kehysteoria antaa lähtökohdan olla tekemättä arvolatautuneita tulkintoja ja painottaa kehysten tunnistamista ja niiden kuvailua (emt. 83). Näin näitä kehyksiä tuottavat ja lukevat voivat päästä selvyyteen kehyksistä, jotka syntyvät tiedostamattomasti uutisprosessin yhteydessä. Tutkimus voi myös paljastaa tiedostaen luotuja vaikuttamisyhteyksiä.

En tutki varsinaisesti lööpin valokuvan tuotannon tasoa, vaan erittelen historiallisia ja konventionaalisia traditioita, jotka kuvakerronnassa lööpissä toistuvat, mikä kertoo myös siitä, minkälaisia kehystämisentapoja on tuotannontasolla kunakin aikakautena suosittu.

Tässä suhteessa en ole kuitenkaan historiaton, vaan teoreettisen ja käytäntöjä valottavan kirjallisuuden lisäksi käytän analyysissä hyväksi kuvajournalististen opiskelujeni aikana hankkimaani tietoa ja omaa kokemustani iltapäivälehdien toimitussihteerinä (ks. luku 3.3 Oma asema). Tässä suhteessa tuotannon tason tutkimus kulkee koko ajan tutkimukseni sisällä, sillä tunnen aiheeni syvällisemmin kuin esimerkiksi kadulla kuvaa tulkitseva.

Perti Alasuutarin näkemykset vastaanottotutkimuksesta myös vahvistavat käsitystäni siitä, ettei tämäkin puheenvuoro lööpin kuvasta ole tarpeeton. Alasuutari on todennut, että tutkimuksen tulee olla monitieteistä ja lähteä tutkittavan kohteen ja sen kulttuurin lähtökohdista. Tutkimuksen täytyy olla elävästi mukana kontekstissaan. Tällöin tutkijakaan ei ole tutkimuskohteestaan irrallinen ja objektiivinen tarkkailija vaan tutkimassaan kulttuurissa elävä ja sen tunteva henkilö. Tutkijan aiemmat havainnot kohteesta tunnustetaan ja nostetaan tutkimuksen vahvuudeksi, ei niitä heikentäväksi elementiksi. (Alasuutari 1999 teoksessa Bird 2003, 6)

Seppänen on tunnustanut saman kuvantulkintaan liittyvän ongelman; kuvaa ammattimaisella otteella tarkasteleva tutkija löytää varmasti lukemattoman määrän merkityksiä, mitä kaduntallaaja kuvia tarkkaillessaan ei todennäköisesti tee. Seppänen kuitenkin uskoo, että ainakin tulkitsijan kanssa samaan sosiaaliseen ryhmään kuuluvat henkilöt voivat päätyä samanlaisiin tulkintoihin. Hän myös korostaa dialogin merkitystä kuvien tulkinnassa. Kaiken kaikkiaan visuaalista lukutaitoa voi kehittää nimenomaan keskustelun kautta. (Seppänen 2000, 197–198).

Tutkimukseni on yritys selvittää, onko lööpin kuvissa yhtenäisiä kehyksiä. Se voi herättää kysymyksen, miten pitkälle tällaiset kehykset ovat tietoisesti rakennettuja vai syntyvätkö ne tiedostamattomasti. Olen kuvien tulkitsija ja lukija mutta tutkijan näkökulmasta vastaanotan kuvat eri kontekstissa kuin normaali lööpinlukija. Metrossa kulkiessaan kulkija voi tyydyttää luontaista uteliaisuuttaan tai varautua päivän kahvipöytäkeskusteluihin. Tutkijalla on työlleen eri funktio.

## 5 Aineiston analyysi

Aineiston analyysi sisältää kaksi osaa: määrällisen kuva-analyysin ja laadullisen kuvatyypin analyysin. Ensimmäiseksi tarkastelen kuvitusten määrän kehitystä sekä vertailen lehtien kuvituksen välisiä ajallisia ja määrällisiä eroja. Omassa kappaleessaan erittelen myös väkivaltaa tai sen uhkaa sisältäneet kuvat.

### 5.1 Väkivaltaotsikoiden kuvituksen määrällinen analyysi

Tutkimusta varten kävin läpi yhteensä 2646 Ilta-Sanomien ja Iltalehden myyntijulistetta vuosilta 1985, 1995, 2000, 2005 ja 2006 (Taulukko 1A). Tästä joukosta valitsin varsinaiseen tutkimusaineistooni lööpit, joissa oli yksi tai useampi kuvitettu väkivaltaotsikko. Kun jatkossa puhun otsikosta, tarkoitan nimenomaan lööpin väkivaltautista käsitellyttä otsikkoa, johon liittyy kuvitus. Kuvitetun otsikon sisältäneitä lööppejä on aineistossani 443 (Taulukko 1B). Otsikon kuvituksena voi olla yksi tai useampi valokuva, lehtileike tai piirros. Lisäksi erittelin myös kuvitukset lööppien otsikoiden tasolla. Erilaisia kuvitettuja väkivaltaotsikoita aineistossa on 482 (Taulukko 1C), joiden ohessa yksittäisiä kuvia 573 (Taulukko 4). Tässä luvussa vertailen väkivaltautisten kuvitusta näillä kaikilla lööpin tasoilla.

Taulukoita tarkastellessa on pantava merkille, että vuoden 1985 osalta aineisto ei ole täysin vertailukelpoinen. Tuolta vuodelta Iltalehden arkistosta puuttuu elo–lokakuun lööpit, mikä on neljäsosa koko vuoden lööpeistä. Tästä huolimatta vuoden 1985 mukaan ottaminen aineistoon on perusteltua, sillä molempien iltapäivälehtien myyntijulisteet olivat tuolloin rakenteellisesti hyvin samanlaisia. Lööpit sisälsivät tuolloin pääosin 1–2 aihetta, ja niissä oli usein vain yksi kuva. Näin Ilta-Sanomien lööppien perusteella voi tehdä johtopäätöksiä kuvituksen määrän ajallisesta muutoksesta.

Kun kuvitettujen lööppien absoluuttista määrää vertaillaan ajallisesti, voi väkivaltaotsikoiden kuvittamisen havaita lisääntyneen tutkimusajanjaksolla selvästi (Taulukko 1A, 1B ja 1C). Vuodesta 1985 Ilta-Sanomien kuvitettujen väkivaltalööppien määrä oli nelinkertainen vuonna 2006. Samaan aikaan Iltalehden kuvitettujen väkivaltalööppien määrä lähes kolminkertaistui vuoteen 1995<sup>1</sup> verrattuna.

---

<sup>1</sup> Iltalehden ensimmäinen todellinen vertailuvuosi, sillä vuoden 1985 aineisto ei ole täydellinen.

## Kokonaisaineisto

### A: Läpikäytyt lööpit<sup>1</sup>

	Ilta-Sanomat	Ilta-lehti	
1985	290	199	290
1995	291	275	566
2000	292	294	586
2005	302	301	603
2006	301	300	601
<b>Yhteensä</b>	<b>1476</b>	<b>1170</b>	<b>2646</b>

### B: Lööpit, joissa kuvitettu väkivaltaotsikko

	Ilta-Sanomat	Ilta-lehti	
1985	17	12	29
1995	18	30	48
2000	37	27	64
2005	70	79	149
2006	72	85	157
<b>Yhteensä</b>	<b>213</b>	<b>230</b>	<b>443</b>

### C: Kuvitetut väkivaltaotsikot

	Ilta-Sanomat	Ilta-lehti	
1985	17	12	29
1995	19	31	48
2000	39	30	64
2005	73	86	149
2006	80	95	157
<b>Yhteensä</b>	<b>228</b>	<b>254</b>	<b>482</b>

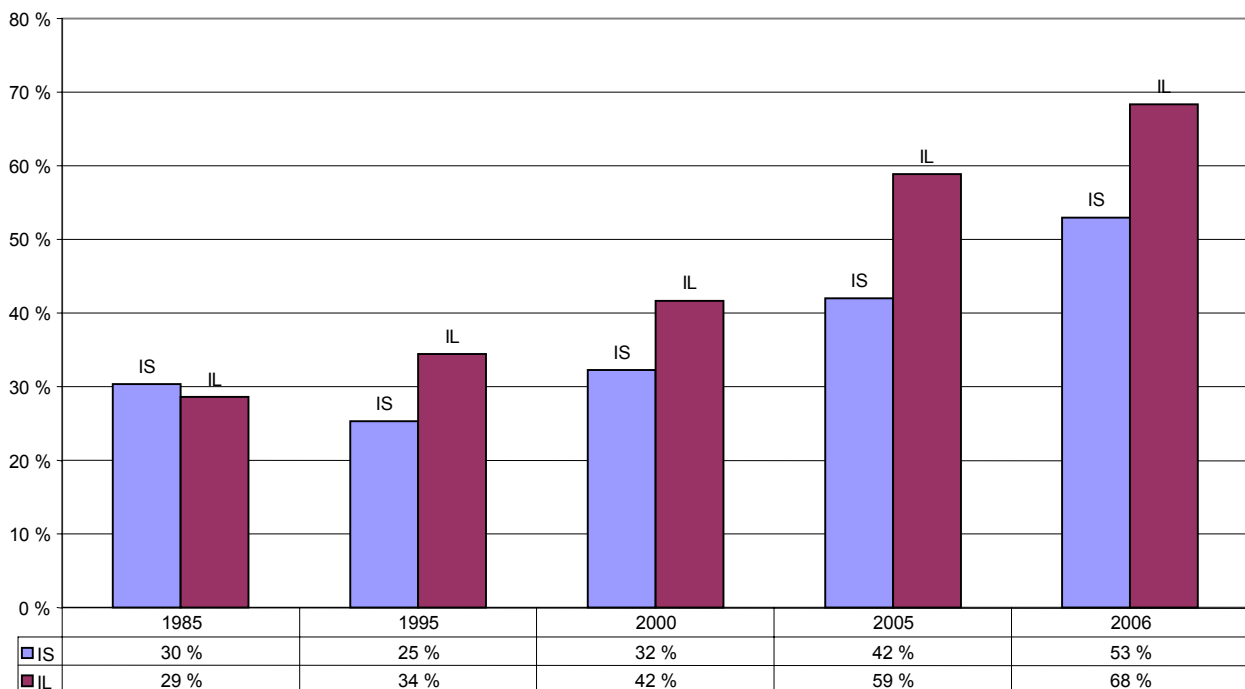
**Taulukko 1. A: Läpikäytyt lööpit (N=2646), B: Lööpit, joissa yksi tai useampi kuvitettu väkivaltaotsikko (N=443) ja C: Kuvitetut väkivaltaotsikot (N=482)**

Taulukosta 1 näkee, että vuonna 1995 Ilta-lehti kuvitti väkivaltauutisen sisältäneitä lööppejään enemmän kuin Ilta-Sanomat. Ilta-lehti oli tässä suhteessa visuaalisempi myös vuosina 2005 ja 2006. Koska vuodesta 1985 ei aineiston puuteiden vuoksi voida tehdä vertailua, aineistoni perusteella Ilta-Sanomat kuvitti väkivaltalööppejä Ilta-lehteä enemmän vuonna 2000. Ilta-lehti kuvittaa otsikkonsa aineiston perusteella siis huomattavasti useammin kuin Ilta-Sanomat.

<sup>1</sup> Osallistuin tutkimusapulaisena Väkipalsta lööppijournalismissa -tutkimusprojektiin Tampereen yliopiston Journalismin tutkimusyksikössä, jossa kävin läpi koko aineiston. Tästä aineistosta rajasin oman tutkimuskohteeni. Taulukon tiedot ovat projektin raportista (Syrjälä 2007b).

Kun väkivaltaotsikoiden kuvittamista tarkastellaan suhteellisesti verrattuna kaikkien väkivaltaotsikoiden määrään<sup>1</sup>, edellinen havainto vain vahvistuu. Vuonna 1985 noin kolmanneksessa lööppien kaikista väkivaltaotsikoista oli kuva. Väkivaltaotsikoiden kuvituksessa Iltalehti meni Ilta-Sanomien edelle jo vuonna 1995, jolloin Iltalehti kuvitti yli kolmanneksen väkivaltaotsikoistaan. Samana vuonna Ilta-Sanomien väkivaltakuvitus laski jopa vuoden 1985 tasosta 25 prosenttiin.

### Väkivaltaotsikoiden kuvittaminen



**Kuvio 2. Kuinka suuri osa lööppien väkivaltaotsikoista on kuvitettu.**

Vuodesta 1995 Iltalehti on kuvittanut väkivaltaotsikot suhteellisesti laskettuna useammin kuin kilpailijansa. Vuonna 2000 Iltalehti kuvitti jo 42 prosenttia lööpin väkivaltauutisista. Vuonna 2005 Ilta-Sanomien kiristi kuvittamistahtiaan, jolloin se kuvitti väkivaltauutisiaan yhtä paljon kuin kilpailija viisi vuotta aiemmin. Samana vuonna Iltalehti meni jälleen omilla lukemillaan eli kuvitettu oli lähes 60 prosenttia kaikista väkivaltaotsikoista.

Ilta-Sanomien pystyi kuvittamaan yli puolet väkivaltaotsikoistaan vasta vuonna 2006, jolloin sen kuvittamisen aste nousi 53 prosenttiin. Samana vuonna Iltalehden lööppiotsikoista kuvitettiin jo 68 prosenttia.

<sup>1</sup> Kuvitetujen väkivaltaotsikkojen tiedot löytyvät taulukosta 1C. Vertailuluku eli kaikkien väkivaltaotsikoiden määrä on Hanna Syrjälän (2007b, 2) tutkimuksesta, joka on tehty saman lööppiaineiston pohjalta.

Taulukkoon 3 olen ryhmitellyt kuvitetut väkivaltaotsikot sen mukaan, miten tärkeä aihe on lööpin sisäisessä hierarkiassa. Olen määritellyt lööpin otsikkoaiheille omat tärkeysjärjestysluokkansa, jossa 1. aihe on lööpin fyysisesti suurin otsikko.<sup>1</sup>

Lööpin ykkösaiheena olleen väkivaltaotsikon yhteydessä oli kuvitus 299 kertaa (Taulukko 2). Kun lukua vertaa kaikkiin tutkimusta varten läpikäytyihin lööppeihin, 11 prosentissa lööpeistä on ykkösaiheena kuvitettu väkivaltaotsikko.

Lehti	Vuosi	1. aihe	2. aihe	3. aihe	4. aihe	Yhteensä
<b>IL</b>	1985	10	2			12
	1995	25	6			31
	2000	20	8	2		30
	2005	54	22	10		86
	2006	50	34	10	1	95
IL Yhteensä		159	72	22	1	254
<b>IS</b>	1985	16	1			17
	1995	17	2			19
	2000	22	14	2	1	39
	2005	45	21	7		73
	2006	40	28	12		80
IS Yhteensä		140	66	21	1	228
Kaikki yhteensä		<b>299</b>	<b>138</b>	<b>43</b>	<b>2</b>	<b>482</b>

## Taulukko 2. Kuvitetujen väkivaltaotsikoiden määrä ja prioriteetti lööpissä (N=482).

Kun tarkastelee väkivaltautisen sisältäneen lööpin sisäistä hierarkiaa, taulukko osoittaa, että väkivaltaotsikko ja siihen liittynyt kuvitus löytää usein paikkansa varsin korkealta lööpin sisäisessä arvoasteikossa.

Kun lööppiin oli tarjolla väkivaltautinen ja kuva, se sijoitettiin lehden ykkösaiheeksi 62 prosentissa lööpeistä. Havainto vahvistuu edelleen, kun tarkastelee 2. aiheeksi päässeiden väkivaltautisten määrää, joita on 29 prosenttia kaikista kuvitetuista väkivaltaotsikoista. Näin peräti 91 prosenttia väkivaltaotsikoiden kuvista arvioitiin ykkös- tai kakkosjutun arvoiseksi.

Kuvallisten väkivaltajuttujen priorisoinnilla on lehtien välillä hieman eroja. Iltalehti on nostanut 1995, 2005 ja 2006 väkivaltaotsikon useammin ykkösaiheeksi kuin Ilta-Sanomat. Tässä tutkimuksessa Iltalehti on ollut kautta linjan visuaalisempi. Poikkeusvuosi tässäkin vertailussa on

<sup>1</sup> Lööpissä voi määrittelyni mukaisesti olla vain yksi 1. aihe, sillä jos lööpissä on kaksi samankokoista otsikkoa, Ykkösaiheeksi määräytyy otsikko, joka sijaitsee vertailuotsikkoa ylempänä. Ylemmäksi sijoitetun otsikon prioriteetti on suurempi, koska silmäliiketutkimusten perusteella se oletetaan luettavan ensimmäisenä.



2000, jolloin Ilta-Sanomilla oli huomattavasti enemmän väkivaltakuvituksia lööpissä kuin Iltalehdellä. Vuodesta 2000 muodostuukin Ilta-Sanomilla voimakkaimmin visuaalisiin vuosi suhteessa Iltalehteen.

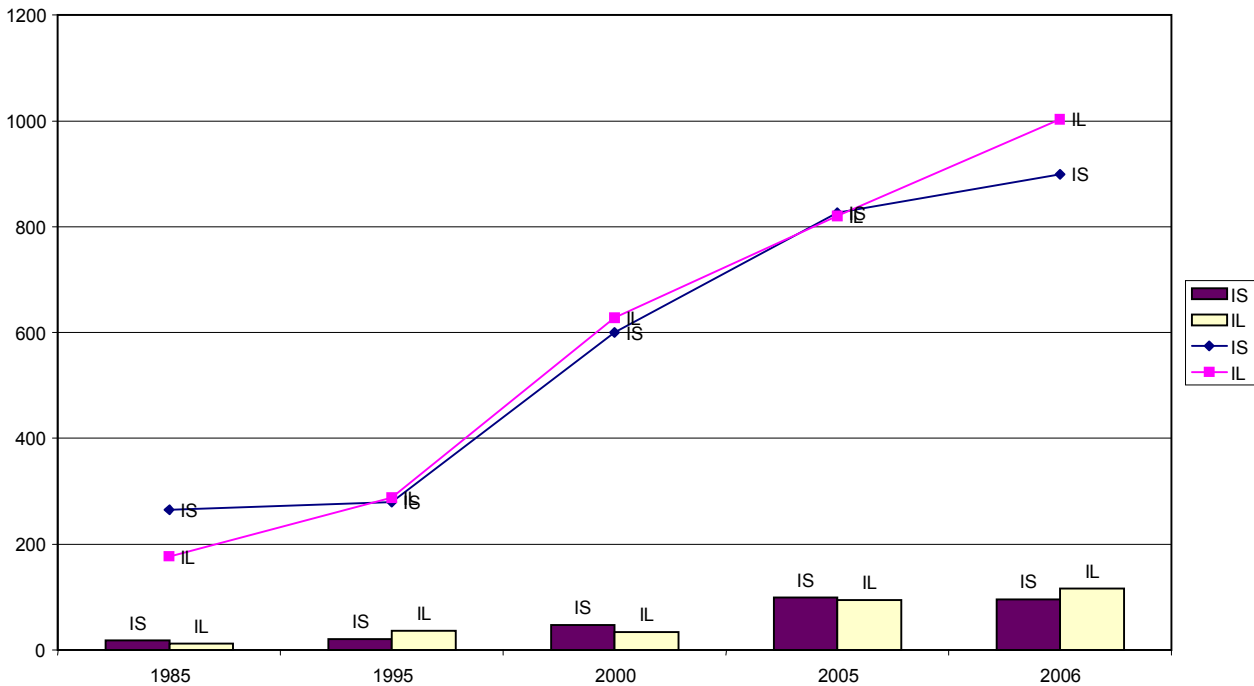
Kuvallisen väkivaltauutisen painottuminen lööpin pääaiheeksi korostuu entisestään, kun tarkastellaan pienempien otsikoiden määrää. Molemmilla lehdillä on aineistossani vain yksi otsikko, joka on sijoitettu lööpin neljänneksi aiheeksi. Tästä huonompaa sijoittelua lööpissä kuvallinen väkivaltauutinen ei saanutkaan.

Lööppiotsikoiden määrän kasvaessa myös kuvitusten määrä muualla kuin pääjutussa kasvaa. Vuodesta 2000 molemmat lehdet ovat lisänneet kuvitettuja väkivaltaotsikoita myös muualla kuin lööpin pääuutisessa. Vaikka 3. ja 4. aiheeksi sijoitetut väkivaltauutiset ovat vähemmistössä, niiden runsastuminen 2000-luvulla kertoo osaltaan lööpin julistemaisen rakenteen katoamisesta.

Aiemmin lööppi sisälsi yleisesti 1–2 aihetta, kun taas vuosina 2000–2006 lööpin muuttui aiheiltaan ja visuaalisuudeltaan runsaimmiksi. Toisaalta perinteiset kovat uutiset nousevat yleisesti lehden pääaiheiksi, joten lööpin luonteesta johtuen väkivaltauutiset löytävät tiensä myös myyntijulisteiden pääuutisiksi. Samaan aikaan kuvituksen hankkiminen on helpottunut toimituksissa kuvauslaitteistojen ja kuvansiirtotekniikoiden parannuttua ja nopeuduttua, mikä on myös vaikuttanut otsikoiden kuvittamisen kasvamisen määrään.

Taulukossa 4 tarkastelen lööppien kuvitusta kuvakohtaisesti. Aineistossa on yhteensä 573 kuvaa, joilla oli kuvitettu väkivaltauutiseen liittyvä otsikko. Absoluuttinen kuva-aineisto on suurempi kuin yksittäisten lööppien määrä, sillä yksi lööppi voi sisältää useita väkivaltaotsikoita ja useita väkivaltaotsikkoihin liittyntä kuvaa.

### Kuvien määrä lööpissä



**Kuvio 3. Kuvien määrä lööpeissä (viivadiagrammi) (N=5786) ja väkivaltaotsikoihin liittyneiden kuvien määrä (pylväsdiagrammi) (N=573)**

Kaikki kuvat	1985	1995	2000	2005	2006	Yhteensä
IS	265	280	600	826	899	<b>2870</b>
IL	177	288	628	820	1003	<b>2916</b>
Yhteensä	442	568	1228	1646	1902	<b>5786</b>

**Taulukko 3. Kuvien (myös ei-väkivaltaotsikoiden ohessa esiintyneiden) määrä lööpeissä.**

Väkivaltakuvat	1985	1995	2000	2005	2006	Yhteensä
IS	18	21	47	99	96	<b>281</b>
IL	12	36	34	94	116	<b>292</b>
Yhteensä	30	57	81	193	212	<b>573</b>

**Taulukko 4: Väikivaltaotsikoihin liittyvien kuvien määrä lööpeissä.**

Vuonna 1985 väkivaltaotsikoihin liittyneitä kuvia oli yhteensä 30, joista Ilta-Sanomilla 18 ja Iltalehdellä 12<sup>1</sup>. Kymmenen vuotta myöhemmin, 1995, Iltalehden lööpissä oli väkivaltakuvia lähes kaksinkertainen määrä Ilta-Sanomiiin verrattuna. Vuonna 2000 kuvituksen määrässä tapahtui

<sup>1</sup> Iltalehden aineisto on puutteellinen, koska elo-lokakuun lööppejä ei ole säilynyt arkistossa.

kuitenkin vahdinvaihto; Iltalehden väkivaltakuvien absoluuttinen määrä pysyi lähes vuoden 1995 tasolla 34:ssä, kun Ilta-Sanomilla väkivaltaotsikoiden kuvitukset yli kaksinkertaistuvat 47:ään.

Aineistostani voi nähdä lehtien uutisoinnin linjassa tehdyt muutokset. Myös Syrjälä (2007b, 65) huomasi, että otsikkovalinnat eivät välttämättä seuranneet ulkomaailman tapahtumia, vaan väkivaltaotsikkojen määrä vaihtelee selvästi eri vuosien varrella. Esimerkiksi Iltalehti näyttää keventäneen linjaansa tultaessa 2000-luvulle, jolloin väkivaltaotsikoiden määrä laski huomattavasti. Tämä kehitys näkyy myös Iltalehden väkivaltaotsikoiden kuvissa, joiden määrä laski suhteellisesti yli puolella vuoteen 1995 verrattuna.

Myös aineiston loppuvaiheessa on näkyvissä samantyyppistä linjanmuutoksen vaikutusta Ilta-Sanomissa. Vuonna 2006 väkivaltaotsikoiden kuvittaminen lisääntyi Iltalehdessä edelleen viidenneksellä, kun Ilta-Sanomien väkivaltaotsikoiden oheen kuvia löytyi kymmenys vähemmän kuin edellisvuonna. Ilta-Sanomien väkivaltaotsikoiden kuvittamisen vähentymiseen voi jälleen vaikuttaa linjanmuutos, sillä lehti kertoi vuoden 2006 loppupuolella muuttavansa uutisointia ”pari piirua asiajournalismin suuntaan”. (HS 26.9.2006, B5, IS 31.3.2007, A7).

Samana vuonna Iltalehden visualisoitumiseen entisestään voi vaikuttaa lööpin muuttuminen neliväriseksi, mikä antaa valokuville entisestään paremman huomioarvon myyntijulisteessa. Iltalehden lööpin kuvista tuli värillisiä helmikuun 2006 alussa, Ilta-Sanomien siirtyä värilööppiin vasta vuoden 2007 keväällä.

Lööppien väkivaltautisten kuvittamisen kohdalla on kuitenkin merkittävää huomata, että vuosina 2005 ja 2006 molemmat lehdet olivat kuvien absoluuttisessa määrässä täysin uusilla lukemilla verrattuna aiempiin vertailuvuosiin. Iltalehden kuvien määrä lähes kolminkertaistui vuodesta 2000 ja Ilta-Sanomien väkivaltakuvitukset kaksinkertaistuiivat samaan ajankohtaan verrattuna.

Tässäkin voi nostaa aineistosta esiin yksittäistapauksia, jotka vaikuttivat merkittävästi vuoden kuvasadon määrään. Vuoden 2005 aineistossa näkyy Bodom-oikeudenkäynnin aktiivinen seuraaminen. Seuraavana vuonna jatkunut kuvien kokonaismäärän lisääntyminen kertoo rikosuutisten visualisoinnin helpottuneen entisestään. Esimerkiksi rikosoikeudenkäynnit ovat lehdille todellinen *photo opportunity* eli mahdollisuus saada jutun oheen kuva rikoksen osallisista. Lehdet myös seuraavat uutisia pitkään eri oikeusasteissa, joten samoja oikeussalikuviakin julkaistaan yhä uudestaan juttujen yhteydessä.

Väkivalta uutisten visualisoitumiseen vaikuttaa myös kuvaustekniikan digitalisoituminen, mikä helpottaa kuvien siirtoa. Myös tavallisten kansalaisten tietoisuuden kasvu kuvankäsittelyssä ja lehtien aktiiviset kehotukset lähettää kuvia toimituksen käyttöön ovat helpottaneet kuvanhankintaa.

Kuvamäärien vertailuun sisältyy muutamia ongelmia. Kaikista kuvista 91 kappaletta kuuluu erilaisiin kuvayhdistelmiin eli kuvakombioihin, joista pääosa (44 kpl) oli kahden kuvan pareja tai muita rinnastuksia. Rinnastuksilla on oma merkityksensä kuvan muodostamassa kokonaisuudessa, ja voikin kysyä, voiko niitä tarkastella tässä yhteydessä erillisinä kuvina. Olen kuitenkin laskenut jokaisen kuvan määrällisessä analyysissä omaksi yksikökseen, vaikka se kuuluisi saman otsikon alle yhdessä toisen kuvan tai kuvien kanssa, sillä absoluuttisen kuvamäärän kehitys kertoo osaltaan kuvanhankinnan helpottumisesta.

Määrällisessä erittelyssä ei ole tarkoituksenmukaista ryhtyä erittelemään esimerkiksi erilaisten kuvayhdistelmien luomia kokonaisuuksia ja niiden merkityksiä, vaan määrällisen tarkastelun tavoitteena on tutkia nimenomaan lööpin kuvituksen rakenteellista kehitystä.

Kuvien määrällistä vertailua haittaa se, että muutamana vuonna jopa yhden lööpin kuvayhdistelmä voi nostaa väkivalta uutiseen liittyneen kuvituksen määrää huomattavasti. Esimerkiksi Iltasanomien lööpissä vuodelta 2005 (IS 29.10.2005) samaa uutista kuvittaa 16 pienen kasvokuvan yhdistelmä. Tämä on peräti 16 prosenttia koko vuoden väkivalta kuvista.

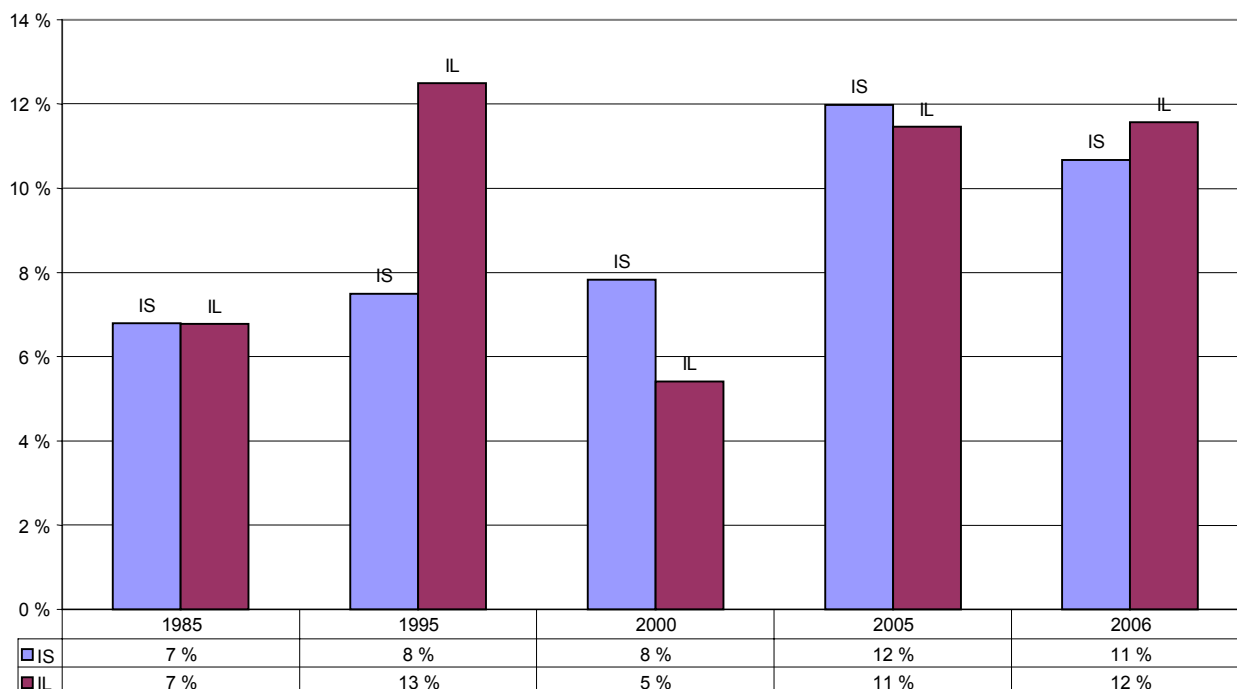
Vaikka absoluuttiset kuvamäärät ovat alttiita edellisen kaltaisille tilastoväärityksille, kuvamäärien kehityksen tarkastelu osoittaa selkeästi, että visuaalisuus on lisääntynyt molemmissa lehdissä vuodesta 2000 lähtien.

Kun väkivalta otsikoiden kuvitusta vertaa suhteessa kaikkiin lööpin kuviin (Kuvio 4), voi havaita kuvituksen määrän kasvaneen myös muualla kuin lööppikuvissa, suhteellisesti väkivalta kuvitusten määrä on pysynyt etenkin viime vuosina hyvin stabiilina.

Kaikkiin lööpin kuviin suhteutettuna väkivalta-aineistoon lukeutui molemmilla lehdillä vuonna 1985 kaikista kuvista 7 prosenttia. Kymmenen vuotta myöhemmin Iltalehden suhteellinen väkivalta otsikoiden kuvitus nousi 13 prosenttiin, mikä on tutkimuksessani suurin suhteellinen osuus.

Kuvamäärän lisääntyminen johtuu siitä, että vuonna 1995 lehdissä otettiin käyttöön paljon uusia kuvitustapoja. Aineistossa esiintyy aiempaa enemmän esimerkiksi uhrien ja rikollisten albumikuvia sekä poliisin välittämiä tietokonemallinnoksia epäillyistä.

### Väkivaltaotsikoiden kuvien osuus kaikista lööppikuvista



**Kuvio 4. Väkivaltakuvien määrä suhteessa kaikkiin lööpin kuviin.<sup>1</sup>**

Vuonna 2000 Ilta-Sanomien väkivaltaotsikoiden kuvien määrä pysyi vuoden 1995 tasolla 8 prosentissa. Iltalehdellä määrä putosi reilusti yli puolella vain 5 prosenttiin. Tässä voi jälleen kerran huomata Iltalehden linjan viihteellistyneen vuosisadan vaihteessa; muita kuin väkivaltautisten kuvia priorisoitiin lööpin kuvituksissa.

Vuosituhteen vaihteessa molemmilla lehdillä väkivaltakuvien osuus kaikista kuvista oli aineiston pienin. Vuonna 2005 molemmat lehdet rikkoivat kymmenen prosentin rajan, eikä väkivaltakuvien suhteellinen osuus kaikesta kuvituksesta juuri muuttunut tästä vuonna 2006. Suhteellisissa määrissä lehdet ovat viime vuosina olleet lähes samankaltaisia, mikä kertoo ylipäänsä lööppien rakenteen yhdenmukaistuneen. Reilusti joka kymmenes lööpin kuvista liittyy väkivaltaotsikkoon.

<sup>1</sup> Tiedot löytyvät taulukoista 3 ja 4.

## 5.2 Väkivaltakuvat

Onko väkivaltaotsikoihin liittyneissä kuvissa sitten väkivaltaa?

Luokittelin väkivaltaotsikoihin liittyneiden kuvien raakuuden kuusiportaisella asteikolla väkivallattomuudesta kuolemaan.

Asteikko on seuraava:

- 1) Ei havaittavaa väkivaltaa.
- 2) Väkivallan uhka.
- 3) Väkivallanteko, sen seurauksena syntynyt mustelma tai ruhje.
- 4) Peitetty ruumis, erittäin vakavat vammat tai verijäljet.
- 5) Peittämätön ruumis.
- 6) Väkivaltainen kuolema.

Asteikkoni ääripääksi (arvo 6) määrittelin kuvan, jota pidän raaimpana väkivallan kuvauksena länsimaisen kuvajournalismin historiassa. Erilaisissa kuvajournalismin historiateoksissa on toistettu useita kuoleman kuvia, mutta erittäin voimakkaana pidän AP:n kuvaajan Eddie Adamsin ikuistamaa vietkong-sissin teloituskuvaa Vietnamin sodasta vuodelta 1968.

Omaan aineistooni sopiva vertailukohta tuo klassikkokuva on muun muassa siksi, että ruotsalainen Aftonbladet julkaisi sen lööpissään heti tuoreeltaan vuonna 1968 (Frigyes 2006, 36). Kuva levisi aikoinaan laajasti myös NBC:n tv-kuvana, joten se on hyvin tunnettu äärimmäisen väkivallan symboli (Salo 2000, 26).

Kuvaa, jossa olisi kuvattu teloituskuvan kaltainen väkivaltainen kuolema, ei tästä aineistosta löytynyt.

Asteikkoni toiseksi raaimpaan päähän (arvo 5) sijoittuivat kuvat, joissa oli kuollut ruumis. Tällaisia kuvia tarkastelujakson lööpeissä



Kuva 9. IS 20.4.1995



Kuva 10. IL 4.8.2005



Kuva 11. IL 23.7.1985



Kuva 12. IS 8.6.1995

on neljä. Ilta-Sanomien julkaisi vuonna 1995 kahdesti kuvan Oklahoman pommituksen lapsiuhrista (Kuva 9).

Ilta-Sanomien ruumiskuvat ovat vuodelta 2005 ja 2006. Ensimmäisessä mainituksessa lööpissä on kuva puukotetusta äidistä, joka makaa parkkipaikalla elottomana (Kuva 10.). Toisessa kuvassa on poliisin julkaisema kuva tapetun henkilön kasvoista.

Vakavia väkivallan seurauksia, kuten pommi- ja terroristi-iskuissa erittäin vakavasti loukkaantuneita ihmisiä (Kuva 11) tai peitetyjä ruumiita, oli kuvissa 5 kertaa. Ilta-Sanomien kuvissa oli kolme, Ilta-Sanomien kaksitoista (Kuva 12).

Oheisessa taulukossa 5 tarkastelen lähemmin edellä mainitun luokitusryhmän 4 kuvien sisältöä ja sijoittumista lööpissä. Kuvat väkivalta-aiheisista pääsevät lööppiin varsin suurella, mutta tästä joukosta koko lööpin tilan vei vain Lontoon terrori-iskusta kertovat kuva Ilta-Sanomien lööpissä. Sama kuva oli Ilta-Sanomien osa kuvayhdistelmää, joka yhdessä peitti lööpin pinta-alan.

Väkivallan kuvan asemaa lööpissä vahvistaa se, että se sijoitetaan usein lööpin yksittäiseksi. Myös muiden aiheiden määrä kuvallisen väkivalta-aiheisen yhteydessä on pieni, tässä valikoidussa otoksessa aiheita on ollut 1–2.

Olen eritellyt taulukkoon myös vakavaa väkivaltaa kokeneen henkilön aseman. Kaikki lööpissä esiintyneet henkilöt ovat olleet tapahtumien uhreja. Lisäksi he ovat olleet miehiä ja ns. tavallisia kansalaisia, joten tässä suhteessa väkivaltaisissa kuvissa esiintyneet muodostavat hyvin homogeenisen joukon.

Päivämäärä	Lehti	Mitä/kuka kuvassa?	Kuvan koko %	Jutun prioriteetti	Aiheiden määrä	Kohteen asema
23.7.1985	IL	Veripäinen mies suu auki, huutaa tai itkee, kaksi ihmistä auttaa.	50 %	1	1	1
8.6.1995	IS	Valkoinen mytty asfaltilla, kaksi poliisia, tutkintamerkintöjä.	38 %	1	1	1
19.1.2000	IL	Poliisit kantavat tummaa kääreä valkoiseen autoon.	4 %	1	2	1
8.7.2005	IL	Verta valuvaa miestä talutetaan.	100 %	1	1	1
8.7.2005	IS	Verta valuvaa miestä talutetaan.	8 %	1	2	1

**Taulukko 5. Vakavasti loukkaantuneet tai peitetyt ruumiit lööpin kuvituksessa.**

Kun siirryn tarkastelemaan lievempiä väkivaltakuvituksia, kuvien määrä kasvaa huomattavasti. Muuta väkivaltaa, sen jälkiä tai uhkaa, esiintyi 60 kuvassa, mikä on 10 prosenttia kaikista väkivaltakuvista.

Lievä väkivallanteko tai sen seurauksena syntynyt mustelma tai ruhje (arvo 3) oli yleisin väkivallan kuva. Niitä oli aineistoni kuvista hieman alle puolet eli 27 kappaletta. Tämä on kaikista väkivaltaotsikoiden kuvista lähes 5 prosenttia.

Näkyvä uhka (arvo 2) oli havaittavissa 24 kuvassa. Luokkaan kuuluivat kuvat, jossa epäilty tai rikollinen on kuvattu niin, että hänen voi olettaa aiheuttavan vaaraa ympäristölleen. Tällaisia ovat väkivaltaiset pidätykset ja tuhopolton seurauksena palavat rakennukset.

Lopuissa aineistoni kuvissa ei ollut väkivallan merkkejä. Tässä aineiston osassa painottuvat henkilökuvat ja tapahtumapaikoilta otetut uutiskuvat, joita käsittelen erilaisia kuvatyyppejä käsittelevässä osiossa 5.3.

Seuraavassa olen eritellyt kuvan kohteen aseman sen mukaan, mikä tai kuka kuvasta nousee pääosaan. Tässä mielessä otsikon ohjaava luonne kuvan tulkinnassa on ollut merkittävä.

Väkivaltajuttuihin liittyvissä kuvissa pääosassa on ns. tavalliset ihmiset, jotka eivät ole hakeutuneet julkisuuteen aktiivisesti ja joiden voidaan katsoa joutuneen lööpin kuvaan vain väkivaltatapauksen uhrina, epäilynä tai tuomittuna. Tällaisia kuvia on aineistossani 281 kappaletta eli 49 prosenttia. Eijulkisuuden henkilöiden osuus on varsin merkittävä, sillä lähestulkoon joka toisessa kuvassa oli henkilö, joka ei ole muuten julkisuuteen hakeutunut.

Julkisuuden henkilöiden osallisuus väkivaltaisiin tapahtumiin nousee herkemmin otsikon aiheeksi, vaikka väkivalta olisi ollut vain lievää tai pelkkä uhkaus. Julkkisten kasvojen nostamisen lööppiin uskotaan lisäävän uutisen kiinnostavuutta.

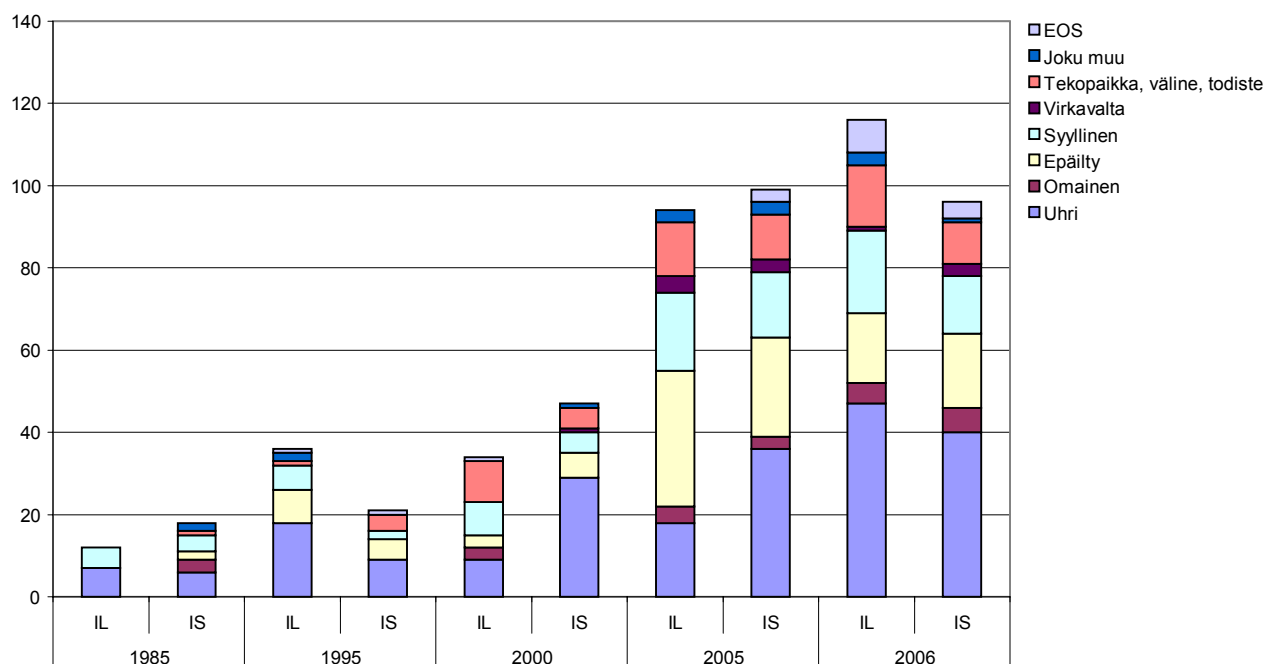
Tavisten määrää nostaa huomattavasti se, että otsikoissa on useita seurantajuttuja, joiden kuvia toistetaan jatkuvasti jutun yhteydessä. Näitä ovat esimerkiksi Eveliina Lappalainen (2000), Nils Gustafsson (2005), Paula Björkqvist (2006).



Väkivallantekojen uhrit esiintyvät kuvissa useammin kuin väkivallan tekijät. Uhrikuvia on 219, mikä on 38 prosenttia. Väkivallanteosta epäiltyjä on kuvissa 116 ja syyllisiä 99, joten rikoksesta epäiltyjä on kuvissa yhteensä 215 eli lähes yhtä paljon kuin uhrikuvia.

Seuraavaksi suurin ryhmä kuvissa on tapahtumapaikat, tekovälineet ja todisteet, joita löytyy 12 prosentista kuvista. Yllättävän vähän kuvissa esiintyy poliiseja tai muita viranomaisia (2 %).

### Kuvan kohteen asema



**Kuvio 5. Kuvan kohteen asema.**

Kun tarkastelee eri kuvia ajallisesti taulukosta 5, huomaa kuvien määrän kasvaneen tasaisesti kaikissa ryhmissä. Lehtien välillä on kuitenkin eroja. Vuonna 2000 ja 2005 uhrien kuvien käyttäminen väkivaltaotsikon ohessa korostui Ilta-Sanomilla huomattavasti enemmän kuin Iltalehdellä.

Vuonna 2006 erot ovat kuitenkin tasoittuneet. Molemmilla lehdillä on niin uhrien, epäiltyjen kuin syyllistenkin kuvia lähes yhtä paljon.

Mielenkiintoinen yksityiskohta aineiston loppupäässä on se, että kohteeltaan määrittelemättömien ja Ei osaa sanoa -tyyppisten kuvien esiintyminen on lisääntynyt.

Kuvan kohteiden epämääräisyys voi kertoa siitä, että lehdissä on visualisoitumisen myötä lisääntynyt taipumus kuvittaa otsikoita millä tahansa tapahtumaan liittyvällä kuvalla. Tällainen kuvittamisen pakko liittyy paitsi lööppien visualisoitumiseen yleisesti mutta myös siihen, että kuvien tekninen taso on laskenut erilaisten lukijankuvien ja valvontakamerakuvien lisääntymisen myötä. Vaikka kuvien sisällöstä ei saa välttämättä selvää, ovat ne uutistapahtumasta otettuina todisteina edelleen jutun todellisuusarvoa lisääviä elementtejä lööpissä.

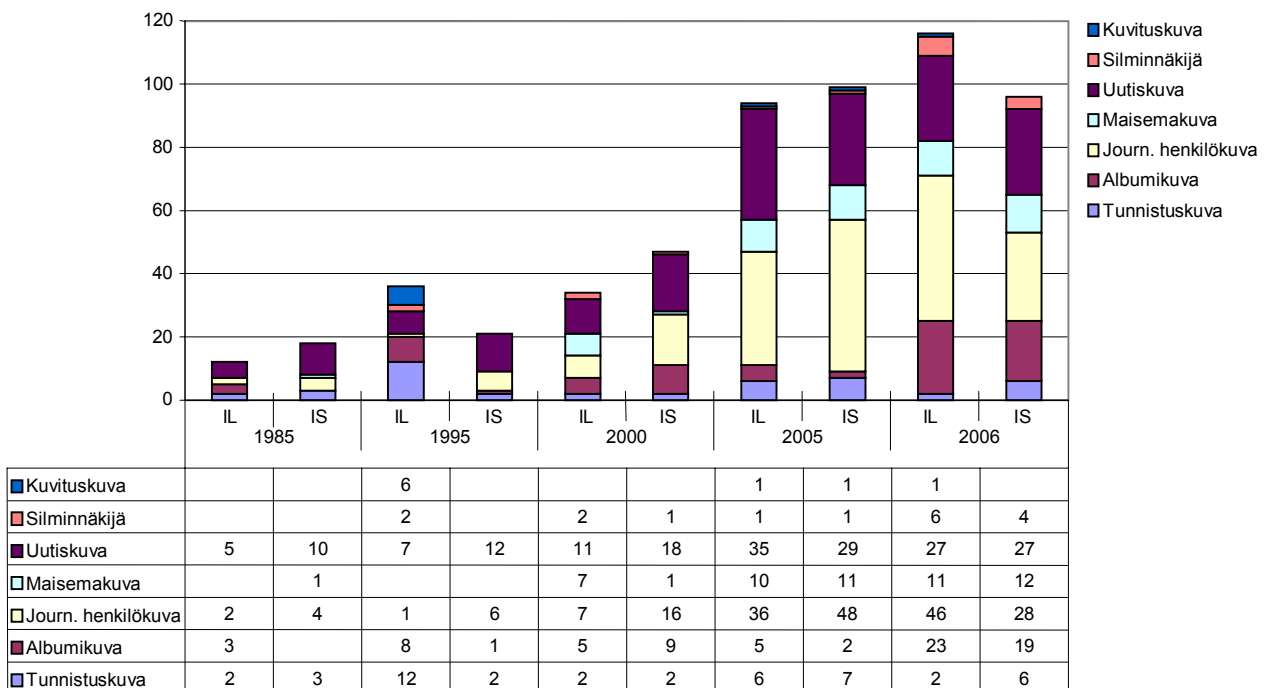
### 5.3 Väkivaltaotsikoiden kuvatyypit

Valokuvalla on todellisuutta toistava, dokumentaarinen luonne. Brusila jakaa kuvitukset toimituksellisiksi (*editorial*) ja kuvituskuviksi (*photo-illustration*). (Brusila 1997, 71)

Luokiteltaessa journalistista kuvaa eri kuvatyyppeihin, niiden konteksti on olennainen. Teksti ja kuva ovat Seppäsen mukaan ”merkityksen momenteja. -- Ne yhdistyvät keskenään, eikä niiden itsenäistä osuutta voi aina erottaa merkityksen muodostumisen dynamiikassa.” (Seppänen 2003, 10–11) Esimerkiksi surmatun Eveliina Lappalaisen kuva on ensimmäisellä julkaisukerralla uutiskuva, koska poliisi julkaisi sen saadakseen vihjeitä murhaajasta. Myöhemmissä lööpeissä nuoren uhrin kuva on jo arkistosta kaivettu henkilökuva.

Oheisessa kuviossa 6 näkyy erilaisten kuvatyyppeiden esiintyminen vuodesta toiseen molemmissa lehdissä.

**Kuvatyyppien määrä**



**Kuvio 6. Väkivaltaotsikoiden kuvatyyppeiden määrä.**

Olen jakanut kuvat seitsemään eri kuvatyypiluokkaan seuraavasti:

- 1. Henkilökuva/tunnistuskuva.** Ryhmään kuuluvat esimerkiksi passikuva, etsintäkuulutus tai jokin muu tunnistuskuva. Suoraan edestä tai  $\frac{3}{4}$  kasvokuva, jossa pelkät tiukkaan rajatut kasvot. Ei vihjeitä henkilön taustasta, statuksesta tai kuvaustilanteesta.
- 2. Henkilökuva/albumikuva.** Tähän tyyppiin kuuluvat muun muassa luokkakuvat tai muut perhealbumeista otetut kuvat. Kuvassa on vihje, joka kertoo, että kuva on otettu muuta tarkoitusta varten.
- 3. Journalistinen henkilökuva.** Poseeraus, kuvattavaksi asettautuminen, muotokuva, miljöömuotokuva.
- 4. Maisemakuva.** Talo, tie, muut anonyymit maisemat, voi olla anonyymeja ihmisiä.
- 5. Uutiskuva.** Professionaalinen uutiskuva: tapahtuma, todiste, tv-kuva.
- 6. Uutiskuva/silminnäkijä.** Valvontakamera, kamerakännykkä, muut ns. toisen asteen valokuvat, jolloin tuotanto ei ole tapahtunut professionaalisisessa uutistuotannossa.
- 7. Kuvituskuva.** Symboli, aihekuva, piirros, lehtileike, pienoismalli.

Merja Salo (1999, 179) määrittelee sanomalehtien kuvat uutiskuviksi, kuvituskuviksi ja henkilökuviksi. Varsinkin viimeksi mainittu on oman luokitteluni kannalta olennainen ottaa huomioon erillisenä kuvatyypinä ja jakaa se edelleen omiin ryhmiinsä, sillä lööppikuvista löytyy paljon erilaisia henkilökuvaluokkia. Oman tutkimukseni kannalta on oleellista jakaa henkilökuvat kolmeen eri kategoriaan: journalistiset henkilökuvat, albumikuvat ja tunnistuskuvat.

Salon uutiskuvaluokan alle näen tarpeelliseksi lisätä myös maisema ja silminnäkijäkuva -luokat, koska molemmat ovat lööpissä erittäin tyypillisiä. Tässä suhteessa määrittelen tutkimuksessani uutiskuvan perinteisellä tavalla aktiiviseksi ns. todistajakuvaksi tapahtumista, kun taas esimerkiksi maisemakuvat tapahtumapaikoilta ovat usein vain kuvittavia elementtejä. Silminnäkijäkuvien eli valvontakameroiden ja lukijoiden lähettämien kuvien erillinen luokittelu on taas tarpeellista, kun etsin aineistosta perinteisen uutiskuvaprofession ulkopuolisen tuotannon osuutta.

Taulukosta voi havaita, että erilaisten kuvatyypien esiintyminen on vaihdellut vuodesta toiseen ja lehtien välillä. Merkittävimmät huomiot ovat, että uutiskuvien suhteellinen määrä on säilynyt vuodesta toiseen hyvin samana, mutta henkilökuvilla on taas tapahtunut vuosittaisia ja lehtien välisiä vaihteluita tiuhaan. Seuraavissa luvuissa perehdyn eri pääkuvaluokkien esiintymiseen molemmissa lehdissä.

### 5.3.1 Henkilokuva

Uutisten henkilöinti (*personalization*) on yksi piirteistä, joka määrittää iltapäivälehtimäistä uutisointia (Sparks 1992, 40). Journalismin henkilöitymiskehitys näkyy selkeästi väkivaltaotsikoiden kuvissa. Henkilöön tai tiiviiseen ryhmään personoituja kuvia on 54 prosenttia kaikista kuvituksista. Henkilökuvien määrä on kasvanut etenkin vuodesta 2000 alkaen.

Henkilökuvissa on eniten kuvajournalistisia henkilökuvia, joita aineiston kaikista kuvista oli 34 prosenttia. Tunnistuskuvaksi määrittelemiäni kuvia on 8 prosenttia ja yksityishenkilöiden albumikuvia (Kuva 13) 12 prosenttia.

Journalististen henkilökuviin, eli lähinnä julkisuudenhenkilöiden muoto- ja poseerauskuvien, määrä väkivaltajuttujen yhteydessä on tarkasteluvälillä lähes kolmetoistakertaistunut. Journalistisen henkilökuvan luokassa on myös mielenkiintoista vaihtelua lehtien välillä. Ilta-Sanomat on käyttänyt tätä kuvatyypin huomattavasti runsaammin kuin naapurinsa vuosina 1995, 2000 ja 2005. Esimerkiksi vuonna 1995 sillä oli kuusi journalistista henkilökuva, kun Iltalehti julkaisi yhden. Vuonna 1997 sillä oli jo 16 journalistista henkilökuva, mikä on yli kaksinkertainen määrä Iltalehden vastaavan kuvatyypin esiintymisiin lööpissä.

Kuitenkin vuonna 2006 Ilta-Sanomissa tämän kuvatyypin kuvien julkaiseminen romahtaa lähes puoleen 28:aan. Samalla Iltalehti kasvattaa kuvatyypin kuvien julkaisemista edellisvuodesta lähes kolmanneksella, 46:een.

Vielä 20 vuotta sitten julkkiksen kuva pystyi viemään koko lööpin alan normaalina arkipäivänä, nyt kuvat ovat pienentyneet logomaisiksi houkuttimiksi. Julkkiksen ei tarvitse edes itse tehdä mitään päätyäkseen lööpin kuvitukseksi. Riittää kun on paikalla



Kuva 13. IS 21.6.2006



Kuva 14. IL 2.8.2005



Kuva 15. IL 15.3.1995



Kuva 16. IS 20.4.1985

väkivallanteon tapahtuessa (Kuva 14). Yksi syy julkisuudenhenkilöiden kuvien runsauteen voi olla se, että julkkikseen liittyvän rikosuutisen on oletettu aiheuttavan myyntipiikkejä. Tosin silloinkin tapauksen pitää olla tarpeeksi poikkeuksellinen myydäkseen hyvin, sillä Kivioja havaitsi julkkikseen liittyvän rikosuutisen ja väkivaltarikosten aiheuttavan suhteellisesti eniten myös myyntinotkahduksia. (Kivioja 2004, 60–61, 89, 99–100)

Albumikuvat ovat nimensä mukaisesti luokka- tai yksityiskuvia, jotka ovat päätyneet lööpin kuvitukseksi traagisen tapahtuman seurauksena. Albumikuvaluokka on iltapäivälehtien lööppien kolmanneksi suurin, ja niiden julkaiseminen on lisääntynyt räjähdysmäisesti aineiston viimeisenä vertailuvuotena. Vuonna 2006 albumikuvia julkaistiin molemmissa lehdessä 42:een, kun taas edellisvuonna 2005 niitä julkaistiin molemmissa lehdissä yhteensä vain 7 kappaletta. Kasvu on siis kuusinkertainen. Kautta linjan Iltalehti on ollut ahkerampi albumikuvien käyttäjä, sillä jo vuonna 1995 se julkaisi 8 kuvaa Iltä-Sanomien 1:tä kuvaa vastaan ja vuonna 2005 sillä oli 5 albumikuvaa, kun Iltä-Sanomien julkaisi niitä samana vuonna 2.

Tunnistuskuvaksi erittelin aineistosta kuvat, jotka on alun perin otettu tai luotu piirroksina ja tietokonemallinnoksina viranomaisten arkistoihin (Kuva 15). Kohde on kuvattu suoraan edestä, tausta on tasavärinen ja ilme mahdollisimman neutraali. Vuonna 1985 ilmestynyt lööppi virolaisesta ryöstäjästä Raivo Roosnasta on esimerkki siitä, kuinka lööppi toimii myös tehokkaana etsintäkuulutusjulisteena (Kuva 16).

Merkittävää vaihtelua lehtien välillä tässä luokassa tapahtui vain vuosina 1995 ja 2006. Vuonna 1995 Iltalehdessä oli peräti 12 tunnistuskuvaa Iltä-Sanomien 2:ta vastaan. Iltä-Sanomilla on taas vuonna 2006 6 tunnistuskuvaa Iltalehden 2:ta vastaan. Tässä kohden on huomioitava, että kuvatyypiluokittelussa määrät ovat pienien luokkien kohdalla todella pieniä, joten merkittäviä tilastollisia päätelmiä ei esimerkiksi tämän kuvatyypin kohdalla voi tehdä. Tunnistuskuvan luokka lähentelee tarkoituksessaan myös uutiskuvaa, ja välillä onkin vaikea päätellä, onko kuvaa käytetty ensisijaisesti uutismaisesti vai otsikon kuvituksena.

### **5.3.2 Uutiskuva**

Uutiskuvassa täytyvät journalistiset referentiaalisuuden eli todellisuuden viittaamisen ja luotettavuuden vaatimukset. (Brusila 1997, 71) Uutiskuviksi määrittelin valokuvat, joissa tapahtuma on käynnissä tai sen jäljet on edelleen nähtävissä. Myös kuvat, jotka sisältävät uutta

informaatiota uutistapahtumasta kuuluvat tähän luokkaan. Eli ensimmäisellä julkaisukerralla useimmat henkilökuvat ovat uutiskuvia. Uutiskuvien määrän kasvu on seurannut suhteellisesti yleistä kuvien määrän kasvua.

Kaikista väkivaltaotsikoiden kuvista joka kolmas kuva oli uutiskuva. Tässä on havaittavissa kuitenkin ajallisia eroja. Henkilökuvien määrä on ohittanut uutiskuvien määrän lööpissä: kun vuonna 1985 lööpin väkivaltaotsikoiden kuvista puolet oli vielä paikan päällä otettuja uutiskuvia, vuonna 2006 niitä oli enää neljännes.

Lehtien välillä eroja on uutiskuvaluokassa varsin vähän. Hieman vaihtelua löytyy vuodelta 1995, jolloin Ilta-Sanomilla uutiskuvia oli 12 ja Iltalehdellä 7. Myös 2000 Ilta-Sanomilla uutiskuvaluokka korostuu, kun se julkaisee lööpissään 18 uutiskuvaa Iltalehden 11:ta vastaan.

Uutiskuvan kohdalla voi tehdä sen mielenkiintoisen havainnon, että aina vuosituhannen vaihteeseen asti se on useimmin esiintynyt kuvatyyppejä molemmilla lehdillä. Sen jälkeen journalistinen henkilökuvakuva on ottanut suurilukuisimman kuvatyypin paikalta.

Uutiskuva arvostuksesta lööpissä kertoo edelleen se, että jos dramaattista uutiskuvaa on tarjolla, se julkaistaan lööpissä hyvin suurella. Koko lööpin alan kuva vie aineistostani kuitenkin hyvin vähän: vain 7 lööpissä on koko lööpin vievä kuva. Tällaisissa tapauksissa on tapahtunut jotain todella dramaattista, joten otsikolle ei ole tarvinnut jättää kovin paljon tilaa kuvan ohessa. Kuva kertoo jo kaiken.

Lööpin kokoinen kuva löytyy muun muassa Iltalehdeltä, joka käytti vuonna 2005 Lontoon terrori-iskun yhteydessä veristä kuvaa miehestä ja hänen auttajastaan (Kuva 17). Samasta tapahtumasta



Kuva 17. IL 8.7.2005



Kuva 18. IS 8.8.2005



Kuva 19. IL 28.3.1995

Ilta-Sanomat julkaisi kolmen kuvan yhdistelmän (Kuva 18). On mielenkiintoista havaita, miten eri tavalla lehdet ovat käyttäneet kansainvälisessä jakelussa olleita kuvia. Yksi Ilta-Sanomien kuvista oli sama kuin Iltalehden koko lööpin alalle valitsema.

Tässä vertailussa Ilta-Sanomien kollaasimainen kuvankäyttö vähentää kuvien esteettistä draamaa. Iltalehden ratkaisu vie tapahtumien keskelle yhden ihmisen kärsimyksen kautta. Ilta-Sanomien kuvat ovat taas enemmän dokumentaarisia, uutistapahtumien traagisia ja verisiä seurauksia esitteleviä, kuin emootiota korostavia.

Uutiskuvaajaa pidetään tapahtumien todistaja, silminnäkijänä (Kuva 19). Viime aikoina uutiskuvana on alettu yhä useammin julkaista yleisön ottamia uutiskuvia, joissa silminnäkijä-efekti vahvistuu. Kamerakännykät ovat tehneet amatööreistä varteenotettavia uutiskuvittajia. Samaan toimituksesta riippumattomaan kuva-aineistoon voi lukea myös valvontakamerakuvat (Kuva 20) sekä televisio- tai tietokoneruudulta tehdyt kuvakaappaukset.

Viime vuonna tällaisia kuvituksia oli lööppien väkivaltaotsikoiden yhteydessä kymmenen, mikä on kolme kertaa enemmän kuin vuotta aiemmin. Määrällisesti aineistossani esiin tulleet luku ei ole suuri, mutta se kertoo suunnasta, johon uutiskuvitus on menossa. Jo tällä hetkellä lehtien omat toimittajat kuvaavat kamerakännyköillään valokuvia ja videoita lehtien käyttöön. Tämän lisäksi lukijoiden kuvat syrjäyttävät kuvajournalistien tuotoksia lehtien palstoilta. Molemmat iltapäivälehdet julkaisivat muun muassa 15.11.2006 kuvaa laajalle levinneestä videosta, jossa kaksi vartijaa pahoinpitelee miestä Kontulan ostoskeskuksessa (Kuva 21).

Janne Seppänen on arvioinut, että amatöörikuvaajien esiinmarssilla on kauaskantoiset vaikutukset koko julkisuuden kuvastoon. Tästä



Kuva 20. IS 8.7.2005



Kuva 21. IS 15.11.2006



Kuva 22. IS 23.7.2006



esimerkkinä hän mainitsee kamerakännykkäotokset Abu Ghraibin vankilan kidutuksista Irakissa vuonna 2004. Nämä suttuiset otokset pystyivät haastamaan Yhdysvaltain armeijan uskottavuuden – ne myös levisivät maailmanlaajuisesti kautta median. (Seppänen 2005, 23)

Abu Ghraibin kuvilla oli muun muassa seuraavanlainen lieveilmiö suomalaisessa mediassa (kuva 22). Pienimuotoinen kohu syntyi, kun suomalaisessa varuskunnasta levisi internetin kautta kuvia, jossa matkittiin armeijan kidutuskuvia. Pelkkä kuva voi siis olla uutinen, sillä olisiko kukaan uskonut tapahtumia todeksi, jos niistä ei olisi ollut kuvallista todistetta? Tuskin.

### 5.3.3 Kuvituskuva

Symbolia on Suomessa usein pidetty kuvituskuvan synonyymina, mikä Salon mukaan hämärtää rajaa uutiskuvan ja kuvituskuvan välillä. Uutiskuvastakin voi näet muodostua symboli. Tässä määrittelen kuvituskuvan kuvaksi, joka ei ajallisesti eikä faktisesti liity otsikkoon. Kuvituskuva perustuu ideaan ja toimii visuaalisena katseenvangitsijana. Salon mukaan ne voidaan jakaa *informatiivisiksi* ja *fiktiivisiksi*. (Salo 2000, 155)

Kuvituskuvan tyyppi on sikäli hieman ristiriitainen, että kaiken sanan kanssa yhdessä esiintyvän kuvan voi sanoa olevan jossain määrin kuvituskuva. Sanana kuvituskuva voi tarkoittaa kaikkea kuvallisesta ärsykkeestä monimerkityksiseen symboliin saakka.

Esimerkiksi Olavinlinnan kuva oheisessa lööpissä (kuva 23) kertoo vain sen, miltä pommiuhan alla oleva rakennus näyttää. Se ei kerro mitään varsinaisesta uutisesta. Tässä suhteessa kuva usean lööppiuutisen ohessa on pelkkä kuvituskuva. Tällaisiin kuviin voi itse asia lukea kaikki muu kuvitus paitsi aidoista tilanteista otetut uutiskuvat ja valvonta- tai kännykkäkameroiden tallenteet.



Kuva 23. IS 9.7.1985



Kuva 24. IS 9.6.1995

Kuvituskuvaksi tässä tutkimuksessa ymmärrän kuvan, joka ei ajallisesti eikä faktisesti liity pääaiheeseensa. Se on metonymisesti ja metaforisesti käytetty merkki. Kuvituskuva on halutusta lopputuloksesta riippuen vaativin ja helpoin kuvatyyppejä. Fiktiivisen kuvituksen liittäminen väkivaltatapauksen oheen on erittäin vaikeaa ja osin riskialtista: traagiseen aiheeseen liittyvä kuvitus voi vaikuttaa makaaberilta. Tällaista aihekuvaksi nimittämäni symbolia väkivallan otsikoiden ohessa esiintyy todella vähän.

Tietystä mielessä myös useat henkilökuvat toimivat aihekuvan tapaisesti. Kuva Dingo-yhtyeestä siihen liittyvän väkivallan uhan yhteydessä ei kerro itse uhasta. Kuvituskuvan luokka on varsin vaikea ja häilyvä arvioinnin kohteena: Eveliina Lappalaisen koulukuvan voisi jatkojutun ohessa nimittää myös kuvituskuvaksi, symboliksi tapahtuneesta. Tällainen funktio sillä varmasti myös on – sama koskee kaikkia muitakin kuvia, jotka olen liittänyt kuvatyyppeihin ”albumikuva”. Siirtyessään lööpin areenalle pois alkuperäisestä ympäristöstään, ne saavat jutun ohessa paitsi informaatio-arvon, mutta ajan ja toiston myötä yhä suuremman symbolisen arvon.

Tutkielmani kuvaluokittelussa kuvituskuvalla ei ole vahvaa symboliarvoa, kuten edellä eritellyllä kuvalla on. Symboliksi muuttunut kuva haluaa sanoa: ”Katsokaa minua ja tuntekaa.” Kuvituskuva ei sano juuri mitään muuta kuin, että: ”Tässä on leipäveitsi” tai ”Tämä pyssy osoittaa nyt sinuun”.

Harvinainen yksittäistapaus löytyy aineistosta vuodelta 1995, jolloin Iltalehti julkaisi 6 kuvituskuvaa. Otan tässä kohtaa esille yhden lööpin (Kuva 24), jonka kautta haluan pohtia kuvituskuvan voimaa ja vaaroja. Iltalehden lööpissä on ase, joka osoittaa lukijaa. Sormella osoittaminen on tabu, mutta vieläkin kielletympää on aseensa suuntaaminen toiseen. Fiktiivisyydessäänkin kuvitus on tehokas: se pakottaa pohtimaan, miten reagoisin, jos joku todella osoittaisi minua aseella.

Kuva pistää lööpin lukijan kääntämään lööppiin luomansa katseen suunnan toisin päin. Lööpin tirkistelijään osoittaa tuleekin vainottu lööppiin kuvatun piipunreiän kautta. Hän ei seuraakaan draamaa ulkopuolisena vaan pyssyn piippu osoittaa suoraan häneen itseensä. Sormella osoittaminen on tabu, mutta vieläkin kielletympää on pyssyn suuntaaminen toiseen ihmiseen edes leikkelytarkoituksessa. Tässä Iltalehti käyttää tehokkaasti hyväksi rikkomalla tabun rajan lööpissä. Se osoittaa suoraan lukijaan oikeuttaen samalla edellispäivänä kuohuttaneen uutisen, jossa poliisi ampui leikkipyssyllä virkavaltaa uhanneen miehen.

Aseen symboli lööpissä on tässä suhteessa nytkin hyvin vahva: onko kyseessä leikki-pyssy vai aito? Onko lööpissä meihin osoittaman aseiden varressa poliisi vai joku muu? Kuvituskuva on tässäkin vaarallinen tapa kuvittaa lehtijuttua: se korostaa aina kuvan epäaitoutta. Tässäkin kuvassa herää välittömästi tunne, että pyssyn takana on joku lehden toimituksesta ja kuva on otettu vain ja ainoastaan tätä lööppiä varten.

Huolimatta rajoituksistaan ja objektiivisuuden puutteesta, tämä kuvituskuva toimii lööpin tarkoituksien mukaan. Se pysäyttää ja asettaa lööpin lukijan harvinaisen tilanteen objektiksi, aseiden tielle. Se pakottaa pohtimaan, miten reagoisin, jos joku osoittaisi minua oikeasti aseella. Samanlaista tehoa oli Jokelan kouluammunnan jälkeen levinneissä kuvissa, jossa surmaaja osoittaa kameraa aseella. Kuvia käytettiin paljon tiedotusvälineissä, sillä se alleviivasi tapahtuman jälkeen heränneitä kysymyksiä ennennäkemättömällä tavalla – edes Suomessa et voi olla turvassa.

Kaiken kaikkiaan aineistoni perusteella voidaan sanoa, että kuvituskuvan rooli väkivaltaotsikoiden ohessa on marginaalinen. Koko aineistossa on yhdeksän kuvituskuva. Informatiivisiksi kuvituksiksi voisi nimittää aiemmat lööpit, jotka on nostettu otsikon ohien muistutukseksi tapahtuneesta. Tällaista kuvitusta harrastettiin Iltalehdessä vuonna 1995. Tämän jälkeen näitä nostoja ei lööpeissä näy.

## 6 Lööpin visuaalinen dramatisointi

Lööppi on monikerroksinen tekstin, kuvan ja graafisten elementtien kollaasi. Jos lööpin kuva ei ole yhdessä otsikon kanssa tarpeeksi ilmaisuvoimainen, siihen lisätään esteettisiä tehosteita kuvankäsittelyssä ja taitossa. Ennen kuin siirryn kehysanalyysin pariin, selvitän lyhyesti millaisin keinoin lööpin visuaalisuutta rakennetaan. Jotta myyntijulisteen viesti olisi mahdollisimman selkeä, dramaattinen ja silmiin tarttuva, se käyttää hyväkseen kuvajournalismin ja graafisen suunnittelun ilmaisua.

### 6.1 Visuaaliset tehokeinot

Herättääkseen lukijan huomion lööpintekijät uskovat katseen voimaan. 42 prosentissa aineiston väkivaltaotsikoiden kuvista katse kohdistuu suoraan lukijaan. Muissa tapauksissa katseella ei ole merkittävää suuntaa (23 %), se kohdistuu toiseen lööpissä olevaan kuvaelementtiin (11%) tai on sutattu tai peitetty (9%).

Väkivaltakuvien henkilökuvat rajataan usein elokuvakerronnasta tutulla tiukalla rajauksella. Erikoislähikuva korostaa kasvojen piirteitä ja tunteita. Näin liki ollaan yleensä vain läheisen ihmisen kanssa, joten erikoislähikuvaan liittyy aina tuttuuden ja avoimuuden efekti. Tiukka rajaus tuo mieleen myös virallisissa yhteyksissä käytettävät passi- ja tunnistuskuvat.

Väkivaltakuvissa tehokeinoina on usein kohteen voimakas rajaaminen. Rajaaminen voi tapahtua tiukalla leikkauksella, joka korostaa kuvan kohteeseen liittyvää tunnetta. Hymyilevät kasvot haluavat herättää positiivisia tunteita, vihaiset kasvot etäännyttävät katsojaa kuvan henkilöstä. (Kress & van Leeuwen 1996, 121–123)

Lööpistä tutut tehokeinot ovat runsaassa käytössä myös elokuvissa ja televisiotuotannoissa. Erittäin tuttua tunteiden korostaminen tiukalla lähikuvalla on päivittäissarjoissa, ns. saippuaopperoissa. Tiukka rajaus korostaa kasvojen piirteitä ja siitä tulkittavia eleitä. Tiukkaan rajaukseen liittyy myös avoimuuden ja rehellisyyden efekti.

Kress ja van Leeuwen ovat myös todenneet, että lähikuvat tekevät esittämistään hahmoista kuin ”naapureita tai ystäviä”. Tästä syystä media suosii lähikuvaa esimerkiksi julkkisten esittämisessä. (Kress & van Leeuwen 1996, 132)

Tapahtuneen dramaattisuutta voidaan korostaa myös tummilla ja voimakkailla kehyksillä. Kehyslinjat ikään kuin imitoivat taulun kehyksiä, jolloin kehyksen pistekokoa kasvatetaan kuvan ympärille selkeiksi rajoiksi. Näin halutaan korostaa kuvan sisältöä entisestään. Kuvan ympäröiminen mustilla kehyksillä on tavallista kuolemasta kertovien juttujen ja nekrologien yhteydessä.

Vaikuttavin visuaalisen dramatisoinnin keino lööpissä on mustan väripohjan eli *negapohjan* käyttö. Hannu Vanhasen rinnastaa iltapäivälehdien mustalle pohjalle taitetut suuret otsikot ovat hautapaateen hakattuihin kirjaimiin (Vanhanen 1991, 119).

Musta on länsimaiden historiassa myös surun väri, joten siihen liitetään usein voimakkaasti kuoleman ja kärsimyksen tunteita. Siksi se on erittäin käytetty tehokeino myös lööpin väkivaltakuvissa. Vain pieninä annoksina musta korostaa muita värejä. Lööpin musta-keltainen värimaailma on valovoimainen ja aggressiivinen yhdistelmä (Itten 2004, 85), siksi sitä käytetään myös varoituskilvissä.

Väkivaltaotsikoiden kuvista 51 prosenttia on taitettu negapohjalle.

Oheisessa Iltalehden lööpissä mustalla pohjalla on iltapäivälehdistä hyvin tuttu kuoleman symboli, hautakymtilät (Kuva 25). Lööpin taitossa korostuu mustan ominaisuus ”värien hautana”, jonka päälle pimeydessä lepattavat hautakymtilät on taitettu.



Kuva 25. IS 8.6.1995



Kuva 26. IS 23.4.2005

Musta pohja yhdistää valokuvia ja otsikoita usein kokonaisuuksiksi. Varsinkin Ilta-Sanomissa kuva yhdistetään usein pohjaan niin, että valokuva ikään kuin liukuu mustaan taustaan (Kuva 26).

Kuvasta ja otsikosta luodaan myös kokonaisuuksia taittamalla otsikko mustalle pohjalle kuvan viereen. Tällaiseen ratkaisuun päädytään etenkin silloin kun tarjolla on vaakakuvaa, mutta dramaattinen uutinen vaatisi lööpin alasta isomman pinta-alan.

Väri- tai kuvapohjaan yhdistetään paljon myös graafista elementtiä, joka muistuttaa valokuvan tai lehtipaperin revittyä reunaa. Revitty reuna murtaa normaalin laatikkomaisen ja symmetrisen taiton: kuvan rajat rikkomalla korostetaan tapahtuman poikkeuksellisuutta. Erityisesti Iltalehti käyttää revittyä reunaa lööpeissään (Kuva 27).

Rinnastus ja erilaiset kuvayhdistelmät ovat tavallisin tapa rakentaa kuvitukseen jännitteitä tai syy- ja seuraussuhteita. Kuvien määrä lööpissä on kasvanut ennen kaikkea pienten kasvokuvien yleistymisen takia. Aineiston kuvituksista suurin kuvayhdistelmä oli Ilta-Sanomilla lokakuussa 2005: kuusitoista alle yhden palstan valokuvaa julkkisnaisista saman otsikon kuvituksena.

Kuvia rakennetaan myös liittämällä pohjiin kohteen ääriviivoja myötäillen leikattuja eli syvättyjä kuvia (Kuva 28). Rakennetuissa kuvissa ja lööpin sisäisen dynamiikan luomisessa käytetään hyväksi myös kuvan katseen suuntaa. Esimerkkilööpissä on rakennettu vastakkainasettelu sanaharkkaan joutuneiden Olli Saarelan ja Eero Heinäluoman välille. Ilta-Sanomien lööppi konkretisoi abstraktin tilanteen tehokkaasti: yhtenäinen musta tausta luo illuusion yhteisestä tilasta, jossa ei vallitse kovin lämpimiä tunteita. Jutun henkeen ilmeiltään ja eleiltään sopivien kuvien valinta tekee pääotsikosta kouriintuntuvan totta, vaikka itse asiassa henkilöt olivat käyneet ”toistensa kimppuun” vain sanansäilän avulla.



Kuva 27. IL 23.4.2005



Kuva 28. IS 4.10.2006

## 6.2 Väkivallan esittämisen kehykset

Valokuvien esteettinen kehystäminen on osa journalistista käytäntöä, jonka avulla kuvaan ladataan yhteisön sovittu tapa jäsentää maailmaa. Kehystämistä tapahtuu koko journalistisen prosessin ajan. Lopputulos on mahdollisimman ilmaisuvoimainen kuva, joka täydentää lööppiin haluttua visuaalista kokonaisuutta. Lööpin rajallisessa tilassa tärkeiksi esittämisen keinoiksi nousevat taiton tehokeinot ja yleisesti tunnetut symbolit.

Janne Seppänen käsittää kuvajournalistiseksi prosessiksi yhteistyön, jossa lehteen menevän valokuvan merkitys muotoutuu. ”Kuvaaja, toimittaja, kuvatoimittaja, toimitussihteeri, uutispäällikkö ja graafikko muodostavat kuvajournalistisen tuotantoketjun.” Seppäsen mukaan kuvajournalismikritiikin ei tule osoittaa, millaista on hyvä tai huono kuvajournalismi – sen tehtävä on näyttää, millaista kuvajournalismi on ja miten se toimii. Toimitustyön käytännöissä syntyvät ne tulkinnan kehykset, joiden avulla muodostamme kuvan muun muassa suomalaisesta väkivallasta. (Seppänen 2003, 9)

Tässä työssä etsin lööppien kuvien sisällöstä ja ilmaisusta säännönmukaisuuksia, jotka voidaan tulkita yhtenäisiksi kulttuurisiksi kehyksiksi. Kuvan tulkintaan vaikuttaa olennaisesti se, etten tutki lööpin kuvaa sen aidossa esiintymisympäristössä vaan teen tulkinnat kuvista lähitarkastelussa. Kehysteoria, kuten kaikki laadullinen tutkimus, on hyvin tutkijalähtöistä. Täytyy myös muistaa, että tulkintani eivät ole aukottomia, sillä kuva avautuu jokaiselle tulkitsijalle eri tavalla.

Aineiston perusteella korostuvat henkilökuvien muodostamat kehykset, sillä henkilökuvat ovat myös määrällisen analyysini mukaan tutkimukseni lukuisin kuvaluokka. Niiden käyttö korostuu myös siksi, että ne ovat usein myös ilmaisuvoimaisimpia kuvia lööpin draamaa korostavassa esittämisympäristössä.

Löysin tutkimuksessani neljä eri kehystä: Eveliina Lappalaisen kasvot ovat piirtyneet monen suomalaisen mieliin kuvaksi suomalaisen väkivallan uhrin *viattomuudesta*. *Pahan kasvoista* muistamme muun muassa Steen Christenssenin suoraan kameraan tuijottavan tyhjän katseen. Muiksi esittämisen kehyksiksi muodostuvat *kasvottomat* ja *tragedian maisemat*.

### 6.2.1 Viattomat

Epäiltyjä ja uhreja esiintyy kaikissa kuvatyypeissä, mutta kotialbumeista lööpin kuvitukseksi päätyneissä albumikuvissa ja tunnistuskuvissa niihin liitetyt myötätunnon ja pelon tunteet korostuvat. Kuvat näyttävät niin tavanomaisilta, että niissä voisi olla melkein kuka tahansa.

Kyse ei ole enää henkilökohtaisesta, rajoitetulle määrälle ihmisiä olemassa olevasta kuvasta, vaan lööpissä albumikuvan käyttötarkoitus muuttuu (Becker 1991, 140).

Etenkin albumikuvan alkuperä tekee niistä lööpin kontekstissa emotionaalisesti vahvoja: luokkakuvassa tai kotioloissaan esiintyvä ihminen on rentoutunut ja nauravainen (Kuva 29). Hänellä ei ole kuvassa aavistustakaan häntä odottavasta kohtalosta.

Median konstruoimassa rikosuutisessa on olemassa enemmän ja vähemmän viattomia uhreja. Kun uutiselle etsitään motiivia, myös kuvilla pystyy korostamaan uhrin asemaa. Erityisesti naisen kohdalla viattomuuden kehystä lisää nuoruuden korostaminen.

Salo on todennut, että uutiskuvasta tulee uudelleenjulkaisun myötä tragedian julkinen muisto, symboli (Salo 2000, 31). Tällaisia voimakkaasti emotionaaliseksi symboleiksi muuttuneita kuvia on aineistoni lööpeissä useita. Kun väkivaltatapauksista kuvia on tarjolla vähän, samat kuvat toistuvat. Toisto taas tekee kuvasta symbolin.

Kuten edellä (luku 5.2) havaitsin, vuonna 1995 ja 2000 tavallisten ihmisten uhrikuvia oli erityisen paljon suhteessa muuhun kuvitukseen. Vuonna 1995 muun muassa Ylöjärven tragedia ja niin sanotut Pia-surmat kuvitettiin uhrien kuvilla (Kuva 30). Vuosi 2000 oli taas Eveliina Lappalaisen surmavuosi.



Kuva 33. IL 25.2.2005



Kuva 30. IL 28.4.1995



Kuva 31. IS 18.11.2000



Kuva 32. IL 20.11.2000



Lappalaisen surma ja tekijän etsinnät olivat lööppien ainoa kuvallinen väkivalta-aihe marraskuun puolivälistä joulukuun alkuun. Tapauksen poikkeuksellisuus teki siitä laajasti kiinnostavan, ja 14-vuotiaan Eveliinan kasvot tulivat kaikille tutuiksi. Viattoman, misseydestä haaveilleen nuoren uhrin ilmeen vilpittömyys korostui tiukasti rajatussa koulukuvassa (Kuvat 31 ja 32).



Kuva 33. IL 24.2.2005

Kun lehtien käsiteltävänä on kuohuttava skandaalitapaus, muiden juttujen on vaikea päästä lööppijulkisuuteen. Isot jutut vievät huomion, mikä vaikuttaa myös kuva-aineistoon. Vuonna 2005 uhrien kuvien määrä putosi, koska tuolloin lehtien väkivaltautisointi keskittyi Bodom-murhiin. Tuolloin lööpissä korostuivat uutiskuvat, joissa esiintyi syytetty Nils Gustafsson.



Kuva 34. IS 24.2.2005

Yksityisten henkilöiden albumikuvien määrä nousi vuonna 2006 merkittävästi. Tähän kehitykseen vaikuttaa yksittäistapaus: kesällä surmatun Paula Björkqvistin kuvaa käytettiin lööpissä aina vuoden lopulla käytyyn oikeuskäsittelyyn saakka (Kuva 35).



Kuva 35. IS 20.7.2006

Merkillepantavaa on myös, että tapauksen kuvittamisessa käytettiin usein samaa kuvaa. Tämä korostaa entisestään sitä kehitystä, joka nostaa jonkin kuvan uutistapauksen symboliksi.



Kuva 36. IL 13.12.2006

### 6.2.2 Pahan kasvot

Lööppien kuvista yli puolet on henkilökuvia. Kuten aiemmin todettiin, lööpin tekijät rajaavat kasvot tiukasti ja kääntävät katseet kuvista suoraan lukijaan. Näin tehdään niin uhrien kuin epäiltyjenkin kuvissa. Kyseessä on kuvan sovittaminen lööpin

rajalliseen tilaan mutta myös passikuvaa muistuttavan kuvan emotionaalinen tehokkuus.

Rikoksesta epäiltyjen ja tuomittujen kuvista lukijaan kohdistuva katse saa täysin eri merkityksen kuin uhrikuvissa. Viattomien kasvoilla suoraan lukijaan kohdistuva katse synnyttää myötätuntoa, lööppiin nostetun rikollisen silmiin katsominen voi olla painostava.

Roland Barthesin mukaan virallisiin kuviin liittyy aina hieman kriminaali luonne. *"Photomat always turns you into a criminal type, wanted by the police."* (Barthes 1981, 12)

Katseeseen liittyy paljon myyttistä voimaa. Antiikissa uskottiin pahuuden siirtyvän katseen myötä toiseen ihmiseen. Paha silmä heijastaa ympärilleen silmän takaisia voimia. Katse voi olla pahansuopa tai hyväntahtoinen, murhaavakin. (Seppänen 2001, 97–98).

Pahan kasvojen kehyksessä on paljon rikollisten henkilökuvia, jotka tulevat lehtien käyttöön suoraan viranomaisilta. Tällaiset kuvat saavat lööpit muistuttamaan etsintäkuulutuksia. Jos virallista passikuvaa rikollisesta ei ole saatavilla, uutiskuvakin rajataan passikuvan kokoon (Kuvat 41 ja 42).

Beckerin mukaan etenkin tabloid-lehtien tapa linkittää passikuvat ja teksti saavat ihmiset lukemaan ilmeettömiltä kasvoilta merkkejä, joita niillä ei alun perin ole (Becker 1992, 146).

Ilmiö on nimetty kuvatutkimuksessa *Kuleshov-efektiksi*. Elokuvaohjaaja ja -teoreetikko Lev Kuleshov näytti ihmisille kuvaa ilmeettömästä näyttelijästä vuoroin ruumisarkussa lepävän naisen, vuoroin soppalautasen ja lattialla leikkivän lapsen kuvan



Kuva 37. IL 12.4.1995



Kuva 38. IS 31.8.1995



Kuva 39. IL 31.8.1995



Kuva 40. IS 8.2.2000



Kuva 41. IL 11.1.2000

kanssa. Ihmiset näkivät kasvoilla tunteita sen kuvan mukaan, mihin kasvot rinnastettiin. (Seppänen 2003, 13)

Janne Seppänen on analysoinut Ilta-Sanomien Myyrmanni-kuvitusta vuodelta 2002. Hän pohti julkaistujen luokkakuvien ja niistä rajattujen passikuvien tematiikkaa koko jutun kannalta. Kuvan kanssa julkaistujen tekstien tarkoitus on sitoa muuten irralliselta vaikuttava kuva – kuten luokkakuva – palvelemaan kyseessä olevan jutun rakennetta. (2003, 10–11)

Seppäsen mielestään räjäyttäjän luokka- ja passikuvien käyttö antaa katsojalle mahdollisuuden ”-- fantasioida kuvien edessä hulluuden näkyvistä merkeistä ja kenties samalla tarkkailla naapuriaan, josko olisi ikävyyksiä odotettavissa”. (Seppänen 2003, 12–13)

Roland Barthesin mukaan teksti nimenomaisesti ankkuroi kuvan merkityksen. Myyrmanni-uutisen kuvankäyttöä tarkasteltuaan Seppänen ei kuitenkaan ota barthesilaista käsitettä annettuna. Teksti ja kuva ovat Seppäsen mukaan ”merkityksen momenteja -- Ne [teksti ja kuva] yhdistyvät keskenään, eikä niiden itsenäistä osuutta voi aina erottaa merkityksen muodostumisen dynamiikassa.” (emt.)

Passikuvaa on käytetty uutiskuva-henkilokuva-kompositiossa Ilta-Sanomissa 2006 klassisesti (kuva 42). Poliisit turvavarustuksessa ilmeettömien kasvojen yläpuolella eivät jätä kysymyksille tilaa. Otsikko pääkuvan yläpuolella varmistaa tulkinnan: ”Ampujaa jahdattiin Tampereella.”

Kun passikuvan tapaan rajatun kuvan asettaa sitaattiotsikon viereen, kuvan ilmeen ja sanotun välille tulee välittömästi yhteys. Alaspäin luotu katse ei osoita tekstiin yhdistettynä enää katumusta kuten normaalisti, vaan tässä yhteydessä katse suuntautuu kuvan henkilön uhreihin (kuva 43).



Kuva 42. IS 1.7.2005



Kuva 43. IL 30.8.2005

### 6.2.3 Kasvottomat

Lööppien kuvat kertovat, miltä paha keskuudessamme näyttää. Uutisissa on viime aikoina esiintynyt runsaasti kuvia, jossa pahan kasvoja *ei* näytetä. Kasvottomat-kehyksessä draaman luomiseen ei tarvita taiton tai kuvankäsittelyn apua, vaan kuvatut itse tekevät itsensä kasvottomiksi peittämällä itsensä kameroilta. Kehystäminen tapahtuu siis jo kuvan ottamisen tasolla, jolloin kuvaustilanne asettaa kuvattavan alistaiseen suhteeseen valokuvaajan kanssa (Kuva 44).

Kasvottomina lööpissä olevat voivat saada meidät epäilemään ketä tahansa ympärillämme. Kasvottomia syntyy toimituksen toimesta, kun kuvia esimerkiksi sumennetaan tai pikselöidään (Kuva 45).

Kun kuvattava kääntää katseensa pois tai peittää sen itse, voi syntyä käsitys epärehellisyydestä ja totuuden peittelystä. Katseen peittäminen voi olla myös alistumisen ja ujouden merkki (Seppänen 2001, 101–102).

Samalla katseen tasolla oleva koetaan osaksi samaa maailmaa. Jos valokuva on otettu sivukulmasta, se etäännyttää. Tällaisia ovat useimmat oikeussaleissa otetut uutiskuvat (Kuva 46). Samoin ylhäältä luotu kamerakulma tekee kohteesta mitättömän ja yhdentekevän (Kress & van Leeuwen 1996, 143, 146).

Epäillyn selän takaa otetulla kuvalla on tulkinnallisesti kaksi tasoa: toisaalta selän kääntäminen katsojalle ja kasvojen peittäminen ilmaisee etäisyyttä, jopa kieltämistä (Kuva 47). Toisaalta se tekee kuvan kohteesta haavoittuvaisen; sellaisten katseiden kohteen, joita hän ei myöskään itse voi nähdä.

Vaikka journalismin eettinen koodisto velvoittaa viestimiä peittämään tai sumentamaan kuvattun kasvot, kuvan julkaisulla on aina paljastamisen ja todistamisen luonne. Kun media paljastaa



Kuva 44. IL 8.6.2005



Kuva 45. IS 2.3.2005



Kuva 46. IS 14.11.2000



Kuva 47. IL 3.6.2005



Kuva 48. IS 27.9.2005

epäiltyjen kuvia, se toteuttaa julkista kontrollia. Moraalisiin kysymyksenasetteluihin usein pyrkivällä iltapäivälehdistöllä on tapana myös hakea epäiltyjen kuvia sivuilleen oikeussaleista.

Tässä suhteessa kasvonsa itse peittävät epäillyt eivät ole välttämättä huono kuva iltapäivälehdien näkökulmasta. Kasvojen peittäminen lisää uutisen ja sen kohteen salaperäisyyttä (Kuva 48). Kasvonsa itse peittävä saa osakseen paheksuntaa jo pelkästään sen takia, ettei epäillyillä ole kanttia vastata teoistaan omilla kasvoillaan. Samalla se saattaa herättää lukijassa tunteen, että yhteiskunnassamme on kasvotonta väkivaltaa, jota emme osaa tai voi nimetä.

#### **6.2.4 Tragedian maisemat**

Kimmo Lehtonen (1999, 299–300) on todennut, että maisemat ovat merkittävä identiteetin rakentaja. Asuinpaikka tai ympäröivä maisemaa ei ole ihmisille pelkkä elinympäristö tai olosuhde, vaan se on myös pelkojen tyyssija.

Väkivaltaotsikoiden kuvista kymmenes on maisemakuvia, jotka omalta osaltaan rakentavat kuvaa pelon tiloista ympäristössämme. Lööpin maisemakuvat eivät ole perinteisen uutiskuvan kriteerien mukaan aktiivisia ja tapahtumarikkaita todisteita, vaan kuoleman ja hiljaisuuden estetiikkaa viljeleviä maisemia (Kuva 49). Ihmistä ei niissä näe, vaan hän on jossain muualla. Se mikä on kuvasta poissa, on lööpin näkökulmasta merkittävää.

Lööpin kuvien kaltaista maisemakuvauksen estetiikkaa on valokuvaaja Pekka Elomaan valokuvausprojektissa *Paha maisema*, joka ilmestyi vuoden 2007 lopussa myös kirjana.<sup>1</sup> Elomaa kuvasi sisällissodan hauta- ja teloituspaikkoja, joista tragedian merkit ovat jo häipyneet, mutta muistot ovat jääneet. Elomaa kutsuukin kuvaamiaan kohteita ”muistin paikoiksi”. Lähes poikkeuksetta kuvissa korostuu se, mitä niissä on tapahtunut. Rajaus antaa tilaa tapahtumien järkyttävyydelle, jossa todistajina ovat olleet vain teloittajat, teloitetut ja maasto.

Maisemakuvat kehystävät sisälleen mahdollisuuden satunnaisesta tragediasta. Kuvissa on tavallisen näköisiä kerrostaloja, joiden hiekkalaatikoiden leikit ovat jääneet kesken ja kissa venyttelee draamasta tietämättömänä pihalla, kuten Ilta-Sanomien lööpissä vuonna 2005 (Kuva 50).

---

<sup>1</sup> Elomaa, Pekka ja Kemppainen, Jouni K. (2007) ”Paha maisema”, Helsingin Sanomat.



Mykät ja mitänsanomattomat seinät, puut ja tiet pakottavat mielikuvituksen kokemaan saman kuin paikalla joskus olleet ovat kokeneet (Kuva 47). Väkivaltaotsikkoon liitetyt maisemakuvat ovat säännönmukaisesti tummasävyisiä. Kuvat on otettu usein illalla, joten kohde pitää valaista vahvalla salamalla. Keinovalon ja luonnon valottomuuden kontrasti korostaa usein epätodellisia tapahtumia.

Iltalehden lööpissä vuodelta 2006 (Kuva 52) esiintyy hyvin suomalaisen näköinen rintamamiestalo, jonka pääty on valaistu kirkkaalla salamalla tummaa yötaivasta vasten. Etualalle jätetty kuusi heittää pahaenteisesti varjonsa talon seinälle. Tähdet tuikkivat taivaalla koko lööpin leveydeltä. Kuvaan on yhdistetty myös pieni kuva, jossa on puolitankoon nostettu lippu koulua muistuttavan rakennuksen pihalla.

Puolitangossa oleva lippu on erittäin tuttu symboli kuolemalle (Kuva 53). Lipputanko ja siinä surumielisesti liehuva lippu viestii siitä, että kuolema tuiki tavallisessa talossa kätkee sisälleen myös laajemman surun. Kuvitus sisältää koko yhteiskuntaa koskevan viestin lasten ja nuorten pahoinvoinnista, jolle nämä kaksi rakennusta ovat joutuneet toimimaan näyttämönä.

Jälleen toistuu sama lööppikuvan esittämisen keino, mikä todettiin myös albumikuvien kohdalla: tragedia voi tapahtua kenelle tahansa, missä tahansa. Iltapäivälehtien kuvat puskevat pelon rajaa lähemmäs kotisohvaa samaistamalla ihmisiä tutuntuntuisiin maisemiin ja kasvoihin.



Kuva 49. IS 16.11.2000



Kuva 50. IS 3.5.2005



Kuva 51. IL 19.1.2006



Kuva 52. IL 19.1.2006



Kuva 53. IL 20.7.2005

## 7 Johtopäätökset

Lööpin viestin tulee olla selkeä ja samalla houkutteleva. Kuvilla on tästä syystä lööpissä merkittävä osa, koska kuvalla on katsottu olevan enemmän todistusvoimaa kuin kirjoitetulla sanalla. Lööpin kuva haluaa kertoa lukijalle sen, että lehti on ollut paikalla. Kuva toimii samalla uutisen välittäjänä.

Kuvajournalistisen ilmaisun kannalta iltapäivälehtien myyntijuliste on mielenkiintoinen tutkimuskohde. Lööppikuvalla ei ole omaa kuvatraditiota, vaan kuvat tulevat eri lähteistä. Useimmiten lööppiin päätyvää kuvaa ei ole edes tarkoitettu journalistiseksi otokseksi, vaan muistoksi kotialbumiin. Lööpin konteksti suhteessa muuhun ympäristöön on myös mielenkiintoinen. Se on omalaatuinen ja laajalevikkinen mediansa kaupunkien ja taajamien seinillä ja lehtiständeissa.

Lööppi on journalismin ja mainonnan omalaatuinen yhdistelmä, jonka lukemiseen vaikuttaa merkittävästi myös sen lukuympäristö. Tämä vaikuttaa myös lööpin tekijöiden vastuuseen: lööppi on laajimmin levinnyt yhtenäinen suomalainen media, jonka viesti on sama ympäri Suomea. Sen kuluttamista ei valita esimerkiksi samalla tavalla kuin iltauutisia, vaan lööppi asettuu ihmisten silmien eteen ja kulutettavaksi ilman kuluttajan omaa valintaa.

Mikko Hietaharju (2006) on todennut, että kuvan arvo on nimenomaan sen kontekstissa: "Ei ole olemassa hyvää tai huonoa valokuvaa sinänsä, vaan toimiva ja huonosti toimiva valokuva tietyssä tarkoituksessa. -- konteksti voidaan nähdä merkityksenantoa ohjaavana viitekehyksenä ja samalla myös kuvan laadun kriteerejä ohjailevana ympäristönä." (Hietaharju 2001, 63)<sup>1</sup>

Kuten edellä tuli ilmi, lööpillä on oma erityinen konseptinsa ja vertailukohtaa on vaikeaa löytää länsinaapurია lähempää (ks. luku 3.5). Lööpin kuvilla on erityisvaatimuksia: niiden pitää olla samalla erittäin ilmaisuvoimaisia mutta joustavia.

Pro graduni perusteella voi sanoa, että väkivaltaotsikoiden kuvittaminen on lisääntynyt kahdenkymmenen viime vuoden aikana. Aineiston väkivaltaotsikoiden ohessa julkaistiin tuona aikana yhteensä 573 kuvaa, joissa väkivaltaa tai sen seurauksia oli noin kymmenessä prosentissa.

---

<sup>1</sup> <http://dissertations.jyu.fi/studhum/9513925773.pdf>

Väkivaltaotsikoiden visualisoitumisesta erityisesti viime vuosina kertoo selkeimmin se, että vuonna 1985 vain kolmannes otsikoista kuvitettiin, kun vuonna 2005 keskimäärin jo puolessa väkivaltaotsikoista oli kuva.

Samasta aineistosta valmistuneessa Syrjälän (2007b) raportissa osoitettiin, että lööpeissä väkivallan sanallinen kuvaaminen on raaistunut. Samanlainen raaistuminen ei näy tutkielmani perusteella valokuvissa. Varsinaista väkivaltaa esittäviä kuvia aineistossani on vain yhdeksän. Suhteutettuna muuhun kuvitukseen väkivallan kuvittaminen on säilynyt varsin vakaana vuodesta toiseen, ja mitään ajallisia piikkejä ei ole havaittavissa.

Kun väkivaltaisista kuvia ei ole tarjolla tai niitä ei haluta esittää on dramaattisia uutisia esitettävä muilla tavoilla. Tässä avainasemassa ovat henkilökuvat. Henkilökuvien julkaiseminen onkin lisääntynyt huomattavasti vuosina 2005 ja 2006.

Passikuvan kokoista kasvokuvaa pidetään usein esimerkkinä puhtaasti kohdettaan esittävästä ikonisesta kuvasta. Se esittää kuvatun kasvoja sellaisena kuin ne ovat, mitään pois ottamatta, mitään siihen lisäämättä. Tässä tutkimuksessa käsittelemäni kuvaesimerkit kuitenkin kertovat aivan päinvastaista. Kuolleen ihmisen passi- tai koulukuva, pelkät kasvot, voi yhtäkkiä merkitä paljon enemmän. Suomalaisen väkivallan kuva tiivistyy uhrien ja epäiltyjen kasvoihin, ja niistä heijastuviin tunteisiin. Kasvojen ilmeistä tulkitaan väkivallan merkkejä lööpissä nimenomaan dramaattisen taiton ja otsikoinnin tuella.

Kuvien absoluuttinen määrä väkivaltaotsikon ohessa on lisääntynyt, mikä liittyy yleiseen lööpin visualisoitumiseen sekä aiheiden määrän kasvuun. Syrjälän (2007b) tutkimus osoitti, että myös otsikoiden määrä lööpissä on lisääntynyt, mikä lisää myös kuvien määrää. Samalla kaikkien otsikoiden kuvittaminen on lisääntynyt. Kaikkien kuvien määrä aineistossa on kasvanut samassa suhteessa kuin väkivaltaotsikoiden kuvittaminen, joten väkivaltakuvien suhteellinen määrä on pysynyt varsin tasaisena. Tässä poikkeus on vuosi 2000, jolloin muihin kuviin verrattuna väkivaltaotsikoita kuvitettiin keskimäärin vähemmän kuin muina vertailuvuosina. Vuonna 2000 erityisesti Iltalehti kuvitti lööppejään muilla kuin väkivaltautiskuvilla.

Kaikkien kuvien määrän kasvu viittaa siihen, että iltapäivälehtien lööpeissä on vallalla eräänlainen *kuvittamisen pakko*. Muutkin kuin pääotsikko saa kylkeensä kuvituksen. Valokuvan huomioarvoon



uskotaan, sillä silmänliiketutkimusten perusteella ihminen havainnoi kuvan herkemmin kuin tekstin. Kuvat myös lisäävät runsauden ja elävyyden vaikutelmaa lööpissä.

Iltapäivälehdissä yhdistyy paitsi perinteinen dokumentaarisen uutiskuvan arvostus mutta myös panostus ulkoasuun. Välille jäävä ilmaisullinen aukko on suuri, sillä lööpissä ei kuvaajan persoonallinen ilmaisu korostu niin kuin muualla lehdessä. Ristiriitaista on, että digitaalinen tekniikka kameroissa luo yhä tarkempaa toistettavuutta, mutta myös vie kamerat sinne, missä niiden ei oleteta edes olevan. Kuvien määrä lisääntyy eksponentiaalisesti – mikä ei tarkoita kuitenkaan samanlaista harppausta niiden laadussa.

Kuvamäärän kasvun trendiä on edesauttanut tekniikan kehittyminen, sillä digitekniikan mahdollistaman kuvien tehokkaan siirtämisen takia niitä on myös helpommin tarjolla. Ilman nopeutunutta kuvansiirron, kuvankäsittelyn ja taittopäätteiden tekniikkaa, väkivallan kuvia tuskin olisi iltapäivälehdissä tässä määrin kuin tutkielmani osoittaa.

Yksi syy, mikä on myös kasvattanut väkivaltakuvien – ja etenkin henkilökuvien – määrää kymmenen viime vuoden aikana, on väkivaltautisten seuraamisen lisääntyminen. Samasta uutisesta tehdään jatkojuttuja enemmän kuin aiemmin, mikä lisää samojen kuvien kierrätystä lööpissä. Tästä esimerkkinä on esimerkiksi Paula Björkqvistin kuva, joka oli aineistoni käytetyin yksittäinen henkilökuva. Se myös nosti vuoden 2006 albumikuvien määrän lööpeissä huippuunsa.

Varsinaisten väkivaltakuvien vähyys ei ole linjassa muun mediakuvaston sisältöjen kanssa. Tutkimukseni osoittaa, että verta, väkivaltaa tai sen jälkiä lööpeissä on vähemmän kuin julkisen keskustelun perusteella voisi olettaa. Myöskin Isossa-Britanniassa tehdyt havainnot (Seaton 2005, 19, 21) etusivujen ”verisyydestä” eivät näytä tämän tutkimuksen perusteella olevan totta Suomessa. Voikin epäillä, että keskusteluviittaukset *lööppijournalismiin* ja sen vaikutuksiin ei viittaa varsinaisesti lööppeihin, vaan iltapäivälehtien muihin sisältöihin ja uutisoinnin viihteellistymiseen kauttaaltaan suomalaisessa mediassa.

Vaikka ns. laatulehdet eivät julkaise väkivaltautisia siinä laajuudessa kuin iltapäivälehdet, on niiden kynnyks julkaisusta kuvia kotimaisestakin väkivallasta madaltunut viime aikoina. Tässä voi havaita suomalaisen *tabloidisaation* olevan todellisuutta; päivälehdetkin lähenevät tabloidien ilmaisua. Tämä aihe nousi erityisen huomion aiheeksi keväällä 2008 Ilkka Kanervan eroskandaalin yhteydessä.

Susan Sontag toteaa, että valokuva on ollut aina kuoleman seuralainen:

*”Ever since cameras were invented in 1839, photography has kept company with death.  
(Sontag 2003, 24)*

Nykypäivänä väkivalta on olennainen osa niin viihdeteollisuutta kuin uutistuotantoa. Myös suurin osa valokuvahistorian merkkiteoksista, ovat kuvia väkivallasta ja sen seurauksista. Merja Salo mainitsee tällaisiksi paljon toistetuiksi kuviksi Robert Capan kuolevan sotilaan, Che Guevaran paareilla makaavan ruumiin, Iwo-Jiman lipunnoston ja etelävietnamilaiset lapset juoksemassa pakoon napalmi-iskua (Salo 2000, 33-34).

Kun uutiskuvat maailman onnettomuuksista, sodista ja kärsimyksestä ovat jokapäiväisiä, harva kuva pystyy todella shokeeraamaan. Varsinkin kaukana tapahtuvat tragediat eivät aiheuta enää suuria tunnekuohuja. Mitä kauempana ajassa tapahtuma on, kuvassa näkyvien indentiteetillä ei ole enää niin suurta väliä. Kotimaisen väkivallan näyttämällä on edelleen suuri kynnyks. Tämä on ristiriitaista, mutta laajasti hyväksytty käytäntö journalismissa.

Suomessa lööppien kuvat eivät ole vielä aiheuttaneet samanlaista keskustelua kuin niiden otsikoista käytiin syksyllä 2006. Pro gradustani löytyy myös syy tähän: lööppien kuvat eivät ole antaneet aihetta kuvakeskustelulle. Niissä ei ole merkkejä väkivallan teoista niin selkeästi kuin otsikoissa on.

Kuva ei pyri herättämään tunnereaktiota suoranaista väkivaltaa näyttämällä, vaan se pyrkii pikemminkin vihjaamaan väkivallan olemassaoloon julkaisemalla kuvia väkivallan tekijöistä ja uhreista. Toisaalta on huomioitava, että tällaiset kuvat ovat yleensä ainoita mahdollisia kuvia väkivaltautisten oheen. Kun nykyään on pyrkimyksenä kuvittaa lähes kaikki jutut, on väkivallan kuvien mahdollisiksi lähteiksi tulevat kotialbumit, oikeussalit ja poliisin välittämät kuvat.

Tämä voi toisinaan olla jopa vahvempi tapa vedota ihmisten tunteisiin kuin suora väkivallan tai sen seurausten kuvaaminen. Raa’at kuvat voivat herättää vastareaktion, mutta viitteellinen tapa kertoa väkivallasta personoimalla uutisten kohde on yksi tabloidien tyypillisimmistä kerrontatavoista. Kuohuttavissa uutisissa vedotaan tunteisiin. Lukijat myös haluavat kokea uutisen henkilön kautta, siksi kuvaajat etsivät dramaattisten tapahtumien keskellä nimenomaan ihmistä.

Merja Salo (2000, 31) on todennut, että saman kuvan toisto tekee siitä vahvan symbolin. Näin on käynyt useille lööppikuville, jotka ovat esiintyneet laajasti kiinnostavien ja koskettavien tapahtumien yhteydessä. Eveliina Lappalaisen koulukuvassa hymyilevät kasvot eivät ole enää iloinen muisto, vaan ne kertovat omaa karua kieltään satunnaisesta turvattomuudesta. Samoin käy miehensä surmaaman Paula Björkqvistin kasvokuvalle: kesän ja syksyn 2006 aikana niistä tuli vaietun perheväkivallan symboli.

Vaikka henkilökuvien suhteellinen määrä meni perinteisten uutiskuvien ohi jo vuonna 1995, uutiskuvalla on edelleen paikkansa väkivaltatapausten kuvituksessa. Kun dramaattista uutiskuvaa on tarjolla, se päättyy lööppiin suurikokoisena.

Yksi syy, miksi väkivaltaa ei lööpin kuvista löydy, johtuu väkivaltauutisten luonteesta. Kamera on harvoin paikalla siellä, missä uutisia tapahtuu. Tällöin kuvailmaisussa on etsittävä muita keinoja, joilla tapahtuma saadaan ihmistä lähelle. Toimituksen ulkopuolelta hankittujen kuvitusten määrä onkin lisääntynyt vuodesta 2000 lähtien. Etenkin poliisin arkistojen, yksityisten albumikuvien ja valvontakamerakuvien käyttö on yleistynyt.

Henkilöimisen lisäksi kuvituksessa korostuvat paikallistaminen sekä kuvan käsittelyyn ja taittoon liittyvä dramatisointi. Kun kuvista ei löydy varsinaista uutista, kuvien kehystäminen taiton tehokeinoin ja helposti tulkittavien symbolien toistaminen tulee lööpin kuvituksessa keskeiseksi.

Lööpin visuaaliset tehokeinot sulkevat suomalaisen väkivallan kuvan tummiin kehyksiin ja revittyihin reunoihin. Kasvoja, tyhjiä maisemia ja rakennuksia sisältävät kuvat eivät sinänsä kerro väkivallasta, vaan ne ainoastaan vihjaavat sen olemassaolosta.

Katse on lööppikuvan voimakkain tehokeino, olipa kyseessä uhri tai rikollinen. Kuvista lukijaa tuijottavat silmät houkuttelevat eläytymään tapahtuneeseen tai pelkäämään pahinta: ”Voisiko tämä tapahtua minulle?” Valokuva, todiste tapahtuneesta, tuo kysymyksen entistä lähemmäksi. Uutiseen johtaneiden tapahtumien satunnaisuuden korostaminen on yksi iltapäivälehdien kuvituksessakin runsaasti toistuva piirre.

Lööpin valokuvan moni-ilmeisyys ja -käyttöisyys ei johdu kuvan sisäisistä ominaisuuksista, vaan käyttökohteen luonteesta. Lööpin kuva on osa lööpin kokonaisuutta ja saa merkityksensä nimenomaan tekstistä sekä kuvan käsittelyyn ja rajaukseen liittyvistä ankkuroinneista. Tässä

suhteessa lööpin valokuvat eivät tue perinteistä suomalaisen kuvajournalismin käsitystä sankarikuvaajasta, joka tekee valintansa ja jonka ammattitaidon seurauksena syntynyt näkemys pääsee sellaisenaan lehteen. Lööpin kuvan ihanne on raaka ja jäljittelemätön todellisuus. Se on valokuva, sanan alkuperäisessä merkityksessä: valon piirtämä kuva todellisuudesta.

Uutiskuvan todisteen luonne on kuitenkin ristiriitainen juuri lööpissä, jossa kuva on voimakkaasti dramatisoitu erilaisin tummennuksin ja rajauksin. Taiton ja kuvankäsittelyn keinoin valokuva muuttaa luonnettaan nimenomaan palvelemaan lööpin myyntitarkoitusta.

Mielenkiintoisen lööpin kuvista tekevät runsas yksityiskuvien käyttö. Ne ovat ominaisia juuri iltapäivälehdille, ja etenkin lööpissä ne tuntuvat olevan monikäyttöisiä. Niiden takana ei olekaan välineensä tietoisesti hallitseva valokuvaaja, vaan amatööri ja valokuvaamon tai poliisin virallisia kuvia liukuhihnalta suotavat koneet. Kuvajournalistiset ihanteet ja sen esteettisen esittämisen koodit ovat näistä tilanteista kaukana. Jo pelkästään yksityiskuvien esiintyminen vieraassa ympäristössä kertoo ensi silmäyksellä, että kuvan henkilölle on tapahtunut jotain poikkeuksellista. Usein tämä tapahtuma on valitettavasti traaginen ja liittyy juuri väkivaltautisiin.

Kun useimmat yksityisistä albumeista ja poliisin arkistosta otetut kuvat katsovat suoraan kameraan, näille kuville tulee lööpin yhteydessä vangitseva, lähes epätodellinen luonne. Avoin katse on usein ristiriidassa otsikossa kerrotun kanssa. Albumikuvien kohdalla tämä korostuu, sillä usein yksityiskuvat on ottanut joku kuvattavalle tuttu henkilö. Tällöin kuvattavan ja kuvaajan välillä vallinnut luottamus on saanut kohteen rentoutumaan. Kuva on aidompi kuin silloin, jos kuvan ottaa ammattivalokuvaaja lehtijuttua varten tai poliisikuvaaja tunnistamiskorttiin.

Yksityiset valokuvat on tarkoitettu esitettäväksi kotialbumissa, yksityisen elämän piirissä. Tämän rajan rikkomisesta ja kuvan asettamisessa julkiseen tiedotusvälineeseen rikkoutuu yksityisyyden raja, joka nopeasti ruokkii myös lukijan uteliaisuutta. Lehden julkaisema kuva on sallittua tirkistelyä, *voyerismia*, johon kuvan lumovoima osittain liittyy.

Itse asiassa monet kansakunnan muistiin jääneet kuvat ovat syntyneet juuri tästä kuvan alkuperäisen yhteyden inflaatiosta. Kun kuva menettää kontaktin alkuperäiseen ympäristöönsä, kuvista tulee symboleja, jolla tapahtunut tragedia sidotaan yhteiskuntaan laajemmassa mittakaavassa.

Löytyykö suomalaisen väkivallan kuvasta lööpissä ajallisesti suuria eroja? Ei juurikaan. Suomalaisen väkivallan kasvot on edelleen keski-ikäinen mies, jolla on suora, pistävä katse, hänen parransäнкensä on viikkoja vanha ja huulet rohtuneet. Hän voi olla myös nuori, mies, pukeutunut paitapuseroon ja pikkutakkiin, hiukset kammattu ja kasvoilla levollinen ilme. Hän voi olla kuka tahansa.

Minkälaisessa väkivallan maisemassa tämä mies sitten astelee? Lähiössä. Kerrostalossa, jonka pihalla ovat leikit jääneet kesken. Tai ”hyvällä alueella” omakotitalossa, rintamamiestalossa tai rivitalossa, jonka pihalla on ”parempi” auto. Suomalaisessa väkivallan maisemassa on usein myös sankka metsä, hiljainen soratie ja ennen kaikkea pimeää.

## **7.1 Itsereflektointia ja jatkotutkimusta**

Yhä moninaisempien ilmaisuvälineiden ja medioiden sirpaloimassa kulttuurissa iltapäivälehdien keltainen mainosjuliste on yksi harvoja kaikille yhteisen julkisuuden areenoja. Se luo kollektiivisia tunne-elämyksiä ja rakentaa yhteisiä muistoja.

Lööpit ovat jo 70-luvun puolivälistä olleet pysyvä osa suomalaista mediamaisemaa, mutta vasta viime vuosina niitä on ryhdytty tutkimaan. Tämän pro gradun aineistona ovat Tampereen yliopiston Journalismin tutkimusyksikön tutkimusta varten kerätyt Ilta-Sanomien ja Iltalehden lööpit. Vuosien 1985 ja 2006 väliin sijoittuvista lööpeistä riittää aiheita vielä kymmeneen graduihin ja jatkotutkimuksiin.

Lööppiä voi tutkia tiedotustutkimuksen lisäksi myös sosiologian, vuorovaikutustutkimuksen, naistutkimuksen, sosiaalisen maantieteen tai vaikka historiantutkimuksen valossa.

Oman työni puitteissa en millään pystynyt vastaamaan kaikkiin tutkimuksen aikana heränneisiin kysymyksiin. Itse asiassa jo tämän rajauksen kanssa painiminen teetti työtä siinä määrin, että moneen kertaan kaduin tutkimukseni kysymyksenasettelujen ja ennen kaikkea aineiston rajauksen laajuutta.

Aineiston taulukointi, määrällinen analyysi ja lopulta semioottinen analyysi veivät valtavasti aikaa, tulosten raportoinnista ja analyysin kirjoittamisesta puhumattakaan. Pelkkä määrällinen sisällön erittely tai kehysanalyysi olisi yksinään riittänyt gradun aiheiksi näin laajasta aineistosta.

Työni valmistuttua huomaan, että pystyin raapaisemaan vain lööpin pintaa. Tutkielmani kuitenkin antaa eväitä jatkotutkimukselle. Jo käyty kansalaiskeskustelu osoitti, ettei lööppi ole ympäristöstään irrallinen, vaan sitä jatkuvasti seuraava ja sen tuntemuksiin reagoiva osa mediakenttää.

Aiemmin esittelemästäni Gillian Rosen tutkimusavaruudesta (ks. luku 4.2) tutkielmassani jäi huomiotta vastaanoton taso, jossa tapahtuu lööppien varsinainen lukeminen niiden aidossa ympäristössä. Vastaanottotutkimuksen voisi toteuttaa myös kyselytutkimuksena lööpin lukijoiden parissa.

Vaikka vastaanottotutkimus on työlästä, aikaa ja rahaa vaativaa puuhaa, tuottaisi se monelle kaivattua tietoa siitä, miten ihmiset lööpin arjessaan kokevat. Olisi mielenkiintoista saada tietoa myös siitä, miten ja mihin tarpeisiin ihmiset lööppejä kuluttavat – lukevatko he niitä tietoisesti vai vilkuillen. Miksi ihmiset ylipäänsä lukevat lööppejä ja miten niihin reagoivat? Tällaista tietoa janoaisivat varmasti niin lehtien julkaisijat kuin ne, jotka ovat huolissaan muun muassa myyntijulisteiden vaikutuksista lapsiin.

Ilman tutkijoiden armeijaa pätevän vastaanottotutkimuksen tekeminen on kuitenkin mahdotonta. Siksi jäämme lööppien vaikutustutkimuksessa edelleen oletusten varaan. Lähestytään *massakulttuuri*-ajattelua, joka oli olemassa kulttuuritutkimuksen alkuaikoina 50-luvulla. Sosiologian ja tiedotustutkimuksessa tutkittiin median vaikutuksia ihmiseen, jonka oletettiin olevan median uhri, ei kuluttavan mediaa omien tarpeittensa mukaan.

Käydystä lööppikeskustelusta oli havaittavissa kaikuja tällaisen suoran vaikuttamisen mekanismista, vaikka yhteiskuntatutkimuksen piirissä ihminen on jo pitkään tulkittu aktiivisemmaksi joukkoviestimien käyttäjäksi. Ihminen voi muun muassa samaistua, *identifikoitua*, median hahmoihin. (Seppänen 2005, 36, 71–73) Hän voi myös *kultivoitua*, eli elää kuluttamansa median kautta osallistua yhteiskunnan arvojen jakamiseen. (Fiske 1996, 197–198)

Muita mielenkiintoisia tutkimusaiheita olisivat *case*- eli tapaustutkimukset tiettyjen uutisaiheiden ja niiden kuvien käsittelystä tarinallisuuden lähtökohdasta. Ylipäänsä lööppi tiivistää pariin otsikkoon ja kuvaan sen, mitä kulloisenakin ajan on ollut Suomessa puheen arvoista, joten sikäli se olisi oiva tutkimuskohde myös historiallisesta näkökulmasta. Tällaisen tutkimuksen kysymyksiä voisi olla:

Miten lööppien kuvasto on muuttunut viimeisen 20 vuoden ajan? Mikä suomalaisia on puhuttanut? Mitkä ovat olleet lööpeissä kulloisenakin aikana vaikuttaneet arvot?

Pro gradussani huomioin tuotannontason toimijat erittelemällä kuvaan taitossa tai kuvankäsittelyssä siirtyviä traditioita. Jatkossa mielenkiintoinen tutkimuskohde olisivat kuitenkin toimitussihteerit, toimituspäälliköt, uutispäälliköt, toimitussihteerit, kuvatoimittajat, valokuvaajat – siis he, jotka viime kädessä lööpin sisällöstä päättävät.

Olen itsekin Ilta-Sanomien toimitussihteeri, siksi tässä vaiheessa työtäni on syytä palata siihen, miten objektiivisesti pystyi tutkielmaani tekemään. Kiinnostukseni valokuvaan alkoi paljon aiemmin kuin edes olin harkinnut työpaikkaan iltapäivälehdessä toimitussihteerinä. Tuorein kiinnostukseni lööpin valokuvaan taas lähti vahvasta tunne-elämyksestä mediamaisemassa (ks. Johdanto). Aiemmat kokemukseni lööpistä eivät siis tee tutkielmaani epävalidimmaksi, teen tulkintani jo pitkäaikaisen hiljaisen tiedonkeruun pohjalta. En nähnyt kuitenkaan tarvetta eritellä analyysin aikana sitä, milloin minussa puhuu ”toimitussihteeri”, ”median tutkija” tai ”tavis”. Kuvan tulkitsija on aina kulttuurinsa tuote ja tekee analyysinsä jokaisesta havainnostaan tietojensa varassa. Jokainen tulkinta on oikea ja omani vain yksi monista.

## **Päätäntö**

Iltapäivälehdistö yrittää joka päivä luovia sitä, mikä saa ihmiset keskustelemaan ja kiinnostumaan. Lööppi yksinkertaisena ja kliseisenä viestintämuotona riittävät monesti keskustelun aloitukseksi. Paul Frigyes sanoo osuvasti, että parhaimmillaan lööppi kertoo asioista, joista ihmiset eivät vielä tiedä olevansa kiinnostuneita:

*”Klällstidningredaktörernas yrke består i att just känna vad folket tänker på just nu, vilka ämnen, myter och historier som engagerar” (Frigyes 2005, 10).*

Lööpit heijastelevat ihmisten arvomaailmaa ilman, että kerrotut asiat olisivat kenellekään itsestään selviä. Iltapäivälehdien näkökulma tekee niistä uusia, vaikka aiheet olisi kaluttu tuhansia kertoja aiemmin.

Itselleni lööpin kuva oli ristiriitainen tutkimuskohde. Toisaalta se aliarvioi kuvajournalistista traditiota viljelemällä epätarkkoja, sisällöllisesti tyhjiä ja teknisesti epätäydellisiä kuvia. Toisaalta lööppi taas alleviivaa uutiskuvan merkitystä todistusaineistona. Uutiskuva lööpissä on edelleen todisteena arvokkaampi ja voimakkaampi kuin sen rinnalle asetettu sana. Mutta yhdessä ne muodostavat sen, mitä me nykyään tarkoitamme lööppijournalismista puhuessamme.

Yksi on tämänkin tutkimuksen perusteella varmaa: lööpeistä keskustellaan myös jatkossa niin kahvipöydissä, oikeusasteissa kuin tutkimuslaitoksissa. Lööppi pakottaa edelleen katsomaan, suhtautumaan ja reagoimaan. Sitä on pakko katsoa.



## Lähteet

Alasuutari, Pertti (1989) *Erinomaista, Rakas Watson. Hanki ja jää*, Helsinki.

Bird, S. Elisabeth (2003) *The Audience in Everyday Life – Living in a Media World*. Routledge, New York and London.

Becker, Karin (1992) *Photojournalism and the Tabloid Press*. Teoksessa Dahlgren, Peter & Sparks, Colin (toim.) *Journalism and Popular Culture*, 130–153. Sage, Lontoo.

Bicket, Douglas & Packer, Lori A. (2004) An early ‘denial of ekphrasis’: controversy over the breakout of visual in the Jazz Age tabloids and the New York Times. *Visual Communication*, 360–379. Sage, Lontoo.

Bird, Elisabeth S. (1992) *For Enquiring Minds – A Cultural Study of Supermarket Tabloids*. Knoxville: The University of Tennessee Press.

Blomqvist, Jorma (2005) *Kuvaus, kehitys ja hämmästys. Lehtikuva historian peilinä*. Otava.

Brusila, Riitta (1997) *Realismista fiktion – Visuaalisuus ja suomalaiset aikakauslehdet*. Väitöstutkimus, Tampereen yliopisto. *Acta Universitatis Tamperensis* 557.

Dahlgren, Peter & Sparks, Colin (toim.) *Journalism and Popular Culture*. Sage Publication, Lontoo.

Fiske, John (1996, alkup. 1990) *Merkkien kieli*. 4. painos. Vastapaino, Tampere.

Frigyes, Paul (2005) *Nyhetsflås & Tidsanda. Svenska löpsedlar under ett sekel*. Carlson Bokförlag, Tukholma.

Gripsrud, Jostein (2000) teoksessa Sparks, Colin & Tulloch, John. *Tabloid Tales: global debates over media standards*. Rowman & Littlefield Publishers, Boston.

Hemánus, Pertti (1966) Helsingin sanomalehtien rikosaineisto. Tutkimus rikosaineistojen funktionaalisesti merkitsevistä piirteistä ja niihin vaikuttavista tekijöistä. Väitöskirja. Tampereen yliopisto.

Herkman, Juha (2005) Kaupallisen television ja Iltapäivälehtien avoliitto – Median markkinoituminen ja televisioituminen. Vastapaino, Tampere.

Itten, Johannes (2004; alkup. 1970) Väri taiteessa. 4. painos. Kustannus Oy Taide, Helsinki.

Karvonen, Erkki (2000) Tulkintakehys ('frame') ja kehystäminen. Tiedotustutkimus 23:2, 78–84. Journalismin tutkimusyksikkö, Tampere.

Kilpi, Timo (2007) Ilta-Sanomat 75 v. Uutisia, historiaa ja puheenaiheita. Wsoy, Porvoo.

Kivivuori, Janne, Kemppi, Sari ja Smolej, Riikka (2002) Etusivujen väkivalta. Väkivalta iltapäivälehtien etusivulla, todellisuudessa ja ihmisten peloissa 1980–2000. Oikeuspoliittisen tutkimuslaitoksen julkaisuja 196, Helsinki.

Kobre, Sidney (1964) The Yellow Press and Gilded Age Journalism. Florida State University.

Komulainen, Jorma (2000) Lehtikuvan aika teoksessa Komulainen, Jorma toim. Lehtikuvan aika – Suomalaisen kuvajournalismin vuodet, 7–13. Patricia Seppälän säätiö, Suomen Lehtikuvaajat ry.

Koski, Markku (1999) Näin sen koin: Jotain hyvää iltapäivälehdessä. Journalismikritiikin vuosikirja 1999, Tiedotustutkimus 22:1, 58–60 Journalismin tutkimusyksikkö, Tampere.

Kress, Günther & van Leeuwen, Theo (1996) Reading Images – The Grammar of Visual Design. Routledge, London & New York.

Kukkonen, Jukka & Vuorenmaa, Tuomo-Juhani. (toim.) Varjosta. Tutkielma suomalaisen valokuvan historiasta. Suomen valokuvataiteen museo, Helsinki.

Kunelius, Risto (2003) Viestinnän vallassa – Johdatus joukkoviestinnän kysymyksiin. 5. uudistettu painos. Wsoy, Porvoo.

Lehtonen, Kimmo (1999) Maisemavalokuvaus topografian jälkeen. Teoksessa Kukkonen, Jukka & Vuorenmaa, Tuomo-Juhani. (toim.) Varjosta. Tutkielma suomalaisen valokuvan historiasta, s. 297–318. Suomen valokuvataiteen museo, Helsinki.

Marien, Mary Warner (2006; alkup. 2002) Photography: A Cultural History. 2. painos. Lawrence King, Lontoo.

Martsola, Riitta & Mäkelä-Rönholm, Minna (2006) Lapsilta kielletty – Kuinka suojella lasta mediatraumalta. Kirjapaja, Helsinki.

Nationalencyclopedin, 2004.

Newton, Julianne H. (2001) The Burden of Visual Truth – The Role of Photojournalism in Mediating Reality. Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey.

Pulkkinen, Hannu (2008) Uutisten arkkitehtuuri. Sanomalehtien ulkoasun rakenteiden järjestys ja jousto. Väitöstutkimus, Jyväskylän yliopisto.

Rihloma, Seppo (1997) Värioppi. 6. uudistettu painos. Rakennustieto.

Rooney, Dick (2000) teoksessa Sparks, Colin & Tulloch, John. Tabloid Tales: global debates over media standards. Rowman & Littlefield Publishers, Boston.

Rose, Gillian (2001) Visual Methodologies. An Introduction to the Interpretation of Visual Materials. Sage, Lontoo.

Saari, Heikki (2007) Isku tajuntaan! – Suomen iltapäivälehdistön lyhyt historia. Johnny Kniga, Helsinki.

Salo, Merja (1999) Kuvareportaasi – valokuvien kerrottu tarina. Teoksessa Kukkonen, Jukka & Vuorenmaa, Tuomo-Juhani. (toim.) Varjosta. Tutkielma suomalaisen valokuvan historiasta, s. 179–204. Suomen valokuvataiteen museo, Helsinki.

Salo, Merja (2000) *Imageware – Kuvajournalismi mediafuusiossa*. Taideteollisen korkeakoulun julkaisu B59. Taideteollinen korkeakoulu, Helsinki.

Seaton, Jean (2005): *Carnage and the Media – The Making and Breaking of News about Violence*. Penquin books, London.

Seppänen, Janne (2001) *Katseen voima – Kohti visuaalista lukutaitoa*. Vastapaino, Tampere.

Seppänen, Janne (2003) *Kävelevä pommi – eli oppitunti kuvajournalismista*. Journalismikritiikin vuosikirja, *Tiedotustukimus* 26:1, 8–14. Tiedotusopillinen yhdistys.

Seppänen, Janne (2005) *Visuaalinen kulttuuri – Teoriaa ja metodeja mediakuvan tulkitsijalle*. Vastapaino, Tampere.

Sontag, Susan (2003) *Regarding the pain of others*. Farrar, Straus and Giroux, New York.

Sontag, Susan (1984, alkup. 1977) *Valokuvauksesta*. Karisto, Hämeenlinna.

Sparks, Colin (1992) *Popular Journalism: Theories and Practice*. Teoksessa Dahlgren, Peter & Sparks, Colin (toim.) *Journalism and Popular Culture*, s. 24–44. Sage Publication, Lontoo.

Sparks, Colin ja Tulloch, John (2000) *Tabloid Tales – global debates over media standards*. Rowman & Littlefield, Boston.

Syrjälä, Hanna (2007b) *Väkivalta lööppijulkisuudessa*. Tampereen yliopisto, Tiedotusopin laitoksen julkaisuja.

Tommila, Päiviö ja Salokangas, Raimo (1998) *Sanomia kaikille – Suomen lehdistön historia*. Edita, Helsinki.

Von Bagh, Peter ja Koski, Markku (2000) *Lööppikirja. Mitä tapahtuu todella – Rytsölöiden sakoista Laila Kinnusen kuolemaan*. Like, Helsinki.

## Lehtiartikkelit

- "Aula vaatii lööpittämiä kassoja"* HS 14.4.2006, A7
- Akkanen, Juha *"Hyvän ja pahan tiedon lööpiti"* HS 27.4.2006, A2
- Heikkinen, Mikko-Pekka *"Tapio Sadeojasta Ilta-Sanomien uusi päätoimittaja"* HS 30.5.2007, A5
- Hellman, Heikki *"Nyt puhuu lööppigeneraattori"* HS 28.5.2006, D8
- Herkman, Juha *"Murha lööpissä pitää lehden hengissä"* HS 31.3.2006, C1
- "IS:n linjanmuutos näkyy lööpeissä"* IS 31.3.2007, A7
- Johansson, Andreas *"Lika säljande som sanna"* Resumé 40/2003, 37–41
- Liehu, Heidi *"Matti Nykänen on rauhan symboli"* HS 12.1.2006, C3
- Mukka, Antero *"Lööpiti pannaan – ja ikkunat umpeen"* HS 19.4.2006, A4
- Pietilä, Antti-Pekka *"Lööpiti eivät ole raaistuneet, eivätkä kaikki rikokset myy"* HS 6.4.2006, C2
- Pietiläinen, Tuomo *"Hannu Savola patistaa karsimaan lööppien ylilyönnit"* HS 26.9.2006, B5
- Rissanen, Erik *"Lööppejä tehtailivat muutkin toimituspäälliköt"* Sanomia, 7/2006, 33
- Kuvajournalismin teemavuosi > 1000 sanaa.* Suomen valokuvataiteen museon kausijulkaisu 1/08.
- Yleisönosastokirjoitus *"Kuinka voisimme suojella lapsia lööpeiltä?"* HS 13.3.2006, C4
- Yleisönosastokirjoitus *"Lööppien sisällöt usein sopimattomia lapsille"* HS 19.3.2006, C6
- Nykänen, Anna-Stina *"Liian kauhea kuva sodasta"* HS 19.11.2006, D1

## Sähköiset lähteet

Allmänhetens pressombudsman och Pressens opinionsnämnd.

<http://www.po.se/Article.jsp?article=4959> [Viitattu 3.12.2007]

Hietaharju, Mikko (2006) Valokuvan voi repiä – Valokuvan rakenne-elementit, käyttöympäristöt ja valokuvatulkinnan syntyminen. Väitöskirja, Jyväskylän yliopisto. <http://dissertations.jyu.fi/studhum/9513925773.pdf> [Viitattu 1.2.2007]

Julkisen sanan neuvosto. <http://www.jsn.fi/paatos> [Viitattu 22.10.2007]

Mainonnan eettinen neuvosto: [http://www.kauppakamari.fi/kkk/palvelut/Mainonnan\\_eettiset\\_ohjeet/](http://www.kauppakamari.fi/kkk/palvelut/Mainonnan_eettiset_ohjeet/) [Viitattu 22.10.2007]

Lapsiasiavaltuutettu. <http://www.lapsiasia.fi/Resource.phx/lapsiasia/aineistot/julkaisut/index.htx.i29.pdf>. [Viitattu 15.4.2008]

[www.loopitkuriin.net](http://www.loopitkuriin.net) [Viitattu 23.10.2007].

Lööppiadressi. [http://www.adressit.com/loopit\\_pois](http://www.adressit.com/loopit_pois) [Viitattu 23.10.2007]

Van Gorp, Baldwin (2005) Where Is the Frame? Victims and Intruders in the Belgian Press Coverage of the Asylum. *European Journal of Communication*, 20:4, 484–507. [Viitattu 1.2.2007]

### **Julkaisemattomat lähteet**

Hyvärinen, Marja-Riitta (1985) *Ilta-Sanomien etusivut 1973 ja 1983. Toimittajatutkinnon tutkielma*, Tampereen yliopisto.

Kivioja, Pasi (2004) *Alaston lööppi. Millaiset uutiset myyvät tabloid-lehtiä – ja miksi? Lähitarkastelussa Ilta-Sanomien lööpit, etusivut ja myyntiluvut vuonna 2002. Pro gradu -tutkielma. Tiedotusopin laitos, Tampereen yliopisto.*

Leinonen, Pauliina (2006) *Lööpinkeltainen yhteiskunta. Ilta-Sanomien ja Iltalehden lööpit yhteiskunnan ja sen arvojen peilaajana. Pro gradu -tutkielma. Sosiologian laitos, Tampereen yliopisto.*

Ruutvaara, Tero (2000) *Sanomalehtikuva presidenttipelin areenana. Suosiiko valokuvauutisointi mielipidemittausten kärkiehdokasta. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto, valtiotieteellinen tiedekunta, viestinnän laitos.*

Syrjälä, Hanna (2007a) ”Ei röyhkeämpiä vaan rohkeampia”. Haastattelututkimus iltapäivälehtien toimittajien ammatillisesta omakuvasta. Pro gradu -tutkielma, Tampereen yliopisto, yhteiskuntatieteellinen tiedekunta, tiedotusopin laitos.

## Aineistomatriisin luokat

Määrällisen luokittelun kohteena olevassa lööppiaineistossa on noin 573 väkivaltajuttujen yhteydessä esiintyvää kuvaa. Taulukon perustiedot sarakkeissa A–E ovat seuraavat: ilmestymispäivä, ilmestymisvuosi, lehti ja kuvan numero lööpissä.

Sarakkeessa F kuvailen, mitä kuvassa ilmitasolla esiintyy. Pelkistetyimmillään se on pelkkä ihmisen nimi. Jos kuvan ilmitasolla on havaittavissa jotain merkittäviä osasia, joissa kuvaan sisältyy ilmeen tai asennon kautta merkityksellistäviä elementtejä, olen kirjannut myös ne havaintomatriisiin. Tällaisia elementtejä ovat esimerkiksi leveä hymy tai vakava ilme. Myös selkeän poseerauksen tai pääkohteen taustalla olevat merkittävät elementit olen ottanut huomioon.

Seuraavaksi jaan kuvat ensin aiheen mukaan. Olen soveltanut omaan työhöni Hanna Syrjälän (2007b) luokittelua, jota hän käyttää analysoidessaan samasta aineistosta lööppien väkivaltaotsikoita Tampereen yliopiston Journalismin tutkimusyksikössä. Saman luokittelun säilyttäminen on järkevää, että aineistojen ja tuloksien vertailtavuus säilyy. Syrjälän aiheenmukaiset muuttajat ovat seuraavat:

1. **Rikos ja rangaistus:** Myös kiusaaminen ja huijaaminen niissäkin tapauksissa, että ei olisi rikos. Ei pienet huijaukset kuten lunttaaminen. Oikeuteen haastaminen ja oikeusjutut. Terrorismi.
2. **Ihmissuhteet ja koti:** Rakkaus, perhetapahtumat, perheeseen liittyvät asiat, erot, eroriidat, lapsuus, koti, vapaa-ajan vietto, uskoontulo, lomailu, elämästä puhuminen, seksi, erotiikka, perhejuhlat, kesänvietto, avoimuus, paljastukset, kumppanin pettäminen, ihmissuhteisiin liittyvät vastoinkäymiset, sukupuolten välinen työnjako.
3. **Omat mainokset:** Liitteet, omat mainokset, ristikot, horoskoopit, omat kilpailut.
4. **Urheilu:** Myös doping, urheiluvammat, pelaajien myyntihinnat ja sopupelit
5. **Onnettomuudet ja tapaturmat:** Myös kadonneet, karanneet, määrittelemättömät vaaratilanteet ja kauhunhetket, sankaritarinat, läheltä piti -tilanteet, pelastumiset, vahingonlaukaukset ja uhkaavat eläimet
6. **Vastoinkäymiset ja kuolema:** Sairaudet, kuolema, kriisit, romahdukset, alkoholismi, huumeet, sosiaaliset ongelmat, kuolleiden muistelu, suru, itsemurhat ja itsemurhayritykset, varoitukset terveydelle vaarallisista asioista, tervehtyminen.

7. **Viihde ja kulttuuri:** Euroviisut, missikisat, Idols, elokuvat, kirjat, keikat, teatteri, tv-ohjelmat, fiktiiviset hahmot, mainonta, linnanjuhlat vaikka puhuttaisiin ulkonäöstä tai rakkaudesta, Tangomarkkinat, pilapiirroksat, alastonkuvat ja -kohtaukset. Myös hovin suosituimmuuslistat, ”julkkis tapaa julkkiksen”, ihailu, julkkisten in ja out, paljastuskirjat.
8. **Raha ja työ:** Rikastuminen, rikkaudet, myyminen, ostaminen, tienaaaminen, verojen maksaminen, velkaantuminen, palkat, perinnöt, testamentit, kuluttaja-asiat, lotto, veikkaus, omaisuus, potkut, ammatin vaihtaminen, yhden ihmisen työasiat, korvaukset ja niiden vaatiminen, lahjat, bisnekset, konkurssit, eläkkeet, optiot, lahjoitukset, hyväntekeväisyys, verovarojen tuhlaaminen, myös hallinnon palkankorotukset.
9. **Yhteiskunta ja politiikka:** Pankit, työttömyys, maahanmuutto, pakolaiset, Yleisradio, vaalit, kansanedustajien ja eduskunnan toimet, poliitikot arvostelevat toisiaan, puolustusvoimat, eduskuntaan havittelevat julkkikset.
10. **Kauneus ja hyvinvointi:** Ulkonäkö, pukeutuminen, terveydenhoito, laihdutus, muoti, harrastukset, kauneusleikkaukset, tyyli, vanheneminen, ihana/upea/kaunis/seksikäs julkkis upeissa kuvissa.
11. **Normeista poikkeaminen:** Ryyppääminen ja juhliminen, sekoilu, häiriköinti, maineen menettäminen, pienet huijaukset, kaahaaminen, tirkistely, mokailu, kahden ihmisen väliset riidat, suuttumus, prostituutio, seksiskandaalit, porno, alkoholi, ammattiaseman väärinkäyttäminen, humalassa esiintyminen väärässä paikassa.
12. **Valtion voimatoimet, sota, miehitys**
13. **Muu**
14. **EOS**

### **Kuvien koko:**

Palstaneliöt sarakkeessa H olen luonut kuvan kokoa määrittelevän yksikön palstaneliö, joka muodostuu kuvan palstakoon pinta-alasta. Suurin arvo, eli koko sivun kuva, on 6 x 8 eli 48 ja pienin arvo on 1 x 1 eli 1. Sarakkeeseen I olen laskenut kuvien suhteellisen koon verrattuna koko lööpin kokoon.

### **Julkisuusstatus**

Sarakkeessa J kuvissa esiintyvien ihmisten statukset julkisuusasteikolla ovat seuraavat:

1. Tavis-luokka: Ihminen, joka ei ole aktiivisesti hakeutunut julkisuuteen
2. Missit: Missi, malli, mallimamma, sekstitähti, kohukaunotar
3. Teatteri ja tanssi: Näyttelijä, näyttelijän esittämä fiktiivinen hahmo, tanssija



4. Musiikki: Laulaja, muusikko, viihdyttäjä
5. Urheilu: Urheilija, urheilupomo, valmentaja, ex-urheilija
6. Poliitikka ja talous: Poliitikko, ay-pomo, talousmies, liikemies
7. Kulttuuri ja tiede: Kirjailija, näytelmäkirjailija, käsikirjoittaja, ohjaaja, maalari tms. taiteilija, vaatesuunnittelija, tieteilijä
8. Mediahahmot: Tv-tähti, tosi tv -tähti, tv-kuuluttaja, juontaja, viihdejulkkis, toimittaja
9. Kuninkaalliset
10. Joku muu: Julkkiksen sukulainen tai puoliso
11. Rikos: Rikollinen, syytetty, epäilty, syyllinen
12. EOS

Julkisuusstatus-luokan linjanvedot ovat osittain hankalat. Suomessa on useita henkilöitä, jotka julkisuudessa esiintymisensä puolesta voisi laittaa useampaan luokkaan. Esimerkiksi entiset urheilijat säilyvät iltapäivälehtien näkökulmasta edelleen kiinnostavina, vaikka urheilija olisi jättänyt kilpакentät taakseen. Tällaisia ovat esimerkiksi Matti Nykänen ja Tony Halme. Olenkin tehnyt luokittelussa sen ratkaisun, että olen luokitellut ihmisen siihen luokkaan, minkä takia hän on alun perin noussut julkisuuden hahmoksi. Tällä mittarilla Matti Nykänen menee 5. ryhmään ex-urheilijana. Tony Halme nousi julkisuuteen aikoinaan tv-ohjelman taisteluseturina. Jo rikostaan kärsivät ja tuomitut rikolliset olen laittanut omaan ryhmäänsä. Teon ja oikeudenkäynnin jälkeen he säilyvät julkisuudessa juuri sen takia, että ovat rikollisia, eivät enää ns. tavallisia ihmisiä. Tällaisia tapauksia ovat aineistossani mm. Sanna Sillanpää, Steen Christenssen ja Juha Valjakkala.

Jos kuvassa on kaksi tai useampi hahmo, olen laittanut kuvan luokkaan sen mukaan, kenestä juttu kertoo tai keneen ensisijaisesti kuvassa halutaan viitata. Esimerkiksi kun kuvassa on Kari Tapio vaimoineen, kuva on otettu nimenomaan laulaja Kari Tapion takia, ei hänen vaimonsa takia. Vaimoa määrittää julkisuudessa pelkästään hänen suhteensa laulajaan, julkisuuden hahmoon. Yleisesti olen tehnyt kaikki kuvaa koskevat havainnot sen mukaan, mistä näkökulmasta uutinen on tehty.

Kun kuvassa on uhri ja epäilty tai rikollinen ja poliiseja, olen tulkinnassa kiinnittänyt erityishuomiota siihen, kumpi asetetaan jutussa ensisijaiseksi. Lööpin kontekstissa kuvassa yleensä korostetaan uhriutta tai sitä, että rikollinen on saatu vangittua valokuvaan.

## **Sukupuoli:**

1. Nainen
2. Mies
3. Molemmat/molempia
4. Joku muu: rakennus, maisema, muu maantieteellinen kohde, josta ei ole erotettavissa ihmistä tai sen sukupuolta
5. EOS

## **Ikä:**

1. Lapsi
2. Nuori
3. Vanhus
4. Aikuinen
5. Aikuinen/lapsi; Aikuisia/lapsia
6. EOS

## **Kuvatyyppi:**

Kuvan luonnehdinnan ja ilmitason havainnoinnin jälkeen jaan kuvatyyppit seuraavasti. Jaottelulla voi havainnoida sitä, miten kuvajournalismin tradition eri kuvatyyppit esiintyvät väkivaltaajuttujen kuvituksessa. Tämän luokittelun kautta pureudun siihen, minkälaisia kuvatyyppijä väkivaltaotsikoiden kuvat erityisesti suosivat.

**1. Henkilökuva/tunnistokuva.** Ryhmään kuuluvat esimerkiksi passikuva, etsintäkuulutus tai jokin muu tunnistokuva. Suoraan edestä tai  $\frac{3}{4}$  kasvokuva, jossa pelkät tiukkaan rajatut kasvot. Ei vihjeitä henkilön taustasta, statuksesta tai kuvaustilanteesta.

**2. Henkilökuva/albumikuva.** Tähän tyyppiin kuuluvat muun muassa luokkakuvat tai muut perhealbumeista otetut kuvat. Kuvassa on vihje, joka kertoo, että kuva on otettu muuta tarkoitusta varten.

**3. Journalistinen henkilökuva.** Poseeraus, kuvattavaksi asettautuminen, muotokuva, miljöömuotokuva.

**4. Maisemakuva.** Talo, tie, muut anonyymit maisemat, voi olla anonyymeja ihmisiä.

**5. Uutiskuva.** Tapahtuma, todiste, tv-kuva-kaappaukset.

**6. Uutiskuva.** Silminnäkijät: Valvontakamera, kameräkännykkä, ns. candid-kuvat, muut ns. toisen asteen valokuvat, jolloin tuotanto ei ole ollut uutismaista, kuva kuvasta.

**7. Kuvituskuva.** Symboli, aihekuva, piirros, lehtileike, pienoismalli.

**Kuvan tekniset ilmaisukeinot:**

1. Syväys
2. Ei syväystä
3. Osasyväys: vain osa kuvasta on syväty
4. Liuku: kuvaan on lisätty kuvankäsittelyssä liukuväri
5. Vahvat kehykset (yli 3 mm)
6. Revitty: kuvan reunaa on rikottu

**Katseen suunta kuvassa:**

1. Suora katse lukijaan
2. Katseella ei merkittävää suuntaa
3. Kuvan, kombon tai rinnastuksen sisäinen katse tai erityinen kontakti muualle sivun elementteihin
4. Kohteen kasvot ja katse on sutattu tai peitetty
5. EOS

**Negapohja:**

1. On
2. Ei
3. Otsikolla on kuvapohja

**Kuvan väkivaltaa arvioidessa olen luokitellut kuvan raakuuden asteikolla 1-6:**

1. Ei näkyvää väkivaltaa tai sen merkkejä
2. Näkyvä uhka
3. Väkivallan teko tai sen näkyvä jälki (ruhje, mustelma ym.)
4. Peitetty ruumis tai verta
5. Kuollut ruumis
6. Kuolema (vrt. Vietkongin teloituskuva, jonka muun muassa ruotsalaiset iltapäivälehdet ovat nostaneet lööppiinsä. Myös useat valokuvahistorian teokset ovat julkaisseet saman kuvan)

**Kuvan kohteen asema väkivaltakuvissa:**

1. Uhri
2. Uhrin omainen, ystävä, puolestapuhuja
3. Epäilty
4. Syyllinen
5. Poliisi
6. Väkivallan tekopaikka, tekoväline, todiste
7. Joku muu
8. EOS

**Kombo:**

Sarakkeeseen X olen merkinnyt kuinka monta kuvaa otsikon kuvituksena on.

**Kuvitetun aiheen prioriteetti sivulla / kombot:**

Viimeisessä sarakkeessa Z on luokiteltu kuvien ja kuvayhdistelmien prioriteetit. Tästä taulukosta selviää, miten kuvat tai kuvayhdistelmät sijoittuvat lööpin hierarkiassa pääjuttuihin, kakkosjuttuihin tai siitä pienempiin juttuihin. Taulukosta olen selvittänyt sitä, onko lööpin ykkösaiheessa yksi tai useampi kuva ja miten yleensä kuvallinen väkivaltaotsikko lööpin hierarkiassa sijoittuu. Sarakkeen tiedoista selviää myös, onko pääjutussa yleisesti yksi tai useampi kuva.

**1** = 1. aihe, 1 kuva

**11** = 1. aihe, 2 kuvaa

**111** = 1. aihe, 3 kuvaa

**1111** = 1. aihe, 4 kuvaa

**2** = 2. aihe, 1 kuva

**22** = 2. aihe, 2 kuvaa

**22222** = 2. aihe, 5 kuvaa

**3** = 3. aihe, 1 kuva

**33** = 3. aihe, 2 kuvaa

**4** = 4. aihe, 1 kuva

**16** = Aineistossa on yksi 16 kuvaa sisältänyt 1. aiheen kuvitus, jonka olen merkinnyt arvolla 16.

LIITE 2: Ote havaintomatriisista

Kuvan nro	Vuosi	Päivämäärä	Lehti	Kuvan numero lööpis	Mitä/kukaa?	Aihe	Paistaneiot	Kuvan koko %	Julkisuusstatus	Sukupuoli	Ikä	Otsikko	Kuvatyyppi	Syväty	Kuvan prioriteetti suh	Jutun prioriteetti sivul	Arkisto* eli liittykö ot	Katse (Tässäkin voisi	Aiheiden määrä lööpi	Negapohja	Kuvan väkivalta	Kuvan kohteen asem	Kombo	Minkälaista väkivaltaa	Jutun prioriteetti sivul	
1	1985	3.4.1985	IL	1	Neumann lavalla kat.	1	8	17 %	4	2	4	4	DINGO MUNILLA VISI	3	1	1	1	3	1	2	1	1	1	3	1	
2	1985	15.4.1985	IL	1	Mies kuvattu sivusta.	1	48	100 %	1	2	4	4	"KONNA JAI TOISEKSI	5	2	1	2	3	1	2	3	1	1	2	1	
3	1985	20.4.1985	IL	1	Mies kuvattuna suorä	1	6	13 %	1	2	4	4	Eestiäisryöstäjä on HUI	1	2	2	2	1	2	2	1	4	1	6	2	
4	1985	23.4.1985	IL	1	Mies kuvattuna seinä	1	3	6 %	1	2	4	4	Ruotsin virolaiset kauhu	2	2	1	2	1	2	1	2	1	4	1	6	
5	1985	23.5.1985	IL	1	Nujakointia Helsingin	1	36	75 %	1	2	4	4	Britit täyttivät putkat... T	5	2	1	2	2	1	3	3	4	1	2	1	
6	1985	30.5.1985	IL	1	Joukko ihmisiä kaaot	1	48	100 %	1	5	4	4	ENGLANTI BOIKOTTIIN	5	5	1	1	2	1	3	3	4	1	2	1	
7	1985	14.6.1985	IL	1	Viiksekäs mies, Dan	1	9	19 %	12	2	4	4	Kaappaus innosti hullut.	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	
8	1985	22.7.1985	IL	1	Palava kirkko yössä.	1	6	13 %	12	4	6	6	KIRKKO PALOI Tuhopo	5	2	1	1	2	5	2	2	1	1	10	1	
9	1985	23.7.1985	IL	1	Veripäinen mies suu	1	24	50 %	1	5	4	4	TERRORI PELOTTAVA	5	2	1	1	2	2	1	2	4	1	1	2	1
10	1985	24.7.1985	IL	1	Neumann lavalla, sui	1	30	63 %	4	2	4	4	Jälleen hyväksäys Dingo:	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1
11	1985	16.11.1985	IL	1	Nainen seisoo seinä	1	3	6 %	1	1	4	4	SUOMALAINEN H	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	4	1	2
12	1985	27.11.1985	IL	1	Nainen kolmen lapse	5	24	50 %	1	3	4	4	Jenginuorten terrori pure	3	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	3	1
13	1995	18.1.1995	IL	1	Nainen silmälasit pä	6	12	25 %	1	1	4	4	Salainen kohtaaminen v	2	2	1	1	2	3	3	1	1	1	1	1	1
14	1995	20.1.1995	IL	1	Mieshahmolla päällä	1	15	31 %	1	2	4	4	Kukkakaupparuma: KU	1	2	1	1	2	4	2	2	1	3	3	1	1
15	1995	20.1.1995	IL	2	Mieshahmolla päällä	1	2	4 %	1	2	4	4	Kukkakaupparuma: KU	1	2	2	1	2	4	2	2	1	3	3	1	11
16	1995	20.1.1995	IL	3	Mieshahmolla päällä	1	2	4 %	1	2	4	4	Kukkakaupparuma: KU	1	2	2	1	2	4	2	2	1	3	3	1	1
17	1995	28.1.1995	IL	1	Nuori nainen katsoo l	1	12	25 %	1	1	4	4	Luovutuspyyntö byrokra	2	2	1	1	2	1	3	1	1	1	1	1	1
18	1995	24.2.1995	IL	1	Pollisin tietokonekuv:	1	5	10 %	1	2	4	4	Kukkakaupan surma Hä	1	5	1	1	2	1	2	2	1	4	1	1	1
19	1995	27.2.1995	IL	1	Kuvassa nuori poika	1	4	8 %	1	2	3	3	Metanolia, pommeja ja l	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
20	1995	28.2.1995	IL	1	Iltalehden kansi, joss	1	4	8 %	1	2	3	3	Mitä kymmenet nuoret p	7	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
21	1995	1.3.1995	IL	1	Iltalehden kansi, joss	1	6	13 %	1	2	3	3	Nuoret Ylöjärven mystet	7	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
22	1995	4.3.1995	IL	1	Nuoren vaaleahiuksi:	2	4	8 %	1	2	3	3	Ylöjärven mysteeri NYT	2	2	1	1	1	1	3	1	1	1	2	1	1
23	1995	4.3.1995	IL	2	Muistoseppele ja -na	2	8	17 %	12	4	6	6	Ylöjärven mysteeri NYT	5	2	1	1	2	5	3	1	1	7	2	1	11
24	1995	15.3.1995	IL	1	Pollisin tietokonekuv:	1	6	13 %	1	2	4	4	KUJUKASURMA PIDÄTY	1	5	1	1	1	1	3	2	1	3	1	1	1
25	1995	28.3.1995	IL	1	Maassa makaavaa rr	1	24	50 %	1	2	4	4	Järkyttävät kuvat Helsing	5	2	1	1	2	4	1	1	3	1	1	2	1
26	1995	30.3.1995	IL	1	Iltalehden kansi, joss	1	2	4 %	1	2	4	4	Skinheadien hakkaamar	7	2	1	1	1	5	2	2	3	1	1	2	1
27	1995	4.4.1995	IL	1	Pollisin julkaisema tit	1	4	8 %	11	2	4	4	Tämä mies ratkaisee Yli	1	2	1	1	2	1	2	1	1	8	1	1	1
28	1995	7.4.1995	IL	1	Pollisin julkaisema tit	1	3	6 %	1	2	4	4	Raaka murha parin sata	1	2	1	1	2	1	2	1	1	4	1	1	1