

TAMPEREEN YLIOPISTO

Maiju Karhunen

**Valon synty**

Suomalaiset musiikkilehdet osana rockmuusikko Ville Valon tähteyden  
rakentumista 1997–2010

Tiedotusopin pro gradu -tutkielma

Maaliskuu 2013

TAMPEREEN YLIOPISTO

Viestinnän, median ja teatterin yksikkö

KARHUNEN, MAIJU: Valon synty. Suomalaiset musiikkilehdet osana rockmuusikko Ville Valon tähteyden rakentumista 1997–2010

Pro gradu -tutkielma, 114 s., 6 liites. (liite vain painetussa versiossa)

Tiedotusoppi

Maaliskuu 2013

---

Suomessa on ainoastaan kourallinen todellisia rocktähtiä. HIM-yhtyeen keulakuva Ville Valo on yksi heistä. Pro gradu -tutkielmani tarkoituksena on selvittää, miten suomalaiset musiikkilehdet ovat osallistuneet rocktähti Ville Valon tähtikuvan rakentumiseen lehtijuttujensa välityksellä. Valon tähtikuvan rakentumista tarkastelen suhteessa alan tutkimukseen ja kirjallisuuteen. Selvitän tutkielmani avulla myös hieman Valon suhdetta musiikkilehtien toimittajiin ja pohdin samalla, mitä Valo-tapaus kertoo suomalaisesta musiikkijournalismista.

Päädyin tarkastelemaan Valon tähtikuvan rakentumista juuri musiikkilehdissä muun muassa, koska on loogista tutkia muusikon tähtikuvan muodostumista juuri musiikkilehdissä. Mukana tutkimuksessani on yhteensä viisi suomalaista musiikkilehteä: Inferno, Rumba, Rytmi, Soundi ja Sue. Tutkielmani teoriaosuus koostuu niin tähteyttä kuin musiikkijournalismia käsittelevästä kirjallisuudesta, sillä tutkimusaiheeni kannalta juuri tähteys ja musiikkijournalismi ovat ydinroolissa. Tutkimusmenetelminä tutkielmassani käytän määrällistä analyysia ja diskurssianalyysia.

Määrälliseen analyysiin päätyi yhteensä 35 Valo-juttua vuosilta 1997–2010. Halusin ottaa tarkasteluun riittävän pitkän aikavälin, jotta pystyisin tarkastelemaan myös, onko Valosta kirjoitettu eri tavalla aikavälin alussa kuin loppupuolella. Koska musiikkilehdet ovat suhteellisen samanlaisia, ajallista tutkimusta ei estä, että jutut ovat eri lehdistä. Aikaväliksi valikoitui täsmälleen 1997–2010, koska HIM-yhtyeen ensimmäinen studioalbumi Greatest Lovesongs Vol. 666 ilmestyi 1997 ja viimeisin *Screamworks: Love in Theory and Practice* puolestaan 2010.

Määrällisen analyysin tuloksena selvisi, että 31 juttua 35 jutusta oli tehty, koska HIMin levy

oli joko ilmestymässä tai jo ilmestynyt tai HIM oli aktiivinen keikkarintamalla. Musiikkilehdet tuntuvat pysyttelevän visusti musiikin parissa. Ei ole myöskään yllätys, että kaikki jutut käsittelivät jossain määrin musiikkimaailmaa. Sen sijaan huomionarvoista on, että ainoastaan seitsemän juttua 35 jutusta käsitteli pelkästään musiikkia. 28 juttua käsitteli siis myös muita teemoja, kuten Valon alkoholinkäyttöä ja rakkauselämää. Eräs määrällisen analyysin mukanaan tuoma mielenkiintoinen havainto on, että Soundissa, Suessa ja Rytmissä Valo-juttuja oli tehnyt pääasiallisesti yksi ja sama kyseisen lehden toimittaja.

Määrällisen analyysin jälkeen siirryin tarkastelemaan kuutta valitsemaani juttua lähemmin diskurssianalyysin avulla. Valon erityisyys ja toisaalta taas tavanomaisuus nousivat vahvimpina diskursseina esille. Valo näyttää olevan aivan kuin me muut ja samalla myös hyvä tyyppi, mutta toisaalta Valosta välittyy kuvaa diktaattorina ja täydellisenä rocktähtenä, joka omaa myös pimeän puolen. Kuten monen muun tähden, myös Valon tähtikuva osoittautui paitsi ristiriitaiseksi myös hajanaiseksi.

Muiden työssäni esittelemien tutkimusten mukaan rocktähtien tähtikuvat vaikuttavat muun muassa monimutkaisilta, vaarallisilta ja värikkäiltä. Ville Valon tähtikuva on juuri tuollainen. Tutkimukset kertovat, että rocktähtien on oltava karismaattisia, mutta katu-uskottavia. Heidän on myös kyettävä uusiutumaan ja kertomaan tarinoita. Myös nämä asiat löytyvät Valosta suoraan. Puolestaan erään tutkimuksen mukaan suomalaiset arvostavat tähdissä esimerkiksi vaatimattomuutta, rehellisyyttä ja tavallisuutta. Ehkä se, että Valo on itsekin suomalainen, vaikuttaa siihen, että Valon rocktähtikuvasta löytyy myös kaikki edellä mainitut piirteet.

Analyysin avulla sain selville myös, että Valosta on kirjoitettu eri tavalla lähempänä vuotta 1997 kuin vuotta 2010. Analysoitujen juttujen perusteella näyttäisi, että Valo ja osa toimittajista ovat hyvin kaverillisissa väleissä, joka taas luo vaikutelmaa, että musiikkijournalismi on ainakin Valo-tapauksen kohdalla osittain kaverijournalismia. Vaikutelmaa vahvistaa, että Valon saamat puheenvuorot ovat välillä hyvin pitkiä, ja toisinaan tuntuu, että toimittaja on ainoastaan kirjoittanut Valon sanomiset ylös ja pistänyt jutun sellaisenaan eteenpäin. Näyttää, että Valon tapauksessa hänellä on paljon valtaa ainakin tiettyihin toimittajiin.

Asiasanat: HIM, musiikkilehti, rock, rocktähti, tähteys, tähtikuva.

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b> .....	<b>1</b>
1.1 Tulkoon Valo.....	1
1.2 HIM – rakkausmetallia Suomesta.....	3
1.3 Suhteeni tutkimuskohteeseen.....	5
1.4 Tutkielman rakenne .....	6
<b>2 TÄHTITAIVAALLA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Tähdet, tähdet .....	7
2.2 Julkkis, kuuluisuus vai tähti? .....	9
2.3 Tähteyden oppimäärä .....	11
2.4 Myytävänä tähti .....	13
2.5 Rocktähti saa mitä haluaa .....	18
2.6 Tähteys tiivistettynä .....	28
2.7 Julkisuuskuva tutkimuskohteena .....	29
<b>3 MUSIIKKI JOURNALISMIN INNOITTAJANA</b> .....	<b>33</b>
3.1 Musiikkijournalismista.....	33
3.2 Rockjournalismista .....	37
3.3 Suomi, rock ja rockjournalismi .....	39
3.4 Rockin ja median symbioosi.....	45
<b>4 AINEISTO, TUTKIMUSKYSYMYKSET JA MENETELMÄT</b> .....	<b>50</b>
4.1 Aineistona viisi musiikkilehteä.....	50
4.2 Tutkimuskysymykset .....	52
4.3 Tutkimusmenetelmät.....	52
<b>5 ANALYYSI</b> .....	<b>55</b>
5.1 Yleisiä havaintoja tutkimusaineistosta .....	55
5.1.1 Tutkimusaineiston juttujen julkaisusyyt.....	55
5.1.2 Tutkimusaineiston juttujen sisältö.....	56
5.1.3 Tutkimusaineiston juttujen otsikointi.....	60
5.1.4 Tutkimusaineiston juttujen toimittajat.....	61
5.2 Kuusi Valo-juttua lähietäisyydeltä tarkasteltuna .....	63
5.3 Valoa kansalle .....	64
5.4 Tavallinen Valo .....	65
5.4.1 Aivan kuin me muut .....	65
5.4.2 Hyvä tyyppi .....	69
5.5 Erityinen Valo.....	72
5.5.1 Diktaattori nimeltä Valo .....	72
5.5.2 Rocktähti vailla vertaa.....	80
5.5.3 Pimeä Valo .....	87
5.6 Valo ja toimittajat .....	88
<b>6 PÄÄTELMÄT JA LOPPUSANAT</b> .....	<b>94</b>
6.1 Johtopäätöksiä .....	94
6.2 Lopetus .....	99
<b>LÄHTEET</b> .....	<b>102</b>
<b>LIITE</b> .....	<b>114</b>

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Tulkoon Valo

”Mä olen suosittu muusikko, mutta en tykkää käyttää termiä rockstara. Mä olen muusikko, joka on soittanut seitsenvuotiaasta ja kirjoittanut lauluja.” (Ville Valo Rytmi-lehdelle 2007.)

Ville Hermanni Valo tietää sen itsekin. Hän on suosittu muusikko. Itse asiassa hän on yksi Suomen menestyneimmistä muusikoista. Matka tähteyttä kohti käynnistyi yli 20 vuotta sitten, kun Valo perusti HIM-yhtyeen. Karismaattinen nuori mies lumosi tummasävyisellä äänellään ja mieleenpainuvalla olemuksellaan keikkapaikoille tulleet ihmiset. Hieman myöhemmin Valo hurmasi levy-yhtiön edustajat. (Juntunen 2002, 53–55.)

Vuonna 1997 julkaistun HIMin esikoislevyn jälkeen media kiinnostui yhtyeestä. Asiat etenivät toivottuun suuntaan, ja myös ulkomailla, erityisesti Saksassa, innostuttiin suomalaisesta rockyhtyeestä. Vuonna 1999 ilmestynyt Razorblade Romance räjäytti potin. (Juntunen 2002, 88, 102 & 159.) Yhtäkkiä joka puolella puhuttiin rakkausmetallin nimeen vannovasta HIMistä. Erityisesti bändin keulakuva Valo paistatteli median valokeilassa. Mediaa tuntui kiinnostavan, millainen tuo mystinen nuori mies oli pohjimmiltaan. Ei aikaakaan, kun Valosta tuli koko kansan tuntema rocktähti, joka kelpasi niin Linnan juhliin kuin rockfestivaalien päälavoille.

Valosta puhuttaessa yksi adjektiivi kuvaa häntä erityisen hyvin. Ristiriitainen. Rocktähtemme tekee maskuliinisuuteen yhdistettyä rockmusiikkia, mutta omaa hämmentävän naiselliset kasvopiirteet. Hän pukeutuu vaatimattomasti, vaikka tienaa tukuittain rahaa ja asuu reilusti yli miljoona euroa maksaneessa tornitalossa. Hän sanoo, ettei musiikkibisnes kiinnosta häntä, mutta puhuu toisaalla siitä, miten tärkeää on huolehtia rahanteosta. Hän sanoo vihaavansa kompromisseja ja yrittäneensä hajottaa HIMin useita kertoja, mutta silti viisihenkinen yhtye on yhä kasassa.

Miten Valosta sitten tuli tähti? Hän täytti rocktähdelle asetetut ulkoiset vaatimukset

luurankomaisella vartalollaan, sotkuisilla pitkillä hiuksillaan, tatuoinneillaan ja meikatuilla silmillään. Oikeanlainen ulkonäkö ei kuitenkaan ollut vapaalippu tähteyteen. Niin keikoille tulleet ihmiset, kuin levy-yhtiön edustajat huomasivat Valon sisäisen valon, karisman. Vuosikausia musiikin parissa ahertanut mies oli löytänyt oman tapansa tehdä musiikkia ja laulaa. Valon laulut herättivät tunteita niin kirkuvissa teinitytöissä kuin nahkaliiveihin pukeutuneissa heviäjissä. 1990-luvun loppupuolella Valo oli vielä syntymässä tähdeksi, mutta jo 2000-luvun alussa Valo sai harteilleen tähden viitan. Mutkat suoristamalla näyttää, että Valo syntyi tähdeksi sormia näpsäyttämällä. On totta, että Valolla oli kaikki tarvittavat ominaisuudet tähteyteen jo omasta takaa, mutta kaikkien tuntemaan tähden Valosta muovasi viime kädessä media.

Valosta on leivottu mediassa milloin mitäkin. Yhdessä haastattelussa Valo esitetään vaatimattomana taiteilijana, toisessa laskelmoivana tähtenä ja kolmannessa rakkauden ammattilaisena. Journalistin ohjeissa muistutetaan, että tietolähteisiin tulisi suhtautua kriittisesti, ja journalistin tulisi pyrkiä totuudenmukaiseen tiedonvälitykseen (Journalistin ohjeet 2011). Lukemieni kymmenien lehtijuttujen perusteella Valo näyttää kuitenkin saavan lähes jokaisessa tapauksessa täyden vallan lehtien sivuilla. Vaikuttaa, että toimittajat ovat olleet pääsääntöisesti kuunteluoppilaita ja kirjoittaneet mahdollisimman positiivisia juttuja Valosta.

Näiden ajatusten siivittelemänä päädyin tekemään pro gradu -tutkielmani Valosta. Tutkielmani päätarkoituksena on selvittää, miten suomalaiset musiikkilehdet ovat osallistuneet Ville Valon tähtikuvan rakentumiseen lehtijuttujensa välityksellä vuosina 1997–2010. Tarkastelen myös, millainen Ville Valon suhde on toimittajiin ja pohdin, mitä Valo-tapaus kertoo suomalaisesta musiikkijournalismista. Mukana on viisi suomalaista musiikkilehteä, jotka ovat Inferno, Rumba, Rytmi, Soundi ja Sue. Analyysissa ovat mukana ainoastaan jutut, joissa Valo pääsee ääneen. Analyysin ulkopuolelle on jätetty muun muassa keikka- ja levyarvostelut sekä jutut, joita varten on haasteltu ainoastaan bändin muita jäseniä. Analyysiin on kuitenkin otettu mukaan jutut, joissa Valo esiintyy esimerkiksi yhdessä bändikaverinsa kanssa.

Keskityn tutkielmassani musiikkilehtiin, koska Valon tähtikuvan rakentumista suomalaisissa musiikkilehdissä ei ole tietävästi tutkittu aiemmin. Toinen syy aineistorajaukseeni on, että tutkielmani tarkoituksena on raottaa verhoa myös sen suhteen, millainen suhde Valolla ja

toimittajilla on, ja mitä Valo-tapaus kertoo suomalaisesta musiikkijournalismista. Pitäydyn musiikkilehdissä myös, koska on loogista tutkia muusikon esittämistä juuri musiikkilehdissä. Tutkielman aikavälille on yksinkertainen selitys. Ensimmäinen HIMin studioalbumi ilmestyi vuonna 1997, viimeisin studiolevy näki päivänvalon 2010. Tarkasti rajattu aikaväli mahdollistaa, että Valosta luotua kuvaa ja sen muuttumista on helpompi tarkastella.

## 1.2 HIM – rakkausmetallia Suomesta

”Ei minulla ole harmainta aavistusta siitä, mitä rakkaus on, ja siksi kirjoitan aiheesta yhä uudelleen.” (Ville Valo Inferno-lehdelle 2010)

His Infernal Majesty -nimeä kantava yhtye perustettiin 1990-luvun alkupuolella Helsingissä. Nykyään yhtye tunnetaan nimellä HIM. Alkuperäisistä jäsenistä mukana ovat yhtyeen biisinikkari-laulaja Ville Valo ja basisti Mikko Paananen (Mige). Kitaristi Mikko Lindström (Linde) on ollut mukana lähes alusta saakka. Vuonna 1999 rumpujen taakse istui Mika Karppinen (Kaasu). Viimeisimpänä bändiin liittyi kosketinsoittaja Janne Puurtinen (Burton). Tämä tapahtui vuonna 2001. (Juntunen 2002, 48, 104 & 168.)

Yhtye kutsuu musiikkityyliään love metalliksi, eli rakkausmetalliksi. Oman määritelmäni mukaan HIMin musiikki on melankolista rockmetallia popvivahteilla höystettynä. Yhtyeen kappaleet ovat Valon käsialaa. Omien biisiansä lisäksi HIM on levyttänyt omia versioitaan muiden artistien ja yhtyeiden kappaleista. Ehkä tunnetuin HIMin uudelleen tekemä kappale on Chris Isaakin Wicked Game. Kappale oli merkittävä myös HIMin uran kannalta, sillä juuri Wicked Game -laulun avulla HIM kiinnitti levy-yhtiön edustajan huomion ja sai levytyssopimuksen (Juntunen 2002, 54).

Ensimmäisen studioalbuminsa Greatest Lovesongs Vol. 666 yhtye julkaisi vuonna 1997. Levy herätti kiinnostusta Suomen lisäksi myös Saksassa. (Juntunen 2002, 102.) Suomessa levy on myynyt platinalevyyn oikeuttavan määrän (Ifpi 2013). HIMin todellinen läpimurto tapahtui vuonna 1999, kun yhtyeen toinen studiolevy Razorblade Romance julkaistiin. Levyä on myyty Suomessa yli 100 000 kappaletta (Ifpi 2013). Levyn hitiksi nousi ensimmäinen singlelohkaisu Join Me in Death. (Juntunen 2002, 134.) Kappale on edelleen yksi yhtyeen

tunnetuimmista lauluista, ellei jopa tunnetuin. Vuonna 2001 julkaistu Deep Shadows and Brilliant Highlights menestyi hyvin Suomen lisäksi Keski-Euroopassa (Juntunen 2002, 218). Suomessa levyä on myyty platinalevyyn oikeuttava määrä (Ifpi 2013). Levy poiki HIMille myös ensimmäisen keikan Yhdysvaltoihin. Vuonna 2002 yhtye sai Emma-gaalassa vuoden 2001 suomalainen vientiyhtye -palkinnon. Samaisena vuonna HIMille alettiin raivata tietä Yhdysvaltoihin (Juntunen 2002, 254–255).

Vuonna 2003 ilmestynyt HIMin neljäs levy, yhtyeen musiikkityylin mukaan nimetty, Love Metal oli piristysruiske bändin uralle, sillä levy nousi listalle ensimmäistä kertaa myös Isossa-Britanniassa. Suomessa levy on myynyt platinaa (Ifpi 2013). Yhtyeen ensimmäinen kokoelma And Love Said No ilmestyi vuotta myöhemmin. Kokoelma on myynyt Suomessa platinaa (Ifpi 2013). Vuosi 2004 oli HIMille merkittävä, sillä syyskuussa 2004 bändi allekirjoitti levytyssopimuksen Warner Musicin omistaman yhdysvaltalaisen Sire Recordsin kanssa. Levy-yhtiö lupautui julkaisemaan HIMin levyt maailmanlaajuisesti kaikkialla muualla paitsi Suomessa. Suomessa yhtyeen levyt julkaisi HIMin oma Heartagram-merkki. (Wikipedia 2013.)

Bändin viides ja samalla yhtyeen uran etenemisen kannalta ehkä merkittävin levy Dark Light julkaistiin 2005. Dark Light onnistui herättämään huomiota Yhdysvalloissa ja se nousi sijalle 18 Billboardin albumilistalla. Samalla HIM teki historiaa, sillä se oli ensimmäinen suomalainen yhtye, joka onnistui myymään Yhdysvalloissa kultalevyyn oikeuttavan määrän levyjä, eli yli 500 000 kappaletta. (Yle Uutiset 2006.) Suomessa Dark Light on käynyt kaupaksi platinalevyyn oikeuttavan määrän (Ifpi 2013). Ennen kuudennen studioalbuminsa julkaisua, yhtye ennätti tuoda markkinoille kaksi kokoelmalevyä nimeltään Uneasy Listening Vol. 1 ja Uneasy Listening Vol. 2. Vuonna 2007 ilmestyi Venus Doom, joka nousi ilmestymisviikollaan Billboardin albumilistan sijalle 12. Sijoitus oli kaikkien aikojen paras suomalaisyhtyeelle tai -artistille Tämän jälkeen listasijoitus tosin romahti radikaalisti. (Wikipedia 2013.) Suomessa levy on myynyt kultaa (Ifpi 2013).

Vuonna 2010 ilmestynyt *Screamworks: Love in Theory and Practice* -levy on myynyt Suomessa kultalevyyn oikeuttavan määrän (Ifpi 2013). Yhdysvalloissa levy nousi Billboardin albumilistan sijalle 25, mutta putosi nopeasti listalta pois (Wikipedia 2013). Saman vuoden joulukuussa ilmestyi remix-levy SWRMXS, joka pitää sisällään remix-versioita *Screamworks: Love in Theory and Practice* -levyn kappaleista.



Yli 20-vuotisen uransa aikana HIM on ehtinyt saada myös useita kunnianosoituksia, joista ensimmäiset kaksi tulivat esikoislevyn saattelemana. HIM palkittiin Emma-gaalassa vuoden 1997 tulokasyhtye-Emmalla ja Greatest Lovesongs Vol. 666 sai vuoden debyyttialbumi-Emman. Yhtye on onnistunut haalimaan Emma-pystejä myös neljänä muuna vuonna. HIM on palkittu myös muun muassa Saksassa. Puolestaan Ville Valo on saanut esimerkiksi vuonna 2004 brittiläisen Metal Hammer -lehden Golden God -pystin kategoriassa ”paras rocktähti” (best rock star).

Maaliskuussa 2011 HIMin ja Sire Recordsin yhteinen taival tuli tiensä päähän. Elokuussa 2012 HIM ilmoitti julkaisevansa kokoelmalevyn syksyn aikana. Kokoelmalevy XX: Two Decades of Love Metal tuli Suomessa kauppoihin 26. lokakuuta 2012. Vuoden 2012 lopussa HIM soitti lähes kahden ja puolen vuoden tauon jälkeen keikan Klubilla Turussa ja neljä keikkaa Tavastia-klubilla Helsingissä. Uusi studioalbumi Tears on Tape ilmestyy Suomessa huhtikuun 26. päivä. Tulevaisuus näyttää, jatkuuko miljoonia levyjä myyneen yhtyeen menestystaival.

### **1.3 Suhteeni tutkimuskohteeseen**

Elettiin vuotta 2000. Olin tuolloin 13-vuotias popmusiikkia kuunteleva naisenalku. Muistan vieläkin sen hetken, kun näin HIM-yhtyeen Poison Girl -musiikkivideon televisiosta. Olin suoraan sanoen hyvin hämmentynyt. HIM oli jo ennestään tuttu bändi, mutta en ollut aiemmin lämmennyt yhtyeen musiikille lainkaan – se oli aivan liian raskasta ja kummallista senhetkiseen musiikkimakuuni verrattuna. Mieli muuttui siinä vaiheessa, kun kotiutin yhtyeen pari ilmestynyttä cd-levyä. Musiikki koukutti heti.

Tuosta kokemuksesta on yli 12 vuotta. Vaikka en ole enää fanaattinen teini-ikäinen, voin silti myöntää pitäväni yhtyeen musiikista edelleen. Olen yhä fani. Haluan tuoda asian avoimesti esille, sillä mielestäni se, että on fani, ei ole este, vaan voimavara. On nimittäin tosiasia, että me kaikki fanitamme useampaa asiaa tai ihmistä joko tietoisesti tai tiedostamatta, mutta uskon, että halutessamme voimme olla kriittisiä.

Kuten Nikunen (2005, 32) muistuttaa, faniudesta voi olla tutkijalle hyötyä, sillä

fanikokemustensa perusteella tutkija ymmärtää, mitä fanius pitää sisällään. Vaikka oma tutkimukseni, toisin kuin Nikusen tutkimus, ei ole fanitutkimusta, uskon, että faniudesta on hyötyä myös minulle. Itse asiassa luulen suhtautuvani Valoon tietyllä tapaa kriittisemmin kuin tutkija, jolla ei ole minkäänlaista tarttumapintaa tutkimuskohteeseen. Tiedän aiheestani hyvin paljon ja olen myös haastatellut Valoa, joten voin pitää oman haastattelukokemukseni taustalla lehtijuttuja analysoidessani.

En kiellä, etteikö fanius voi tuoda mukanaan myös ongelmia, mutta ennen kaikkea uskon, että tutkimuskohteen tuttuudesta tulee olemaan apua varsinkin siinä vaiheessa, kun analyysi pääsee vauhtiin. Luulen, että ongelmia tulisi enemmän, jos tutkisin, mitä HIM-fanius on, sillä tuolloin omat kokemukseni saattaisivat peitota helposti muiden fanien kokemukset (ks. myös Nikunen 2005).

## **1.4 Tutkielman rakenne**

Tutkielmani koostuu kuudesta pääluvusta, joista ensimmäinen, eli johdantoluku, on loppumaisillaan. Toisessa luvussa siirrytään tähtitaivaalle. Määrittelen luvussa, mitä tarkoitan tähteydellä ja esittelen, mitä tähteydestä on kirjoitettu. Käyn luvussa myös läpi rocktähteyteen liittyvää tutkimusta. Luvun viimeisessä alaluvussa käsittelen omaa aihettani lähellä olevia tutkimuksia. Esittelyyn pääsee muun muassa kaksi Valosta aiemmin tehtyä tutkimusta.

Kolmannessa luvussa määrittelen sekä musiikkijournalismia että rockjournalismia. Käyn luvussa läpi lyhyesti rockjournalismin syntyhistoriaa niin maailmalla kuin Suomessa ja pohdin rockmusiikin ja median välistä symbioottista suhdetta. Neljännessä luvussa esittelen aineiston ja käyn läpi tutkimuskysymykset ja tutkimusmenetelmät.

Viides luku on omistettu Valo-juttujen analyysille. Kuudennessa, ja samalla viimeisessä luvussa, pohdin, mitä olen saanut selville analyysini avulla. Lopuksi esitän arvioni tutkielmani onnistumista ja esittelen muutamia jatkotutkimusmahdollisuuksia.

## 2 TÄHTITAIVAALLA

### 2.1 Tähdet, tähdet

Tässä tutkielmassa tähdet eivät tuiki taivaalla, vaan ne ovat verta ja lihaa ja pääsevät loistamaan kirkkaina median avustuksella. Samalla tähdet ovat myös vahvasti sidoksissa viihdeteollisuuden ja populaarikulttuuriin (Mäkelä 2004, 18).

Tietynlaista kuuluisuutta oli olemassa jo 1500-luvulla (Gamson 1994, 17), mutta kuuluisista esiintyjistä tuli osa tähtikulttuuria vasta 1830-luvulla. Tähti-ilmaisua alettiin käyttää runsaammin 1800-luvun loppupuolella (Fowles 1996, 117). 1800-luvulla tähtiä oli oopperalaulajien keskuudessa, sillä tähteydestä tuli ilmiö ensimmäisten joukossa juuri oopperan parissa. Hieman myöhemmin myös elokuvateollisuus sai osakseen tähdet, ja samalla tähtien markkina-arvo kasvoi huimasti. Ennen elokuvateollisuuden kehittymistä tähtiä ei nimittäin osattu juurikaan käyttää markkinointitarkoituksissa. Kun tähtien yhteys elokuvien menestymiseen ymmärrettiin, tähdistä tuli tärkeitä elokuvien markkinoinnin kannalta. Ensimmäisenä tähtiä alettiin hyödyntää elokuvien markkinointiin Amerikassa. (Ellis 1992, 91–92; Aho 2003, 41.)

Tähtijärjestelmän syntymistä ja kehittymistä edesauttoi mediateknologian kehittyminen, mutta myös lehdistön ja massatuotannon kehittyminen 1800- ja 1900-lukujen taitteessa (Niemelä 1999, 26). 1900-luvun alkupuolella julkisuuden arvo ymmärrettiin elokuvateollisuuden parissa toden teolla. Tämä tarkoitti muutoksia myös näyttelijöiden työhön, sillä näyttelijät allekirjoittivat sopimuksia, joissa he lupautuivat toimimaan kaikin tavoin elokuvayhtiöiden menestyksen puolesta. Yhtäkkiä näyttelijät olivat elokuvayhtiöiden omistuksessa. (Gamson 1994, 23–25.) DeCordovaan mukaan ennen vuotta 1909 näyttelijöiden nimet eivät kuitenkaan olleet elokuvabisneksen ulkopuolisille ihmisille kovinkaan tuttuja, mutta jo vuoteen 1912 mennessä näyttelijöiden kasvot ja nimet alettiin yhdistää toisiinsa (DeCordova 1991, 17). Asiaan saattoi vaikuttaa, että esimerkiksi ensimmäinen elokuvafanilehti Photoplay näki päivänvalon vuonna 1910 (Gamson 1994, 24–25). Vuoteen 1920 mennessä tähtisysteemi oli jo vakiinnuttanut asemansa (Boorstin 1962, 157).

Euroopassa tähtikulttuuri sai tuulta purjeisiinsa feodaalijärjestelmän murruttua ja porvariston synnyttyä. Tähtikulttuurin syntyyn vaikutti myös kaupungistuminen. Yleisesti ottaen tähteys ja tähtikulttuuri liittyivät individualismin tuloon. Ihmiset pystyivät vähitellen seuraamaan elokuvatähtiä ja tähtien elämää niin elokuvien, lehdistön, radion, kuin television kautta. (Nikunen 2005, 16–17.) Tämä oli todennäköisesti yksi olennainen tekijä tähtikulttuurin voimistumisen kannalta. Suomessa elokuvatähteys alkoi kukoistaa vasta 1940–50-luvulla. Lehtien palstoille tähdet ilmestyivät 1960-luvulla, jolloin julkisuuden hyödyt ymmärrettiin viihteen ja kulttuurin parissa, ja henkilökeskeisyys journalistisessa mielessä alkoi kiinnostaa suomalaisia lehtiä. (Saarenmaa 2010, 145.)

Vaikka tähtiä on ollut jo vuosikymmeniä, ei kenestä tahansa voi tulla tähteä. Esimerkiksi näyttelijän urasta haaveilevan on osattava oikeasti näytellä edes hieman, mutta tämän lisäksi häneltä täytyy löytyä karismaa, tietynlaista vetovoimaa ja oikeanlainen imago, joka saa ihmiset kiinnostumaan juuri hänestä. Tähtitaivaalle kurottaessa myös näyttelijän historialla on merkitystä, sillä tarpeeksi kiinnostava elämäntarina tuo syvyyttä sekä tähden imagoon että näyttelemiseen. (Frith & Goodwin 1990, 199–200.)

Edellä mainitut asiat ovat tärkeässä roolissa millä tahansa alalla, jos mieli tähdeksi. On myös hyvä huomioda, että tähtikokelaaksi soveltuvan on haluttava tähteyttä äärimmäisen tosissaan. Kuten Kostiainen ja Takalo (2004, 11) muistuttavat: ”Kenestäkään ei voi tehdä tähteä vastentahtoisesti”. Jotta tähteys ylipäänsä on mahdollista, on tähteydestä haaveilevan ihmisen jaksettava nähdä vaivaa unelmiensa eteen ja omattava lahjakkuuden lisäksi oikeanlaista asennetta, todellista taistelutahtoa. On harhaluulo, että esimerkiksi musiikkimaailmassa voisi saavuttaa tähden aseman pelkän ulkonäön avulla (emt., 27). Lyhyelle tähdenlentomatalle viehättävä ulkonäkö saattaa vielä joissakin tapauksissa riittää, mutta todelliseen tähteyteen ei. Tämän olemme nähneet lukuisia kertoja vuosien saatossa, kun esimerkiksi musiikkimaailmaan singahtaneet yhden hitin ihmeet ovat kerta toisensa jälkeen kadonneet musiikkimaailmasta vielä nopeammin, kuin ovat sinne tulleet.

## 2.2 Julkkis, kuuluisuus vai tähti?

”Kaikki tietävät, tietenkin, että tähti ei ole syntynyt, vaan tehty”, kirjoittaa Boorstin (1962, 159), ja on oikeassa. Jotta ihmisestä tulee tähti, tarvitsee hän ympärilleen muita ihmisiä, jotka tekevät hänestä tähden. Sen sijaan väite, että kenestä tahansa on mahdollista tehdä tähti (emt., 168), ei mielestäni pidä paikkaansa. On totta, että lähes kenestä tahansa julkisuudessa viihtyvistä henkilöstä voidaan käyttää nimeä julkkis (celeb) tai nimeä kuuluisuus (celebrity), mutta tähti-lisänimen saamiseen vaaditaan konkreettista näyttöä, että ihminen on menestynyt omalla työsarallaan erityisen loisteliaasti ja ansainnut menestyksensä kovalla vaivannäöllä. Erotan tutkielmassani niin sanotut turhat julkkikset, eli julkisuuden henkilöt (celebs), ja kuuluisuudet, eli kuuluisat henkilöt (celebrities) tähdistä (stars).

Lyhyesti määriteltynä tähti eroaa julkkiksesta ja kuuluisuudesta niin, että tähti on ansainnut asemansa, kun taas julkkis tai kuuluisuus on saanut tittelin itselleen. Tähti on esimerkiksi Hanoi Rocks -yhtyeestä ponnistanut Michael Monroe, joka on saavuttanut rocktähten aseman pitkäjänteisellä työllään ja uralla, joka jatkuu edelleen mallikkaasti. Julkkis sen sijaan on monesti kohun tai hetkellisen ilmiön kautta julkisuuteen noussut henkilö, kuten Johanna Tukiainen, joka päätyi julkisuuteen Ilkka Kanervan kustannuksella. Kuten Turner toteaa, moderni kuuluisuus ei välttämättä vaadi toteutuakseen erityisiä saavutuksia, vaan ainoastaan riittävästi huomiota julkisuudessa (Turner 2004, 3).

Kuuluisuus-sanaa käytettiin ensimmäistä kertaa jo noin vuonna 1850 (Boorstin 1962, 57). 1950-luvun alussa kaikenlaisia kuuluisia henkilöitä alettiin pitää kätevinä apureina tavaroiden myymisessä ja bisneksen tekemisessä (Gamson 1994, 45). Boorstinin (1962, 57) määritelmä kuuluisuudesta kuuluu näin: ”Kuuluisuus on henkilö, joka on tunnettu hänen tunnettuudestaan”. Määritelmä voisi sopia myös julkkikseen. Itse tosin erotan kuuluisuuden julkkiksesta, sillä kuuluisuus, toisin kuin julkkis, on tehnyt edes jotain aidosti merkittävää, esimerkiksi voittanut urheilukilpailun. Mielestäni myös kuuluisuuksia, esimerkiksi urheilijoita, arvostetaan enemmän kuin julkkiksia, esimerkiksi Big Brother -tosi-tv-ohjelman kilpailijoita. Evansin ja Hesmondhalghin (2005, 1) mielestä kuuluisuudeksi ei tulla maagisten ominaisuuksien tuloksena, vaan kuuluisuus, jossa myös yleisö on osallisena, on median kehittelemää. Myös Boorstin muistuttaa, että kuuluisat henkilöt ovat muiden ihmisten luomia. Näin ollen kuuluisuudet eivät ole sen ihmeellisempiä ihmisiä kuin me muutkaan, he vain ovat

saaneet osakseen enemmän julkisuutta. (Boorstin 1862, 74.)

Rojekin mukaan kuuluisuus-status ilmenee kolmella eri tavalla: aiheutumalla, saavuttamalla tai jostakin johtuen. Aiheutumalla tullut kuuluisuus johtuu yleensä sukujuurista. Sen sijaan saavutettu kuuluisuus tulee esimerkiksi urheilukilpailussa tai näytelmässä onnistumisen kautta. Tällaiset julkisuuteen päätyneet ihmiset ovat oikeasti lahjakkaita. Joissakin tapauksissa saavutettu kuuluisuus ei kuitenkaan johdu välttämättä lahjakkuudesta, vaan esimerkiksi ulkoisesta olemuksesta, ja kuuluisuus on saavutettu puhtaasti median avustuksella. (Rojek 2001, 17–18.) Mielestäni median avustuksella saavutettu ulkonäkökeskeinen kuuluisuus sopii paremmin julkkiksen kuin kuuluisan henkilön määritelmään. Rojekin määrittelyistä parhaiten tähteyteen sen sijaan sopii, että jossakin tietyssä asiassa onnistuminen on johtanut tähteyteen. Harvoissa tapauksissa tähteys saattaa myös periytyä isältä tai äidiltä.

Rojekin tapaan myös Gamson esittää, että kuuluisuus voi olla ansaittua ja olla yhteydessä johonkin saavutukseen tai ominaisuuteen. Kuuluisuus voi olla tullut myös sitä kautta, että henkilöstä on tekemällä tehty kuuluisa. (Gamson 1994, 15–16.) Turnerin (2004, 26) mukaan kuuluisuuden avulla tuotetaan myös hyvin esillä olevia tuotteita, joita suurin osa meistä ostaa ainakin silloin tällöin. Tuotteet saattavat olla merkittävässä roolissa meidän jokapäiväisessä elämässämme. Tuotteiden avulla saamme monesti tietää myös muista uusista tuotteista ja ilmiöistä.

Puolestaan Mäkelä (2004, 19) ymmärtää kuuluisuus-termin tietynlaisena sateenvarjoterminä, jonka alle mahtuvat sekä käsitteet tähti että tähtikuva. Marshallin (1997, 7) mukaan kuuluisuus (celebrity) on kuitenkin enemmän yleiskäsite, kun taas tähti (star), johtaja (leader) ja sankari (hero) ovat erityisempiä termejä. Sen sijaan Kotler, Rein ja Stoller ehdottavat artikkelissaan, että suurin osa kuuluisuuksiin liittyvistä tarinoista on kuuden elementin summa. Nämä elementit ovat draama, vastoinikäyminen, kriisi, ohjaajien apu, armoton taito, lopullinen palkinto tai loppuhuipennus. Kuitenkin ainoastaan harvat kuuluisuudet käyttävät ainoastaan yhtä tarinaa. Yleensä eri tarinoita käytetään erilaisten yleisöjen vetoamiseen. (Kotler ym. 2005, 102–103.) Vaikka mielenkiintoinen tarina on tärkeässä osassa kuuluisuuden ylläpitämisessä, piilee tarinoiden kertomisessa vaara: kuuluisuus saattaa unohtaa, missä yhteydessä on käyttänyt tiettyä tarinaa. Tällöin hän saattaa jäädä kiinni valehtelusta, ja pahimmassa tapauksessa koko ura on tuon jälkeen pilalla.

Kuuluisasta ihmisestä näkyy useimmiten ainoastaan julkinen puoli, pintaraapaisu, kun taas ihmisen yksityinen puoli, sisin, pysyy piilossa (Rojek 2001, 11). Dyer ehdottaakin, että kuuluisuus tulisi ymmärtää ennen kaikkea mielikuvana, miten tähdet elävät elämäänsä (1986a, 39). Ymmärrän Dyerin näkemyksen niin, että kuuluisuudesta nauttiva tähti ei elä todellista elämäänsä julkisuudessa, mutta tästä huolimatta noiden julkisuudessa näkyvien rippeiden avulla muut ihmiset muodostavat näkemyksensä, millaista tähden elämä on. Kuten Evans & Hesmondhalgh (2005, 82) muistuttavat, tunnemme tähdet ainoastaan mediatekstien kautta. On hyvin mahdollista, että emme siis tunne tähtiä lainkaan. Sama ajattelumalli pätee myös muihin julkista työtä tekeviin ihmisiin. Ihmiset esimerkiksi luulevat tuntevansa blogien pitäjät bloggaajien julkisten blogikirjoitusten perusteella.

### **2.3 Tähteyden oppimäärä**

Koska tähdeksi ei synnytä, vaan tähdeksi kehitytään ajan myötä, on selvää, että tähteyden avulla tavoitellaan jonkinlaista rahallista hyötyä. Tähdeksi kehittyäkseen ihminen tarvitsee median tarjoilemaa julkisuutta, jonka avulla hänestä saadaan hyvässä lykyssä loihdittua tähti, jonka kaikki tuntevat. Tähti on itse tietoinen tästä muokkausohjelmasta. Myös tähteä kuluttavat, esimerkiksi levyjä ostavat, ihmiset ovat yhtä lailla perillä tähti-ilmiöön liittyvistä asioista, kuten, että tähtikuvaa rakennetaan tiettyyn suuntaan mediassa. Sanonta ”rautaa on taottava, kun se on kuuma”, pätee hyvin muun muassa monen teini-idoliksi nousseen tähden kohdalla. Esimerkiksi teinisenäsaatioksi nousseen suomalaisen popparin Robinin avulla myydään levyjä, keikkoja, fanituotteita, lehtiä, oikeastaan mitä tahansa. On epätodennäköistä, että kukaan tähti pystyisi välttymään täysin tuotteistamiselta. Onneksi tähdet tietävät kuuluvansa tuotantokoneistoon, joka haluaa tienata tähdellä. (Dyer 1986b, 5.) Fanit puolestaan ovat valmiita panemaan rahansa tähtiin, sillä he haluavat omistaa edes hyppysellisen tähtipölyä (Rojek 2001, 15).

Mutta miksi tähdet ylipäänsä kiinnostavat? Tähdet tuntuvat omaavan erityistä vetovoimaa, joka saa ihmiset kiinnostumaan juuri heistä. Ellisin (1992, 91) määrittelyn mukaan tähti on samanaikaisesti tavallinen ja epätavallinen, saatavilla oleva ja saavuttamaton. Tähtikuvat ovat myös paradoksaalisia, sillä tähtikuvat muodostuvat enemmän johtolangoista kuin täydellisistä tarkoituksista. Näin ollen tähtikuvat ovat hajanaisia. (Ellis 1992, 93; Goodwin 1992, 177.) Tähtikuvassa tavallisuus tarkoittaa vaikkapa, että tähti syö aamupalaa ja käy suihkussa.

Erilaisuus puolestaan, että tähdellä on esimerkiksi turvamies, ja tähti osallistuu juhliin, joihin tavallisilla ihmisillä ei ole pääsyä.

Tuskin popin kuningattaren Madonnan musiikki yksinään olisi kantanut näin pitkälle, ellei sitä tulkitsemassa olisi ollut Madonnan kaltainen superkarismaattinen nainen. Pohjimmiltaan Madonna on tavallinen ihminen, samanlainen kuin me kaikki muut, mutta toisaalta taas hyvin erilaisessa asemassa kuin me muut. Uskon, että juuri tämä tavallisuuden ja erilaisuuden yhdistelmä tekee Madonnasta laajaa ihmisjoukkoa kiinnostavan ihmisen, tähden. Joillekin Madonna tai Madonnan musiikki saattaa myös edustaa pakoa todellisuudesta. Luultavasti juuri tähtien tarjoama eskapismi on yksi merkittävä syy, miksi tähdet jaksavat kiinnostaa ihmisiä vuodesta toiseen (Evans & Hesmondhalg 2005, 150).

Tähdiltä vaaditaan myös aitoutta. Dyerin mukaan tähtiä kuvaillaan fanikirjallisuudessa paitsi aidoiksi myös muun muassa vilpittömiksi, välittömiksi, spontaaneiksi, suoriksi ja todellisiksi. Vaikka tähdet näyttäytyvät meille esimerkiksi lehtijuttujen ja televisiohaastattelujen kautta, eivät tähdet elä ainoastaan mediassa. Se, uskovatko ihmiset tähden mediassa näkyvään aitouteen, on asia erikseen, sillä suurin osa ihmisistä tietää monien tähtien olevan keinotekoisien aitoja julkisuudessa. (Dyer 1991, 133 & 135–136.) Tähteyden ylläpitäminen ei missään nimessä ole helppoa. Kuten Lusted (1991, 251) muistuttaa, kenen tahansa tähden suosio voi nousta ja laskea toistuvasti. Tähdet saattavat olla yhtenä hetkenä hyvin suosittuja, toisena taas menettää suosionsa esimerkiksi käyttäytymällä asiattomasti julkisuudessa. Tähteys on ikään kuin matka, jonka aikana tähtikuva muokkautuu erilaisten tapahtumien seurauksena. Tähti ei välttämättä edes pääse lopulliseen päämääräänsä, eli pysyvään tähteyteen, koskaan.

Grossberg (1995, 114) näkee, ettei tähti tarvitse historiaa lainkaan, vaan ihmisestä voi tulla tähti hetkessä jopa ilman lahjakkuutta, kunhan ihminen saa tarpeeksi julkisuutta osakseen. Grossbergin näkemys sopii mielestäni nimenomaan julkkiksiin, ei tähtiin. Tähteys ei olisi ainakaan pitkäaikaista, jos sen taustalla ei olisi minkäänlaista lahjakkuutta tai historiaa. Jopa musiikkitähtiä metsästävät ohjelmaformatit, kuten laulajatähtiä hakeva Idols, perustuvat siihen, että pitkälle kisassa päässeet kilpailijat ovat aidosti lahjakkaita. Osa Idols-kilpailijoista omaa myös jonkinlaista musiikillista historiaa.



Yksi tapa lisätä tutkia tähti-ilmiötä on käyttää symbolisen johtajuuden käsitettä. Klapp (1964, 7, Karvosen 1999, 277 mukaan) määrittelee, että symbolinen johtaja toimii ennen kaikkea imagonsa tai merkityksensä kautta. Symbolisia johtajia on erilaisia, aivan kuten on tähtiäkin. Symbolinen johtaja voi olla sankari, lahjomaton, halun kohde, populaari konna, koominen hahmo tai jopa populaari uhri. (Klapp 1964, 43, Karvosen 1999, 285 mukaan.) Klappin symbolinen johtajuus sopii hyvin tähteyteen, sillä tähdet voivat hyvin olla sankareita, sellaisia henkilöitä, joiden pelkkä ajattelu saa mieleemme positiiviseksi. Tähti voi myös olla populaari uhri, joka on joutunut kohtaamaan elämässään suuriakin vaikeuksia, joita puolestaan media on käyttänyt hyväksi revittelemällä tähden ongelmilla. Tähdet voivat olla myös lahjomattomia, eli sellaisia ihmisiä, jollaisia monet haluaisivat olla. Yhtä lailla tähdet voivat olla halun kohteita, joihin ihastumme esimerkiksi television välityksellä. Vaikka tähtiin yhdistyy yleensä positiivisia piirteitä, voivat tähdet myös edustaa populaareja konnia, ihmisiä, jollaisia emme haluaisikaan olla. Vähiten määritelmistä tähteyteen yhdistyy koominen hahmo, jolla tarkoitetaan epäonnistujaa, sillä harva tähti epäonnistuu, ainakaan toistuvasti.

## 2.4 Myytävänä tähti

Ihmiset rakastavat tähtiä. Vaikka osa ihmisistä tietää tähteyden olevan rakennettua, se ei välttämättä ole este ihailulle. Ihmisluonne nimittäin on sellainen, että mitä enemmän se tietää esimerkiksi imagon rakentamisesta, sitä enemmän se saa tyydytystä itse imagosta (Boorstin 1962, 195). Imagoa ei kuitenkaan voi rakentaa sellaiseksi kuin imagon haltija itse toivoisi, vaan ihmiset vetävät omat johtopäätöksensä tähden imagosta. Imagoa voidaan pitää myös visuaalisena metaforana, joka korostaa ainoastaan tiettyjä puolia. Karvonen tuo esille myös sen tosiasian, että media on imagonrakennuspelissä vahvoilla. (Karvonen 1999, 22, 46 & 51.) Tämä tulee ilmi päivittäin, kun seuraamme maailman tapahtumia median välityksellä. Käytännössä emme koskaan voi tietää, mitä kaikkea kulisissa tarkalleen ottaen tapahtuu

Kuten Kangasluoma (2006, 12) kirjoittaa, on tyypillistä, että tähdet tavoittavat yleisönsä joukkoviestinnän kautta. Tähdet ovat läsnä niin lehtien palstoilla, radiossa, televisiossa, elokuvissa kuin internetissäkin. Jaakkola (1999, 24) näkee median roolin isona, kun on kyse tähtiin liitettyjen mielikuvien synnyttämisestä ja vahvistamisesta. On syytä ottaa huomioon tosiseikka, että ”haastattelun puhe on siis myös haastattelijan tuottamaa”, kuten Karvonen (1997, 256) muistuttaa. Toimittaja voi johdatella haastateltavaa haluamaansa suuntaan ja

tuoda esimerkiksi tekstissä tai tv-haastattelussa, erityisesti ennalta nauhoitetussa haastattelussa, tietyt asiat korostetusti esille. Toimittaja saattaa tehdä jutun suoraan valikoitua kohdeyleisöä ajatellen, jolloin on selvää, että jutussa on toisenlainen näkökulma kuin jutussa, joka ei ole suunnattu tietyille erityisryhmälle.

Toimittaja rakentaa tähtikuvaa joko korostaen jo ennalta olevaa vaikutelmaa tähdestä tai yrittäen kaivaa tähdestä esille uusia ulottuvuuksia, jopa säröjä. Mielikuvat eivät kuitenkaan muodostu vain yhdessä mediassa, vaan jokainen media tarjoaa oman palasensa palapeliin (Jaakkola 1999, 24). Vaikka tähteyttä rakentava media mielletään usein tähtikuvan yhdeksi merkittäväksi muokkaajaksi, ei media ole yksin vastuussa. Viime kädessä yleisö tekee päätelmänsä, onko jossakin ihmisessä tähtipotentiaalia. Yleisön kuva tähdestä ei välttämättä ole samanlainen kuin esimerkiksi lehden toimittajalla. (Aho 2003, 39.) Eri medioiden kautta saaduista mielikuvista yleisölle muodostuu kuitenkin lopulta näkemys, millainen tähti on. Kuvaa tähdestä luovat tähti itse, tähteä mahdollisesti edustava yhtiö, media ja fanit. Kyseessä on siis melkoinen palapeli.

Sama palapeli-ilmiö on nähtävissä paitsi julkisuudessa olevien henkilöiden myös tavallisten ihmisten kohdalla. Ihmisistä muodostuvat tietyt mielikuvat useiden eri asioiden summana. Ensivaikutelmalla on merkitystä, mutta mielikuvaan vaikuttaa myös esimerkiksi, miten henkilö toimii samankaltaisissa tilanteissa vastedes. Ikävalko ja Uimonen määrittelevät imagon kuvaksi, joka vastaanottajalla syntyy esimerkiksi henkilöstä tai tuotteesta. Heidän mukaansa tuotteella voi hyvinkin olla useita imagoja. (Ikävalko & Uimonen 1996, 189–190.) Mielestäni yhtä lailla myös ihmisellä voi olla, ja useimmiten myös on monenlaisia imagoja.

Eräs paljon käytetty apuväline imagojen tutkimisessa on Boorstinin imagoteoria, jonka mukaan imago on keinotekoinen, uskottava, passiivinen, värikäs (eloisa), yksinkertaistettu ja moniselitteinen (monimerkityksinen). Keinotekoisella Boorstin tarkoittaa, että imago on suunniteltu palvelemaan tiettyä tarkoitusta ja antamaan tietynlainen vaikutelma muille ihmisille. Imagon täytyy olla myös uskottava, koska muuten kukaan ei kiinnostuisi imagon haltijasta saati uskoisi imagoon. (Boorstin 1962, 185–188.) Näistä kahdesta juuri mainitusta näkemyksestä uskottavuus-perustelu sopii hyvin tähteyteen. Jos tähti ei ole uskottava siinä, mitä hän tekee työkseen, ei tähteyks kanna pitkälle. Keinotekoisuus sopii tähteyteen huonommin, sillä tähdeltä vaaditaan nimenomaan aitoutta. Keinotekoisuutta voi kuitenkin

huoletta ilmetä tähden ulkoisessa olemuksessa.

Boorstinin mielestä imago on myös passiivinen, koska jo alusta lähtien imagon tuottajan, eli yrityksen, oletetaan sopivan imagoon. Myös potentiaalisen asiakkaan oletetaan sopivan imagoon. Nämä suhteet ovat pohjimmiltaan passiivisia. Samalla imagon pitäisi olla myös värikäs. Imagon pitäisi olla myös yksinkertaistettu, eli sen tulisi olla yksinkertainen, mutta toisaalta tarpeeksi erikoinen, jotta se muistetaan. Viimeisenä Boorstin määrittelee, että imagon tulisi olla moniselitteinen ja kyetä muuttumaan. (Boorstin 1962, 188–193.) Varsinkin kuudes ja viides määritelmä ovat hieman ristiriidassa toistensa kanssa, mutta toisaalta ehkä imago voi olla riittävän moniselitteinen, mutta samalla myös joiltakin osin sopivan yksinkertainen. Edellä luetelluista määritelmistä parhaiten tähteyteen sopivat, että tähden tulisi olla värikäs ja moniselitteinen. Yksinkertaisuus ei sovi tähteyteen, sillä yksinkertainen ei kiinnosta kauan. Tietynlainen passiivisuus voi toimia välillä ikään kuin kiinnostusta herättämässä, mutta jos tähti on passiivinen aina, ura päättyy todennäköisesti ennen, kuin se on ehtinyt edes alkaa.

Miten tähteyttä sitten myydään ihmisille? Ei ole uutinen, että mielikuvat ovat tässä tähtikaupassa merkittävässä roolissa, sillä mielikuvien avulla myydään kaikkia tuotteita, myös tähtiä. Kuten Karvonen (1999, 4) kirjoittaa: ”Positiivinen mielikuva toimii kuin ruusunpunainen suodatin, joka saa ihmiset tulkitsemaan tapahtumia suopeasti”. Luonnollisesti tämän takia tähtiä ikään kuin suojellaan, ja heidän apunaan työskentelevät ihmiset yrittävät välittää tähdistä mahdollisimman hyvää kuvaa julkisuuteen. Aina tämä ei kuitenkaan onnistu, vaan negatiiviset otsikot täyttävät lööpit. Vaikka kielteisten mielikuvien syntyminen saa ihmiset kiinnittämään huomiota tähden huonoihin puoliin, on jopa negatiivinen mielikuva tähdestä parempi vaihtoehto kuin, että tähdestä ei muodostuisi minkäänlaista mielikuvaa.

Tähti-ihailussa tyypillistä on, että fanit haluavat samaistua tähtiin ja ikään kuin elää tähtien kautta. Fanit saattavat pitää tähteä niin aitona, että uskovat vilpittömästi tähtikuvan olevan yksi yhteen sen kanssa, millainen tähti on myös vapaa-ajallaan. (ks. esim. Nikunen 2005, 160 & 164.) Mediapersona Marco Bjurströmin ihailua tutkinut Nikunen huomioi, on mediajulkisuus avainasemassa, millaisen kuvan ihmiset Bjurströmistä ovat saaneet. (emt., 266.) Tämä pätee yhtä lailla myös muihin tähtitarinoihin. Nikunen (emt., 316) tuo esille, että faneilla on täysin oma roolinsa tähtikuvan rakentumisessa. Uskon, että juuri fanit pystyvät muokkaamaan tähden julkisuuskuvaa tai ainakin vaikuttamaan, millainen julkisuuskuva

tähdestä syntyy. Epäilemättä moni tähti kuuntelee ja haluaa miellyttää fanejaan, sillä ilman faneja paitsi tähden asema myös elanto kärsisi.

Nikunen analysoi, että Bjurströmin tähtikuvaan liittyvät vahvasti muun muassa onnellisuus ja onnistuminen. Tosin Bjurströmiä käsittelevistä lehtiteksteistä on huomioitavissa tämän lisäksi esimerkiksi ironiaa ja piikittelyä. Nikunen kirjoittaaakin, että Bjurströmin tähteyttä rakennetaan sekä ihannoinnin, mutta myös kyseenalaistamisen kautta. (Nikunen 2005, 282–283.) Näin on varmasti useampien tähtien kohdalla. Jos tähtikuvissa ei olisi minkäänlaisia säröjä, ne tuskin jaksaisivat kiinnostaa ihmisiä kovinkaan pitkään. Tämän vuoksi tähteyteen kuuluu usein jonkinlaisia ongelmia ja skandaaleja. Esimerkiksi legendaarinen, arvostettu iskelmätähti Olavi Virta, jonka Saarenmaa (2010, 166) määrittelee ensimmäiseksi suomalaiseksi julkkis-alkoholistiksi, kärsi alkoholismista. Alkoholii liittyy myös muiden edesmenneiden suomalaisen musiikkitähtien tähteyteen (vrt. esimerkiksi Irwin Goodman ja Rauli Badding Somerjoki), mutta myös nykypäivän suomalaisten muusikoiden tähteyteen (vrt. esimerkiksi Simo Silmu ja Ville Valo). Todellisen tähden kohdalla alkoholiongelmakaan ei saa himmenemään tähden loistoa fanien silmissä.

On kuitenkin selvää, että suurin osa ihmisistä tavoittelee positiivista ja karttaa negatiivista julkisuutta. Jos kielteistä julkisuutta on silloin tällöin, ei se todennäköisesti aiheuta suurempia kolhuja henkilön maineeseen tai vaikuta esimerkiksi työtarjouksiin. Jos negatiivinen julkisuus on toistuvaa, sillä on väistämättä pidemmän päälle vaikutusta. Rojekin (2001, 10) mukaan negatiivisenkin julkisuuden avulla voi kuitenkin saada osakseen myös ihailua. Esimerkiksi joukkomurhaajan Anders Behring Breivikin on kerrottu saavan ihailijakirjeitä, vaikka suurin osa ihmisistä tuomitsee hänet ja hänen tekonsa.

Dyer (1986a, 18) kritisoi teoksessaan Stars yleistä uskomusta, jonka mukaan tähdet ovat tähtiä, koska he ovat lahjakkaita tai poikkeuksellisia. Olen Dyerin kanssa samoilla linjoilla sen suhteen, että tähteys ei ole niin yksinkertaisesti selitettävissä. Siinä missä tähdet, myös tähti-ilmiö on moniulotteinen. Jotta voisimme ymmärtää tähti-ilmiötä, meidän tulee tarkastella tähteyttä niin historiallisessa, kulttuurisessa kuin aatteellisessa yhteydessä. Jos pohdimme tähtiä ainoastaan tuotannon näkökulmasta, kiinnittyy huomio tähtiä luoviin henkilöihin, kuten mediaesitysten tuottajiin. Tällöin esimerkiksi yleisön rooli jää tarkastelussa

vähäiseksi. (emt., 19.) Dyerin (emt., 20) mielestä yleisöllä ei loppujen lopuksi edes ole niin suurta valtaa tähti-ilmiön muodostumisessa. En ole Dyerin kanssa samaa mieltä, sillä mielestäni yleisö vaikuttaa siihen, tuleeeko henkilöstä tähti vai ei. On kuitenkin totta, että yleisö ei voi tietää, millaisia tähtiaineista olevia ihmisiä eri puolilla maailmaa olisi, jos mediaa ei olisi.

Tähtikuvat ovat hyvin laajoja, multimediaalisia ja intertekstuaalisia. Vaikka yleisö ei mitenkään voi päättää, millaisia asioista media julkaisee, voi yleisö sentään valita tähtien mediakuvista sellaiset, jotka tukevat yleisön omia ajatuksia, miksei myös yleisön omia toiveita. (Dyer 1986b, 2–5 & 17.) Joillekin ihmisille tähdet saattavat myös edustaa yhteiskuntaa jopa siinä määrin, että tähtiä pidetään ainoina tavallisina henkilöinä. (Dyer 1986a, 49–50). Luulen, että suurin osa ihmisistä ei kuitenkaan ota oppia tähdiltä ollakseen ”tavallinen”.

Elokuvatähden tähtikuva rakentuu Dyerin mukaan erilaisten mediaesitysten kautta. Tähtikuvien muodostumiseen vaikuttavat promootio, julkisuus, elokuvat, arvostelut ja kritiikit. Dyerin määrittely sopii pienillä muutoksilla käytettäväksi myös esimerkiksi musiikkitaivaan tähtiin. Promootioon lasketaan osaksi muun muassa tiedotusvälineille jaettavat tiedotteet, faniklubien omat julkaisut, tähtien julkiset esiintymiset ja tähtien tähdittämät mainokset. Dyer näkee promootion kaikista suorimpana tähtikuvan rakentajana. Julkisuus eroaa promootiosta, koska julkisuuteen kuuluvat muun muassa erilaiset paljastusjutut ja tähden omat lipsautukset haastatteluissa. Julkisuuden avulla halutaan luoda kuvaa, että tähden todellinen ja aito persoona paljastuu median tekemässä jutussa. (Dyer 1986a, 68–69.)

Välillä julkisuus saattaa aiheuttaa myös ristiriitoja tähden todellisen minän ja tähtikuvan välille, sillä tähden julkisuutta kontrolloi usein tähden takana oleva taho, olipa se sitten manageri tai tähden takana häärivä tuotantotiimi. Dyerin mukaan elokuvatähtien tähtikuviin liittyvät tähtien esiintymiset elokuvissa. Elokuvat ovatkin etuoikeutetussa asemassa tähtikuvan muodostumisessa. Yhtä lailla musiikkitähtien kuuluisuus on heidän esittämänsä musiikin aikaansaamaa. Kritiikit ja arvostelut vaikuttavat myös tähtikuvan muodostumiseen. Dyer näkee kuitenkin, että erilaiset kritiikit ja arvostelut korostavat usein jo olemassa olevaa

näkemyistä tähdestä, eivätkä sinällään rakenna uutta tähtikuvaa. (Dyer 1986a, 69–71 & 99.)

Tämä on nähtävissä myös musiikkipuolella, sillä tiettyjä artisteja kohdellaan jutuissa joko suopeasti tai ankarasti sillä perusteella, millaisen kuvan media on heistä alun perin luonut. Jotta tähtikuva olisi uskottava, ja tähti olisi aina tunnistettavissa, tulee hänen pysytellä suunnilleen samanlaisena riippumatta siitä, missä yhteydessä hän esiintyy (Dyer 1986a, 111). Ajatuksessa on järkeä, sillä esimerkiksi laulajan on turha lähteä muuttamaan liiaksi ääntään tai tyyliään, jos hän haluaa ihmisten tunnistavan ja muistavan hänet tulevaisuudessakin. Tähdien on kuitenkin hyvä olla ainakin jossain määrin muuntautumiskykyinen, sillä samat tarinat ja sama ulkomuoto vuodesta toiseen eivät välttämättä jaksaa kiinnostaa edes tähden vannoutuneimpia faneja.

Miten menestys sitten oikein saavutetaan? Yksi näkemys on, että yksilön tähtilaatu ikään kuin loistaa kaiken muun ja kaikkien muiden läpi. Toinen näkemys on pessimistisempi: jotkut ihmiset nyt vain pääsevät julkisuuteen, mutta kyse on ainoastaan hyvästä tuurista, eikä tähtilaadulla ole juurikaan tekemistä sen kanssa. (Turner 2004, 6.) Menestys näyttää voivan perustua yhtä hyvin lahjakkuuteen kuin hyvään tuuriin. Esimerkiksi monet muusikot perustelevat onnistumistaan vetoamalla hyvään tuuriin ja oikeaan ajoitukseen. Useilla ihmisillä menestys on sekä lahjakkuuden että hyvän tuurin summa. Menestykseen vaikuttaa myös, miten hyvin tähti onnistuu pitämään mainettaan yllä. Vaikka elokuvissa esiintyvät tähdet korostavat tietynlaista mainettaan elokuvien kautta (emt., 17), on selvää, että myös muiden alojen tähdet rakentavat mainettaan juuri oman erityisalansa kautta. Maineeseen ei kuitenkaan vaikuta pelkästään esimerkiksi, miten hyvin jalkapalloilija suoriutuu pelikentällä, vaan siihen vaikuttaa myös, miten varsinkin suosittu jalkapalloilija käyttäytyy pelikentän ulkopuolella. Tähdien on käyttäydyttävä hänelle langetetun osansa mukaisesti, jos maineeseen ei halua tahroja, mutta pieni tahra maineessa saattaa vain lisätä tähden kiinnostavuutta.

## **2.5 Rocktähti saa mitä haluaa**

Rocktähtien tähtikuvat muodostuvat paitsi median tuottamista julkaisuista myös muun muassa live-esiintymisistä, levyistä ja musiikkivideoista (Mäkelä 2004, 20.) Taulavuoren (1993, 32) mukaan rocktähti nähdään monesti tietynlaisena, jopa yksinkertaisesti määriteltävissä

olevana, mutta todellisuudessa rocktähti on paljon vaikeammin määriteltävissä. Rocktähdet ovat oma klaaninsa aivan kuten minkä tahansa muun musiikkilajin edustajat. Vaikka rock- ja poptähtien tähtikuvat näyttävät olevan elokuvatahtien tähtikuvia laajempia, ovat poptähdet ja elokuvatahdet Frithille (1996, 199) kuitenkin samanarvoisia. Esimerkiksi poptähti on Frithille on todellisimmillaan laulaessaan. Näen, että myös rocktähtien luonne paljastuu hänen esiintyessään. Rocktähdistä ja poptähdistä löytyy muitakin samoja piirteitä. Viitamäki (2000, 17) kokee, että poptähtien julkisuuskuva vaikuttaa monimutkaiselta. Tämä pätee myös rocktähtiin. Puolestaan Grossbergin (1995, 114) mielestä on vaikeaa määrittellä, mihin poptähtien suosio perustuu. Tuskin rocktähtienkään suosiolle löytyy yhtä ainoaa selitystä. Dyer (1986b, 2) on korostanut, ettei julkisuudessa annetun kuvan kautta ole edes mahdollista löytää oikeaa ihmistä, sillä tähteydessä on kyse mediateksteistä. Voimme siis ajatella, että esimerkiksi rocktähti elää ainoastaan mediateksteissä, kun taas rocktähtien takaa löytyvä ihminen pysyy piilossa.

Grossbergin mukaan hyvällä laululla ei ole enää niin suurta merkitystä kuin sillä, että jostakin ihmisestä on tehty markkinoitava tavara, tähti. Uuden tähden ei ole välttämätöntä omata minkäänlaista historiaa, eikä hänen tarvitse omata identiteettiä tähteyden ulkopuolella. Tätä uutta tähteä on helppo yhdistää esimerkiksi erilaisiin tuotteisiin. Grossbergin näkemys on rankka: tähti ei hänen mukaansa ole enää yksilö, jota arvioitaisiin esimerkiksi hänen esityksensä aitouden perusteella, vaan tähti on tavaroitunut merkki, joka muovautuu uudestaan ja uudestaan erilaisiin tarpeisiin. (Grossberg 1995, 114–115.) Grossbergin ajatukset ovat liioiteltuja, sillä esimerkiksi musiikilla on edelleen suuri merkitys tähti-statuksen saamisessa musiikkialalla. Kuka tahansa ei voi saada tuota arvonimeä. Toisin kuin Grossberg väittää, on tähden historialla, tarinalla, myös merkitystä. Jos tähdellä ei ole historiaa, tähti ei mielestäni voi olla aidosti kiinnostava tapaus. Olisi jokseenkin outoa, jos tähdellä ei olisi esimerkiksi kerrottavanaan minkäänlaisia muistoja menneiltä vuosilta. Kukapa ei esimerkiksi haluaisi kuulla, miten tähti jo pienenä poikana tai tyttönä osoitti lahjakkuutensa sukulaisten edessä.

Tähdeksi haluavan on ymmärrettävä, että tähtenä ihminen joutuu väistämättä osaksi viihdebisnestä ja hänestä tulee haluamattaan yksi lisätuote muiden tuotteiden joukkoon. Tähtiä arvostellaan yksilöinä, mutta heitä myös verrataan muihin yksilöihin, erityisesti muihin

tähtiin. Musiikkibisnes puolestaan ei ainoastaan tuotteista musiikkia levyiksi, vaan se tuotteistaa myös muusikot tähdiksi (Frith 1983, 134). En allekirjoita Frithin väitettä täysin, sillä yksistään musiikkibisnes ei tee muusikoista tähtiä. Sen sijaan Ahokkaan ym. (2004, 141) näkemys: ”Artisti antaa kasvot tuotteelle, tuotteistaa sisällön” pitää paikkansa suhteellisen hyvin ainakin populaarimusiikissa. Levy-yhtiöt eivät pelkää tuoda artisteja ja jaa niitä markkinoille, vaan luonnollisesti levy-yhtiöt havittelevat artistien avulla yleisön kiinnostusta ja sitä kautta rahaa. Vaikka rockmusiikki on haluttu erottaa rockmuusikoiden ja -fanien keskuudessa kaupallisesta popmusiikista, on fakta, että myös rockmusiikki on kaupallista ja yksi osa musiikkibisnestä. (Lindfors 2006, 391.)

Grossbergin mukaan tähteys on mahdollista saavuttaa vain, jos tähteen ei liitetä tiettyä identiteettiä tai katsomusta. Siinä tapauksessa, että tähdellä on tietynlainen imago, tulee imagon olla tarpeeksi moniulotteinen. (Grossberg 1995, 115.) Mielestäni rocktähteys on nimenomaan mahdollista saavuttaa, jos tähteen voidaan liittää tietty identiteetti, eikä imagon tarvitse olla ainakaan kovin moniulotteinen. Rocktähdiltä vaaditaan monesti riittävän karisman lisäksi katu-uskottavuutta (Kostiainen & Takalo 2004, 33). Rocktähteyteen kuuluu vahvasti myös ulkonäkö, sillä usein rocktähdet erottuvat selvästi jo ulkoisen olemuksensa perusteella esimerkiksi iskelmästä. Ei ole sinänsä yllättävää, että monen rocktähteen imagoa pidetään vaarallisena ja tuhoisana (Whiteley 2005, 161). Tällainen imago ainoastaan lisää rocktähtiin kohdistuvaa kiinnostusta.

Kuten mitä tahansa tuotetta, myös rocktähteä myydään juuri kiinnostavan imagon avulla. Rocktähteen, kuten myös muiden tähtien, imagoon vaikuttavat kaikki hänen tekemisensä, sanomisensa, mutta myös hänen ulkoinen olemuksensa. Imagosta lopullisen tekee jokainen rocktähteä tarkkaileva ihminen itse. Toiselle rocktähteen imago saattaa näyttytyä hyvinkin erilaisena kuin toiselle. Näin on varmasti tarkoitus, sillä moniulotteisen imagon avulla on helpompi menestyä, ainakin hypoteettisesti ajateltuna.

Millainen sitten on hyvä imago rockyhtyeelle? Hyvä imago on tarpeeksi selkeä, helposti samaistuttavissa oleva. Graduni päätähteen Ville Valon luotsaamalla HIM-yhtyeellä on juuri tuollainen imago. Valo kumppaneineen ovat kehitelleet oman musiikkityylinsä, love metallin, eli rakkausmetallin. Heillä on jopa oma heartagram-logonsa, joka on pentagrammin ja



sydämen yhdistelmä. Yhtyeen rakkausmetalli-imagoon nivoutuu täydellisesti rakkauden tuskasta kertovat kappaleet, joita Valo tulkitsee. (Kostiainen & Takalo 2004, 115–116.) Kun imago ja musiikki ovat kasassa, tarvitaan julkisuuden apua.

Ilman julkisuutta kenestäkään ei voi tulla todellista tähteä. On tyypillistä, että juuri rockmuusikot eivät juurikaan välitä, tai ainakin antavat ymmärtää, etteivät välitä, julkisuudesta. Esimerkiksi Valo suhtautui musiikkiuransa alussa julkisuuteen nihkeästi. Saatuaan koulutusta median kanssa toimimisesta, hän alkoi hahmottaa, miten median kanssa kannattaa toimia, jotta julkisuudesta hyötyy. Vähitellen median ja Valon suhteet paranivat, ja hänestä tuli kiinnostava ja haluttu persoona median silmissä. (Kostiainen & Takalo 2004, 130.) Warner Music Finlandin A&R manageri Pekka Nieminen (2004, 127) muistuttaa, että tähteyks on mahdollista ainoastaan henkilöille, joiden elämä on värikästä.

Tähdeksi haaveilevan elämä ei siis saa olla pelkästään hajutonta ja mautonta puuroa päivästä toiseen. Tämän takia tähden on kyettävä muotoilemaan tarinaansa uudestaan ja uudestaan, jotta ihmisten kiinnostus tähteä kohtaan ei lopahda missään vaiheessa. Hyvä tarina nivoutuu artistin persoonallisuuteen ja musiikkiin, huono tarina on väkisin tekaistu, eikä toimi. Juuri tarina on artistin menestyksen kannalta olennainen tekijä. Edes hyvä laulu ei takaa pitkäaikaista menestystä, mutta kiinnostava tarina auttaa menestyksen syntymisessä ja sen ylläpitämisessä. (Ahokas ym. 2004, 92–93.) Tähden on myös osattava salata tietyt asiat. Esimerkiksi tähdet saattavat joskus pitää hyvin harkitusti parisuhdeasiansa julkisuudelta piilossa. Tämä voi johtua siitä, että tähdet yksinkertaisesti haluavat pitää yksityisen minänsä ja julkisuudessa olevan minänsä erossa toisistaan, mutta syy voi olla myös toinen. Tähdet saavat todennäköisesti enemmän faneja, kun he eivät ole parisuhteessa, sillä tällöin fanit voivat haaveilla heistä vieläkin vapaammin. (Mäkelä 2004, 73.) Esimerkiksi Valo on ollut suhteellisen vaitonainen mediassa omista suhteistaan.

Rocktähteyteen sopii hyvin Sony Music Finlandin toimitusjohtajan Kimmo Valtasen (2003) neljän t:n malli, jonka hän esittelee omassa menestysbrändien taustoja tutkivassa opinnäytetyössään. Neljän t:n malliin kuuluvat tuote, tahto, tyyli ja tarina. Kuluttaja näkee, kokee ja kuulee tuotteen, jota myös myydään. Esimerkiksi rockbändiä myydään niin kuvien, musiikkivideoiden, radio-, televisio-, internet- ja lehtihaastattelujen sekä livekeikkojen

avustuksella. Rocktähdiksi tullakseen täytyy omata tahtoa, mutta tahdon lisäksi tarvitaan myös karismaa ja toisaalta kykyä hallita käytöstään. Tyyliäkin tarvitaan ja nimenomaan tyyliä, joka sopii tähdelle ja ainakin vaikuttaa aidolta. Jo aiemmin esille tullut tarinan merkitys korostuu myös Valtasen mallissa. Ilman tarinaa ei voi menestyä. (Ahokas ym. 2004, 157–158.)

Mäkelä on kehittänyt oman termin määrittelemään populaarimusiikissa ilmenevää tähteyttä. Mäkelän käyttämä käsite on tähtiverkko (starnet), johon kuuluu neljä tasoa. Ensimmäisen tason muodostavat tähti ja hänen julkiset toimensa, eli esimerkiksi levyt, musiikkivideot, livekeikat ja esiintymiset televisiossa. Tämän lisäksi osansa saavat myös esimerkiksi erilaiset haastattelut. Tärkeintä on tähden käyttäytyminen ja teot julkisuudessa. (Mäkelä 2004, 21.) Toinen tähtiverkon taso muodostuu musiikkiteollisuuden kuuluvista promootiostrategioista, joita ovat esimerkiksi levyjen, pressikuvien ja internetsivujen tuottaminen ja jakaminen. Promootion avulla yritetään luoda uusia tähtiä tai pitää voimissaan jo olemassa olevaa kuuluisuutta. Promootioon eivät osallistu pelkästään levy-yhtiöt, vaan muun muassa musiikkilehdillä on oma osansa tässä promootiopelissä. (emt., 21–22.) Kolmannen tason jakavat media ja tähtien kommentointi mediassa, joka pitää sisällään esimerkiksi kritiikit, uutiset ja kolumnit.

Mäkelä tuo esille, että musiikkiteollisuuden ja median ero on usein ainoastaan veteen piirretty viiva. (Mäkelä 2004, 22.) Mäkelän mukaan todennäköisesti merkittävin tähtiverkon taso on yleisön muodostama, sillä yleisö ikään kuin tuottaa tähteä kuluttamalla tähteä esimerkiksi ostamalla t-paitoja ja levyjä. Olen Mäkelän kanssa samaa mieltä, että tähteä ei voi olla ilman yleisöä. (emt., 23.) Mäkelän tähtiverkossa keskeisintä on tähti ja hänen julkiset tekonsa, mutta tähtiverkkoa punoo myös musiikkiteollisuus, media ja yleisö (emt., 236). Mielestäni Mäkelän käsite on tietyiltä osin toimiva. On totta, että tähdellä ja hänen julkisilla teoillaan on merkitystä, mutta luultavasti vielä tärkeämmässä roolissa tähtiverkon punomisessa ovat tähteä ympäröivät ihmiset niin musiikkiteollisuuden, median kuin tavallisten ihmisten parista.

Haaranen (2005, 7) esittää hyvän huomion: vain menestyvistä muusikoista voi tulla ikoneita ja tähtiä. On tosin muistettava, että musiikin avulla menestyksestä pääsevät nauttimaan hyvin harvat ja valitut, joten musiikin kautta tähdeksi tuleminen ei ole helppoa. Jos tähtiaseman kuitenkin saavuttaa, on tuota asemaa helppo käyttää hyväksi vaikkapa erilaisten tuotteiden ja

myös uskomusten mainostamiseen. Madonna on esimerkiksi astangajoogan ja Kabbala-uskonnon puolestapuhuja (emt., 9). Vaikka moni levy-yhtiö haluaisi, että artistin tähtikuva olisi sellainen, kuin se oli alun perin suunniteltu olevan, eivät asiat mene välttämättä aina suunnitelmien mukaisesti. On todennäköistä, että artisti esimerkiksi saattaa tehdä jotain arvaamatonta, joka ei sovi tähtikuvaan. Myös Nikunen (2005, 272) huomioi, että tähtikuvaan kuuluu arvaamattomuutta. Kuten muihin tähtikuviin, myös rocktähdien tähtikuvaan liitetään aitous, jonka puuttuminen tai löytyminen tulee mielestäni parhaiten esille esimerkiksi suorien haastattelutilanteiden, keikkojen tai fanitapaamisten kautta. Aitous voi merkitä myös sitä, että tähden käytös ei poikkeaa radikaalisti uran alkuvaiheen käytöksestä.

Haarasan (2005, 53) haastatteleman Warner Musicin Pekka Niemisen mukaan artistibrändi on rakennettu artistin identiteetin, artistin arvojen ja artistin omien tulevaisuudennäkymiensä mukaan. Artisteja on kuitenkin Niemisen mukaan ainakin kahdenlaisia. Hän tekee eron laulajien ja laulaja-lauluntekijöiden kesken. Laulaja tai tulkitsija on artisti, joka ainoastaan tulkitsee kappaletta, kun taas laulaja-lauluntekijä tekee ja esittää kappaleensa itse, tulkitsemista unohtamatta. Kari Hynninen (emt., 52) Suomen Musiikki Oy:stä käyttää Valoa esimerkkinä brändistä musiikkialalla. Valon alkuperäinen imago fiksuna rokkarina, joka polttaa ketjussa, on kehittynyt brändiksi vuosien saatossa. Valo on kiistatta yksi Suomen brändätyimmistä rocktähdistä, joten mielestäni on aiheellista tutkia Valoa tarkemmin. Tämän aion tehdä tutkielmassani myöhemmin.

Entinen brändimanageri Marko Alanko (Haaranen 2005, 52), edesmenneestä Sony BMG -levy-yhtiöstä väittää Haarasan haastattelussa, että jokainen artisti kehittelee aina jonkinlaisen brändin itselleen. Joidenkin artistien kohdalla brändi syntyy tarkemman pohdinnan tuloksena, kun taas joidenkin brändi syntyy itsestään artistin luontaisen käytöksen ja pohdiskelun tuloksena. Yhdyn Alangon näkemykseen, että imago tulee nähdä enemmän artistin tapana käyttäytyä ja puhua, kun taas brändi pitää sisällään artistin imagon, levy-yhtiön markkinointiponnistelut, logon ja kuvat. Lyhyesti sanottuna brändi pitää sisällään artistin koko uran, kuten Mia Salo kiteyttää. (emt., 52.) Artistibrändi muodostuu niin artistin persoonallisuudesta ja lahjakkuudesta mutta myös sillä, mihin musiikkigenreen artisti kuuluu on vaikutusta (emt., 53–55). Tämän takia artistibrändissä ja artisti-imagossa on sellaisia asioita, joita kukaan muu kuin artisti itse ei voi täysin hallita. (emt., 68.) Salon näkemys kuulostaa järkeenkäyvältä, sillä olisi kieltämättä haasteellista hallita ihmistä 24 tuntia viikon jokaisena päivänä olematta itse kyseinen ihminen.

Jos artisti ei ole kiinnostava, eikä hänellä ole kiinnostavaa sanottavaa, levyt tuskin myyvät. Ei auta, vaikka artisti olisi miten kaunis tai komea, jos musiikki ja imago eivät ole kohdallaan. Tämä on nähty vuosikymmenten saatossa monien tähdeksi haluavien kohdalla. Levy-yhtiöiden pitää löytää uusia ulottuvuuksia artistiin ja hänen elämäänsä, sillä sama tarina ei toimi rocklehdessä ja naistenlehdessä (Haaranen 2005, 57).

Vaikka imagolla ja artisibrändiin kuuluvilla muilla asioilla on merkitystä, pitävät levy-yhtiöiden edustajat musiikkia kuitenkin kaikesta tärkeimpänä artistin menestyksessä. Kivisilta sanoo: ”Jos musiikki on huonoa, levyt eivät myy vaikka tekisit mitä tahansa imagonhallinnassa ja brändäyksessä”. (emt., 60.) On hyvä muistaa, että oikeastaan kaikki bändit tarvitsevat keulakuvan, jonkun joka antaa bändille ja sen musiikille kasvot. Haaranen haastattelemien levy-yhtiöiden edustajien mielestä rockbändin brändin ytimessä on vokalisti. Tästä esimerkkinä Ruuska mainitsee Valon:

”Eräs levy-yhtiön työntekijä sanoi, että HIMin laulut eivät ole niin ihmeellisiä, mutta Ville on tähti. Ihmiset sanovat, että kun vokalisti Ville Valo tulee huoneeseen, kaikki tietävät tähden saapuneen. Ville persoonana on kaukana edellä HIMin musiikkia, mutta ilman musiikkia hän ei olisi saavuttanut mitään”. (Haaranen 2005, 66.)

Ruuskan mielipiteessä kiteytyy olennainen asia. Pelkkä persoona ei riitä tähteyteen, eikä kaikista muusikoista todellakaan tule tähtiä. Ruuskan (Haaranen 2005, 68) mielestä paras tulos artistibrändin suhteen saadaan aikaiseksi, kun levy-yhtiön tarvitsee olla mahdollisimman vähän tekemisissä artistiprojektin kanssa. Kalloksen (emt., 69) mukaan levy-yhtiöiden tehtävänä on löytää jokaisen artistin omaperäisyys. Kallonen on myös eri mieltä monen muun kanssa, sillä hänen mielestään tähtiä ei luoda, vaan tähdet syntyvät sen jälkeen, kun artistin omaperäisyys on kaivettu esiin, jotta promotio-osasto voi tehdä ilmiöstä isomman kuin se alun perin oli. Henkilökohtaisesti ajattelen, että tähtiraakileita luodaan, jonka jälkeen raakileista syntyy tai on syntymättä tähtiä.

Haaranen haastattelemat levy-yhtiöiden edustajat olivat yhtä mieltä, että artisteja ei voi brändätä samalla lailla kuin perinteisiä tuotteita. Artistibrändi saattaa kehittyä itsestään ilman levy-yhtiötä. Tässä tapauksessa brändi syntyy, kun media ja yleisö reagoivat artistin omiin tekoihin, jotka perustuvat hänen vaistoonsa ja näkemykseen. Tätä voimme kutsua ”sisältä

käsin tehdyksi brändäykseksi”, sillä prosessi on pidempi ja sallii artistin kasvamisen median ja yleisön oletusten mukaisesti. Artisteja voidaan myös brändätä ulkoapäin, mikä tarkoittaa sitä, että levy-yhtiö keksii artistille sopivan musiikkityylin, stailaa hänet ja valmistaa artistin mediaan ja julkisuuteen. (Haaranen 2005, 98.) Kalloksen mukaan rockbändit, kuten HIM, ovat usein brändänneet itse itsensä, kun taas esimerkiksi Idolsin kautta pinnalle nousseiden artistien ohjeistaminen on enemmän sääntö kuin poikkeus (emt., 70–72).

Negus tuo esille erään suuren viihderyhmän markkinointijohtajan mielipiteen, jonka mukaan tullakseen todelliseksi artistiksi, artisti tarvitsee taakseen paljon muuta kuin hyvän levyn. Markkinointijohtajan mukaan populaarikulttuurissa on kyse mediamanipuloinnista. Esimerkkinä mestarimediamanipuloijasta hän käyttää David Bowieta. Tämä näkemys on mielestäni paikkansapitävä, sillä moni artisti näyttää hallitsevan median manipuloimisen. Negus muistuttaa, että muusikkona tai artistina oleminen ei riitä, vaan artistin pitää kyetä kommunikoidaan moninkertaisen median läpi. Huomionarvoista on, että levy-yhtiöt eivät voi kontrolloida artistin menestystä, vaan artistista tulee kaupallisesti menestyvä, koska yleisö on kiinnostunut hänestä. Pitkään kestävä ura vaatii uurastusta ja ura täytyy suunnitella ja rakentaa huolella. Menestykseen vaaditaan myös, että yleisö uskoo vilpittömästi artistin imagoon (Negus 1992, 55, 62–63, 70, 121 & 152–153). Lindforsin (2006, 391) mielestä rocktähteydessä ei ole kyse ainoastaan sattumasta, vaan tähteyteen sisältyy myös lahjakkuutta tulkita tunteita. Olen Lindforsin kanssa samoilla linjoilla, mutta toisin kuin Lindfors esittää, uskon, että myös poptähteydessä voi olla kyse muustakin kuin pelkästä sattumasta.

Kiistalan (2002, 32) mukaan rocktähteyteen kuuluu neljä oppositiota, jotka ovat maskuliinisuus vs. feminiinisyys, elämä vs. kuolema, tavallisuus vs. poikkeuksellisuus ja aitous vs. tähteys. Kaikki oppositiot löytyvät Ville Valon tähtikuvasta. Hän tekee maskuliinista musiikkia, mutta näyttää joissakin kuvissa naiselta. Elämän ja kuoleman oppositio näkyy niin, että Valo laulaa kuolemasta ja on kertonut yrittäneensä itsemurhaa, mutta on kuitenkin edelleen elossa 36-vuotiaana. Tavallisuuden ja poikkeuksellisuuden oppositio ilmenee siinä, että Valo pukeutuu ja käyttäytyy tavallisesti, mutta toisaalta saa osakseen erityiskohtelua. Puolestaan aitouden ja tähteyden oppositio tulee esille siinä, että Valo vaikuttaa yhtä aikaa vaatimattomalta taiteilijalta ja toisaalta taas erityisestä asemastaan hyvin tietoiselta tähdeltä.

Tähteyttä voidaan käsitellä myös Ahon (2003, 40) määrittelemän neljän eri käsitteen: yksityishenkilö, artisti, kuuluisuus ja legenda avulla. Nämä käsitteet muodostavat kokonaisuuden tähdestä. Ahon mukaan muusikon persoonaan ei sinällään kohdistu mielenkiintoa, kun taas tähden persoonaan kohdistuu (emt., 45). Itse näen asian mieluummin niin, että muusikoihin kyllä kohdistuu mielenkiintoa, mutta kaikki muusikot eivät omaa tarpeeksi vetovoimaa saavuttaakseen todellisen tähden statuksen. Haaralan (2011, 18) mielestä erityisesti rockyhtyeen kohdalla imagon rakennuksessa tärkeässä osassa on promootiokuva. Olen Haaralan kanssa samaa mieltä, sillä visuaalisuus on aina kuulunut osaksi rockia, ja juuri valokuvien avulla rocktähdistä on jäänyt mieliimme tietynlainen kuva. Kukaan ei halua ostaa sikaa säkissä.

Äkkiseltään ei tule mieleen yhtään menestynyttä laulajatahteä, joka ei omaisi karismaattista ulkokuorta. Suomalaiset kuitenkin arvostavat ihmisissä, myös tähdissä, piirteitä kuten vaatimattomuus, yritteliäisyys, nöyryys, rehellisyys ja tavallisuus (Niemelä 1999, 54–55). Tällaisia piirteitä on havaittavissa monissa suomalaisissa muusikoissa, myös Ville Valossa. Työntekoa arvostetaan, eikä menestys tule itsestään. Omista saavutuksista ei helposti kehuskella varsinkaan lehtien palstoilla, sillä tähti pelkää, että lukijat saisivat hänestä ylpeän vaikutelman. Tavallisuutta korostetaan, jotta muille ihmisille tulisi sellainen kuva, että artisti onkin ihan samanlainen kuin me kaikki muut. Rehellisyys liittyy ennen kaikkea aitouteen. Ihmiset arvostavat, jos artisti puhuu kiertelemättä esimerkiksi ongelmistaan alkoholin kanssa.

Musiikkiteollisuudessa rocktähdet ovat tuotteita, eli musiikista tuotetaan äänitteitä ja muusikoista tähtiä, kuten Frith muistuttaa. Tähden levyjä ei osteta kuitenkaan pelkästään, koska musiikki on hyvää, vaan levyjä ostetaan myös, koska tähden persoona kiinnostaa. Näin on todennäköisesti Ville Valon ja HIMin tapauksessakin. Frith näkee, että levy-yhtiöt haluavat hyödyntää tähteyden ja musiikin suhdetta ja saada ihmiset ostamaan levyjä, koska levyillä esiintyvät tähdet. Tähdet myös auttavat itse markkinoinnissa: he antavat haastatteluja, jolloin levy-yhtiö säästää markkinointikustannuksissa. Frithin mukaan muusikoiden valta on kasvanut, sillä rockmuusikoilla on mahdollisuus määritellä ehdot, joilla he tekevät musiikkia. (Frith 1988, 141–142.) Näin ei välttämättä ole enää tänä päivänä, ellei rocktähti sitten tee musiikkia oman levy-yhtiönsä kautta.

Boorstin (1962, 204) tuo esille, että ihmiset haluavat ostaa imagoa, kun he ostavat jonkun tuotteen. Tällöin imago on varsinainen tuote. Imagon on siis sovittava yhtyeen esimerkiksi

musiikin kanssa, jotta yhtye olisi uskottava, ja kuluttajat kokisivat saavansa rahoilleen vastinetta. Rockyhtye tuskin olisi kuluttajien mielestä uskottava, jos se poseeraisi kuvissa mustissa vaatteissa, tukka pystyssä ja kajaalit silmissä, mutta kuulostaisi levyllä ja livenä poppyhtyeeltä. Imago ja musiikki kulkevat käsi kädessä, joten imagon kanssa ollaan yleensä tarkkoina. Poikkeuksiakin tosin löytyy, sillä jotkut artistit haluavat tahallaan hämmentää ihmisiä. Esimerkiksi Madonnan imago on vaihtunut vuosien mittaan tiuhaan aina uuden levyn mukaan. Tästä huolimatta yleisö on pysynyt Madonnan vierellä.

Evansin mukaan metaforana tähti luo mielikuvan, millaisesta ihmisestä on kyse. Tähdet ovat ihmisiä, jotka säteilevät taivaalla olevien tähtien tavoin kirkasta ja voimakasta valoa. Puolestaan tähtikuva rakentuu Evansin mukaan pienistä palasista mediassa. Elokuvatähdien tähtikuva rakentuu hänen tyypillisistä rooleistaan, haastatteluista ja juoruista. Tähtikuva ei synny pelkästään esimerkiksi yhden elokuvan perusteella. (Evans 2005, 17–19.) Koska tähteyden rakentumiseen liittyy monta tekijää, ei tähteyttä ole välttämättä helppo hallita. Uskon, että esimerkiksi Valon on vaikea pitää yllä tiettyä imagoa, joten tämän vuoksi hänen imagonsa ei ole tiukasti rajattu.

Siinä missä muitakin tähtiä myös rocktähtiä arvostetaan valitettavasti monesti enemmän kuolleina kuin elävinä. Esimerkkejä tästä ovat muun muassa The Doors -yhtyeen keulahahmo Jim Morrison ja Nirvana-yhtyeen keulakuva Kurt Cobain. Rocktähti on ikään kuin Jeesus, joka lopulta kuolee jotta muut, tässä tapauksessa fanit, saisivat ikuisen elämän. Nuorina kuolleet rocktähdet säilyvät näin ollen ikuisesti nuorina fanien silmissä. (Oksanen 2002, 32.) Pääteet ovat liittyneet tavalla tai toisella monen rokkarin kuolemaan. Esimerkiksi Sex Pistols -yhtyeen basisti Sid Vicious oli kuollessaan vasta 22-vuotias. Hän otti yliannostuksen heroiniin ja kuoli nukkuessaan. (Whiteley 2005, 154–156.)

27 vuoden ikää on pidetty kriittisenä rajapyykkinä rokkareiden kohdalla, sillä Nirvana-yhtyeen Kurt Cobainin tapaan myös esimerkiksi Jim Morrison ja naisrokkari Janis Joplin eivät nähneet 27-vuotissyntymäpäiväänsä. Valo on kuitenkin selvinnyt tuosta 27 vuoden iän kirouksesta. Oksanen vertaa rocktähteä myös antiikin Orfeukseen. Rocktähti hallitsee soittotaidollaan jopa kuoleman voimia, kun taas Orfeus pystyi lumoamaan lyyrallaan esimerkiksi eläimiä ja ihmisiä, mutta lopulta inhimillinen puoli tuli esille ja hän tekee kohtalokkaan virheen ja menettää vaimonsa. Virheitä saattaa tapahtua myös rocktähdille: rocktähdet saavat faninsa hallintaansa, mutta sortuvat myös paheisiin ja virheisiin ja saattavat

näiden seurauksena menettää faninsa ja samalla koko tähtistatuksensa. (Oksanen 2002, 44.)

## 2.6 Tähteys tiivistettynä

Tähdet, kuten oma tutkimuskohteeni Ville Valo, kiinnostavat, koska heistä hohtaa tietynlaista kirkasta valoa, mutta samalla tähdet myös tarjoavat ihmisille mahdollisuuden pakoon todellisuudesta (Evans & Hesmondhalgh 2005, 150). Ellisin määrittely tähdistä soveltuu hyvin käytettäväksi niin elokuvatähtien kuin Valon tutkimiseen. Ellisin (1992, 91) mukaan tähti on yhtä aikaa tavallinen ja epätavallinen, saatavilla oleva ja saavuttamaton. Pidän todennäköisenä, että Valon tähtikuvasta löytyy ainakin toinen edellä mainituista vastakohtapareista. Tähteyteen vahvasti sidoksissa on myös aitous. Fanit saattavat uskoa tähtien olevan täysin samanlaisia lehtien sivuilla kuin oikeassa elämässä. Tähdet voivat olla myös hyvin arvaamattomia. (Nikunen 2005, 160, 164 & 272.) Epäilemättä myös Valon tähtikuvaan kuuluu niin tietynlaista aitoutta kuin myös arvaamattomuutta. Ellisin (1992, 93) mukaan tähtikuvat sisältävät myös monia ulottuvuuksia, joten näin ollen ne ovat hajanaisia. Mäkelä (2004, 236) näkee, että musiikkimaailmassa keskiössä on tähti ja hänen julkiset tekonsa, mutta samalla tähtikuvaan vaikuttaa myös musiikkiteollisuus, yleisö ja media. Ellisin ja Mäkelän näkemysten perusteella, en aio edes yrittää löytää yhtä ainoaa puolta Valon tähtikuvasta.

Kiistalan (2002, 32) mukaan rocktähteyteen kuuluu neljä oppositioita: maskuliinisuus vs. feminiinisyys, elämä vs. kuolema, tavallisuus vs. poikkeuksellisuus ja aitous vs. tähteys. Aion tarkastella, löytyvätkö nämä oppositiot tutkimusaineistostani. Koska Valon kohdalla kyse on rocktähteydestä, oletan, että Valon tähtikuvaan liittyy myös ulkonäkö ja karisma, jotka liitetään usein vahvasti juuri rocktähteyteen. Rocktähteyteen kytkeytyy usein myös tietynlainen vaarallisuus ja (itse)tuhoisuus (Whiteley 2005, 161). Jo pelkästään Valon tekemä musiikki pitää sisällään vaarallisuuden ja itsetuhoisuuden yhdistelmän, joten on suuri todennäköisyys, että myös aineistosta löytyy nämä rocktähteyttä tukevat piirteet. Myös katuuskottavuus on tärkeässä roolissa rocktähteydessä (Kostiainen & Takalo 2004, 33). Ainakin ulkoisesti Valosta huokuu katu-uskottavuutta, mutta nähtäväksi jää, mitä musiikkilehtien jutut kertovat.



## 2.7 Julkisuuskuva tutkimuskohteena

Rockmuusikoita löytyy Suomesta pilvin pimein, mutta kiinnostus suomalaisiin rockmuusikoihin tutkimusmielessä ei ole ollut ikinä suurta. Hanoi Rocks -yhtyeen kitaristi Andy McCoy päätyi Riitta Taulavuoren tutkielmaan 1993. Tutkielmassaan Taulavuori analysoi, miten suomalaiset iltapäivälehdet, Iltalehti ja Ilta-Sanomat, kirjoittivat Andy McCoysta vuosina 1981–1992. Tutkielmansa lähtöajatuksena Taulavuori piti, että Andy McCoy esitettäisiin jutuissa sen perusteella, millaisia käsityksiä toimittajalla on McCoysta ja ylipäänsä rocktähteydestä. Taulavuori tuli tutkielmassaan siihen tulokseen, että McCoyta ei esitetty jutuissa sensationaalisesti, vaikka kyseessä olivat iltapäivälehdet. Sen sijaan McCoy ilmensi jutuissa stereotyyppistä näkemystä rocktähdistä. (Taulavuori 1993, 26 & 111.)

Oma tutkimuskohteeni Ville Valo on kiinnostanut myös muita tutkijoita. Ensimmäinen Valon ympärille rakennettu pro gradu -tutkielma ilmestyi vuonna 2002. Lasse Kiistala ei tosin keskittynyt Valo-ilmion äärellä -tutkielmassaan niinkään Valoon, vaan HIM-yhtyeen naisfanien suhtautumiseen Valon imagoon. Tutkielmansa taustaksi Kiistala oli analysoinut Ville Valoa ja HIMiä käsitteleviä vuonna 2000 ilmestyneitä lehtijuttuja diskurssianalyysin avulla. Diskursseja hän löysi viisi. Diskurssit olivat kuvadiskurssi, tavallisuuskurssi, työdiskurssi, provokaatiodiskurssi ja tähtidiskurssi.

Kuvadiskurssi keskittyy HIMin Razorblade Romance -levyn kansikuvaan, josta Kiistala löytää useita kerrostumia. Kiistalan mukaan kuva on paitsi monikerroksinen, myös monitulkintainen. Kiistalan mukaan Valo näyttää kuvassa muun muassa ”kuin varhaisteini-ikäiselle tytölle myytävältä rocktähtinukelta” (Kiistala 2002, 51). Tavallisuuskurssissa Valosta luodaan kuvaa täysin tavallisena ihmisenä. Tavallisuuskurssi ei kuitenkaan poista tähteyttä, sillä tavallisuus ja tähteyks esitetään samassa diskurssissa. (emt., 53–56.) Työdiskurssissa korostuu Valon tapa luoda itsestään kuvaa ahkerana työntekijänä ja nöyränä ihmisenä, ei suinkaan rocktähtenä (emt., 57). Provokaatiodiskurssi sen sijaan korostaa Valon rocktähteyttä Valon päihteidenkäytön ja rankan elämäntavan kautta (emt. 60). Tähtidiskurssi kuuluu Kiistalan mukaan toimittajille, sillä toimittajat ovat tukeneet Valon matkaa tähdeksi muun muassa korostamalla Valon karismaa ja vertaamalla Valoa muihin menestyneisiin rocktähtiin (emt., 63). Löytämiään diskursseja Kiistala käytti tutkimuksessaan avuksi fanien

haastatteluissa, joissa fanit saivat kertoa tuntemuksiaan diskursseja kuvaavien tekstikatkelmien ja Razorblade Romance -kansikuvan avulla. Fanit olivat Kiistalan mukaan kriittisempiä Valoa kohtaan, kuin Kiistala oli olettanut. Yhtäältä fanit muun muassa epäilivät Valon rehellisyyttä. Toisaalta fanit kuitenkin ottivat esimerkiksi Valoon liitetyn tavallisuuskurssin hyvin vastaan. (emt., 86–87.)

Irina Vähäsarjan vuonna 2007 Tampereen yliopiston tiedotusopin laitokselle tekemä pro gradu -tutkielma Välähdyksiä Valosta on selvästi eniten lähellä omaa tutkimustani. Vähäsarjan tutkimuksen tavoitteena oli tarkastella Valosta muodostunutta kuvaa, joka on välittynyt aikakauslehtien ja sanomalehtien liitteiden kautta suurelle yleisölle vuosina 1998–2004. Vähäsarja on rajannut aineistonsa ulkopuolelle musiikki- ja nuortenlehdet. Tutkielmassaan Vähäsarja on tarkastellut sekä Valosta kirjoitettuja tekstejä että kuvia yhteensä 27 henkilöjutusta. Vähäsarja tarkasteli aihettaan sen perusteella, millaisin diskurssein Valosta puhutaan jutuissa ja millaista rocktähteyttä hän edustaa, miten Valo ja HIM esitetään suomalaisen populaarimusiikin kansainvälisen menestyksen edustajina, miten Valoa ja suomalaisen musiikin menestystä esitetään juttujen kuvissa ja millaisia jutut ovat mediaesityksinä ja journalistisina tuotteina. (Vähäsarja 2007, 124.)

Tutkimustyönsä tuloksena Vähäsarja kaivoi esille kaksi vahvaa diskurssia: Valo on erikoinen, mutta myös tavallinen. Nämä diskurssit Vähäsarja on jakanut edelleen aladiskursseiksi. Erikoisuusdiskurssiin kytkeytyivät diskurssit: täydellinen rocktähti, autenttinen taiteilijaboheemi, syntynyt tähdeksi ja kansainvälisten lavojen tähti. Tavallisuuskurssin aladiskursseiksi muodostuivat diskurssit: vaatimaton viihdyttäjä, laskelmoiva bisnesmies, aivan kuin kuka tahansa ja suomalainen duunari. Tutkimuksensa keskeisimpänä havaintona Vähäsarja piti, että Valosta luodaan hyvin ristiriitaista kuvaa. Ristiriidat löytyvät aladiskursseista: täydellinen rocktähti vs. vaatimaton viihdyttäjä, autenttinen taiteilijaboheemi vs. laskelmoiva bisnesmies, syntynyt tähdeksi vs. aivan kuin kuka tahansa ja kansainvälisten lavojen tähti vs. suomalainen duunari. (Vähäsarja 2007, 125.)

HIMin kansainvälinen menestys esitetään Vähäsarjan mukaan jutuissa ainutlaatuisena ja historiallisena asiana. Yhtyeen musiikki liitetään suomalaisuuteen, vaikka musiikki on englanninkielistä ja kuulostaa näin ollen kansainväliseltä. Vähäsarjan mukaan jutuissa HIM ja

Suomi yhdistetään toisiinsa toisiaan tarvitsevinä, mutta ennen kaikkea jutuista jää kuva, että HIM on merkittävä nimenomaan Suomelle. (Vähäsarja 2007, 125.) Valokuvissa Valo esitetään Vähäsarjan mukaan rocktähtenä, eikä Valon tavallisuudesta tai siitä, millainen hän on oikeassa elämässä näy jälkeäkään (emt., 125). Vähäsarjan mukaan jutuista käy ilmi, että ne ovat suunnattu yleisölle, joka ei tiedä rockmaailmasta paljonkaan. Jutuista tulee myös esille, että Valolla ja haastattelijoilla on keskenään jonkinlainen suhde, josta molemmat osapuolet hyötyvät. Tästä huolimatta lopullinen valta näyttäisi olevan Vähäsarjan tutkimuksen mukaan medialla, ei Valolla. (emt., 126.)

McCoy ja Valon lisäksi suomalaisten muusikoiden julkisuuskuvaa on tutkittu jonkin verran. Elina Niemelä tutki vuonna 1999 ilmestyneessä pro gradu -tutkielmassaan iskelmälaulaja Jari Sillanpäästä populaarikulttuurisena ilmiönä. Tutkielmaansa varten hän haastatteli Sillanpään faneja, joiden havaintojen perusteella hän rakensi kuvan Sillanpäästä. Puolestaan Marko Aho on tutkinut vuonna 2003 ilmestyneessä väitöskirjassaan edesmenneitä suomalaisia iskelmätähtiä, kuten Rauli Badding Somerjokea ja Olavi Virtaa. Aho kritisoi, että tähtitutkimus on kohdistunut usein tekijöidensä omiin suosikkeihin. Hänen mukaansa tutkimukset ovat enemmän tähtien erinomaisuutta todistelevia kuin itse tähtimyyttä selvittäviä (Aho 2003, 40). Olen Ahon kanssa eri mieltä. Mielestäni se, että tekee tutkimuksen omasta suosikistaan on tärkeää jo siinäkin mielessä, että olisi jokseenkin kummallista tutkia jotain, joka ei kiinnosta.

Vuonna 2010 ilmestynyt Aino Maria Holman pro gradu -tutkielma Katri Helenasta käsitteli Katri Helenan julkisuuskuvaa vuosina 1964–1974. Tutkielmassaan Holma analysoi Katri Helenasta kertovia lehtiartikkeleita. Analyysin tuloksena Holma havaitsi, että Katri Helena esitettiin tähti-ilmiölle tyypillisesti sekä tavallisena että erilaisena. Holma muistuttaa, että hänen tutkimuksensa kohde ei ollut itse Katri Helena, vaan Katri Helenaa käsittelevä puhe. Tämän avulla Holma on tehnyt päätelmiä siitä, millainen iskelmälaulaja Katri Helena on. (Holma 2010, 3.) Holman mukaan teksti rakentaa todellisuutta, joten Katri Helenan julkisuuskuva on todellinen, vaikkakaan se ei välttämättä ole todenmukainen sen suhteen, mitä kaikkea julkisuuskuva paljastaa Katri Helenasta (emt., 2). Suhtaudun omaan tutkimuskohteeseeni Ville Valoon samalla lailla. En voi tarkastella sitä, millainen Valo todella on, mutta voin tarkastella sitä, millainen kuva Valosta rakentuu lehtitekstien perusteella.

Suomalaisten muusikoiden lisäksi Suomen rajojen sisäpuolella on tehty tutkielmia myös ulkomaisista muusikoista. Taina Viitamäen vuonna 2000 ilmestynyt pro gradu -tutkielma valottaa The Smiths -yhtyeestä tutuksi tulleen Steven Morrissey'n julkisuuskuva. Tutkielmaansa varten Viitamäki on analysoinut lehtihaastatteluja brittiläisistä ja amerikkalaisista musiikkilehdistä vuosilta 1983–1999. Viitamäki ei keskity niinkään toimittajan näkemyksiin, vaan Morrissey'n omaan puheeseen haastatteluissa. Puolestaan Stig Söderholm (1990) on tutkinut The Doors -yhtyeen edesmenneeseen laulajaan Jim Morrisoniin liitettyä kulttia. Janne Mäkelää (2004) on kiinnostanut John Lennonin tähtikuvan tutkiminen.

## 3 MUSIIKKI JOURNALISMIN INNOITTAJANA

### 3.1 Musiikkijournalismista

Musiikkimaailmassakin lehdistöllä on oma merkityksensä. The Smiths -yhtyeestä tutun poptähden Steven Morrissey'n julkisuuskuvaan tutkinut Viitamäki (2000, 2–3) näkee, että lehdistö on ollut yksi tärkeimmistä populaarimusiikin markkinointiväylyistä. Koska tutkimukseni käsittelee ainoastaan yhtä lehdistön osa-aluetta, musiikkilehdistöä, on tärkeää selvittää, mitä musiikkijournalismi oikeastaan tarkoittaa.

Musiikkijournalismi on journalismia siinä missä mikä tahansa muu journalismin laji. Kunelius (2003, 21) määrittelee journalismin olevan ajankohtaista ja faktapohjaista joukkoviestintää. Tämä määritelmä pätee myös musiikkijournalismiin. Vaikka määrittely on selkeä, ei se yksistään riitä selittämään musiikkijournalismi-käsitettä, sillä musiikkijournalismi on nimenomaan musiikkimaailmaa koskevaa journalistista tiedonvälitystä. Musiikkijournalismi on eri medioissa tapahtuvaa musiikkia käsittelevää erikoisjournalismia. Tämä tarkoittaa, että musiikkijournalismilla on pyrkimys tarjolla kiinnostavassa muodossa olevaa musiikkia käsittelevää informaatiota laajalle, rajaamattomalle yleisölle. Musiikkijournalismin ensisijainen tehtävä on antaa yleisölle tietoja ja hyvin perusteltuja mielipiteitä, mutta tämän lisäksi musiikkijournalismi pureutuu myös musiikkielämään. Musiikkijournalismin tehtäviä ovat muun muassa ihmisen musiikkimaun muokkaaminen ja ihmisten huomion ohjaaminen maassa harjoitettavan musiikkipolitiikan epäkohtiin. (Lehtiranta 1993, 10 & 12.)

Musiikkijournalismia saatetaan kutsua välillä termillä musiikkikritiikki, vaikka musiikkijournalismi pitää sisällään paljon muutakin kuin musiikkikritiikkiin olennaisesti kuuluvia arvioita. Itse näen musiikkikritiikin yhtenä osana musiikkijournalismia, en synonyymina käsitteelle musiikkijournalismi. Pietarinen (1993, 153) kirjoittaa, että musiikkijournalismi on paitsi tietoa välittävää myös arvioivaa. Tavallinen journalismi puolestaan ei perustu niin voimakkaasti omakohtaisille kokemuksille kuin musiikkijournalismi. Tosin, vaikka musiikkijournalismissa on mukana paljon arvioita, liittyy musiikkijournalismiin myös esimerkiksi muusikoiden henkilöhaastatteluja, uutisia,

kiertuepäiväkirjamaisia juttuja ja niin edelleen. Musiikkijournalismin henkilöhaastatteluista on havaittavissa samankaltaisia piirteitä kuin mistä tahansa henkilöhaastatteluista. Monia muusikoita halutaan esittää haastatteluissa niin sanotusti tavallisina ihmisinä, jolloin haastatteluissa keskitytään enemmän artistipersoonan takana olevaan ihmiseen kuin itse musiikkiin. Todennäköisesti artisti puhuisi paljon mieluummin musiikistaan kuin henkilökohtaisesta elämästään. Koska monia ihmisiä kiinnostavat myös täysin musiikin ulkopuoliset asiat, pelkästään musiikista puhuminen onnistuu harvoin edes musiikkilehdessä, varsinkaan nykypäivänä, sillä musiikkilehdet ovat selvästi ottaneet vaikutteita naisten- ja iltapäivälehtien tavoista tehdä henkilöhaastatteluita.

Musiikkijournalismia on karkeasti arvioituna neljää eri lajia: päivittäin tai viikoittain ilmestyvien sanoma- tai aikakauslehtien musiikkikirjoitukset, musiikkiteollisuuden omat sisäiset lehdet, fanien toimittamat lehdet ja musiikin erikoislehdet (Laing 2006, 333, Mattlarin 2008, 6 mukaan). Musiikin erikoislehdet, kuten rocklehdet, tavoittelevat toisistaan eroavia yleisöjä ja erikoistuvat usein yhteen tai useampaan eri musiikkilajiin (Ruuska 2006, 18). Yksi musiikkijournalismin haasteista on edelleen, että musiikki on taiteenlaji siinä missä esimerkiksi maalaus. Taide on ennen kaikkea laadullinen ilmiö, jonka perimmäistä olemusta ei voi selvittää. Koska myös musiikki on tietyllä tapaa taidetta, eikä sen perimmäistä olemusta voi näin ollen selvittää, voi myös musiikin arvioiminen olla haasteellista. (Lehtiranta 1993, 14.) Musiikkijournalismi pyrkii objektiivisuuteen, mutta todellisuudessa myös sitä ohjailevat niin vallitsevat yhteiskunnalliset liikkeet kuin ideologiat (Ruuska 2006, 18). Musiikkijournalismi näyttääkin olevan selvästi lähempänä subjektiivisuutta kuin objektiivisuutta.

Musiikkimedioihin uutiseksi tai haastattelun aiheeksi riittää monesti, että artisti on tehnyt levyn. Näin ei kuitenkaan ole välttämättä muiden medioiden kohdalla. Luonnollisesti tämän takia moni artisti pitää enemmän musiikkilehtien haastatteluista, joiden toteutumiseksi ei, välttämättä, vaadita, että jotain mullistavaa on tapahtunut. Levyn ilmestyminen riittää ainakin isommilla bändeillä ja artisteilla haastatteluun pääsemiseksi. On kuitenkin totta, että kaikenlainen julkisuus, mutta erityisesti musiikkilehtien kautta saatu julkisuus, palvelee artistia ja on ilmaista mainosta. (Kostiainen & Takalo 2004, 118.) Hurri, joka tutki sanomalehtien kulttuuriosastojen rakennetta vuosina 1945–1985, havaitsi tutkimuksessaan, että musiikki sai suhteellisen paljon tilaa myös sanomalehtien palstoilla. Musiikki oli suosituin taiteenlaji kulttuuriosastoilla. On kuitenkin huomattava, että kulttuuriosastojen

musiikkijutuista 87 prosenttia käsitteli klassista musiikkia, ei esimerkiksi pop- tai rockmusiikkia. Populaarimusiikkia käsitteli seitsemän prosenttia kulttuuriosastojen musiikkijutuista. (1993, 74–75.)

Erään näkemyksen mukaan musiikkijournalismi on syntynyt 1700-luvulla saksalaisissa aikakauslehdissä olleista musiikkiarvosteluista. Suomessa ammattimaisia musiikkikriitikoita tavattiin vasta 1850-luvulla. Esimerkiksi 1950-luvulla Suomessa kirjoitettiin lähinnä jazz- ja swing-musiikista. Ensimmäisiä poplehtiä olivat 1960 julkaisunsa aloittanut Iskelmä ja vuotta myöhemmin ilmestynyt, Suosikiksi nimensä myöhemmin vaihtanut Musiikki-Viesti. (Oesch 1989, 42–44.) Äänitteiden myynti kohosi 1970-luvun aikana ja jatkoi nousuaan edelleen (Suomen jazz- ja poparkisto 2008). Erityisesti populaarimusiikki voi hyvin, mikä sai suomalaislehdistön kiinnostumaan entistä enemmän populaarimusiikista 1980-luvulla (Hurri 1993, 75). Tällä hetkellä puhtaasti musiikkilehtiä Suomessa ovat Rytmii, Soundi, Rumba, Inferno ja Sue. Edesmenneitä lehtiä ovat puolestaan esimerkiksi Musiikki-Viesti ja Ajan Sävel (Oesch 1989, 42).

Vuonna 1992 toteutetun kyselyn mukaan musiikkijournalismin kriteereihin kuuluivat luotettavuus, luettavuus tai kuunneltavuus tai katseltavuus, musiikillinen kompetenssi, informatiivisuus ja lahjomattomuus. (Lehtiranta 1993, 13.) Asiat ovat muuttuneet 20 vuodessa, sillä mielestäni nykypäivän musiikkijournalismista ei tule mieleen luotettavuus, musiikillinen kompetenssi tai lahjomattomuus. Itsekin musiikkitoimittajan töitä tekevä Janne Flinkkilä (2009) kritisoi Journalistissa julkaistussa artikkelissaan suomalaisen musiikkijournalismin tilaa. Flinkkilän mukaan suomalainen musiikkijournalismi on nykyään ponnetonta, koska jopa aidosti värikkäistä persoonista tehdään tylsiä, samaa kaavaa toistavia juttuja. Flinkkilä kritikoit myös, että musiikkilehtien haastattelut keskittyvät liikaa esimerkiksi artistin uuden levyn mainostamiseen. Flinkkilän mielestä musiikkitoimittajan tulisi haastaa artistia enemmän, eikä mennä sieltä, mistä aita on matalin. Hän näkee epäkohdan myös musiikkitoimittajien tavassa totella levy-yhtiöitä. ”Haastattelut tehdään kiltisti sinä ajankohtana, siitä kulmasta ja jopa siinä sävyssä kuin artisti ja hänen pr-työläisensä vaativat”, Flinkkilä toteaa. Kaiken kaikkiaan allekirjoitan lähestulkoon kaikki Flinkkilän ajatukset. Yksi tärkeimmistä syistä, miksi halusin lähteä tutkimaan Valon tähtikuvan rakentumista suomalaisissa musiikkilehdissä oli nimittäin tekemäni havainto, että musiikkijournalismista on tullut kaverijournalismia.

Legendaarinen musiikkitoimittaja Jukka Haarma (2009) on samoilla linjoilla Flinkkilän (2009) kanssa. Hän kyselee Journalistissa julkaistussa kolumnissaan, millaista suomalainen populaarimusiikkijournalismi olisi, jos sitä ei tehtäisi rockin ehdoilla. Hän tulee siihen tulokseen, että ainakin se olisi muun muassa rajoja rikkovaa ja haastavaa. Himmelän (2010, 13) haastattelema Rytmilehden päätoimittaja Heta Hyttinen on puolestaan vastakkaista mieltä suomalaisen musiikkijournalismin tasosta. Hyttinen esimerkiksi pitää muusikoiden ja musiikkitoimittajien läheisiä välejä ainoastaan hyvänä asiana. Hän ei myöskään usko, että suomalaiset toimittajat tekevät juttuja, jotka perustuvat liikaa ihailulle. Itse epäilen väitteen paikkansapitävyyttä, sillä monista musiikkilehtien jutuista näkee suoraan, ettei toimittaja ole halunnut astua haastattelun varpaille, vaan jutusta on tehty jopa liian kiltti ja positiivinen.

Oesch (1989, 33–34) esittää, että toimittajat työskentelevät levy-yhtiöiden, muusikoiden, lukijoiden ja lehtiyleisön ympäröiminä. Oeschin mielestä vahvin vuorovaikutus on lehden ja yleisön välillä, kun taas toimittajan rooli muusikoiden ja lukijoiden välissä on yleensä vain tietoa välittävä. Musiikkijournalistit ovat artistien ja fanien välissä, joten musiikkijournalistien mielipiteet ja kirjoitukset vaikuttavat, millainen kuva artistista jää. Vaikka erityisesti levyarvosteluissa on mukana myös kriittisyyttä, on fakta, että musiikkijournalistit ovat riippuvaisia levy-yhtiöistä materiaalin suhteen. Toisaalta artisti on riippuvainen niin levy-yhtiöistä kuin mediasta. Jos artisti haluaa menestyä, tulee hänen osata toimia median kanssa.

Miten muusikot sitten pääsevät vaikuttamaan musiikkilehtien juttujen välityksellä? Ainakin niin, että muusikoille annetaan monesti mahdollisuus kertoa vaikkapa tulevasta levystään ja täten mainostaa omaa tuotostaan. Ahokkaan ym. (2004, 123) esittämä väite, että artisti ei mene haastatteluun kertoakseen, mitä toimittaja tahtoo kuulla, vaan puskeakseen läpi omaa sanomaansa yleisölleen, on mielestäni osuva. Esimerkiksi juuri Ville Valon tapauksessa on täysin selvää, että Valo puhuu asioista, joista hän haluaa, ja toimittaja on monesti enemmän kuunteluoppilaana. Esimerkiksi puolestaan popartisti Steven Morrissey on Viitamäen mukaan poiminut tietoisesti osasia pophistoriasta tähtikuvaansa ja tuonut haastatteluissa julki kärkeviä mielipiteitään, jotka ovat synnyttäneet kohuja. Morrissey on myös viitannut haastatteluihin, joissa hän kokee tulleensa väärin tulkituksi. (Viitamäki 2000, 2–4.)

Haastattelutekstejä luettaessa onkin hyvä kiinnittää huomiota paitsi artistin sanomisiin myös, millaisia kysymyksiä toimittaja on mahdollisesti kysynyt, ja miten toimittaja itse ottaa osaa artistikuvan luomiseen juttunsa välityksellä. Vaikka muusikoilla voi olla tietyissä tilanteissa



valtaa, on toimittajalla periaatteessa useimmiten enemmän valtaa, sillä toimittaja valitsee jutulle näkökulman ja nostaa esille haastattelun aikana esille nousseita asioita. (Ikävalko & Uimonen 1996, 197 & 208.) Näin ollen toimittaja on ainakin näennäisesti muusikkoa voimakkaampi.

## 3.2 Rockjournalismista

Rockjournalismi ansaitsee oman alalukunsa, sillä kuten rocktähteyks myös rockjournalismi on oma lajinsa. Ora ja Saarelainen (1993, 18) määrittelevät, että rockjournalismi tarkoittaa journalismia, joka käsittelee rockia ja kaikkia siihen kuuluvia ilmiöitä. Itse lisään määrittelyyn, että rockjournalismi on musiikkijournalismin laji, joka käsittelee pääsääntöisesti rockia, mutta tarvittaessa myös muita musiikkigenrejä. Vaikka rockjournalismissa käsitellään monesti artisteja, joilta on tulossa levy tai jotka ovat lähtemässä kiertueelle, ei voida sanoa, että rockjournalismi olisi ainoa journalismin laji, joka toimisi tiettyihin tapahtumiin nojautuen.

Kuten Ora ja Saarelainen (1993, 19) kirjoittavat, rockjournalisti on varmasti rockbisneksen otteessa, mutta yhtä lailla kaikki journalistit ovat riippuvaisia jostakin lähteestä. Siinä missä rocktoimittajat tuntevat muusikoita, tuntevat esimerkiksi urheilutoimittajat urheilijoita. Monesti rocktoimittajilla on myös tietyt yhtyeet tai ainakin tietty rockmusiikin alakenttä, jota he seuraavat tiiviimmin (emt., 20). Tämäkään ei ole poikkeavaa muuhun journalismiin verrattuna, sillä esimerkiksi monessa naistenlehdessä on erikseen niin ruoka-, muoti-, kuin kauneustoimittajat.

Rockjournalismin alkutaival liittyy niin sanotun vaihtoehtolehdistön syntymiseen 1960-luvun Yhdysvalloissa. Aluksi rockfanit pitivät itse huolen, että rockista kirjoitettiin tekemällä omia rockaiheisia julkaisuja, fanzineja. Ensimmäinen rockfanzine oli nimeltään *Crawdaddy: The Magazine of Rock*, joka julkaistiin vuonna 1966. Vähitellen myös isot lehtitalot heräsivät ja tulivat rockjournalismiin mukaan. Yhdysvaltalaiset lehdet, kuten *Rolling Stone*, olivat aikansa merkittävimpiä rocklehtiä, prozineja. *Rolling Stone* näki päivänvalon 1967. (Oesch 1989, 38–39.) *Rolling Stone* on edelleen voimissaan ja yksi arvostetuimmista rocklehdistä tänä päivänä.

Rockjournalismi saapui Yhdysvalloista Englantiin viiveellä, vaikka musiikkilehtiä olikin ollut

Englannissa jo 1920-luvulta lähtien. Jazz- ja tanssimusiikkiin keskittynyt brittiläinen Melody Maker perustettiin vuonna 1926, ja puolestaan New Musical Express (NME) vuonna 1952. Kumpikaan lehdistä ei tosin ollut liiemmin kiinnostunut rockmusiikista. 1960-luvun loppupuolella vaihtoehtolehdistö alkoi vaikuttaa myös Englannissa. NME:stä tuli ensimmäinen rockia arvostava prozine kuitenkin vasta vuonna 1976. (Frith 1983, 166–172.) NME:tä julkaistaan edelleen. 1980-luvun alussa Britteihin syntyi myös metallimusiikkiin keskittyviä lehtiä, kuten Kerrang! ja Metal Hammer. Tänä päivänä rockiin keskittyviä julkaisuja on huomattavasti enemmän kuin esimerkiksi 1970-luvulla. Rolling Stone, NME ja Kerrang! pitävät edelleen pintansa, mutta näiden lisäksi tärkeitä rocklehtiä ovat muun muassa brittiläiset Classic Rock ja Q Magazine. Raskaampaan rockiin ja metalliin keskittyvät puolestaan esimerkiksi saksalainen Rock Hard ja amerikkalainen Revolver.

Ora ja Saarelainen (1993, 21) väittävät, että unelma riippumattomasta toimittajasta ei toteudu rockjournalismissa. Mielestäni tuo unelma ei toteudu täysin millään journalismin kentällä. Jos rocktoimittaja on hyvissä väleissä jonkun muusikon kanssa, on luonnollista, että toimittaja ei välttämättä halua kirjoittaa muusikosta negatiivisesti. Toisaalta, jos epäilee omaa puolueettomuuttaan, juttu on useimmiten mahdollisuus antaa eteenpäin jollekin toiselle toimittajalle. Olen kuitenkin samaa mieltä Oran ja Saarelaisen kanssa, että rocktoimittajan ammatissa musiikkiharrastus ja työ sekoittuvat helposti (emt., 22). Yksi asia on selvä: rocklehdillä on varmasti osuutensa, että joku artisti saa suosiota, mutta artistista tekee viime kädessä suosituksen kuuntelevat ihmiset (Negus 1992, 153), jotka myös ostavat artistin musiikkia ja muita oheistuotteita.

Rocklehdissä tilaa on ainakin uutisille, haastatteluille, levy- ja keikka-arvosteluille, mutta monesti myös muullekin materiaalille, kuten vaikkapa jutuille, joissa artistit kertovat omista suosikkilevyistään. Negusin (1992, 120) mielestä artistihaastattelut, jotka julkaistaan usein artistin uuden levyn ilmestyttyä, ovat ääniteollisuuden näkökulmasta rocklehden tärkeintä materiaalia. Henkilökohtaisesti ajattelen asian olevan ainoastaan osittain näin. Luulen, että myös rocklehtien arvioilla on suuri, ehkä jopa suurempi, merkitys lukijoille. Frithin (1988, 186) mukaan rocklehdistö voi olla mielipidejohtaja olemalla kuluttajaopas aikuisille tai sitten teini-ikäisille. Internetin tulon myötä asia ei todennäköisesti ole enää näin. Ora ja Saarelaisen (1993, 15) mukaan niin sanottua rockjournalismia ei liiemmin arvosteta. Mielestäni tällä hetkellä rocktoimittajat eivät ole yhtään huonommassa asemassa arvostuksensa suhteen kuin muutkaan toimittajat. Yhdyn osittain Ora ja Saarelaisen määrittelyyn, että rocklehti on

avarakatseisempi kuin poplehti (emt., 16). On totta, että rocklehdissä näkyy ainakin välillä myös muiden musiikkigenrejen edustajia, mutta mielestäni poplehtien sivuilla vilahtelee rokkareita suhteessa jopa enemmän. Sen sijaan raskaamman musiikin edustajille poplehtiin ja niin sanottuihin teinilehtiin pääsy on kuitenkin vielä suhteellisen harvinaista.

Rockmusiikki ei saa osakseen kovin paljon huomiota tavallisissa sanomalehdissä (Ora & Saarelainen 1993, 14), mutta mielestäni rockmusiikin asema on sentään parantunut viime vuosikymmeninä. Ainakin isot suomalaiset rockbändit huomioidaan suhteellisen hyvin jopa maakuntalehtien palstoilla. Luonnollisesti eniten tilaa rockbändeille annetaan kuitenkin rocklehdissä, jotka ovat tärkeimpiä lehtiä rockmuusikoille. Heikkilän ja Mikkolan (1992, 41) mukaan alun perin rock otettiin mukaan antamaan kiinnostavaa sisältöä myös sellaisiin uutisvälineisiin, jotka eivät olleet pelkästään rockiin keskittyneitä. Nykyään jotkut rokkarit kelpaavat naistenlehtiin, iltapäivälehtiin ja jopa talouslehtiin.

Kaskinen (1989, 42) on kuitenkin oikeassa sanoessaan, että musiikko on rocklehdistölle tärkein, joten rocklehdet keskittyvät tänäkin päivänä artistihaastatteluihin, eivät, miten paljon joku bändi on esimerkiksi takonut rahaa. Esimerkiksi iltapäivä- ja talouslehdet lehdet nostavat esille, jos joku yhtye tai artisti on menestynyt erityisen hyvin tai huonosti taloudellisesti. Rocklehdet kuitenkin näyttävät haluavan olla niin sanotusti musiikin asialla, vaikka ovatkin menneet selvästi menneet enemmän henkilökeskeisen journalismin suuntaan, jossa artistin parisuhdeasiat ja alkoholinkäyttö kuuluvat yhä useammin haastattelun aikana käsiteltäviin asioihin. Mielestäni Kaskinen (emt., 137) on oikeassa myös, että rocktiedottaja tai -kriitikko on rockfani, joka on vain tehnyt harrastuksestaan työn. Tämä ei ota pois rockin parissa työskentelevän ammattitaitoa.

### **3.3 Suomi, rock ja rockjournalismi**

Rockmusiikilla on pitkä historia, mutta suomalaisessa yhteiskunnassa rockmusiikin voidaan sanoa olleen hengissä vasta 1950-luvun puolivälistä lähtien (Söderholm 1987, 13–14). Rockmusiikki tuli jäädäkseen suomalaiseen musiikkimaailmaan 1960-luvun loppuun mennessä. Alussa rockin asema ei kuitenkaan ollut kadehdittava. 1970-luvun alussa Love Records -levy-yhtiö antoi kuitenkin enemmän vapauksia artisteille, jonka myötä syntyi myös omaleimaisempaa rockia. Rauli Badding Somerjoki oli yksi rockin avulla pinnalle nousseista

nimistä. (Aho 2003, 12.)

Rockmusiikin ympärille rakentunut rockkulttuuri ei ole koskaan ollut yhtenäinen, sillä sitä muovaamassa ovat olleet paitsi eri rockmusiikin suuntauksat myös esimerkiksi lehdistö. Rock yhdistettiin jo alun perin vahvasti nuorisoon, joka johti siihen, että rockmusiikkia pidettiin niin sanottuna nuorisomusiikkina aina 1980-luvulle saakka. 1980-luvulla rockmusiikki alkoi kiehtoa myös varttuneempaa väestöä. (Söderholm 1987, 13–14.) Nykyäänkin rock tuntuu olevan niin nuorten kuin vanhempien musiikkia. Innokkaimmat fanit löytyvät monesti nuorista, kun taas vanhemmat rockfanit tyytyvät rauhallisempaan tykkäilyyn. Poikkeuksia löytyy, mutta usein omistautuneimmat fanit ovat juuri nuoria, olipa kyse musiikista tai vaikka suositusta Harry Potter -kirjasarjasta. Söderholm (emt., 77) esitti vuonna 1987 kysymyksen: ”Onko rock vuonna 2000 edelleen vastustamisen ja antistruktuurin kulttuuria, vai onko se vain kuvaruudun kautta välittyvää harmoniaa ja eskapismia?” Nyt tiedämme vastauksen kysymykseen. 2000 rock oli oikeastaan kaikkea tuota, mutta ehkä suurin kapinahenki oli jäänyt menneille vuosikymmenille, ja musiikin, myös rockin, avulla pakeneminen yleisty. Itselleni rock on aina ollut enemmän eskapismia kuin kapinaa.

Yksi asia ei tunnu muuttuneen vuosikymmentenkään saatossa. Tietyissä uskonnollisissa piireissä rockmusiikkia pidetään edelleen paholaisen musiikkina, johon liittyy automaattisesti päihteet ja väkivalta. Tästä leimasta ovat saaneet osansa monet suomalaisetkin bändit – myös HIM, jonka kytköksistä saatananpalvontaan esitettiin väitteitä erityisesti yhtyeen uran alkuaikoina 1990-luvulla. Rockin yhdistäminen paholaiseen ei ole uusi asia, sillä Söderholmin (1987, 79) mukaan jo 1950-luvun puolivälissä järjestettiin rock ’n’ rollin vastainen kampanja, koska rockin ja paholaisen nähtiin olevan liitossa keskenään. Rock herättää ihmisissä tänäkin päivänä ristiriitaisia tunteita. Toiset pitävät rockmusiikkia paheellisena, eivätkä pidä rockia musiikkina lainkaan, kun taas toisille rock on upeinta taidetta, mitä korvien ja silmien iloksi on tehty. Ei ihme, että myös rockmuusikot ovat ristiriitoja täynnä.

Rocklehdistö voimistui maailmalla ennen Suomeen rantautumista. Esimerkiksi niin sanottu underground-lehdistö puuttui Suomesta vielä 1950-luvulla. Se ilmestyi mukaan kuvioihin rocklehtien imussa noin 1960- ja 1970-luvulla. Intro-lehti alkoi ilmestyä 1968, ja samoihin aikoihin Intron kanssa markkinoille tuli myös niin sanotun mustan musiikin erikoislehti Blue News. Varsinaista rocklehteä saatiin odottaa vuoteen 1972 saakka, jolloin Musa alkoi ilmestyä. (Oesch 1989, 59–63.) Ennen Musaa olemassa oli jo esimerkiksi Rytmi, joka

perustettiin jo vuonna 1934. Rytmi ei tuolloin ollut varsinainen rocklehti. Tänä päivänä myös Rytmissä käsitellään rockia. Vuonna 1975 perustetusta Soundista tuli Musan pahin kilpailija, ja lopulta Musan toimittajat siirtyivät Soundiin, jolloin Musan ilmestyminen lakkasi. 1970-luku oli muutenkin haastavaa aikaa rocklehdistölle, sillä rahoittajia ei ollut tarpeeksi ja taidoissa oli hiomista. Vuonna 1983 rocklehdistön joukkoon liittyi Rumba. (Oesch 1989, 42 & 63–81.)

Lindforsin mukaan suomalainen rocklehdistö on panostanut aina erityisesti niin sanotun asiallisen tiedon välittämiseen. Lehdet ovat keskittyneet pitkiin artikkeleihin, joissa on mukana niin artistin elämäkertaa kuin levytyshistoriaa. (Lindfors 2006, 8 & 13.) Suomea voidaan pitää rockin niin sanottuna luvattuna maana, sillä myös rocklehdet kiinnostavat suomalaisia. Esimerkiksi Soundin yhden numeron lukijamäärä vuonna 2011 oli 110 000 (KMT 2011), kun kuukausittain ilmestyvän brittiläisen Metal Hammer -lehden lukijamäärä 2011 oli 35 259 (ABC 2011).

Jos rocklehdistöä oli vähän, metallimusiikkiin keskittyvää lehdistöä ei ollut Suomessa lainkaan ennen 1980-luvun loppupuolta. Metallilehdet kuitenkin kaatuivat yksi toisensa jälkeen, ja vasta 1995 perustettu Suomi Finland Perkele (SFP) täytti metallimusiikkilehtien puutetta. Enemmän fanzine-tyylinen SFP lopetti kuitenkin toimintansa 2000-luvun alussa. Hätiin tuli vuonna 2001 perustettu Inferno, ja vuonna 2003 perustettu Rumbaa julkaisevan Rumbapress Oy:n metallilehti Hamara. Hamara kuitenkin yhdistyi Infernon kanssa 2005. Vuonna 2004 raskaamman musiikin ystävien iloksi tuli vielä metallilehti Miamsa. (Rajala 2008, 41.) Tällä hetkellä Miamsa toimii maksuttomana verkkomediana.

Soundia, Infernoa ja Rumbaa voidaan pitää Suomen tärkeimpinä rockin ja raskaamman musiikin lehtinä, mutta mukana menossa ovat myös pienemmät rocklehdet kuten Rytmi ja SUE. (Rajala 2008, 42–43.) Printtilehtien lisäksi internetistä löytyy nykyään monenmoisia rocksivustoja, kuten Kaaoszine. Haaranen (2005, 101) tuo esille, että suomalaisissa musiikkipiireissä rockartisteja pidetään uskottavina, joka näkyy myös niin, että rocklehtiä pidetään tietyllä tapaa uskottavimpina kuin esimerkiksi naistenlehtiä. Uskottavuus on ikään kuin sisäänrakennettua, sillä olemme oppineet, että rock ja uskottavuus kulkevat käsikkäin, vaikka näin ei edes välttämättä ole. Mäkelän (2007, 227) mukaan rockjournalismi on alue, jossa pyritään luomaan näkemystä hyvästä ja huonosta populaarimusiikista. Suomalaiset rocktoimittajat määrittelevät puolestaan Nevalan (2005, 34) tutkimuksessa rockjournalismin

tehtäviksi rockkulttuurin rakentamisen ja ylläpitämisen, tiedonvälityksen sekä yhteisen kokemuksen jakamisen.

Inferno-lehden tekijöitä haastatellut Rajala (2008, 79) huomasi omassa tutkimuksessaan, että rocklehtiin päätyvät kirjoittajiksi ihmiset, joita kiinnostaa musiikki, musiikin taustalla olevat ihmiset ja kirjoittaminen. Yksi haastatelluista oli sitä mieltä, että ”rocktoimittajaksi ryhtymisen syy tai ainakin seuraus on, että sosiaalinen verkosto metallimaailman ”huipulla”, eli artistien keskuudessa, on laaja” (emt., 76). Haastatteluista kävi ilmi myös, että ainoastaan yksi haastatelluista koki rockjournalismin työkseen, muut pitivät sitä harrastuksena (emt., 77). Osa rocktoimittajista myönsi kirjoittavansa tiettyä lukijakuntaa ajatellen, mutta osa väitti, ettei oletetulla lukijajoukolla ole vaikutusta siihen, millaisen jutun haastateltu toimittaja kirjoittaa (emt., 74). Epäilen kuitenkin, että oletettu lukijaryhmä vaikuttaa väistämättä jollakin tavalla juttuun, koska rocklehdillä on muutenkin niin marginaaliset lukijaryhmät. Esimerkiksi Infernon yhden numeron lukijamäärä vuonna 2011 oli keskimäärin 30 000 lukijaa, kun vaikkapa Tuulilasin yhden numeron lukijamäärä oli keskimäärin 406 000 lukijaa (KMT 2011).

Lukkarinen (2006, 13) tuo esille oman näkemyksenä, että muutamat kaupallisesti menestyneimmät suomalaisbändit, kuten The Rasmus ja HIM, ovat suomalaisten musiikkimedioiden suosikkeja. Lukkarinen on varmasti oikeassa. Esimerkiksi HIM tuntuu kiinnostavan kaikkia suomalaismedioita siinä määrin, että mediat ovat valmiita venymään saadakseen haastattelun erityisesti yhtyeen keulakuvalta Valolta. Moni suomalainen bändi taas joutuu kauppaamaan itseään medioille saamatta siltikään vastakaikua. Tästä asiasta minulla on omakohtaista kokemusta.

Lukkarinen analysoi, että Juho Juntusen Raskas Metalli -artikkelissa esiintyvä HIM on Juntuselle sen verran rakas ja tuttu aihe, että Juntunen sortuu niin sanottuun kaverijournalismiin. Olen tehnyt vastaavan huomion monta kertaa lukiessani Juntusen tekemiä juttuja HIMistä. Kaverijournalismista esimerkkeinä Lukkarinen käyttää Juntusen Valolta saamia lapsuusmuisteluita ja sitä, että Valo saa sanoa Juntusen tekstissä viimeisen mielipiteen asiaan kuin asiaan. Juntunen myöskin korostaa artikkelissaan, että kyseessä on tärkeä yhtye. (Lukkarinen 2006, 31 & 33.) Juntunen sanoo suoraan, että joidenkin muusikoiden kanssa tulee väistämättä liiankin tutuksi, kun heistä tekee usein juttuja (Ora & Saarelainen 1993, 52). Juntunen kertooikin pitävänsä jonkinlaista taukoa haastatteluista

tällaisten tuttuja kanssa, sillä muuten arvostelukyky saattaa heiketä.

Soundin ja Rumban toimittajia haastatelleet Ora ja Saarelainen ovat koonneet hyviä havaintoja, mistä rockjournalismissa on kyse. Vaikka Oran ja Saarelaisen tutkielma on 20 vuotta vanha, sopii se tähänkin päivään. Oran ja Saarelaisen haastattelemat toimittajat kertoivat kuunnelleensa rockia pienestä asti (Ora & Saarelainen 1993, 39). Tämä oli ainoa selkeä toimittajia yhdistävä tekijä. Toimittajien (emt., 41) mukaan rocktoimittajan ammattitaito muodostuu muun muassa siitä, että toimittaja tuntee rockin historian ja myös rockin nykypäivän hyvin. Yllätyksenä ei tule, että toimittajien (emt., 44) mielestä rockjournalistin työprosessi ei eroa olennaisesti muiden toimittajien työskentelystä.

Mielenkiintoista on, että haastatellut Soundin ja Rumban toimittajat suostuvat myöntävät rehellisesti, että haastateltavina ovat usein artistit, joilla on levytyssopimus. Tämän lisäksi juttujen ilmestymiseen vaikuttaa muun muassa levyn ilmestymisajankohta (Ora & Saarelainen 1993, 47). Jos kyseessä on menestyneen kotimaisen yhtyeen tai artistin julkaisu, on melko varmaa, että juttu tehdään (emt., 48). Näin ollen oletukset, että isot nimet pääsevät helpommin lehtiin ja juttuja tehdään artisteille suotuisiin ajankohtiin näyttävät pitävän paikkansa. Haastateltujen toimittajien perusteella Rumbassa kaupallisuus on siinä mielessä tärkeämpää, että juttu tehdään, jos siitä on apua irtonumeromyynnin kannalta (emt., 48). Puolestaan Nevalan (2005, 70) tutkimuksen perusteella suomalaisessa rockjournalismissa yleisön mielipiteillä on väliä. Lukijoita siis kuunnellaan, ainakin, jos rahaa on pelissä.

Oran ja Saarelaisen haastattelemat Rumban ja Soundin toimittajat myöntävät, että artistihaastattelujen aluksi jutellaan luonnollisesti musiikista, mutta tämän jälkeen keskustelu siirtyy muihin osa-alueisiin (Ora & Saarelainen 1993, 51). Tällainen tapa toimia on arkea myös muissa kuin rocklehdissä, sillä aluksi yritetään luoda mukava tunnelma, jonka jälkeen on helpompi kysyä arastakin asiasta. Rocktoimittajia niin ikään haastatellut Nevala (2005, 33) kirjoittaa, että rocktoimittajat kokivat, että heidän työssään täytyy olla intohimoinen ja panna itsensä likoon, mutta toisaalta jakaa myös subjektiivisia mielipiteitä. Mielestäni nimenomaan tuo subjektiivisuus paistaa jutuista monesti läpi. Tämä läpinäkyvyys on rockjournalismin yksi parhaista puolista. Kuten Ora ja Saarelainen (1993, 56) ehdottavat, on tyypillistä, että rocktoimittajat tuovat esimerkiksi levyarvosteluissaan ja välillä myös haastatteluissaan omat mielipiteensä esille. Musiikkifaniutta pidettiin sekä hyvänä että huonona Nevalan (2005, 34) haastatteleminen toimittajien keskuudessa.

Mielestäni fanittaminen on hyvä asia, jos toimittaja kykenee siitä huolimatta tekemään asiallisen jutun. Jos fanius tekee toimittajasta täysin sokean ja kuuron, on siitä selvää haittaa. Mielenkiintoinen seikka Nevalan tutkimuksessa oli, että rocktoimittajat pitivät rockjournalismia vähemmän rajoitettuna kuin muuta journalismia (Nevala 2005, 37). Tilannehan on todellisuudessa päinvastainen, sillä rockjournalismia säätelevät esimerkiksi levy-yhtiöt, jolloin rocktoimittajien työ ei ole missään mielessä täysin vapaata. Haastatellut toimittajat kokivat rockjournalismin kuuluvan rockkulttuuriin niin, että rockjournalismi muokkaa omalta osaltaan rockkulttuuria (emt., 38). Tämä pitää paikkansa. Jos toimittaja tuntee muusikon liian hyvin, vaarana on paitsi, että peruskriittisyys katoaa myös, ettei tuoreita näkökulmia välttämättä löydy (emt., 53). On kuitenkin selvää, että hyvistä suhteista artisteihin on hyötyä, ja Suomessa on oikeastaan mahdotonta, että rocktoimittaja ei tuntisi rockpiirejä. Ora ja Saarelainen (1993, 65–66) välyttävät, että vaikka läheisestä suhteesta voi olla haittaa, voi siitä olla myös hyötyä sen kannalta, että jutusta tulee syvällisempi.

Oesch (1989, 156–157) on havainnut, että suomalaisissa rocklehdissä samat kriitikot arvioivat usein tiettyjen artistien levyjä tai tekevät haastatteluja. Tämä on nähtävissä myös Ville Valon tapauksessa. Syynä on, että loppujen lopuksi Suomessa ei ole kovin montaa rocktoimittajaa. Myös Oeschin mielestä suomalainen rockjulkisuus on pienen toimittajaryhmän käsissä. Vaikka Oesch (emt., 160) kirjoittaa, että rocklehdet saavat päättää itsenäisesti Suomessa, mitä levyjä ottavat arvosteltaviksi, on totta, että isojen artistien kohdalla lehtien on lähes pakko ottaa levyt arvosteltaviksi. Mielestäni sama koskee myös juttujen tekemistä. Suomalaiset rocklehdet eivät yksinkertaisesti voi, eivätkä todennäköisesti edes halua, kieltäytyä esimerkiksi Ville Valon haastattelusta.

Ei ole yllätys, että Nevalan (2005, 40) haastattelemat rocktoimittajat kokivat, että muusikot ja toimittajat olivat hyvin läheisissä väleissä, sillä toimittajat saattoivat itsekin olla muusikoita tai muusikot toimittajia. Ongelmatilanteita syntyi haastateltujen mukaan esimerkiksi, kun toimittaja joutui arvioimaan tuttunsa keikkaa, jolloin arvio saattoi olla kiltimpi kuin tilanteessa, jossa toimittaja arvio itselleen tuntemattoman bändin keikkaa. Ongelmia saattoi tulla myös, kun toimittaja haastatteli tuttuaan, eikä suhtautunut haastateltavan sanomisiin tarpeeksi kriittisesti. Nämä seikat eivät hämmästytä. On kuitenkin positiivista, että ainakin jotkut toimittajista sanoivat kieltäytyvänsä kavereidensa keikkojen ja levyjen arvioinnista. (emt., 41).



Lehdillä, ja myös rocklehdillä, on valtaa. Jos useampi kuin yksi media tekee jutun samasta artistista tai yhtyeestä, mahdollisuudet suosion lisääntymiseen ovat suuremmat. Suomen pienuudesta johtuen levy-yhtiöiden ja rocklehtien on tehtävä tiivistä, symbioottista, työtä, josta molemmat hyötyvät. (Ora & Saarelainen 1993, 70—71.) Nevalan mukaan yksi syy läheiseen suhteeseen on, että rocklehdet tarvitsevat mainostajia, ja monesti juuri levy-yhtiöt ostavat mainostilaa artisteilleen. Levy-yhtiöt myös kontrolloivat, milloin artistit antavat haastatteluja. Näin ollen levy-yhtiöillä on paljon valtaa paitsi muusikoihin myös rocklehtiin. (Nevala 2005, 70.)

Väite, että suomalaiset muusikot eivät anna mielellään haastatteluja, jos jotain uutta, kuten levy tai kiertue, ei ole taustalla (Ora & Saarelainen 1993, 74), on omien kokemuksieni perusteella tosi. Juttuja tehdään todella usein juuri, kun artistilta on esimerkiksi tulossa levy ulos. Valta tuntuu olevan jakautunut levy-yhtiöiden, rocklehtien ja muusikoiden kesken niin, että muusikoilla on ainakin jonkin verran valtaa rocklehtiin. Rocklehdillä taas on valtaa tiettyihin muusikoihin, mutta ei juurikaan levy-yhtiöihin. Kaikista eniten valtaa tässä valtapelissä on siis levy-yhtiöillä, jotka ohjailevat sekä muusikoita että rocklehtiä.

### **3.4 Rockin ja median symbioosi**

Musiikkibisnestä on aina pidetty uhkana rockille. Tämän takia rock-ajattelussa on erotettu luovuus ja tuote toisistaan, sillä itse musiikki ja luovuus on koettu hyväksi asioiksi, kun taas kaupallisuus huonoksi asiaksi (Lindfors 2006, 391 & 394). Totuus on, että rockkulttuuri on kuitenkin aina jollakin tapaa kaupallista (Ora & Saarelainen (1993, 11). Ei ihme, että levy-yhtiöiden ja musiikkimedioiden välillä vallitsee symbioottinen suhde. Käytännössä tämä tarkoittaa, että lehdet kirjoittavat menestyvistä tähdistä mahdollisimman paljon, radiokanavat soittavat suosittujen artistien uusimpia levyjä niin pian kuin saavat ne käsiinsä ja television keskusteluohjelmiin puolestaan vingutaan tähtiä. Näin ollen levy-yhtiöiden ei tarvitse maksaa mainoksista, vaan levyt myyvät kuin itsestään. Tilanne voi vaikuttaa medioiden kannalta ikävältä, mutta ilman levy-yhtiöitä musiikkimedioilla ei myöskään olisi niin paljon kirjoitettavaa, puhuttavaa tai soitettavaa. (Frith 1983, 135.)

Puolestaan levy-yhtiöiden tulee miettiä joka kerta erikseen, pääseekö artisti oikeuksiinsa juuri

kyseisen median välityksellä, eli antaako media artistista varmasti toivotunlaisen kuvan (Haaranen 2005, 42). The Doors -yhtyeen edesmenneen keulakuvan Jim Morrisonin tähtikuvaa tutkinut Söderholm (1990, 24) muistuttaa, että rockartistien julkisuuskuvaa muokataan esimerkiksi juuri haastattelujen kautta. Kun artistin levyn ilmestyminen on lähellä, levy-yhtiöt miettivät, missä järjestyksessä heidän olisi viisainta antaa haastatteluvuoroja medialle. Sillä, mikä artistin kohdeyleisö on, on suuri merkitys, kun pohditaan esimerkiksi, mikä lehti saa ensimmäisen haastattelun. (emt., 82.)

Frith (1978, 152–153) kirjoittaakin, että musiikkilehtien toimittajat ovat loppujen lopuksi pohjimmiltaan enemmän levypromootoreita kuin riippumattomia toimittajia, sillä levy-yhtiöt kontrolloivat toimittajien työtä niin, että levyt tulevat heiltä ja samoin myös esimerkiksi mahdollisuudet haastatella tiettyä artistia. Levy-yhtiöille tärkeää on, että media puhuu artistista, ei niinkään, ovatko jutut negatiivisia vai positiivisia (emt., 154). Levy-yhtiöt ovat kuitenkin kiinnostuneista levyarvosteluista, sillä niillä voi olla enemmän merkitystä artistin menestymisen kannalta kuin varsinaisella artistihaastattelulla.

Samasta artistista voi huoletta olla samanaikaisesti juttuja sekä naistenlehdissä että musiikkilehdissä, mutta yleisesti ottaen jutut eivät ole samasta puusta veistettyjä. On selvää, että mediaa kiinnostaa hyvien uutisten lisäksi epäonnistumiset ja huonot uutiset. Monet jutut sisältävät negatiivisia tai jollakin tapaa traagisia asioita haastatellusta, sillä lukijoiden on helpompi samaistua haastateltavaan, jos myös haastatellun elämässä on mustia pilviä. Kuten Kostiainen & Takalo (2004, 134–135) muistuttavat, erityisesti rockartistin ei tarvitse huolehtia negatiivisista jutuistakaan, koska negatiiviset jutut lisäävät monesti katuuskottavuutta, joka on rocktähdelle tärkeää. Jotta artistista saadaan mahdollisimman paljon irti, täytyy artistin ja toimittajan välillä olla luottamusta. Erityisesti perusteellisia henkilöjuttuja tehtäessä luottamus on avainasemassa.

Saarenmaan (2010, 336) mukaan henkilöjuttuihin spesifioituneet toimittajat ovatkin olleet merkittävässä asemassa jonkun henkilön maineen korjaamisessa. Jotta artisti pärjäisi toimittajien kanssa, tulee artistin kuitenkin osata säädellä julkisuutta ja jättää tarkoituksella haastattelutilanteessa aina jotain kertomatta (Kostiainen & Takalo 2004, 134–135). Ville Valo on onnistunut tässä tehtävässä hyvin, sillä hän on monesti ainoastaan vihjaillut esimerkiksi naiskuvioistaan kertomatta kuitenkaan tarkemmin, mistä on kyse. Rocktähdet mutta myös media ovat arvaamattomia, joten levy-yhtiöt eivät voi ikinä tietää, millainen juttu artistista

lopulta leivotaan. Medialla voi olla tietyissä tapauksissa jopa etulyöntiasema. Voi myös olla, että media ei halua jostain syystä suututtaa levy-yhtiötä, jolloin toimittaja tekee mielistelevän jutun rokkarista. Esimerkkinä levy-yhtiön vaikutus vallasta on, että Rolling Stone -lehden henkilökunta sai 1970-luvulla potkut kielteisten arvostelujen takia, vaikka virallinen potkujen syy oli tietenkin ”väärä asenne taiteilijoita kohtaan” (Frith 1988, 179–180).

Frith huomauttaa, että levy-yhtiöt ja musiikkilehdet eivät tee yhteistyötä sillä perusteella, että esimerkiksi lehdet tarvitsisivat levy-yhtiöiden mainoksiin käyttämiä rahoja. Yhteistyö on voimissaan, koska levy-yhtiöiden ja musiikkilehtien maailmankatsomus ja näkemys rockista ovat samankaltaiset. (Frith 1983, 171.) En allekirjoita tätä väitettä, sillä tänä päivänä levy-yhtiöillä ja musiikkilehdillä on varmasti toisistaan poikkeavat näkemykset rockista. Levy-yhtiöille musiikkilehdet merkitsevät paitsi kätevää markkinointivälinettä, myös kanavaa, jonka avulla levy-yhtiöt saavat tietoa, mistä yleisö tykkää ja mistä ei, eli toisin sanoen, mihin artistiin tai yhtyeeseen kannattaa satsaa. (Frith 1988, 183–184.) Rocklehdet ovat tärkeitä levy-yhtiöille myös, koska perusajatuksena on se, että rocklehtien jutuissa mennään musiikki edellä, kun taas esimerkiksi naistenlehtiä kiinnostavat muut asiat. Myös Negus (1992, 122–123) on havainnut, että rocklehdet ovat parempia yhteistyökumppaneita levy-yhtiöille kuin esimerkiksi iltapäivälehdet. Ja ainakin ennen levy-yhtiöt olivat mieluisia kumppaneita rocklehdille, sillä Frith (1988, 182) mukaan levy-yhtiöt saattoivat kustantaa musiikkitoimittajien matkoja, juhlia ja niin edelleen. Tällaista tapahtuu varmasti nykypäivänäkin, mutta luultavammin ei enää niin suuressa määrin.

Monen muun musiikkialaan perehtyneen tapaan myös Warner Music Finlandin Pekka Nieminen uskoo artistin ja median välisen suhteen olevan symbioottinen, sillä media tarvitsee artistia, jotta saa sisältöä. Artisti puolestaan tarvitsee mediaa tukemaan uraansa. (2004, 127.) Nieminen varoittaa artisteja, ettei mediaa kannata edes yrittää koskaan hallita. Esimerkiksi lehteä kiinnostaa, miten lehteä myydään enemmän, ei se, millaisen jutun artisti haluaa hänestä tehtävän. (2004, 130.) Yhdyn Niemisen mielipiteeseen (emt., 127), että tähteys ei ole mahdollista kaikille, vaan ainoastaan todella kiehtoville persoonille. Jos mieli ulkomaille, artistin on myös panostettava uraansa tosissaan. Niemisen esimerkki, että artistin on kyettävä antamaan jokaisessa haastattelussa uusi tarina (emt., 136) osuu mielestäni naulan kantaan. Näin näyttää toteutuvan juuri Ville Valon kohdalla, joka saattaa kertoa samasta asiasta useassa haastattelussa, mutta aina hieman eri version, jolloin mielenkiinto Valoa kohtaan pysyy yllä.

Suomi on väkimäärältään pieni maa, joten myös musiikkipiirit ovat loppujen lopuksi hyvin pienet. Jos musiikkipiirit ovat pienet, rockpiirit ovat erittäin pienet. Rockmuusikon ei ole helppo nousta koko kansan rocktähdiksi, sillä vain harvat ja valitut onnistuvat saamaan rocktähti-tittelin. Rokkareille rockpiirien pienuudesta voi olla jopa hyötyä, sillä kaikki tuntevat toisensa (Kaskinen 1989, 141). Rockmaailman pienuudesta on hyötyä muutenkin. Jos kyseessä on jo ennestään tunnettu bändi, radioiden on ikään kuin pakko soittaa yhtyettä, sillä muuten radiokanavan kuuntelijat eivät olisi tyytyväisiä. (Frith 1978, 112.)

Osa Nevalan (2005, 44) haastattelemista rocktoimittajista koki itsensä levy-yhtiöiden mainosautomaateiksi. Samalla toimittajat kokivat olevansa alakynnessä levy-yhtiöihin nähden. Jotkut toimittajat kuitenkin pitivät symbioottista suhdetta tasapuolisena. Eniten ongelmia toimittajien vapaudelle aiheuttivat isot levy-yhtiöt, jotka pystyivät säätelemään varsinkin isojen artistiensa juttujen ilmestymisajankohtia niin, että samoissa lehdissä pyörivät samat artistit (emt., 45). Myös muillakin journalismin osa-alueilla, vaikkapa naistenlehdillä, on samankaltaisia ongelmia. Oran & Saarelaisen (1993, 18) mukaan rocklehtityökenttä on kuitenkin yksi kaupallisimmista koko lehdistössä.

Ahokas ym. (2004, 123) ovat sitä mieltä, että media ei enää nykyisellään välitä pelkästään tietoa, vaan se tuottaa myös viihteellisempää sisältöä enenevässä määrin. Näin ollen artisteistakin tehdään viihteellisempiä juttuja. Ahokas ym. ovat oikeassa myös, että vaikka mediassa näkyminen on tärkeää artistille, tarvitsee media oikeastaan enemmän artistia kuin artisti mediaa. Tämä näkyy mielestäni erityisesti juuri musiikkilehdissä, sillä ilman artisteja musiikkilehdet eivät pysyisi elossa. On tosin väärin sanoa, että artisti ei tarvitsisi lainkaan mediaa, sillä varsinkin tuntemattomien artistien on mahdotonta hypätä suuren yleisön tietoisuuteen täysin ilman mediaa. On kuitenkin totta, että nykyään internetillä ja erityisesti sosiaalisella medialla on jo niin iso rooli, että artistit voivat saada näkyvyyttä myös esimerkiksi ilman lehtiä. Ahokas ym. olivatkin vuonna 2004 sitä mieltä, että artistin tärkeimmäksi mediaksi voidaan laskea artistin oma internet-sivusto (Ahokas ym. 2004, 124). Vuonna 2013 monen artistin tärkein media tuntuu olevan Facebook.

Vaikka media muovaa maailmaamme, on muistettava, että myös me muovaamme mediaa (Grossberg ym. 2006, 7). Media on ihmisiä varten, mutta ihmiset myös vaikuttavat siihen, millaisia juttuja media käsittelee. Esimerkiksi rocktähtien tapauksessa media pitää esillä

rokkareita, jotka takuuvarmasti herättävät monenlaisia tunteita ihmisissä. Mielenkiintoisen asiasta tekee, että osa mediassa paistattelevista rokkareista hallitsee mediaa liiankin hyvin, jolloin media toimii lähinnä viestinvälittäjänä, ei kriittisesti asiaan suhtautuvana portinvartijana. Medialla on kuitenkin myös valtaa, sillä se pystyy tuhoamaan jonkun ihmisen maineen tai toisaalta nostamaan jonkun tietyn ihmisen valokeilaan. Valtaa on myös mediaa kuluttavilla, eli kaikilla meillä. Asia ilmenee esimerkiksi niin, että ihmisten mieltymykset ohjailevat, mitä biisejä radiokanavat soittavat eniten. (Grossberg ym. 2006, 28 & 31 & Ikävalko & Uimonen 1996, 18.)

Erään näkemyksen mukaan esimerkiksi toimittajan kynästä tullut juttu toimii jopa paremmin kuin mainonta. Tähän syynä on, että lukijat pitävät toimittajan tekemää juttua neutraalimpana ja todellisempänä kuin mainosta. (Ikävalko & Uimonen 1996, 194.) Mielestäni toimittajan tekemä juttu voi kuitenkin olla myös vähintään yhtä puolueellinen kuin mainos. Tällainen tilanne tulee, jos toimittaja tuntee esimerkiksi haastateltavan muusikon hyvin ja haluaa tehdä muusikosta oman näkemyksensä mukaisen jutun. Toimittajien haasteena on, että useimmiten heidän on tehtävä juttuja esimerkiksi sellaisista muusikoista, jotka kiinnostavat lukijoita niin paljon, että ihmiset vaivautuvat ostamaan lehden.

Median kaupallisuus vaikuttaa yhä enemmän toimittajien arkeen, mutta samalla toimittajien valta on myös kasvanut, eikä media enää pelkää paljastaa arkaluontoisia asioita. (Ikävalko & Uimonen 1996, 20 & 31.) Kuka tahansa ei kuitenkaan voi päästä median valokeilaan, vaan sinne päätyvät ainoastaan harvat ja valitut. Kuitenkin mediaan saattaa päätyä myös hyvällä tuurilla. (emt., 195.) Henkilökohtaisesti uskon kuitenkin, että esimerkiksi rockmediaan päätyvät yleisesti ottaen joko koko kansan tuntemat muusikot tai sellaiset muusikot, joilla on erityisen paljon hyviä kontakteja joko suoraan lehtien johtoportaiseen tai vähintään toimittajiin.

## 4 AINEISTO, TUTKIMUSKYSYMYKSET JA MENETELMÄT

### 4.1 Aineistona viisi musiikkilehteä

Aineistona pro gradu -työssäni minulla on Valo-juttuja viidestä suomalaisesta musiikkilehdestä: Infernosta, Rumbasta, Rytmistä, Soundista ja Suesta. Lehdistä Suen voi tilaamisen lisäksi noutaa ilmaiseksi jakelupisteistä, muut neljä lehteä on aina tilattava tai ostettava. Suesa käsitellään suurimmaksi osaksi musiikkia, joten luokittelen sen musiikkilehdeksi, vaikka lehti tarjoaa myös esimerkiksi elokuva-arvioita.

Soundi ilmestyi ensimmäistä kertaa vuonna 1975. Perustamissyynä oli, että Suomessa ei tuolloin ollut rocklehdistöä, mutta rockista kiinnostuneita toimittajanalkuja kuitenkin oli. Eläkkeelle tänä vuonna jäävä Timo Kanerva on ollut pitkään Soundin päätoimittaja. Kanervan mukaan Soundi edusti alkuaikoinaan rockiin liitettävää kapinallisuutta jo senkin puolesta, että lehden toimitus sijaitsi Helsingin sijaan Tampereella. Kanervan mukaan levy-yhtiöt suhtautuivat alussa Soundiin epäillen ja pitivät Soundia tarkoituksella tiedotuspimennossa. Tästä huolimatta Soundi onnistui saamaan vakaan lukijakunnan. Ainakin vuonna 1987 lehden linja oli toimittajien itsensä päätettävissä. Suurin osa kirjoittajista otti Kanervan mukaan itse yhteyttä Soundiin ja tarjosi juttua. Mitä luultavammin näin on tänäkin päivänä. Kanervan mielestä Soundiin oli kirjoitettava eri tavalla kuin sanomalehteen, ja kirjoitus saattoi olla myös marginaaliryhmälle suunnattu. (Oesch 1989, 69–76.) Uskon, että nämä periaatteet ovat voimassa edelleen, myös muissa musiikkilehdissä. Nykyään Soundi ilmestyy yksitoista kertaa vuodessa.

Rumbasta ilmestyi ensimmäinen näytenumero vuonna 1983. Aikoinaan Rumba ilmestyi joka toinen viikko. Rumba määrittelee itsensä rockin ajankohtaislehdiksi. (Oesch 1989, 80 & 85.) Tänä päivänä Rumba ilmestyy 12 kertaa vuodessa. Rumban nykyinen päätoimittaja Teemu Fiilin aloitti pestissään lokakuussa 2011. (Popmedia 2013, Rumba 2011.) Suomen vanhin musiikkilehti Rytmi aloitti toimintansa vuonna 1934 (Oesch 1989, 42). Tätä nykyä Rytmin päätoimittaja on Heta Hyttinen, ja Rytmi ilmestyy kuusi kertaa vuodessa (Popmedia 2013). Puolestaan Sue, jonka nykyinen päätoimittaja on Kimmo Nurminen, on perustettu vuonna

1994. Lehdessä käsitellään populaarikulttuuria. Lehden irtonumerot ovat noudettavissa ilmaiseksi jakelupisteistä, mutta lehteä voi myös tilata kotiin. (Sue 2013.) Inferno-lehti julkaistiin ensimmäistä kertaa 2001, ja se määrittelee itsensä raskaan rockin erikoislehdeksi. Inferno ilmestyy kymmenen kertaa vuodessa, ja lehden päätoimittajana on Matti Riekki. (Popmedia 2013.)

En halua tarkastella Ville Valon tähtikuvan muodostumista ainoastaan yhdessä suomalaisessa musiikkilehdessä. Tämän takia päädyin ottamaan mukaan viisi musiikkilehteä. Aikaväliksi rajautui 1997–2010 siitä syystä, että HIM-yhtyeen ensimmäinen studioalbumi Greatest Lovesongs Vol. 666 julkaistiin 1997 ja viimeisin *Screamworks: Love in Theory and Practice* 2010. Halusin ottaa aikaväliksi enemmän kuin esimerkiksi viisi vuotta, koska tarkoituksena on myös selvittää, onko Valosta kirjoitettu eri lailla 1997 kuin 2010. Musiikkilehdet ovat pääpiirteittäin hyvin samanlaisia, joten se, että jutut ovat eri lehdistä ei estä ajallista tutkimusta.

Kaiken kaikkiaan juttuja oli tarkasteltavina 35. Soundista tarkasteluun päätyi 13 juttua, Rumbasta yhdeksän, Suesta kuusi, Rytmistä viisi ja Infernosta kaksi. On syytä huomioda, että kaikkia lehdissä olleita HIM-juttuja ei ole mukana. Aineistosta puuttuvat erilaiset arviot ja sellaiset haastattelut, joissa Valo ei ole ollut mukana. Juttujen kerääminen oli työläs prosessi, koska suurin osa jutuista ei ollut sähköisessä muodossa tai saatavilla samasta paikasta. Näin ollen on mahdollista, että kaikkia Valosta tehtyjä juttuja ei ole mukana.

Aikaväli	Viidessä lehdessä Valo-juttuja yhteensä
1997–2000	4
2000–2002	7
2002–2004	7
2004–2006	6
2006–2008	6
2008–2010	5

Taulukko 1 Valo-juttujen jakautuminen eri vuosille lehdissä Inferno, Rumba, Rytmi, Soundi ja Sue.

Kuten edellä olevasta taulukosta käy ilmi, Valo-juttuja on ilmestynyt Infernossa, Rumbassa, Rytmassa, Soundissa ja Suessa tasaiseen tahtiin. Yllättävää ei ole, että 2000-luvun alkupuoliskolla juttuja tehtiin hieman enemmän kuin esimerkiksi lähempänä vuotta 2010, sillä HIM-yhtyeen kultavuodet ajoittuvat vuoden 2000 lähetyville. Todettakoon taulukon ulkopuolelta, että lehdistä Rumba ja Soundi ovat julkaisseet juttuja HIMistä tasaiseen tahtiin koko aikavälin ajan.

## 4.2 Tutkimuskysymykset

Koska tähteyttä Valon tapauksessa ovat olleet rakentamassa Valon, levy-yhtiön ja muun taustatiimin sekä yleisön lisäksi myös musiikkilehdet, tärkeimpänä tutkimuskysymyksenäni on selvittää, miten suomalaiset musiikkilehdet ovat osallistuneet Ville Valon tähtikuvan rakentumiseen lehtijuttujensa välityksellä. Tutkin Valon tähtikuvan rakentumista suhteessa alan kirjallisuuteen ja tutkimukseen. Sivujuonteena tarkastelen Ville Valon suhdetta toimittajiin ja pohdin, mitä Valo-tapaus kertoo suomalaisesta musiikkijournalismista. Olen kiinnostunut myös siitä, onko Valosta kirjoitettu eri lailla 1997 kuin 2010.

## 4.3 Tutkimusmenetelmät

Käyn tutkimusaineiston läpi ensin määrällisen analyysin avulla. Tarkoitukseni on selvittää, miksi jutut on tehty, mitä jutut käsittelevät, kuka juttujen otsikoissa on, ja kuinka monta yhdessä lehdessä ilmestynyttä juttua sama toimittaja on tehnyt. Tämän jälkeen siirryn tarkastelemaan kuutta juttua lähemmin. Lähitarkasteluun sovellan väljästi diskurssianalyysia käyttäen apunani Jokisen, Juhilan ja Suonisen teosta Diskurssianalyysin aakkoset. Jokinen, Juhila ja Suoninen kiteyttävät diskurssianalyysin ”sellaiseksi kielen käytön ja muun merkitysvälitteisen toiminnan tutkimukseksi, jossa analysoidaan yksityiskohtaisesti sitä, miten sosiaalista todellisuutta tuotetaan erilaisissa sosiaalisissa käytännöissä” (Jokinen ym. 1993, 9–10).



Diskurssianalyttisen tutkimuksen periaatteen mukaisesti tarkastelen Valosta kirjoitettuja juttuja osana todellisuutta, jossa elämme, en väylänä todellisuuteen. Koska diskurssianalyysi ”sallii erilaisia tarkastelun painopisteitä ja menetelmällisiä sovelluksia”, suhtaudun aineistooni mahdollisuuksien kenttänä, sulkematta mitään esille nousevia havaintoja ja ajatuksia pois. (Jokinen ym. 1993, 9; Potter & Wetherell 1987, 175) Kuten Fairclough esittää, kaikki analysoitavat tekstit ovat moniselitteisiä, joten tämän takia teksteistä on mahdollista tehdä täysin toisistaan poikkeavia tulkintoja (Fairclough 1992, 75). Näin ollen myös Valosta tehdyt tulkinnat ovat vain ja ainoastaan omiin havaintoihini, tietoihini ja näkemyksiini perustuvia tulkintoja.

Jokinen ym. uskovat, että kullekin yksilölle on mahdollista rakentaa monta minää (Jokinen ym. 1993, 38). Uskon, että myös Valon tapauksessa hänestä löytyy monta eri puolta, monta eri minää. Näin ollen en yritäkään löytää yhtä ja tiettyä Valoa, vaan monia eri ulottuvuuksia. Näitä ulottuvuuksia nimitän diskursseiksi. Omassa työssäni diskursseja tulee olemaan kahdenlaisia: päädiskursseja ja aladiskursseja. Päädiskurssit ovat kaikista vahvimpia ja selkeimpiä aineistosta esille nousevia diskursseja, kun taas aladiskurssit paitsi tukevat päädiskursseja myös tuovat uusia ulottuvuuksia päädiskursseihin.

Lähden analysoimaan tutkimusaineistoa etsimällä aluksi aineistosta eroja ja yhtäläisyyksiä, kuten Jokinen ym. (1993, 50) ehdottavat teoksessaan. Aion lukea aineistoa tutustumisvaiheessa niin, etten rajaa mitään mahdollisia löydöksiä pois vielä tuossa vaiheessa, vaan pidän mieleni avoimena. Myös Jokinen ym. ovat sitä mieltä, ettei tutkimuskysymyksiä kannata yhdistää aineistoon tutustumisvaiheessa, koska tällöin joku diskurssi saattaa jäädä huomaamatta (emt., 78). Lähden etsimään diskursseja vasta, kun tunnen, että aineisto on hallussani. Diskursseja lähden hakemaan tähteyteen liittyvään aiempaan tutkimukseen ja teoriaan peilaten. Diskurssien nimeäminen tapahtuu yksinkertaisesti sen perusteella, millaisia vahvoja vaikutelmia Valosta muodostuu lehtijuttujen välityksellä, eli esimerkiksi ”Valo on erityinen”.

Karkeasti jaoteltuna diskurssianalyysia on olemassa kahdenlaista. Toinen analyysimuoto keskittyy enemmän valtasuhteiden analysointiin, kun taas toinen paneutuu kielen käytön vaihtelevuuden analysoimiseen. (Jokinen ym. 1993, 11.) Vaikka analysointitavat eivät sulje

toisiaan pois (emt., 11), olen silti valinnut omaksi analysointitavakseni enemmän kielen käytön vaihtelevuuteen keskittyvän analysointitavan. Vaikka valtasuhteita tarkastellaan useimmiten enemmän yhteiskunnallisella tasolla, aion tarkastella omassa tutkimuksessani valtasuhteita hieman sitä kautta, millainen Valon ja toimittajien välinen suhde näyttää olevan, eli saako Valo esimerkiksi paljon puheenvuoroja, ja millä tavalla toimittajat näyttävät suhtautuvan Valoon.

## 5 ANALYYSI

### 5.1 Yleisiä havaintoja tutkimusaineistosta

Ennen diskurssianalyysin pariin siirtymistä, on syytä tutkia määrällisen analyysin avulla, mitä tutkimusaineistosta voidaan havaita 35 lehtijutun perusteella. Käyn läpi, miksi HIM-jutut on julkaistu, mitä jutut käsittelevät, miten jutut on otsikoitu, ja miten monta HIM-juttua sama toimittaja on tehnyt tietyssä lehdessä. Käymällä läpi 35 juttua määrällisesti, saan muodostettua kuvan koko aineistosta. Tämä helpottaa myös seuraavaa työvaihetta, diskurssianalyysia.

#### 5.1.1 Tutkimusaineiston juttujen julkaisusyyt

Peruste julkaisulle	Juttujen määrä
Levy on ilmestymässä tai ilmestynyt	28
Keikkailu	3
Muut syyt	4

Taulukko 2 Valo-juttujen julkaisusyyt.

Ville Valon luotsaama HIM on julkaissut levyjä aikavälillä 1997–2010 tasaiseen tahtiin. Yhtyeeltä on ilmestynyt levy kauppojen hyllyille aikavälin aikana vuosina 1997, 1999, 2001, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007 ja 2010. Kuten edellä olevasta taulukosta käy ilmi Infernon, Rumban, Rytmin, Soundin ja Suen 35 jutusta peräti 28 oli tehty, koska HIMin ”levy on ilmestymässä tai ilmestynyt”. Suomalaiset musiikkilehdet näyttävät pitävän yhtyettä niin tärkeänä, että HIM on ikään kuin pakko noteerata aina, kun sillä on tarjottavanaan uusi levy. Jos lehdet eivät noteeraisi HIMiä, saattaisi tämä näkyä lehtien, paitsi ilmaisjakelulehti Suen, myyntiluvuissa.

Ongelmia saattaisi tulla myös levy-yhtiön kanssa esimerkiksi niin, että levy-yhtiö ei enää ostaisi mainostilaa, kun seuraava HIMin julkaisu ilmestyisi. Levy-yhtiö saattaisi myös evätä haastattelumahdollisuudet Valon, ja jopa muiden levy-yhtiöiden kiinnitysten, kanssa joksikin aikaa. Musiikkilehdet ovat tässä pelissä altavastaaajia, sillä HIMin tai levy-yhtiön maailma tuskin romahtaa, vaikka yhtyeestä ei olisikaan juttua jokaisessa Suomen musiikkilehdessä. On nimittäin lähes 100-prosenttisen varmaa, että levytyspuuhissa olevasta yhtyeestä on juttu ainakin yhdessä suomalaisessa musiikkilehdessä, ja tämän lisäksi todennäköisesti myös muissa lehdissä.

Vaikka HIMistä on tehty juttuja pääasiallisesti levyjen takia, on kolmen jutun julkaisulle perusteena ”keikkailu”. Jos lasketaan keikkojen ja levyjen takia tehdyt jutut yhteen, havaitaan, että 31 juttua 35 jutusta on tehty musiikillisiin syihin vedoten. Tämä on todiste, että musiikkilehdet ovat musiikin asialla. Vaikuttaa siltä, että bändi, ainakin HIM, saa parhaiten julkaisuutta musiikkilehdissä, kun yhtyeelle on tapahtunut tai on tapahtumassa jotain konkreettisesti musiikkiin liittyvää. Vaikka musiikki on keskiössä, on neljän jutun julkaisulle perusteena ”muut syyt”, eli Valoa on haastateltu, koska hänen ja HIMin kuulumiset kiinnostavat.

### 5.1.2 Tutkimusaineiston juttujen sisältö

Juttu käsittelee	Juttujen määrä
Jossain määrin musiikkimaailmaa	35
Pelkästään musiikkimaailmaa	7
Monia eri teemoja	28

**Taulukko 3 Valo-juttujen sisältö.**

On loogista, että kaikki 35 juttua käsittelevät ”jossain määrin musiikkimaailmaa”, kuten edellä olevasta taulukosta on havaittavissa. Tästä huolimatta ainoastaan seitsemän juttua käsittelee ”pelkästään musiikkimaailmaa”, eli esimerkiksi, miten biisit valmistuvat, millaista keikkaelämä on, ja paljonko levyn tai musiikkivideon tekeminen maksaa:

Minkälainen keikkasetti teillä on?

”Keikkaohjelmistomme koostuu koko esikoislevystä. Soitamme pari coveria: Billy Idolin Rebel Yellin ja Depeche Moden Enjoy the Silencen. - -” (Rytmi 1998)

Näin ollen 28 juttua käsittelee ”monia eri teemoja”. Pääsääntöisesti teemat liittyvät Valon alkoholinkäyttöön, naiskuvioihin ja tupakointiin. Valon alkoholinkäytöstä kirjoitetaan esimerkiksi näin:

Valo myöntää jäävänsä selvin päin paitsi monista mukavista kokemuksista, mutta myös ”huonosta seksistä ja hirveistä krapuloista”. Mies puhuu alkoholista kuin vanhasta ystävästään, jota ei ole vain sattunut näkemään pitkään aikaan. (Rumba 2009)

Itse asiassa juuri alkoholia sivutaan monessa jutussa. Alkupään jutuissa alkoholia pidetään ikään kuin osana rockmaailmaa, ja alkoholiin suhtaudutaan kepeästi:

Ville Hermannin Valo, 21, HIM-yhtyeen vokalisti saapuu iltapäivällä haastatteluun suoraan pitkäksi venähtäneitten bileitten jatkoilta. Hän on lievässä krapulassa. (Rytmi 1998)

”- - Mutta dokaaminen on helvetin hauskaa. Pitää vain vahtia, ettei dokaa liikaa. Muuten siitä ei saa enää kicksejä.” (Soundi 2001)

Suhtautumistapa muuttuu lähemmäksi vuotta 2010 tultaessa, jolloin alkoholi kytkeytyy jutuissa Valon alkoholiongelmaan, joka paljastui vuonna 2007. Alkoholi yhdistetään aikavälin loppupään jutuissa edelleen rocktähtien elämään, mutta äänensävy, jolla alkoholista puhutaan on muuttunut:

Alkoholista tuli ongelma, kun se alkoi haitata esiintymistä.

”En mä halunnut muusikoksi sen takia, että mä pystyn dokaamaan vitusti, vaan sen takia, että musiikki on kivaa. Kesti aika kauan katsoa peiliin ja tajuta, että ehkä on tärkeämpää olla hyvässä hapessa musiikkia varten. Mutta helpommin sanottu kuin tehty.” (Rumba 2009)

Valo ei taida muistaa, että syyskuun alun Kerrang!-lehdessä hän kertoi raittiiden päivien tarkan määrän. Niitä oli haastatteluhetkellä takana 74.

”Sekin oli valhe. Heitin sen hatusta, koska olin vieroitukseen mennessäni jurrissa enkä muista tarkkaa päivää. - - ” (Rytmi 2007)

Loppupään jutuissa Valon alkoholi-ongelman ja vieroitushoidon lisäksi esillä on alun juttuja enemmän esimerkiksi Valon rakkauselämä ja Valon näkemykset rakkaudesta:

”Rakkaus on rauha. Kaikki arjen paska lähtee pois, eikä tarvitse sanoa mitään. Voi nauttia hiljaisuudesta, kuten Depeche Mode on aikoinaan kivasti luritellut.” (Inferno 2010)

”- - Enkä suoraan sanoen tiedä, olenko sinkku. Olen ollut taas pitkään pois kotoa. Ja suhteemme on ollut aika ”on-off” muutenkin. Olen löytänyt itseni ennenkin hankalista ihmissuhteista ja olen itse aika vaikea tyyppi. - -” (Soundi 2007)

Sen sijaan Valon tupakoinnista, joka voidaan yhdistää alkoholin tavoin rockelämään, kirjoitetaan niin alun kuin aikavälin loppupuolen jutuissa:

”- - Olen huomannut, että lauluskaalani on laajentunut, joten ei röökistä niin paljon haittaa ole ollut.” (Rytmi 2000)

Jo tavaramerkiksi muodostuneesta tupakoinnista Valo ei sen sijaan ole luopunut. Hän sytyttää seuraavan savukkeen melkein heti edellisen sammuttua keltaisella takkasytyttimellä. (Soundi 2010)

Muita sivuttavia teemoja aikavälin 1997–2010 jutuissa ovat esimerkiksi Valon perhe, erityisesti vanhemmat, vapaa-aika ja asuminen:

Missä itse asustelet?

”Helsingissä minä. Tosin suunnittelen muuttoa johonkin vähän rauhallisempaan mestaan Suomessa. En halua asua muualla kuin täällä, sillä perhe, kaverit ja bändi ovat täältä. - -” (Rytmi 2003)

Valo mainitsee usein vanhempansa ja toivoo heidän olevan pojastaan ylpeitä. Ovatko he?

”Kyllä he ovat niin väittäneet, ja mä uskon heitä. Tai sitten he ovat helvetin hyviä valehtelijoita.” (Rumba 2009)

Erityisesti osa 2007–2010 ilmestyneistä jutuista muistuttaa paikoin enemmän naistenlehtien ”pintaa syvemmälle” meneviä henkilöhaastatteluita kuin musiikkilehden musiikin ympärille tehtyjä henkilöhaastatteluita:

Syntistä ylpeyttä tärkeämpänä Valo pitää kuitenkin perinteisiä kristillisiä arvoja.

”Olennaista on se, että yrittää olla hyvä ihminen ja elää onnellista elämää tehden sitä, mitä haluaa tehdä.” (Rumba 2009)

Pari vuotta sitten Valo päätyi kuukaudeksi katkaisuhuitoon kalifornialaiseen parantolaan. Nykyisin hän juo enimmäkseen kolaa ja kahvia. (Soundi 2010)

### 5.1.3 Tutkimusaineiston juttujen otsikointi

Otsikossa mukana	Otsikoiden määrä
Koko yhtye	25
Pelkästään Ville Valo	10

Taulukko 4 Valo-juttujen otsikointi.

Jos tarkastellaan juttujen otsikointia, huomataan, että 10 otsikkoa tehty ainoastaan Valo huomioiden, vaikka HIM on viisijäseninen yhtye. Näiden otsikoiden joukosta löytyvät muun muassa otsikot ”Riiput ristillä jo Ville H. Valo” (Soundi 2007), ”Laulaja helvetin syövereistä” (Rumba 2007) ja ”Rakkauden ruhjoma reissumies” (Rumba 2009). Nämä otsikot kiinnittävät huomion, sillä ne voisivat yhtä hyvin olla rakkaudesta ja kuolemasta sanoituksia raapustelevan Valon käsialaa. Todettakoon, että otsikko ”Riiput ristillä jo Ville H. Valo” on muunnelma Hymy-lehden otsikosta ”Riiput jo ristillä Timo K. Mukka” vuodelta 1973. Vähemmän dramaattisia otsikoitakin on tarjolla, kuten ”Rokkijätjän paluu” (Rytmi 2000), ”Ostaisitko tältä mieheltä heartagrammin?” (Rytmi 2003) ja ”Jatkokertomus nimeltä Valo” (Rytmi 2007). Puolestaan otsikosta ”Aikataulujen orja” (Rumba 2004) voi saada kuvan, että Valoa pitäisi sääliä, kun hän joutuu elämään aikataulutettua elämää.

Koko yhtyettä käsittelevät otsikot vaihtelevat tylsistä, kuten ”HIM keikkailee Suomessa ja Englannissa” (Soundi 2002), mielenkiinnon herättäviin otsikoihin, kuten ”Kontrolloitua kaaosta” (Rumba 2005) ja ”Synkkyyden orgiat” (Rumba 2003). Oletin ennakkoon, että musiikkilehtien otsikot ylistäisivät suomalaisessa mittapuussa hyvin menestynyttä yhtyettä, mutta ainoastaan yksi otsikko tekee niin: ”HIM – Helsingin Ihme Maailmalle” (Inferno 2002). HIMin love metal, joka on rakentunut rakkaus ja kuolema -teeman ympärille, on sen sijaan otettu huomioon useissa kliseisissä otsikoissa: ”HIM – Rakkaudesta metalliin” (SUE 2003) ”HIM ja viiltävä romanssi” (Soundi 2000), ”HIMiä, rakkautta ja metallia” (Soundi 2003). Otsikoiden joukkoon mahtuu myös muutama otsikko, josta on vaikea päätellä, onko otsikko enemmän negatiivinen vai positiivinen: ”HIM – Musiikkia romantiikan bulimikoille” (Rumba 2001), ”HIM – Seitsemän vuotta rakkauden varjossa” (SUE 2004) ja ”Rakkauden ammattilainen” (Inferno 2010). Otsikon ”HIM – Musiikkia romantiikan bulimikoille” voi



yhtäältä ymmärtää, että romantiikan bulimikot saavat HIMin musiikista lohtua, mutta toisaalta otsikon voi ymmärtää niin, että HIMin musiikki soveltuu hyvin bulimikon ajatusmaailmaan, koska myös HIMin musiikkia voi ensin ahmia, jonka jälkeen tulee paha olo ja lopulta on pakko oksentaa. Otsikon ”HIM – Seitsemän vuotta rakkauden varjossa” voi ymmärtää niin, että HIM on joutunut uhrautumaan ja piilottamaan todellisen musiikkityylinsä seitsemän vuoden ajan rakkaus-teemaa käsittelevien biisiensä taakse. Otsikon voi ymmärtää myös kunnianosoituksena HIMin lyriikoille, joissa rakkaus on kuoleman ohella merkittävässä roolissa. Puolestaan otsikko ”Rakkauden ammattilainen” (Inferno 2010) tarkoittaa paitsi kirjaimellisesti rakkauden ammattilaista myös prostituoitua.

#### 5.1.4 Tutkimusaineiston juttujen toimittajat

Lehti	Saman toimittajan tekemät Valo-jutut
Inferno	0/2
Rumba	0/9
Rytmi	4/5
Soundi	9/13
Sue	4/6

**Taulukko 5** Montako juttua sama toimittaja on tehnyt lehdessä x ilmestyneistä Valo-jutuista?

Mielenkiintoinen havainto juttujen tekijöihin liittyen on, että kuten Taulukosta 5 käy ilmi Soundissa, Suessa ja Rytmissä Valosta ja HIMistä oli tehnyt juttuja pääasiallisesti yksi ja sama toimittaja. Soundin legendaarinen rocktoimittaja Juho Juntunen oli tehnyt yhdeksän juttua 13 ilmestyneestä jutusta, Sue-lehdessä Ari Vängän käsialaa oli neljä juttua kuudesta, ja puolestaan Rytmissä Jyri-Jussi Rekinen oli tehnyt neljä juttua viidestä. Tämän kolmeen musiikkilehteen liittyvän havainnon perusteella vaikuttaa, että niin sanottu kaverijournalismi todella on läsnä suomalaisessa musiikkijournalismissa, aivan kuten luvussa kolme ehdotettiin. Kaverijournalismi ilmenee esimerkiksi näin:

Artikkelin nimi oli Rokkijätkiä. Sovimme Villen kanssa, että tehdäänpä seuraava juttu muutaman vuoden kuluttua. Tuolloin HIM oli juuri julkaissut esikoislevynsä. (Rytmi 2000)

Edellä olevasta lainauksesta käy ilmi, että Valo ja toimittaja Rekinen ovat jo entuudestaan tuttuja, joten Valo päätyi Rekisen haastateltavaksi ilman sen kummempia pohdintoja. Kaverillisuus voi ilmetä toisellakin tavalla:

Ville Valo soitti viime tammikuussa ja pyysi kaljalle. Olin tuolloin toisessa kaupungissa ja vodkalla, mutta sovittiin että nähdään seuraavana iltana, kun kaupunki on yhteinen. (Soundi 2002)

Juho Juntusella ja HIMillä on tiivis yhteinen taival. Sen lisäksi, että Juntunen on kirjoittanut, ja kirjoittaa edelleen, HIMistä juttuja Soundiin, on hänen tekosiaan myös vuonna 2002 ilmestynyt HIM-kirja Synnin viemää. Vaikka Juntunen on selvästi Soundin HIM-toimittaja, ei Juntunen sorru jutuissaan HIMin tai Valon hehkuttamiseen. Jutuista kuitenkin huomaa, että Juntunen antaa paljon tilaa Valon omille ajatuksille, eikä Juntunen juurikaan kyseenalaista Valon sanomisia. Samankaltainen kaveria ei jätetä -asenne löytyy myös Vängän ja Rekisen tekemistä Valo-jutuista. Juntusen jutuista poikkeuksellisen tekee, että jutut tuntuvat välillä saaneen lisäväriä Juntusen omasta kynästä.

Se, että sama toimittaja on tehnyt suurimman osan yhden lehden HIM-jutuista viittaa yhtäältä musiikkitoimittajien vähyteen ja toisaalta siihen, että jutut annetaan toimittajalle, jolla on jo aiempaa tuntumaa tietystä yhtyeestä tai artistista, tässä tapauksessa HIMistä. Tämä on ymmärrettävää, sillä yhtyeen historiikin hallitsevan toimittajan on helpompi lähteä tekemään juttua kuin toimittajan, jolle yhtye on täysin tuntematon. Vaikka haastattelu oikeus päätyisi yhtyeen hyvin tuntevalle toimittajalle, ei se automaattisesti tarkoita, että juttu olisi parempi kuin toimittajan, joka kohtaa yhtyeen ensimmäistä kertaa. Kyse on siitä, miten taitava toimittaja on, ja miten hyvin toimittaja pystyy pitämään esimerkiksi liiallisen omien mielipiteidensä esille tuomisen poissa.

Siinä missä Soundi, Sue ja Rythmi luottavat niin sanottuihin HIM-toimittajiinsa, löytyy Rumbassa ja Infernossa vuosina 1997–2010 julkaistujen HIM-juttujen takaa eri toimittajat. Syytä tähän voi arvuutella. Ehkä toimittajat ovat vaihtuneet kyseisissä lehdissä tiuhempaa tahtia, ehkä lehdet ovat yrittäneet tuoda HIM-juttuihinsa tuoreita näkökulmia tai ehkä kukaan toimittaja ei syystä tai toisesta ole halunnut tehdä toistamiseen juttua samasta yhtyeestä. Vaikka Rumbassa ja Infernossa asialla eivät ole olleet HIMiin erikoistuneet toimittajat, eivät jutut poikkea lähtökohdiltaan merkittävästi niistä jutuista, jotka Soundin, Suen ja Rythmin HIM-toimittajat ovat tehneet. Monen HIM-toimittajan ja myös ”sitoutumattoman” toimittajan tekemistä jutuista on nähtävissä suoraan kunnioitus Valoa ja HIMiä kohtaan:

Sääli vain, että minusta albumi ei tee täyttä oikeutta Ville Valon lahjakkuudelle ja biisinkirjoittamistaidolle. (Rumba 2001)

- - En ollut HIMin varsinainen fani, mutta olin aina pitänyt retkueen levyistä ja asenteesta sekä siitä, että kaikki oli tapahtunut niin nopeasti. - - (Soundi 2002)

## 5.2 Kuusi Valo-juttua lähietäisyydeltä tarkasteltuna

Ilmestymisvuosi	Lehti	Otsikko
1997	Soundi	”Me ollaan parempia kuin Marilyn Manson”
2000	Sue	HIM – Valoa kansalle
2003	Soundi	HIMiä, rakkautta ja metallia
2005	Rumba	Kontrolloitua kaaosta
2007	Rythmi	Jatkokertomus nimeltä Valo
2010	Inferno	Rakkauden ammattilainen

**Taulukko 6** Diskurssianalyysiin päätyneet Valo-jutut.

Tarkempaan analyysiin, eli diskurssianalyysiin, päätyivät kuusi Ville Valosta vuosina 1997–

2010 kirjoitettua juttua. Aluksi jaottelin jutut kuuteen eri luokkaan: 1997–2000 ilmestyneet jutut, 2000–2002 ilmestyneet, 2002–2004 ilmestyneet, 2004–2006 ilmestyneet, 2006–2008 ilmestyneet ja 2008–2010 ilmestyneet. Jutut on tarkoituksella otettu tasaisesti aikavälin 1997–2010 puitteissa, jotta juttujen avulla olisi mahdollista muodostaa näkemys, onko esimerkiksi juttujen painotukset muuttuneet vuosien saatossa, eli onko Valosta luotu erilaista kuvaa esimerkiksi 1997 kuin 2010. Vaikka Valosta kirjoitetut jutut ovat eri lehdistä, on ajallisen muutoksen tutkiminen mahdollista, koska lehdet ovat hyvin samanlaisia.

Tämän jälkeen valitsin jokaisesta luokasta yhden jutun mukaan diskurssianalyysiin. Halusin diskurssianalyysiin yhden jutun jokaisesta lehdestä, joten juttuja ei voinut valita täysin sattumanvaraisesti. Soundista mukaan päätyi kaksi juttua, sillä Soundissa oli ilmestynyt vuosien saatossa eniten Valo-juttuja. Kaikki diskurssianalyysiin päätyneet jutut on tehty, koska HIMin levy on joko ilmestynyt tai ilmestymässä. Kuitenkin ainoastaan Soundissa vuonna 1997 julkaistu ”Me ollaan parempia kuin Marilyn Manson” keskittyy pelkästään musiikkimaailman ympärille. Viidessä muussa jutussa mukana on myös musiikkimaailman ulkopuolisia teemoja. Kahdessa jutussa on Valon lisäksi äänessä muita: toisessa jutussa äänessä on HIMin manageri Seppo Vesterinen, toisessa muutama muu HIMin jäsen.

### **5.3 Valoa kansalle**

Juttujen analysointivaiheessa esille nousi vahvana piirteenä tähteyteen useimmiten kuuluva ristiriitaisuus. Valon kohdalla ristiriitaisuus näkyy hänestä juttujen välityksellä muodostuvassa kuvassa selvästi. Ristiriitaisuus ilmenee erityisen hyvin Valon omien puheiden välityksellä, mutta Valon ristiriitaisuutta on vahvistamassa myös juttuihin päätyneet toimittajien huomiot. Ei ihme, että monesti tähteyteen kuuluva erilaisuuden ja tavallisuuden yhdistelmä toteutuu myös ristiriitaisen Valon kohdalla. Valo esitetään jutuissa yhtäältä täysin tavallisena ihmisenä, mutta toisaalta kuitenkin jollakin tapaa erityislaatuisena.

Valon tähtikuvan rakentumista voidaan lähteä tarkastelemaan kahden jutuista hahmottuneen päädiskurssin avulla. Diskurssit ovat ”tavallinen Valo” ja ”erityinen Valo”. ”Tavallinen Valo”-diskurssiin liittyvät aladiskurssit ”aivan kuin me muut” ja ”hyvä tyyppi. Puolestaan

”erityinen Valo” -diskurssin aladiskursseja ovat ”diktaattori nimeltä Valo”, ”rocktähti vailla vertaa” ja ”pimeä Valo”. Aladiskurssit muodostavat keskenään myös kaksi vastakohtaparua: ”aivan kuin me muut” vs. ”rocktähti vailla vertaa”, ”hyvä tyyppi” vs. ”diktaattori nimeltä Valo”.

## 5.4 Tavallinen Valo

### 5.4.1 Aivan kuin me muut

Ville Valo elää lehtijuttujen perusteella tunnetun muusikon ja rocktähten elämää, kuten kohdassa 5.5.2 esittelyyn tuleva ”rocktähti vailla vertaa” -diskurssi esittää. Hänestä kuitenkin paljastuu juttujen välityksellä myös hyvin tavalliselta kuulostavia, inhimillisiä asioita, jotka saavat uskomaan, että Valo on aivan kuin me muut.

Tavalliseen elämään kuuluvia asioita ei kuitenkaan tuoda esille Valosta kirjoitetuissa jutuissa välttämättä suoraan. Toimittajat ovat omalta osaltaan rakentamassa ennen kaikkea kuvaa rocktähdestä, jolle musiikki on tärkeää. Toisaalta juuri tavallisuuden ja erilaisuuden yhdistelmä kuuluu tähteyteen, joten Valon tavallista puolta ei ole pimennetty jutuista kokonaan.

Elämään kuuluu rakkaus. Myös peräti neljässä analysoitavina olleista kuudesta jutusta rakkaus-teemaa käsitellään ainakin hieman. Lehtijuttujen perusteella Valo näyttäytyy romantiikan nälkäisenä haaveilijana. Sinänsä tämä ei ole yllättävää, sillä Valon HIM-yhtyeelle kirjoittamat kappaleet sivuavat kuoleman lisäksi juuri rakkautta. Jopa HIMin musiikkityyliä kutsutaan nimellä rakkausmetalli. Valon tavallisuutta rakkaus-teema kuitenkin korostaa: myös Valoa liikuttaa rakkaus, aivan kuin meitä muita. Valon tavanomaisuutta lisää, että hän antaa ymmärtää, ettei menestys rakkausrintamalla ole loisteliasta.

”- - Mä oon niin helvetillisen huono rakastaja. - -” (Soundi 1997)

Edellä mainittu sitaatti vahvistaa kuvaa Valosta tavallisena miehenä, joka painii samojen ongelmien kanssa kuin muut ihmiset. Valon lisäksi osa toimittajista on huomannut, ettei Valolla suju naisten kanssa aina niin hyvin, kuin moni saattaa luulla. Tämä lisää Valon tavallisuuspisteitä.

Valon julkista kuvaa ja vaikkapa levyjen sanoituksia seurattaessa on saattanut muodostua kuva hieman surumielisestä, mutta samalla romanttisesta hahmosta, joka etsii rakkautta sitä koskaan löytämättä. (Inferno 2010)

Valo itse suhtautuu toimittajan huomioon ihmetellen: ”Eivätkö kaikki meistä etsi rakkautta?” Huomautus tuo Valon jälleen lähemmäksi tavallisia ihmisiä, sillä varmasti jokainen etsii tavalla tai toisella rakkautta elämäänsä. Valon uskosta rakkauteen kertoo myös se, että hän vakuuttaa, ettei ole luovuttanut, vaikka sydänpöytä ei olekaan vielä löytynyt.

”Kyllä minä uskon, että lopullinen rakkaus tulee toteutumaan kohdallani. Pakkohan minun on uskoa siihen unelmaan, muuten en olisi tässä. - -” (Inferno 2010)

Valosta jää romanttinen jälkimaku Suen vuoden 2000 jutun perusteella. Jutussa Valo kertoo muistavansa, mikä laulu on soinut taustalla, kun hän on pussaillut rakastuneena tyttöä. Tällainen suloinen huomio korostaa entisestään Valon tavallisuutta, sillä luultavasti moni muukin muistaa vastaavanlaisia pieniä asioita elämänsä varrelta. Puolestaan Infernon vuoden 2010 jutussa ”Rakkauden ammattilainen” Valosta leivotaan kaikkitietävää rakkauden suhteen. Valo kieltämättä hallitsee pysäyttävät lausahdukset:

”Rakkaus on rauha. Kaikki arjen paska lähtee pois, eikä tarvitse sanoa mitään. - -” (Inferno 2010)

Vaikka Valo tuntuu tietävän tarkalleen, mitä rakkaus hänelle merkitsee ja mitä hän parisuhteelta haluaa, on Valon puheissa havaittavissa ristiriitaisuutta, jota löytyy kautta linjan Valon sanomisista tarkasteltaessa. Rakkauden ammattilainen Valo nimittäin sanoo Inferno-

lehden (2010) jutussa, ettei hänellä oikeastaan ole pienintäkään aavistusta rakkauden syvimmästä olemuksesta, joten tästä syystä hän kirjoittaa sanoituksia aiheesta edelleen. Ristiriitaisuutta lisää, että samassa jutussa Valo sanoo: ”Rakkauden ei tarvitse olla välttämättä helppoa”, vaikka toteaa myöhemmin rakkauden olevan rauha. Jos mutkat vetää suoriksi, hankala parisuhde voi siis tuoda Valolle rauhan. Vaikka ristiriitaisuus saattaa hämmentää, tulee muistaa, että ristiriitaiset puheet voidaan lukea osaksi normaalia käytöstä, sillä kaikki meistä puhuvat ainakin joskus suunsa ohi.

Valon inhimillistä, tavallista puolta, tuodaan esille jutuissa myös muiden asioiden kuin rakkauden kautta. Infernon 2010 jutussa Valon käsistä riistäytynyt alkoholinkäyttö on saanut peräti oman kainalojuttunsa. Vaikka alkoholi on helposti yhdistettävissä rocktähteyteen, voi sen yhtä lailla laskea osaksi Valon tavallista puolta – alkoholi ja alkoholiongelmat ovat monelle normaaliin elämään kuuluvia asioita. Kainalojutussa kerrotaan, miten alkoholista luopuminen on vaikuttanut myönteisesti Valon ulkoiseen olemukseen, mutta kaikkia ongelmia alkoholivapaa elämä ei ole edes Valon elämästä poistanut. Todellisuudessa kainalojutun yleissävy kielii, että Valo halutaan esittää jutun kautta siinä valossa, että elämä ilman alkoholia ei olisikaan Valosta niin hyvä juttu.

”Mikään ei ole yhtäkkiä paremmin. Selvin päin energiaa on paljon enemmän, mutta se ei tee kaikesta sen vähemmän vittumaisempaa. Maailma on vain selkeämmällä tavalla paska paikka. - -” (Inferno 2010)

Valon ajatukset ovat paitsi rehellisen kuuloisia, myös suomalaisen pessimistiseen ajattelumalliin sopivia. Valon tavallisuus korostuu entisestään, kun hän paljastaa, että myös hän on joutunut ongelmiin alkoholin takia, ja alkoholinkäytöllä on ollut negatiivinen vaikutus hänen mielialaansa.

”Totuus on kuitenkin se, että sinun pitää juoda aina vain enemmän, koska ongelmia tulee juomisen myötä lisää. Hommat tulee tehtyä huonosti ja päässä pyörii yhä enemmän pahoja ajatuksia. - -” (Inferno 2010)

Vaikka Valo kokee, ettei alkoholin poistuminen kuvioista ole poistanut kaikkia ongelmia, on alkoholista luopumisessa luonnollisesti hyvätkin puolensa. Musiikin tekemiseen on jäänyt nyt huomattavasti enemmän aikaa ilman alkoholintäyteisiä päiviä. Vieroituksesta huolimatta, Valo ei ole muuttanut mielipidettään alkoholin nauttimisen perimmäisestä tarkoituksesta:

”Minusta viinan tarkoitus on se, että vedetään hirveät jurrit ja tehdään tyhmiä asioita. -  
-” (Inferno 2010)

Valon edellä esittämä näkemys kuulostaa oikeastaan sellaiselta, että luultavasti moni muu ajattelee samalla tavalla, mutta ei kehtaa sanoa asiaa yhtä suoraan. Valo sen sijaan ei häpeile tuoda ajatuksiaan julki. Välillä vaikuttaa, että Valo elää niin normaalia elämää, että hän unohtaa olevansa haastattelutilanteessa:

”- - Mutta tavallaan ymmärrän että netissä paheksutaan missien kaksoisleukia, onhan kaksoisleuat mauttomia!” (Soundi 2003)

Yksi tavallisuutta korostava lisäpiirre jutuissa on se, että Valo vakuuttaa suhtautuvansa ihmisiin normaalisti erityislaatuisesta asemastaan huolimatta (Sue 2000). Valosta jää juttujen perusteella myös vaikutelma, että hän ilahtuu tavallisten ihmisten tapaan hyvin pienistä, mutta tiettyinä hetkinä suurista, asioista:

”Mä tykkään sellaisesta levystä, jota voi kuunnella perjantai-iltana, kun on lähdössä juhlimaan ja maanantaina, kun menee nukkumaan. - -” (Soundi 1997)

Vaikka jutuista on löydettävissä Valon tavallisuutta korostavia asioita, on Valon tavallisuus juttujen sivujuonne. Kaikissa kuudessa jutussa keskiössä on nimenomaan kuuluisa muusikko ja rocktähti Valo, ei tavallista kuolevaisen elämää viettävä Valo. Myös Valo tuntuu olevan tietoinen tavallisesta elämästä poikkeavasta roolistaan, joka hänen on pakko säilyttää, vaikka valokeilassa oleminen ei aina huvittaisikaan.



”Välillä alkaa vähän väsyttää ja hermo pettää, kun puhuu vain itsestään monta tuntia, eikä lopulta muista, mitä on puhunut kellekin. Se ei oo enää normaalia elämää.”  
(Rumba 2005)

#### 5.4.2 Hyvä tyyppi

Hyviä tyyppejä on harvassa. Vaikka Valosta vahvimpana diskurssina jääkin ilmoille kohdassa 5.5.1 esiteltävä ”diktaattori nimeltä Valo”, voi Valon nähdä myös hyvänä tyyppinä, ainakin tiettyjen juttujen välityksellä.

Hyvät tyytit ovat yleensä vaatimattomia, mutta Valon tapauksessa vaatimattomuus ei ole niin merkittävässä roolissa kuin itsevarmuus, joka tulee esille ”diktaattori nimeltä Valo” - diskurssissa. Tästä huolimatta myös vaatimattomuudesta löytyy viitteitä. Soundin vuoden 1997 jutussa Valo esimerkiksi toteaa, ettei HIMin ole kannattanut lähteä Helsingin ulkopuolelle keikkailemaan, koska yleisöä ei olisi ollut. Hän myös kiistää, että HIM olisi ”Ville Valo experience”, vaikka todellisuudessa näin näyttää olevan. Valon vaatimattomuus ilmenee ennen kaikkea musiikkiin liittyvissä asioissa niin vähättelyn kuin katumuksen kautta.

”Saksassa soitimme ensin 300–500 hengen klubeissa, mutta eivät ne läheskään aina täynnä olleet. - - ” (Sue 2000)

”- - Covereita voi jättää pois, ennen kuin niistä tulee Wicked Gamen kaltaisia riippakiviä.” (Sue 2000)

Vaikka Valo on saavuttanut paljon enemmän kuin moni suomalainen muusikko, väittää hän silti Infernon 2010 haastattelussa, että HIM-konsepti oli ikään kuin vahinko, kuten myös ensimmäinen yhtyeen levy. Valo vierittää kaiken kunnian ensimmäisen levyn tuottajalle Hiili Hiilesmaalle, ei itselleen tai bändille. Hän myös nimittää ensimmäistä HIM-levyä kokeiluksi ja puhuu samassa yhteydessä hyvästä tuurista (Inferno 2010).

”- - Eihän sitä tiedä hevon helvettiä mistään tuossa vaiheessa. Studiotekniikasta emme ymmärtäneet mitään. Hiili auttoi saamaan aikaiseksi levyn, joka oli omaperäinen. Ilman häntä siitä olisi tullut ihan paska.” (Inferno 2010)

Vaatimattomuus ilmenee myös epävarmuutena, joka tekee Valosta inhimillisen lukijan silmissä. Valo muun muassa sanoo pelänneensä, että ihmiset olisivat alkaneet unohtaa HIMin sekä myöntää, että bändi ei itsekään uskonut pääsevänsä levyttämään Walesiin (Sue 2000). Valon inhimillisyyttä korostetaan myös tuomalla Valon nöyrää, jalat maassa -asennetta esille. Tämä vahvistaa hyvä tyyppi -diskurssia entisestään. Ilman seuraavan sitaatin kaltaisia sitaatteja Valosta jäisi huomattavasti laskelmoivampi kuva.

”- - Mun mielestäni tämän jutun olennaisin osa on se, että saa tehdä sitä mitä haluaa tehdä. Ei se, että pääsee leveilemään saavutuksillaan. Harvassa ovat ne tyypit, joilla on leveilylleen perusteitakin.” (Sue 2000)

Vaatimattomuuden lisäksi Valosta jää kuva erityisen ahkerana muusikkona. Omalta osaltaan myös ahkeruuden korostaminen vaikuttaa siihen, että Valo on helppo mieltää hyväksi tyyppiä. Ahkeruus tulee esille esimerkiksi Suen vuonna 2000 ilmestyneessä jutussa, jossa Valo esittää asian niin, että jos yhtye treenasi ennen kerran kuukaudessa, treenaa se nyt kaksikymmentä kertaa. Puolestaan Soundissa vuonna 2003 julkaistun jutun mukaan Valo alkoi kirjoittaa Love Metal -levyn biisejä jo puolitoista vuotta ennen studioon menoa. Ahkeran ja peräänantamattoman miehen titteliä vahvistaa, että omien sanojensa mukaan Valo kirjoitti kaikki Love Metal -levyn lyriikat kuumeessa. (Soundi 2003.) Valo on tietoinen myös, että keikkatarjouksista ei kannata kieltäytyä, eikä ilman kappaleiden treenausta tule menestystä:

”- - Tällä alalla vallitsee muutenkin sellainen väärä käsitys, että kun jotain alkaa tapahtumaan, muutama markka vaikka tulee tilille, niin voi lopettaa esimerkiksi harjoittelun. Asiahan on just päinvastoin. - -” (Sue 2000)

”- - Me mennään mihin meitä pyydetään, tehdään mitä pyydetään ja toivotaan, että

kaikilla on vitun kivaa ja kaikilla menee vitun hyvin.” (Soundi 2003)

Ahkeruutta korostaa paitsi Valo itse myös osa toimittajista. Esimerkiksi Juho Juntunen kirjoittaa Soundissa 2003, että ”HIMin ensimmäiset vuodet olivat niin tiuhaa keikkailua ja rankkaa riepottelua, että heikommat olisivat voineet saada siinä myllytyksessä sydänkohtauksen - -”. Juntusen kirjoittama teksti luo kuvaa itsensä täydellisesti likoon panneesta yhtyeestä, johon myös Valo olennaisesti kuuluu. Puolestaan Valo muistuttaa ahkeruudestaan kertomalla Rumban haastattelussa vuonna 2005 tehneensä musiikkia noin 21 vuoden ajan ja soittaneensa suunnilleen 450 keikkaa. Ahkeruus ei pelkästään ole merkki hyvästä asenteesta työntekoa kohtaan, vaan Valon tapauksessa se on tietynlainen pakko, jos mieli menestyä ja säilyttää tähden aseman vuodesta toiseen. Valo näyttäytyy välillä jopa työnarkomaanina, jota ei yksinkertaisesti kiinnosta mikään muu kuin musiikki ja siinä pärjääminen.

” - - Ainoa asia, mikä kiinnostaa on, että tekee kaiken niin tosissaan ja täysillä kuin pystyy.” (Rumba 2005)

Hyvä tyyppi -diskurssiin sopii vaatimattomuuden ja ahkeruuden lisäksi myös positiivisuus. Positiivinen vaikutelma Valosta jää kuitenkin ainoastaan Suen vuonna 2000 ilmestyneen jutun perusteella. Jutussa Valo vaikuttaa tyytyväiseltä mieheltä, joka ”tervehtii iloisesti” ja sanoo olevansa onnellinen uuden levyn takia. Valo myös siirtää hyvää mieltä bändin kitaristin suuntaan toteamalla Linden olevan ”ihan helvetin hyvä kitaristi” ja kehuu yhteistyön manageri Seppo Vesterisen kanssa sujuneen ”helvetin hyvin”. Tällaiset positiiviset asiat luovat kuvaa Valosta mukavana ihmisenä, joka haluaa kannustaa ympärillään olevia ihmisiä.

”- - Seppo on hyvä frendi, ja unelmien toteuttaminen sellaisten ihmisten kanssa, joista oikeasti välittää, on hienoa. Seppo ja Welldonen Tiina Vuorinen ovat mun sydänystäviäni.” (Sue 2000)

Positiivinen vire jatkuu läpi jutun. Välillä Valo iloitsee onnistuneista demoista, välillä siitä, että ”puhelinlaskut tai muut normaalit käytännön asiat” eivät häirinneet levyn

nauhoitusurakkaa. Jopa haastattelujen antaminen saa Valolta kiitosta. Näin ollen Suen (2000) jutun perusteella Valoa saattaisi pitää lähes yltiöpositiivisena ihmisenä, hyvänä tyyppinä, joka on kiitollinen saavuttamastaan normaalista poikkeavasta asemastaan.

”- - Mä diggaan tehdä haastatteluja, on kiva höpöttää ja tavata uusia ihmisiä. - -” (Sue 2000)

”- - Pitää olla kiitollinen siitä, että saa tehdä sitä mistä tykkää. Että ei tarvitse olla yhdeksästä viiteen duunissa.” (Sue 2000)

## **5.5 Erityinen Valo**

### **5.5.1 Diktaattori nimeltä Valo**

Musiikki on Ville Valolle kaikki kaikessa, eikä hänen lehtien kautta välittyvästä imagostaan voi olla huomaamatta, että HIMin suhteen Valo on ollut pomo alusta lähtien. Täysin suoria vihjauksia Valon diktaattorimaisesta luonteesta on havaittavissa niin Valon itsensä, bändikavereiden kuin myös toimittajan lausumina. Valon entinen bändikaveri Juhana Rantala ja Suen toimittaja kertovat omat näkemyksensä asiasta:

”Niinhän se on, että Ville tekee lapsen ja me muut puetaan se.” (Rantala Soundissa 1997)

HIM on perustunut ainakin tähän saakka täysin Valon musiikillisille näkemyksille. - - (Sue 2000)

Valo ei peittele, että juuri hän on vastuussa biiseistä. Hän kertoo tekevänsä biiseihin ainakin rakenteet, melodiat ja tekstit, ennen kuin tarjoaa biisejä bänditovereilleen (Sue 2000). Syytä tähän ei tarvitse hakea: Valo sanoo tietävänsä, millaisia biisejä bändin kitaristi ja basisti

tykkäävät soittaa (Sue 2000). Valo on tietoinen, että hänen tahtonsa ei jää paitsioon. Valo ei myöskään piilotele taipumustaan olla äärimmäisen vaativa muita bändin jäseniä kohtaan.

”- - Toki minä olen yhä studiossa se päällepäsmäri, kalja toisessa ja rööki toisessa kädessä huutamassa, että tämä kuulostaa ihan paskalta, soita sä näin ja näin. Eli ihan niin kuin aikaisemminkin. - -” (Soundi 2003)

Valo kokee, että ”yhden tyypin tehdessä biisit punainen lanka pysyy tallella” (Soundi 1997). Hän ei myöskään peittele, että koska kyseessä on hänen tekemänsä musiikki, hän tietää parhaiten, mitä biisit kaipaavat. Valo myös osaa kehua omia kappaleitaan.

”- - Meidän orkesterille sopii paljon paremmin lyhyt ja ytimekäs ilmaisu.” (Sue 2000)

”Minulla oli biisejä tehdessä ideana, että jokaisesta kappaleesta löytyisi oikea kitarariffi. - -” (Soundi 2003)

”Kyllähän tämän uuden levyn biisit on tehty keikalla soitettaviksi. Halusin että niissä olisi entistä enemmän musaa, sitä soiton tuntua. - -” (Soundi 2003)

Valon mielipiteellä on ollut selvää painoarvoa jo yhtyeen alkuvuosina. Soundin vuoden 1997 jutusta käy ilmi, että muut HIM-jäsenet eivät pitäneet Wicked Game -biisin alkuperäisversiosta. Valo piti. Tuloksena oli, että HIM teki biisistä oman versionsa. Myös useat HIMin versioimat coverbiisit ovat Soundin vuoden 1997 jutun perusteella olleet ainoastaan Valon mieleen. Valo toteaakin saaneensa puhuttua muut ympäri. Nämä seikat vain lisäävät vaikutelmaa, että HIM on diktaattori Valon lapsi.

Valon pomon rooli näkyy paitsi itse HIMin musiikissa myös musiikkiin liittyvien asioiden hoitamisessa. Valo esimerkiksi myöntää päättäneensä Love Metal -levyn biisijärjestyksen kolmessa minuutissa. Yksin. Muilla ei Valon mukaan ollut mitään hänen fantastista ehdotustaan vastaan. (Soundi 2003.) Taistelu jopa levy-yhtiön ”vääriä” näkemyksiä vastaan

onnistuu Valolta – hän ei yksinkertaisesti suostu tekemään asioita muiden sanelun mukaan.

”Totta kai levy-yhtiö valitti siitä, että levyn kannessa ei ole bändin eikä levyn nimeä, mutta silloin piti vain sanoa, että haistakaa vittu. - -” (Soundi 2003)

Valon valta näkyy myös muun muassa siinä, että hän kieltää yhtyeen alkuperäisen His Infernal Majesty -nimen käytön Soundin 1997 jutussa. Valon päätösvaltaa ilmaistaan myös lievemmin: kun Razorblade Romance -levylle mietittiin tuottajaa, esille tuli mies nimeltään John Fryer, jonka kanssa nimenomaan Valo oli jo alustavasti jutellut asiasta (Sue 2000). Vaikka diktaattorimaisuutta on turha kieltää, Valo muistaa paikka paikoin painottaa, etteivät bändin muut jäsenet sentään välttämättä allekirjoita Valon puheita, vaikka Valo onkin selkeästi bändin puheautomaatti (Soundi 2003).

Johtajalla on oltava paljon itsevarmuutta, jota Valolta ei näytä puuttuvan. Jo Soundin 1997 jutussa Valo hehkuttaa HIMin olevan parempi yhtye, kuin kovassa nosteessa tuolloin ollut Marilyn Manson. Lähes samaan hengenvetoon Valo kehuskelee HIMin olleen stadionbändi alusta saakka – vaikkei yhtye ole päässytäkään soittamaan stadionille asti vielä tuolloin. Vaatimattomuudesta ei ole tietoaakaan edes uran alkuvuosina.

Ville sanoo, että ulkomaatkin kuuluvat yhtyeen suunnitelmiin.

”Totta kai, mutta pikkuhiljaa. Meidän pitää ajatella laajempaa skaalaa, koska me kuitenkin lauletaan englannin kielellä.” (Soundi 1997)

”- - Me vedotaan kaikkiin kansanryhmiin.” (Soundi 1997)

Valon itsevarmuus liittyy ennen kaikkea juuri hänen tekemäänsä musiikkiin, ei niinkään hänen henkilökohtaiseen elämäänsä. Valo muun muassa kertoo tekevänsä tätä nykyä biisejä paljon nopeammin ja pystyneensä elättämään itsensä tekemällään musiikilla vuodesta 1999 (Sue 2000). Hän myös kääntää jopa toimittajilta tulleen ristiriitaisen palautteen Dark Light -levystä myönteiseksi asiaksi (Rumba 2005). Tämä jos mikä on merkki vankasta

itseluottamuksesta. Myös se, ettei Dark Light -levyn biiseistä tehty Valon mukaan ollenkaan demonauhoja ennen studioon siirtymistä (Rumba 2005) vahvistaa Valosta tihkuvaa itsevarman pomon kuvaa. Valon hyvin vahvasta itseluottamuksesta kertoo myös se, että Valo kehuu omia tuotoksiaan ja tuo esille, miten paljon yhtyeen levy on myynyt Yhdysvalloissa aivan kuin itsestään.

”- - Uusi Wicked Game on muuten helvetin hyvä, paras kaikista äänittämistämme. - -”  
(Sue 2000)

Villen mukaan HIM on myynyt Yhdysvalloissa kolmesataatuhatta levyä, vaikka yhtyettä ei ole markkinoitu maassa mitenkään. Mitä nyt pari kiertuetta on tehty.  
(Rumba 2005)

Valosta erityisen suomalaisen tekee, että Valo uskaltaa olla itsevarma. Hän myöntää itsekin esimerkiksi olevansa suosittu muusikko (Rytmi 2007). Valon kohdalla itsevarmuus ja sen mukana tulevat mielipiteet ovat välillä perusteltuja, sillä Valo ja HIM todella ovat saavuttaneet paljon suomalaisessa mittapuussa. Välillä Valon laukomille ”totuuksille” ei sen sijaan löydy kunnollista pohjaa, vaan Valo laittaa itsensä kyseenalaiseen valoon lapsellisella käytöksellään.

”- - Minusta HIM on oikeaa musiikkia, ja Ultra Bra ja mikä vitun SMG eivät, ne ovat silkkaa paskaa.” (Inferno 2010)

Itsevarmuus ilmenee Valon kohdalla myös niin, että hän uskaltaa tuoda julki itseään koskevat tosiasiat, kuitenkin itseään liikaa alentamatta. Myös Valosta jutun Rumbaan 2005 kirjoittanut toimittaja tuo tämän Valon piirteen esille.

Vaikka Dark Lightista tulisi täydellinen floppi, se ei kävisi Ville Valon kunnian päälle.  
- - (Rumba 2005)

”- - Jos minun kappaleeni ei soi radiossa, niin sitten en vain ole tarpeeksi hyvä biisinkirjoittaja.” (Inferno 2010)

Itsevarmuuden lisäksi Valo omaa kyvyn olla hyvin suorapuheinen. Tai pikemminkin kyvyn vaikuttaa suorapuheiselta. Jokaisesta analysoitavana olleesta kuudesta jutusta paistaa läpi, ettei Valo pelkää sanoa, mitä sylki tuo suuhun. Tuo piirre on omiaan synnyttämään ristiriitaista vaikutelmaa Valosta, sillä kuten jo ”aivan kuin me muut” -diskurssissa kävi ilmi, Valon puheet eivät aina osu yksi yhteen.

HIM sanoo, että se tekee musiikkia niin kauan kuin ihmiset jaksavat kuunnella. Yllättäen he eivät teekään kappaleita ensin itselleen ja vasta sitten yleisölle, kuten moni muu yhtye ainakin väittää tekevänsä ja bändi toistaa asiaa pitkin matkaa.

”Ei missään nimessä tehdä itsellemme”, Ville parahtaa. (Soundi 1997)

Vuonna 2005 ilmestyneessä Rumban jutussa Valo antaa kuitenkin päinvastaisen lausunnon:

”Ei. Ei tässä olla isänmaan asialla. Suomalaisia me ollaan, mutta mehän tehdään musiikkia itsellemme, ei Suomelle.” (Rumba 2005)

Suorapuheisuus näyttää olevan Valon kohdalla veteen piirretty viiva. On lukijan vastuulla, uskooko Valon rehellisyyteen, ja jos uskoo, missä asiassa. Esimerkiksi Valon väite, että heidän ei vielä 1997 kannata lähteä Helsingin ulkopuolelle keikkailemaan, koska kukaan ei tulisi heitä katsomaan (Soundi 1997), kuulostaa realistiselta ja aidolta. Rehelliseltä kuulostaa myös näkemys, että biisejä on tehty eri tavalla, koska ihmisten on arveltu tykkäävän menevimmistä biiseistä (Sue 2000). Ilman suorapuheisuutta Valo ei olisi uskottava diktaattori.

”On sääli, että ihmisten pitää paheksua. Meneekö kaikilla tosiaan niin päin vittua, että pitää lukea, miten muilla menee vielä enemmän päin vittua, että voit tuntea olosi onnelliseksi. Se on aivan käsittämätöntä. - -” (Soundi 2003)



Valo uskaltaa laukoa myös asioita, joita varmasti joku muu tähti olisi jättänyt sanomatta. Itse asiassa hän myös myöntää keksivänsä tarinoita, joka viittaa osaltaan siihen, että Valo on todennäköisesti kyllästynyt toimittajien esittämiin samoihin kysymyksiin. Kuten tiedämme, tarinat ovat yleensä väritettyjä, elleivät kokonaan mielikuvituksen tuotetta.

Tarinat kuuluvat kuitenkin hyvän johtajan elämään, sillä johtajan on kyettävä pitämään mielenkiintoa yllä haluamaansa kohdetta, tässä tapauksessa itseään, ja sitä kautta bändiä nimeltä HIM, kohtaan. Valo ymmärtää, että pärjätäkseen mediapelissä, tarinoita on hyvä löytyä. Tarinoissa piilee kuitenkin se vaara, että Valo ei itsekään muista aina kertomiaan tarinoita.

”Jos sulla on tarina kerrottavana, sä saat palstametrejä. Eikä mulla ole mitään hävettävää. Jos joku kysyy jotain, voin kertoa siitä jotain. - -” (Rytmi 2007)

”Välillä alkaa vähän väsyttää ja hermo pettää, kun puhuu vain itsestään monta tuntia, eikä lopulta muista, mitä on puhunut kellekin. - -” (Rumba 2005)

Valon lausahduksien todenperäisyyteen liittyy epäily. Valo esimerkiksi väittää Soundin 2003 jutussa pystyneensä pitämään itsensä kasassa pyöryksessä. Väite voi pitää paikkaansa, mutta yhtä suurella todennäköisyydellä kyseessä on vain osatotuus. Vaikuttaisi liian hyvältä, että suhteellisen nopeasti kuuluisuuteen noussut ihminen olisi todella pysynyt kylmän rauhallisena vuosien ajan.

Rumban 2005 jutussa Valo myöntääkin, että menestys oli lähellä nousta päähän jo vuonna 2000. Rytmin toimittaja puolestaan on huomannut Valon kyvyn kehitellä tarinoita, ja toimittaja pistääkin Valon selkään seinää vasten omassa jutussaan. Toimittaja kyselee jutussa ensin, miten kauan Valo on ollut selvin päin. Kun Valo sanoo, ettei laske päiviä tai ole AA:ssa, toimittaja tuo esille Valon haastattelun brittiläisessä Kerrang!-lehdessä, jossa Valo väitti haastattelussa olleensa selvin päin 74 päivää. Valon on pakko myöntää valehdelleensa.

”Heitin sen hatusta, koska olin vieroitukseen mennessäni jurrissa enkä muista tarkkaa päivää. - -” (Rytmi 2007)

- - Valolla on tapana päivittää mielestään vanhentuneita tietoja kuittaamalla ne valheikseen tai vitseikseen – ei niinkään perättömiksi huhuiksi. - - (Rytmi 2007)

Vaikka Valo jää välillä kiinni valehtelusta, ei se välttämättä horjuta Valon asemaa. Luultavasti pieni särö maineessa vahvistaa entisestään hänen osaansa erityisenä ihmisenä, diktaattorina, jolle kaikki on sallittua. Se, kuinka paljon Valo valehtelee tai kertoo tarinoita, ja kuinka paljon todella puhuu totta on mahdoton sanoa.

Suurella todennäköisyydellä lausahdusta ”totta kai ulkomailla oltiin kauhistuneita, että me tehdään levy Hiilen kanssa. Mutta me pistettiin vain puhelimet kiinni. - -” (Soundi 2003) on väritetty Valomaiseen tyyliin, kun taas lausahdus ”On vaikea erottaa omaa persoonaansa yhteestä. - -” (Inferno 2010) lienee totta. Tarinoista ja mahdollisista valheista huolimatta Valon puheissa on todennäköisesti enemmän suoruuksia kuin monen muun vastaavassa asemassa olevan tähden. Osaltaan juuri tuo suorapuheisuus tekee Valon persoonasta kiinnostavan.

”- - Kiva kun on ihmisiä, joita tekemisemme kiinnostavat ja joille voi kertoa valkoisia valheita siitä, kuinka hyvä toi levy on.” (Rytmi 2007)

Jotta diktaattori olisi pätevä työssään, tulee hänen olla tietoinen ympärillä tapahtuvista asioista.

”Me tehdään musiikkia ja muiden tehtävä on markkinoida sitä. Ja mehän myös maksetaan muiden liksat, tavallaan. - -” (Soundi 2003)

Soundin 1997 jutussa Valo puolestaan sanoo, että HIM yrittää ainoastaan myydä itseään ja yhtye on ”niin kaupallinen orkesteri kuin kukaan vain voi olla”. Vaikka moni rokkari

vierastaa rockin ja kaupallisuuden yhdistelmää, myöntää Valo Rumban (2005) jutussa HIMin kuuluvan osaksi musiikkibisnestä. Rivien välistä on ymmärrettävissä, että Valo on valmis tekemään asioita, joita ei mielellään tekisi, jos asiat edesauttavat HIMin musiikin leviämistä.

”Me ollaan kuitenkin mukana musabisneksessä ja halutaan, että ihmiset kuulee meidän musiikkia. Turha siitä on valittaa. Muuten voisi tehdä samanlaisia levyjä pienemmällä budjetilla ja soittaa issekseen jossain Vernissassa.” (Rumba 2005)

Ristiriitainen Valo sanoo kuitenkin Infernon vuoden 2010 haastattelussa, ettei häntä kiinnosta bisnesjutut tai, miten paljon esimerkiksi videot maksavat. Tästä huolimatta todellisuus näyttää pysyneen samana vuodesta 1997 lähtien:

”- - Olemmehan me aina olleet kaupallinen bändi, koska toivomme, että meistä tulisi todella isoja, tunnettuja ja vitun rikkaita. - -” (Inferno 2010)

Myös Rytmin vuoden 2007 jutussa, Valo myöntää, ettei häntä haittaa ulkomusiikillinen huomio, sillä kaikki julkisuus on hänen mukaansa hyvää julkisuutta.

”Rokkimaailmassa pitää muistaa, että 80 prosenttia mediasta on muuta kuin musiikkia. - -” (Rytmi 2007)

Kuten diktaattoreille yleensä, myös Valolle menestyminen on tärkeää (Inferno 2010), eikä häntä huoleta, että uskottavuus jotenkin kärsisi, kun hänen tekemät kappaleensa soivat radiossa. Samalla Valo myös sanoo, että bändin identiteetti oli tietynlainen jo ensimmäisellä levyllä, mikä viittaa, että HIM perustui ainakin jollain tapaa suunnitelmalle. Valon bisnestajusta kiellii myös, että Rytmin 2007 haastattelussa hän toteaa, että ”aina voi myydä enemmän”.

”Meidän toimintamme on tähän mennessä tuottanut tuloksia, mutta pitää muistaa, että aina ei voi onnistua. Totta kai sitä haluaa, että menestyisi enemmän kuin aikaisemmin.

- -” (Rytmi 2007)

Valo on kuitenkin joutunut maksamaan oman hintansa asemastaan, sillä huipulla voi olla välillä yksinäistä, selkääntaputtajia riittää, eikä aikaa jää ystäville.

”Enää ei ole tarpeeksi aikaa kavereille. Enimmäkseen tapaa ihmisiä, jotka ovat jotenkin bändin piirissä. Hyvänäpäiväntuttuja riittää, mutta sydänystäviä ei ole koskaan liikaa ollutkaan.” (Sue 2000)

### **5.5.2 Rocktähti vailla vertaa**

Rocktähteyteen tarvitaan taitojen ja karisman lisäksi myös tietynlaista oikeaa ulkonäköä. Valon ulkonäkö on huomioitu esimerkiksi Suen vuoden 2000 haastattelussa, jossa toimittaja näkee, että Valo todella näyttää rocktähdeltä.

Luonnollisesti Valon ulkoinen olemuksesta parhaan käsityksen saa juttujen kuvista: hiukset ovat hieman sotkuiset (ks. esim. Rytmi 2007), silmissä on mustaa kajaalia (ks. esim. Soundi 2003) ja vilahtaapa tatuointikin paidan alta (ks. esim. Inferno 2010). Kuviin on pyritty tuomaan ristiriitaa siinä mielessä, että useissa kuvissa Valolla on päällä esimerkiksi kauluspaita tai muu siisti paita ja puvuntakki. Jopa vaatevalinnat korostavat Valon jo muutenkin ristiriitaista tähtikuva.

Mustaan pikkutakkiin ja poolopaitaan pukeutunut vokalisti on kiskaissut paidanhihat peittämään hieman liian alas ulottuvia tatuointejaan. - - (Sue 2000)

Sen sijaan tekstin kautta Valon rocktähdelle sopivaa ulkonäköä ei juurikaan korosteta. Oikeastaan ainoastaan Suen vuoden 2000 jutussa mainitaan Valon rocktähdelle sopivasta ulkoisesta olemuksesta.

Sinua (Valoa) kun katsoo, ei tarvitse ainakaan potea epävarmuutta siitä, että olikohan tämä Valo kun kävi meillä eilen kysymässä televisiolutta tai tekemässä putkiremonttia. - - (Sue 2000)

Valo myöntää, että hänen imagonsa muuttuu kameleontin lailla (Sue 2000). Tämän voi nähdä rocktähdelle erityisen hyvänä ominaisuutena, sillä kuten luvussa 2 tuli esille, hyvien tähtien pitää kyetä myös muuntautumaan, sopivassa määrin. Jos rocktähteys ei paista aina läpi Valon ulkoisesta olemuksesta, ovat Valon sanomiset sitäkin enemmän vahvistamassa kuvaa Valosta rocktähtenä. Valo esimerkiksi omaa riittävästi rocktähdelle sopivaa röyhkeyttä:

” - - Muuten, miksi mä en ole vielä saanut tätä levyä? Kusipäät!” (Sue 2000)

Röyhkeys on kuitenkin ainoastaan pienessä roolissa Valon rocktähtidiskurssissa. Sen sijaan Valon suorapuheisuus on voimissaan myös rocktähtien roolissa. Valosta jää kuva, että hän puhuu suunsa puhtaaksi liiemmin sanomistensa vaikutuksia miettimättä. Hän tuntuu tietävän, että rocktähdet voivat sanoa asioita suhteellisen vapaasti, sillä rocktähdiltä oletetaan muutenkin massasta poikkeavaa käytöstä. Valo myös tietää olevansa bändin rocktähti:

”Onhan se niinkin, että harvat haluavat haastatella bändistä tyyppejä, jotka eivät tee biisejä. - -” (Sue 2000)

Juttujen kautta käy selväksi, ettei rocktähtien elämä ole aina helppoa:

”Kerran yksi jamppa halusi kyllä vetää mua turpaan, väitti mun käyneen kinkkimässä sen tyttöystävää. Sehän ei kuitenkaan pitänyt paikkaansa.” (Sue 2000)

Valo kuitenkin kieltää, että ihmiset tulisivat usein esimerkiksi haukkumaan häntä Suomen baarissa (Sue 2000). Hän myöntää olevansa itsekin yllätynyt, että on saanut olla pääosin rauhassa. Asia ei oikeastaan ole yllätys, sillä Suomessa tähtiin suhtaudutaan oman näkemykseni mukaan hyvin eri tavalla kuin vaikkapa Yhdysvalloissa. Valon kaltainen tähti

voi käydä kaupassa ilman, että tarvitsisi henkivartijoita mukaansa.

Juttujen perusteella Valosta todella rakennetaan kuvaa rocktähtenä, mutta rockelämään tyypillisesti kuuluvilla naisjutuilla Valo ei kehuskele. Vaikka Valo on mitä luultavammin saanut uransa aikana paljon huomiota juuri naispuolisilta ihmisiltä, ei jutuissa ole pienintäkään viitettä, että Valo olisi rocktähti, jonka hotellihuoneessa olisi joka yö eri nainen. Päinvastoin. Valon rocktähteyteen eivät naiset kuulu, eivät edes hänen puheissaan. ”Seksiä, huumeita ja rokkia” näyttää toteutuvan Valon kohdalla eri tavalla:

”Jos on aloittanut diggaamalla Kissiä, silloin haluaa asioita, joita Kissillä on. Rahaa, autoja, hirveä show ja suksee. - -” (Sue 2000)

Valosta jääkin vahva vaikutelma, että hän on äärimmäisen tosissaan juuri musiikin suhteen. Valo muun muassa myöntää, ettei ole edes ajatellut hankkia koulutusta (Sue 2000), eikä hänelle olisi aikaa tehdä esimerkiksi päivätyötä, koska häntä revitään bändin menestyksen takia joka paikkaan. Vaikka Valon elämä on tavallisesta elämästä poikkeavaa, ei Valoa haitannut tällainen elämä vielä vuonna 2000. Esimerkiksi rockkiertue-elämä oli Valolle mieluista, koska kiertue-elämä oli samalla pakoa todellisuudesta.

”Mä diggaan siitä (kiertue-elämästä) ihan älyttömästi. Olen luonteeltani niin eskapistinen, että viihdyn siinä maailmassa. Siellä mikään ei toimi niin kuin täällä.” (Sue 2000)

Vuonna 2005 Valo oli jo niin merkittävä rokkari, että siinä missä muut HIMin jäsenet yöpyivät tavallisissa hotellihuoneissa promootiokiertueen aikana, oli Valolle varattu sviitti. Tähdelle kuuluivat myös lentomatkat bisnesluokassa. (Rumba 2005.) Valo itse yrittää pysyä erossa hänelle annetusta tähden viitasta selittelemällä erityiskohteluaan:

”Levy-yhtiö maksaa mun sviitin ja lennot, koska mä annan kaikki haastattelut. Mä en viitsi downgreidata itseäni, eikä muut viitsi maksaa mitään sviittejä omasta pussistaan.

Eiks se oo ihan järkevää?” (Rumba 2005)

Selittely on turhaa, sillä Valoa kohdellaan tähden lailla halusi hän sitä tai ei. Koska Valo on myös vastuussa HIM-yhtyeen musiikista, ei yllätä, että juuri Valoa lennätetään paikasta toiseen. Valon tärkeää asemaa korostaa myös, että Valo edusti bändiä palkintogaalassa Briteissä, ja että Valo ei osallistu soundcheckiin, koska ei halua rasittaa kuuloaan. (Rumba 2005.) Nämä seikat kielivät, että Valo on tähti. Suosittu rocktähti, vaikka itse Valo kokee olevansa ainoastaan suosittu muusikko (Rytmi 2007). Valon tähteys on huomioitu jutuissa myös toimittajien toimesta:

Ville Valo, 28, ei ole vain teini-idoli ja rocktähti. Hän on suomirockin Jorma Ollila. (Rumba 2005)

Tosin, esimerkiksi Rytmin (2007) toimittajan kirjoittamasta tekstistä huokuu jopa tietynlaista ivaa ja kateutta Valoa kohtaan:

Valo viivähtää Suomessa tovin, jonka aikana maan koko media haluaa hänestä osansa. Niin suuri merkitys suomalaiselle identiteetille on edelleen sillä, että ’meidän’ bändimme menee läpi ulkomailla! (Rytmi 2007)

Valon rocktähteyttä vahvistaa aiemmissa kappaleissa mainittujen asioiden lisäksi muun muassa se, että Valo on musiikkimies, muusikko, jolle musiikki on kaikki kaikessa. Valo myös arvostaa jo edesmenneitä suomalaisia muusikoita. Tämä tuo hänen rocktähtikuvaansa lisäuskottavuutta ja lujittaa Valon asemaa niin sanotusti kunnollisena rocktähtenä.

”Mun omissa kappaleissa on eniten vaikutteita Rauli Badding Somerjoen ja Tapsa Rautavaaran jutuista, koska niitä mä olen kuunnellut kakarana. - -” (Soundi 1997)

Vaikka musiikilla on iso merkitys rocktähteydessä, kuuluu rocktähteyteen myös päihteitä. Valon tapauksessa tupakka ja alkoholi ovat nousseet vuosien varrella puheenaiheeksi, kun

puolestaan rockelämään usein yhdistettävistä huumeista ei ole kirjoitettu Valon kohdalla juurikaan, ainakaan suomalaisissa musiikkilehdissä.

Rumban 2005 haastattelussa Valolta kuitenkin kysytään, mitä hänelle tulee mieleen sanasta kokaiini. Valo sanoo suoraan, että Suomen lehdistössä kovista huumeista ei kannata puhua, kun taas Euroopan lehdistössä huumeista pitää nimenomaan puhua. Kokaiiniin liittyen Valo tyytyy vastaamaan juovansa mieluummin kahvia. Toimittajan suostuttelusta huolimatta, Valo ei lähde avaamaan mielipidettään, mutta antaa ymmärtää rivien välistä, että jotain kokemusta rockmaailmaan kliseisesti liittyvistä huumeista on.

”En mä yleensä puhu huumeista. Nuorempana ja vanhempana on tullut törttöiltyä, mutten mä halua pahoittaa mun mutsin ja faijan mieltä. - -” (Rumba 2005)

Jos huumeet ovat selvä tabu, yhdistyvät alkoholi ja tupakka Valon rocktähtikuvaan selvästi useammin. Tupakointi näyttää kuuluvan olennaisena osana Valon rocktähti-imagoon, sillä esimerkiksi Rytmin jutussa 2007 mainitaan erikseen Valon sytyttävän uuden savukkeen kymmenen minuutin välein. Valo tosin myöntää Suen haastattelussa vuonna 2000, ettei tupakointi tee hyvää hänelle, vaan esimerkiksi ennen Saksan-kiertuetta täytyy hakea astmalääkkeitä. Tästä huolimatta Valo löytää tupakoinnista positiivisen puolen.

”- - Kaiken sekoilun ja röökinvetämisen jälkeen mun ääneni on miehistynyt. Mä diggaan siitä rahinasta ja rohinasta.” (Sue 2000)

Siinä missä tupakointi näkyy myös kuvan kautta vuonna 2010 tehdyssä Infernon jutussa, on suhtautuminen kuningas alkoholiin muuttunut. Vielä Rumban 2005 jutussa Valon humalainen käytös keikalla kuuluu ikään kuin rockelämään, sillä ”Ville kuittaa sekoilun harmittomana työtaturmana”. Valo myös sanoo suoraan, ettei muista keikasta oikeastaan mitään.

Suhtautuminen alkoholiin on kuitenkin muuttunut Infernon 2010 juttuun mennessä, sillä vuoden 2005 ja 2010 väliin mahtuu eräs merkittävä asia: Valon alkoholiongelma ja



vieroitushoito. Näin ollen alkoholista ei puhuta enää Infernon 2010 jutussa yhtä huolettomana, rockiin kuuluvana, asiana. Sen sijaan Valo myöntää itsekin, että ”oli aika laittaa korkki kiinni”. Rocktähdelle tyypilliseen uhoamistyyliin Valo kuitenkin täryttää:

”- - Minusta viinan tarkoitus on se, että vedetään hirveät jurrit ja tehdään tyhmiä asioita - -” (Inferno 2010)

Aineiston ulkopuolisena huomiona todettakoon, että ainakin vuoden 2012 loppupuolen keikoilla, Valolle maistui taas alkoholi, jonka seurauksena Valon käytös ei ollut parhaalla mahdollisella tasolla 28. joulukuuta Tavastia-klubilla olleella keikalla.

Ei ihme, että Valosta on luotu kuvaa täydellisenä rocktähtenä (ks. esim. Rumba 2005), sillä jopa hänen asenteensa sopii rockiin täydellisesti.

”- - Kaaosta pitää olla, mutta sellaista kontrolloitua kaaosta.” (Rumba 2005)

Kaaoksen voi nähdä myös tietynlaisena kärsimyksenä, jota Valon rocktähteydessä on nähtävissä rivien välistä. Valo kärsii joutuessaan hoitamaan erinäisiä asioita, ennen kuin pääsee tekemisiin itse musiikin kanssa. Valo ei voi sietää, että liian moni ihminen puuttuu hänen ja yhtyeen tekemisiin, kuten aiemmin kävi.

Kärsivään imagoon sopii myös, että Valo jopa kertoo kirjoittaneensa Love Metal -levyn lyriikat kuumeessa, joten ei ihme, että levynteko oli hänelle jopa niin rankka koettelemus, että ”äänitysten valmistuttua iski posttraumaattinen stressi”. Taiteilijalle tyypillistä kärsimystä on jopa, ettei rennompi aikataulu ja rauhallinen vuosi lopulta olleetkaan hyvä juttu. (Soundi 2003.)

”- - Totta kai se vituttaa, kun näkee että tutut bändit on rundilla ja itse istuu Lost and Foundissa kännissä ja stressaantuneena. - -” (Soundi 2003)

Kärsimys ilmenee tämän lisäksi paitsi Valon synkähköissä lyriikoissa myös hänen tavassaan puhua itsestään. Valon jutut voi pistää osittain mustan huumoriin piikkiin, mutta ottaen huomioon hänen sanoituksensa, lausahduksissa on varmasti mukana ripaus aitoa kärsivää taitelijaa.

”- - Voin kelata, että en enää sekoile jollain vitun parvekkeella, mutta mistä sitä tietää, mitä muuta voi tapahtua. Voin jäädä vaikka auton alle Münchenissä.” (Soundi 2003)

”Mitä minä itse sitten paheksuisin? Lähinnä kun katson itseäni peilistä aamuisin, mutta ei mitään sen pahempaa. - -” (Soundi 2003)

Valon rocktähtikuvaan näyttää liittyvän kärsimystä myös rakkauden suhteen. Valosta muodostuva kuva kärsivänä rakkauden lähettilään sopii hänen imagoonsa täydellisesti.

Valon julkista kuvaa ja vaikkapa levyjen sanoituksia seurattaessa on saattanut muodostua kuva hieman surumielisestä, mutta samalla romanttisesta hahmosta, joka etsii rakkautta sitä koskaan löytämättä. (Inferno 2010.)

Rocktähti myöntääkin imagoonsa sopivasti, että ”rakkauden ei tarvitse välttämättä olla helppoa” (Inferno 2010), mutta samassa jutusta Valo sanoo uskovansa, että lopullinen rakkaus koittaa vielä hänenkin kohdallaan. Arvatenkin Valon rocktähtikuvaan kuuluu myös kyseenalaistava suhtautuminen rakkauteen, jonka myötä Valosta saattaa jäädä hieman kylmä vaikutelma.

”Kun tulee se tilanne, että sydän pamppailee ja matto vedetään jalkojen alta, niin sinä vaiheessa on vaikea enää kontrolloida omia tekojaan. Se on hyvin alistava tila. - -” (Inferno 2010)

### 5.5.3 Pimeä Valo

Vaikka Valosta jää juttujen perusteella ennen kaikkea kuva vaativana yksinvaltiaana, mutta toisaalta mukavana rokkarina, on Valon julkisuuskuva löydettävissä myös aidosti hämmentäviä piirteitä. Siinä missä Valo osaa kehua yhtyeen manageria Seppo Vesteristä, osaa hän myös vähätellä Vesteristä ikävään sävyyn.

”- - Täytyy kuitenkin muistaa, että ei Seppokaan ole tehnyt vielä mitään totaalista menestystarinaa. - - Eikä hän sitä paitsi ole mikään täysin valaistunut guru managerialalla, vaan oppii uutta kaiken aikaa.” (Sue 2000)

Jos Valoa harmittaa joku asia tai ihminen, antaa hän tulla täyslaidallisen omia näkemyksiään. Tämä on tullut nähtyä myös yhtyeen keikoilla, esimerkiksi 28. Joulukuuta 2012 Tavastia-klubilla, Helsingissä, kun Valo lyttysi niin bändikavereitaan kuin yleisöä (Ilta-Sanomat 2012). Valon suorapuheisuutta käsiteltiin aiemmin, mutta tässä tapauksessa suorapuheisuus vaikuttaa menneen haukkumisen tasolle:

”- - Napoleon-kompleksiset ja keski-ikäiset toimittajamiehet, ne kaljuuntuvat ja potenssiongelmissa kärsivät ihmiset, yrittää syyttää kaiken katkeruutensa meidän niskaan. - -” (Soundi 2003)

Valon pimeään puoleen oman lisänsä tuo Valon omalaatuisuus, joka tulee erityisen hyvin esille Soundin vuoden 2003 jutussa. Jutun aikana Valo muun muassa kertoo kirjoittaneensa lyriikat kuumeessa, jolloin lyriikoista tuli ”vähän omituisia”. Valon jatkoselitys on myös vähän omituinen.

”- - Ne (lyriikat) ei ole niin selkeitä, että nyt otetaan tyttö kädestä kiinni ja osoitetaan pumppuhaulikolla suoraan etulohkoon. Ehkä pikemminkin niin päin, että otetaan pumppuhaulikosta kiinni ja laitetaan etulohkot yhteen tai jotain. - -” (Soundi 2003)

Valo-jutun kirjoittajan Juho Juntusen udellessa Valolta, johdattiko musta enkeli Valoa levyä tehtäessä, Valo vakuuttaa asian olleen näin, vaikka ei olekaan varma enkelin väristä. Valon ja Juntusen yhteistyönä syntyneistä lehtijutuista on nähtävissä, että omituiset puheet ovat heille luonnollisia. Näin ollen Juntunen ei ole halunnut poistaa Valon tarinoita, vaikka Valosta kieltämättä jää oudohko vaikutelma jutun perusteella.

Pimeä Valo -diskurssi vahvistuu entisestään jutun edetessä. Valo muun muassa harmittelee Karhu-oluen siirtymistä Sinebrychoffille, koska Karhu-olut oli ollut Valon onnellisuuspilleri, eli Prozac. Puolestaan esimerkiksi bändin jäsenten tärkeyttä Valo selittää näin:

” - - Minä olen mällit, Mige on penis ja Linssi on käsi. Kaasu on kivekset ja Burton eli Puppe on se paperi, johon sperma heitetään. - -” (Soundi 2003)

Ja HIMin erottumista muista yhtyeistä Valo kuvailee näin:

”- - Me ei olla erikoistuttu, me ollaan ikään kuin yleislääkäreitä siinä missä Bodomit on vaikka taitavia kirurgeja ja To/Die/Forit on hyviä rektaalisairauksien spesialisteja.” (Soundi 2003)

Vaikka Valo vaikuttaa kommenttiensa perusteella pimeältä, on syytä pitää mielessä, että Valon tyyliin on kuulunut lukemieni juttujen ja kuuntelemieni haastattelujen perusteella jo lähes uran alusta saakka taipumus lisätä juttuihin mukaan jotain kummallista. Ikään kuin Valo olisi halunnut testata, millainen toimittajan sensuuri on, vai onko sellaista Valon kohdalla olemassakaan.

## **5.6 Valo ja toimittajat**

Toimittajia sivuttiin jo kohdassa 5.1.3, jolloin havaittiin, että Soundissa, Suessa ja Rytmissä sama toimittaja oli tehnyt suurimman osan HIM-jutuista. Soundissa toimittajana oli ollut Juho

Juntunen, Suessa Ari Vöntänen ja Rytmisssä Jyri-Jussi Rekinen. Lähempään analyysiin päätyneistä jutuista mukana on juttu Ari Vöntäseltä ja juttu Juho Juntuselta. Juntusen vuonna 2003 Soundiin tekemästä jutusta ”HIMiä, rakkautta ja metallia” on havaittavissa, että Valo ja Juntunen ovat tuttuja keskenään. Myös Vöntänen Suen vuonna 2000 tekemästä ”HIM – Valoa kansalle” -jutusta löytyy kaverillisia piirteitä. Toisaalta HIM ja Valo näyttävät olevan tuttuja myös Janne Flinkkilälle, joka kirjoitti ”Kontrolloitua kaaosta” -jutun Rumbaan 2005. Rumban jutussa ei kuitenkaan ole havaittavissa samankaltaista kaverillisuuteen liittyvää positiivisuutta, vaan juttu on oikeastaan paikka paikoin jopa ilkeästi kirjoitettu.

Valon ja toimittajien välisistä kaverillisista suhteista löytyy luonnollisesti esimerkkejä. Suen vuoden 2000 ”HIM – Valoa kansalle” -jutussa Valo kysyy Vöntäseltä, mitä mieltä Vöntänen on HIMin Razorblade Romance -levystä. Käytös on hämmentävää, mutta vielä hämmentävämpää on, että kysymys ja vastaus on otettu osaksi juttua. Vöntänen vastaa Valolle levyn olevan muun muassa ”aika suuri positiivinen yllätys” ja että levyssä on ”paljon hienoja piirteitä”. Haastattelu on muutenkin tehty lähestulkoon keskustelumuotoon: Vöntänen esittää kysymyksiä, joihin Valo vastaa, mutta samalla Vöntänen täydentää itse Valon vastauksia. Vöntänen muistaa kehua välillä Valon ja HIMin menestystä

Lähiaikoina päivätyöt ja arkihuolet ovat varmasti suhteellisen helposti vältettävissä. 13th Floor -elokuvassakin kuultu Join Me in Death -single on myynyt sekä Suomessa että Saksassa aivan hulppeita määriä, mikä tietenkin povaa Razorblade Romance -levylle vielä valtaisampaa menestystä. (Sue 2000)

Kaverillisuutta on havaittavissa myös Vöntänen ja Valon keskustelutyylissä. Valo muun muassa heittää Vöntäselle kysymyksen: ”Miksi minä en ole vielä saanut tätä levyä?”, johon Vöntänen vastaa: ”En minä tiedä”. Vaikka kaverillisuutta on havaittavissa, ei ole tiedossa, onko Vöntänen tehnyt aiemmin haastattelua Valon kanssa. Ainakin vuoden 2000 jälkeen Vöntänen on tehnyt useita haastatteluita Valon kanssa. Valon suhtautumisesta toimittajiin löytyy juuri Vöntänen vuonna 2000 tekemästä jutusta sitaatti:

”- - Mä olen saanut helvetisti uusia tuttuja toimittajista ja valokuvaajista - -” (Sue

2000)

Sitaatti vahvistaa, että kaverilliset välit ovat totta. Esimerkiksi Juho Juntusen Soundiin vuonna 2003 tekemä ”HIMiä, rakkautta ja metallia” -juttu paljastaa Juntusen ja Valon kaverillisen suhteen jo jutun alkumetreillä:

Ja kun menen istumaan iltaa Villen kanssa merimieskapakka Kannakseen - - (Soundi 2003)

Edellä oleva sitaatti kertoo kaverisuhteesta esimerkiksi niin, että Juntunen käyttää etunimeä lehtijutuissa tyypillisesti käytettävän sukunimen sijaan. Muusta kuin perinteisestä haastattelutuokiosta kielii puolestaan lausahdus ”menen istumaan iltaa Villen kanssa”. Tämänkaltaiset lausahdukset päästävät lukijan lähemmäksi Valoa, joten voi olla, että jutusta on tarkoituksella tehty kaverillinen. Kaverisuhde ei kuitenkaan näy Juntusen jutussa HIMin ylenpalttisena ylistämisenä, vaan asiat on kerrottu niin kuin ne ovat:

Kuten The Funeral of Hearts -singlen saksalaisesta myynnistä pystyy päättelemään, HIMin suosio ei ole kärsinyt sikäläisillä markkinoilla kolhuja. (Soundi 2003)

Kaverisuhde näkyy sen sijaan enemmän tavassa jolla Juntunen ja Valo kommunikoivat keskenään. Kun Juntunen toteaa Valolle: ”Sinä et siis halua hallita fanejasi?”, Valo vastaa: ”Tuo on sairas kela. Sinä ole sairas ihminen, Juntunen.” Tuskin vastaavaa keskustelua voisivat käydä muut kuin kaverukset. Juntusen ja Valon tietynlainen outo yhteinen maailma näkyy myös muissa haastattelun aikana sivutuissa jutuissa (ks. kohta 5.5.3).

Vaikka Juntunen ei sorru HIMin kehumiseen, voi kaverillisuudeksi laskea sen, että juttua lukiessa tuntuu kuin mitään Valon sanomisia ei olisi jätetty pois, vaan Valo olisi saanut kertoa kaiken, mitä hänellä on mielessään. Jutussa on käytetty hyvin pitkiä sitaatteja Valolta, joka viittaa myös tietyllä tavalla kaverillisuuteen ja siihen, että Juntunen ei ole halunnut lähteä muotoilemaan Valon sanomisia uudelleen. Toisaalta tämänkaltainen tapa viittaa myös

laiskuuteen: toimittaja ei ole jaksanut lähteä muokkaamaan tekstiä, vaan on lätkinyt sitaatteja sitaattien perään.

Janne Flinkkilä myöntää Rumbaan 2005 kirjoittamansa jutunsa alussa arvostelleensa HIMin erään albumin, joten ainakin musiikillisesti HIM on hänelle tuttu asia. Sen sijaan jutun kirjoitustyyli on kaikkea muuta paitsi kaverillinen. Valosta itse asiassa jää jutun perusteella enemmän negatiivinen kuin positiivinen kuva. Flinkkilä on tuonut jutussaan esille, ettei Valo olekaan sen erityisempi kuin me muut, vaikka Valo itse käyttäytyy tähden elkein.

- - Täydellisen rocktähdän takaa paljastuikin perisuomalainen rassukka, jonka pää ei kestä menestyksen paineita. (Rumba 2005)

Nyt bändi on tekemässä soundcheckiä. Ville ei jaksa niihin vaivautua - - (Rumba 2005)

Näin ollen ainakin tässä tapauksessa on selvää, että toimittaja ei ole päästänyt Valoa vähällä, vaan on tuonut omilla sanavalinnoillaan juttuun selvää jännitettä. Vaikka jutussa kieltämättä on jopa tietynlaista kuittailun makua, on jutussa huomioitu myös HIMin menestys. Kaiken kaikkiaan juttu ei kuitenkaan ole nuoleskeleva hehkutusjuttu, vaan enemmän rocktähdän elämään uudenslaisia näkökulmia tarjoava juttu.

Myös Rytmissä vuonna 2007 ilmestynyt ”Jatkokertomus nimeltä Valo” -juttu on luonteeltaan enemmän kyseenalaistava kuin kaiken kiltisti nielevä. Erityisesti Valon rehellisyys joutuu jutussa kyseenalaiseen valoon, kun toimittaja muistuttaa Valoa rocktähdän omista sanomisista toisaalla, jotka Valo Rytmien haastattelussa kiistää tai myöntää valheiksi. Jutun negatiiviseen sävyyn saattaa vaikuttaa, että Valo ei ole haastattelussa ajallaan, ja näin ollen myös haastatteluaikaa on jouduttu lyhentämään. Vaikka Rytmien juttu ei päästä Valoa helpolla, on myös siinä esillä positiivisia asioita, kuten HIMin Dark Light -levyn menestys ulkomailla.

Rytmien ja Rumban jutut poikkeavat kuitenkin eniten kuudesta diskurssianalyysin kohteena

olleesta jutusta, sillä juuri noissa jutuissa kriittisyyttä on enemmän mukana kuin muissa jutuissa. Puolestaan eniten musiikkia käsittelee vuodelta 1997 peräisin oleva juttu. Toimittajan Marko Säynekosken ääni kuuluu jutussa suhteellisen vähän, sillä eniten äänessä ovat Valo ja kumppanit. Kuitenkin jo heti alun perusteella on selvää, että Säynekoski suhtautuu HIMiin hyvin positiivisesti.

Yhtyeen silloin julkaiseman ep:n materiaali oli muilta osin joltisenkin erilaista, mutta vaikuttavaa. Tuorein julkaisu yhtyeeltä on single *When Love and Death Embrace*, joka on salakavalan kaunis goottityyppinen hymni. (Soundi 1997)

Jos analysoitavina olleista jutuista aikavälin 1997–2010 varhaisin juttu oli eniten HIMin musiikkiin keskittyvä, on uusin Infernon vuonna 2010 julkaisema juttu tietyllä tapaa naistenlehtimäisin, sillä jutussa sivutaan paitsi musiikkia myös Valon rakkauselämää ja alkoholiongelmia.

Vaikka Infernon jutussa on nostettu esille esimerkiksi alkoholiongelma, ei juttu kuitenkaan ole negatiivisin Valosta kirjoitettu juttu, sillä esimerkiksi jo jutun alussa ylistetään niin yhtyettä kuin Valoa. Toimittajan oma ääni näkyy jutussa, mutta kuten muissakin jutuissa yhteisenä piirteenä on havaittavissa: Valon sitaateille on annettu todella paljon tilaa.

Näin ollen käsitys, että toimittaja on ikään kuin nauhuri, joka nauhoittaa Valon sanomiset ja tämän jälkeen kirjaa ne ylös, näyttää pitävän paikkansa. On kuitenkin todettava, että varmasti jokaisessa kuudessa jutussa osa Valon kommenteista on jätetty pois, ja esimerkiksi Rytmin ja Rumban jutut on todennäköisesti tarkoituksella rakennettu kyseenalaistaviksi.

Pelkästään Valo-tapauksen perusteella on vaikea lähteä sanomaan, millaiselta suomalainen musiikkijournalismi vaikuttaa. Jos kuitenkin tarkastelee aikavälille 1997–2010 sijoittuneita kuutta juttua Valosta, on selvää, että tullessa lähemmäksi vuotta 2010 jutut ovat kärjistyneet ja juttujen sisältö käsittelee enemmän muutakin kuin musiikkia. Jutuissa yhteisenä piirteenä on, että jutut tuntuvat ottaneen osakseen Valoon liittyvän kuoleman ja rakkauden taisteluparin, sillä jutuissa Valo kärsii, mutta samalla rakastaa. Pääsääntöisesti jutut ovat



Valon kannalta positiivisia. Kaverijournalismi on varmasti todellista tänäkin päivänä, sen takaavat Suomen pienet rockpiirit.

Näiden kuuden jutun perusteella näyttää kuitenkin, että kaverisuhteet eivät ole vaikuttaneet liikaa juttujen sisältöön, vaan todennäköisesti enemmän juttujen tyyliin on vaikuttanut musiikkijournalismin kuuluva tapa tehdä juttuja: jutussa on tuotava esille riittävästi yhtyeeseen ja sen musiikkiin liittyviä asioita ja jos yhtye, kuten HIM, on menestynyt, tulee menestys noteerata jutussa ainakin sivulauseessa. Todennäköisesti toimittajat ovat tietoisia myös lehtien kohderyhmästä, jolloin jutut on tehty kuvitellun henkilön, mallilukijan, tarpeita ajatellen, mutta toisaalta huomioiden myös mahdolliset uudet lukijat (Helle 2011, 125).

## 6 PÄÄTELMÄT JA LOPPUSANAT

Ville Valo voi olla nicest guy in town, mutta myös meanest. Sellaisia monet hyvät taiteilijat on. (Kallonen 2002.)

### 6.1 Johtopäätöksiä

Pro gradu -tutkielmassani lähtökohtana on ollut selvittää, millaista kuvaa suomalaiset musiikkilehdet ovat rakentaneet HIM-yhtyeen laulajasta Ville Valosta vuosina 1997–2010. Tarkoitukseni ei ole ollut pelkästään Valo-juttujen esittely, vaan Suomen mittakaavassa harvinaisen rocktähten tutkiminen. Olen tarkastellut Valon tähteyttä ennen kaikkea tutkimalla jutuista esille nousseita diskursseja. En ole sulkenut pois mitään löytyneitä havaintoja, sillä juuri pienten havaintojen kautta on vähitellen selvinnyt, miten Valosta todellisuudessa puhutaan jutuissa.

Sen lisäksi, että olen tarkastellut aihettani diskurssien kautta, olen hyödyntänyt aineistoni analyysissä myös määrällistä analyysia. Aineistonani on ollut 35 juttua viidestä suomalaisesta musiikkilehdestä vuosilta 1997–2010. Olen käynyt kaikki 35 juttua läpi määrällisesti, jonka jälkeen tarkempaan analyysiin on päätyneet kuusi juttua. 29 juttua olen käynyt läpi pintapuolisesti, mutta kuitenkin aineiston laajuuteen nähden mahdollisimman kattavasti.

Saatuani aineiston käsiini, lähdin selvittämään, miksi jutut on julkaistu. Suurin osa jutuista (28) oli julkaistu, koska HIMiltä oli ilmestynyt tai ilmestymässä levy. Tämä kertoo HIMin tärkeydestä suomalaisille musiikkilehdille, mutta myös siitä, että musiikkilehdet ovat riippuvaisia levy-yhtiöistä. On oletettavaa, että jos musiikkilehti tekee jutun Valosta tai HIMistä, ostaa levy-yhtiö mainostilaa helpommin kuin ilman juttua.

Todennäköistä on myös, että musiikkilehden ja levy-yhtiön välit säilyvät parempina, jos musiikkilehti julkaisee jutun levy-yhtiön kannalta suotuisana ajankohtana, eli juuri levyn

ilmestyttyä tai kun levy on ilmestymässä. Suomen kaltaisessa pienessä maassa musiikkilehdillä ei ole varaa ärsyttää levy-yhtiöitä ainakaan isojen nimien, kuten HIMin, kohdalla, sillä musiikkilehtien toimeentulo riippuu pitkälti mainostuloista. Myös lehtiä ostavilla lukijoilla on merkitystä, joten voisi luulla, että mitä kovempia nimiä lehdillä on lukijoilleen tarjota, sitä enemmän ihmiset ostavat lehtiä. Näiden syiden takia musiikkilehdet ovat altavastaajia tapauksessa nimeltä HIM.

Valo on äänessä kaikissa 35 jutussa, mutta hänet on nostettu yksinään vain kymmeneen otsikkoon. Luku on kuitenkin suuri ottaen huomioon, että HIMiin kuuluu Valon lisäksi neljä muuta muusikkoo. Valo on selvästi yhtyeen johtotähti, joten myös paikka otsikoissa selittyy helposti. Määrällisen analyysin avulla selvisi myös, että kaikki 35 juttua käsittelivät jossain määrin musiikkimaailmaa, eli musiikkilehdet näyttävät olevan musiikkilehtiä, pintapuolisesti.

Ei kannata unohtaa, että pelkästään musiikkimaailmaa käsitteli ainoastaan seitsemän juttua, kun taas 28 jutusta oli löydettävissä myös muita kuin musiikkia sivuavia teemoja. Tämä on luonnollinen piirre, sillä pelkästään musiikkiaiheinen juttu tuskin saa niin suurta kiinnostusta osakseen kuin juttu, jossa on tarjolla myös muuta. En väitä, etteivät pelkästään musiikkia sivuavat jutut voisi olla mielenkiintoisia, vaan väitän, että todennäköisesti jutut, joissa on mukana muutakin kuin tiukkaa musiikkiasiaa, voivat olla astetta mielenkiintoisempia ja saada musiikkilehdille lisää lukijoita. Tämän ovat nähtävästi tajunneet myös musiikkilehtien toimittajat.

Lehtien sisällä vallitsevia eroja ei juurikaan ole havaittavissa jutuissa, paitsi Rytmien kohdalla. Jyri-Jussi Rekisen kirjoittamat neljä juttua viidestä käsittelevät pääsääntöisesti musiikkia, kun taas Jaakko Kilpeläisen vuonna 2007 kirjoittamassa jutussa tuodaan esille niin Valon raitistuminen kuin kyseenalaistetaan Valon kertomien juttujen totuudenmukaisuus.

Vaikka toimittajat ovat ottaneet jutuissaan esille jo aikavälin alkupuolelta asti muitakin kuin musiikkiin liittyviä asioita, on tapa tehdä juttuja muuttunut aikavälin viiden viimeisen vuoden aikana. Vuosina 2005–2010 tehdyissä jutuissa mukana on huomattavasti enemmän Valon yksityiselämään, kuten naiskuvioihin, liittyvää kirjoittelua. Jutuissa käsitellään rakkautta ja

raitistumista siihen sävyyn, että ellei tietäisi, voisi luulla lukevansa naistenlehteä. Huomionarvoinen seikka on myös, että sen jälkeen, kun Valon alkoholiongelma ja vieroitushoito tulivat ilmi vuonna 2007, on raitistumisesta puhuttu kaikissa paitsi yhdessä tuon jälkeen ilmestyneessä jutussa.

Määrällisen analyysin tuloksena selvisi myös, että Valosta ja HIMistä oli tietyissä lehdissä tehnyt juttuja pääsääntöisesti yksi ja sama toimittaja. Rytmissä sama toimittaja oli tehnyt neljä juttua viidestä, Suessa neljä kuudesta ja Soundissa yhdeksän juttua 13 jutusta. Tämän perusteella voidaan tehdä ainakin kahdenlaisia johtopäätöksiä. 1) Toimittajat ovat itse halunneet tehdä Valosta ja HIMistä uudestaan juttuja. 2) Musiikkitoimittajia on niin vähän, että jutut ovat väistämättä ajautuneet samoille toimittajille. Henkilökohtaisesti veikkaan ensimmäistä vaihtoehtoa, sillä jutuista on aistittavissa, että toimittajilla on selvästi mukavaa Valon seurassa, jolloin on luonnollinen jatkumo, että haastatteluja on tehty useammin kuin kerran.

Vaikka kolmessa lehdessä viidestä sama toimittaja näyttää olevan erikoistunut Valoon ja HIMiin, on Infernossa ja Rumbassa se tilanne, että Valo-juttuja ei ole tehnyt sama toimittaja. Syytä tähän en tiedä. Tämän takia eräs jatkotutkimuksen aihe voisikin olla tutkia, onko Rumballa ja Infernolla vastaava linjaus myös muiden artistien ja yhtyeiden kohdalla ja vastaavasti, miten Soundi, Sue ja Rythmi toimivat muiden kuin HIMin kohdalla.

Määrällisen analyysin jälkeen siirryin tarkastelemaan kuutta valitsemaani juttua lähemmin. Diskurssit löytyivät niin, että luin juttuja läpi ensin nopeaan tahtiin useita kertoja peräkkäin, jonka jälkeen aloin käymään juttuja läpi juttu kerrallaan. Tässäkään vaiheessa en rajannut mitään esille tulleita havaintoja pois, sillä halusin pitää kaikki suunnat avoimina. Kun olin käynyt jokaisen jutun tarkasti läpi, huomasin, että jutuissa on niin eroja kuin yhtäläisyyksiä.

Näiden erojen ja yhtäläisyyksien kautta alkoi muodostua erilaisia diskursseja, joista lopulta hahmottui selvästi kaksi päädiskurssia: ”tavallinen Valo” ja ”erityinen Valo”. Nämä diskurssit tukeutuvat täydellisesti Ellisin (1992, 91) määrittelyyn, jonka mukaan tähti on samalla tavallinen ja epätavallinen, saatavilla oleva ja saavuttamaton. ”Tavallinen Valo” -

diskurssi sisältää kaksi aladiskurssia, jotka ovat ”aivan kuin me muut” ja ”hyvä tyyppi”. ”Erityinen Valo” -diskurssiin nivoutuvat aladiskurssit ”diktaattori nimeltä Valo”, ”rocktähti vailla vertaa” ja ”pimeä Valo”.

Ei liene yllätys, että koska kyseessä on rocktähti oli aladiskurssi ”rocktähti vailla vertaa” vahvoilla. Valo on rocktähti, joka täyttää niin ulkoiset kuin sisäiset vaatimukset. Tämä tulee hyvin vahvana esille juttujen kautta, mutta ehkä hieman yllättäen jopa vahvempana esille nousee kuva Valosta muilta paljon vaativana diktaattorina. Näin ollen ”diktaattori nimeltä Valo” on omassa tutkielmassani diskursseista voimakkain. Nikunen mainitsee (2005, 272), että tähtiin voi liittyä arvaamattomuutta, ja Valon kohdalla arvaamattomuutta todella löytyy, kuten ”diktaattori nimeltä Valo” todistaa. Sen sijaan heikointa diskurssia ei ole, mutta eniten hämmennystä herättävä diskurssi on helppo löytää: ”pimeä Valo”, jonka myötä Valosta välittyy outo ja jopa ilkeä vaikutelma. Hän muun muassa vähättelee yhtyeen manageria ja haukkuu muita ihmisiä sekä kertoo vähintään kummallisia juttuja, jotka eivät mielestäni ole julkaisukelpoisia.

Diskursseista on löydettävissä myös vastakohtapareja: ”Aivan kuin me muut” vs. ”rocktähti vailla vertaa” ja ”hyvä tyyppi” vs. ”diktaattori nimeltä Valo”. ”Aivan kuin me muut” viittaa, että Valosta luodaan juttujen kautta kuvaa tavallisena ihmisenä, joka on aivan kuin me muut ja joka tuntuu arvostavan pieniäkin asioita. Hän painii esimerkiksi rakkauteen ja alkoholiin liittyvien ongelmien kanssa ja puhuu ohi suunsa. Valo myös vakuuttavaa suhtautuvansa muihin ihmisiin normaalisti.

Vastakohtana tuolle tavallisuudelle Valosta rakennetaan kuvaa täydellisenä rocktähtenä, joka saa osakseen erityiskohtelua. ”Rocktähti vailla vertaa” on tosissaan rockin suhteen, mutta joutuu myös kärsimään rockin takia. Kärsimys kuuluu usein juuri rocktähteyteen (Whiteley 2005, 161). Valon rocktähteyteen kuuluu myös musiikin ja karisman lisäksi oikeanlainen ulkonäkö sekä imago, joka muuttuu. Imagon muuttumista voidaan pitää erityisen hyvänä ominaisuutena (ks. luku 2). Rocktähtemme osaa olla röyhkeä ja suorapuheinen. Valo myös saa osakseen erityiskohtelua, mutta naiset eivät Valon rocktähteydessä ole suuressa roolissa – paitsi lauluissa. Sen sijaan päihteet kuuluvat Valon rocktähtikuvaan.

Puolestaan diskurssi ”hyvä tyyppi” luo Valosta kuvaa vaatimattomana, jopa epävarmana, ihmisenä, jolla on jalat maassa. Diskurssiin kuuluu myös ahkera asenne työntekoa kohtaan, jalat maassa -asenne ja positiivinen suhtautuminen niin asioihin kuin muihin ihmisiin. Tämä tietynlainen aitous kuuluu yleisesti tähteyteen (ks. esim Nikunen 2005, 160 & 164.)

”Diktaattori nimeltä Valo” on täysin vastakohta tälle hyvälle tyyppille. Diktaattoridiskurssin myötä Valosta välittyy kuva erittäin vaativana henkilönä, joka ei pelkää olla julma muita ihmisiä, kuten bändikavereitaan, kohtaan. Itsevarman ja suorapuheisen Valon mielipiteet painavat, ja hän päättää itse monista asioista diktaattorimaiseen tyyliin. Diskurssi välittää kuvaa Valosta hyvin ristiriitaisena henkilönä, jolle valehtelukaan ei ole kiellettyä. Valolle menestyminen on tärkeää, eikä hän pelkää HIMin leimautumista kaupalliseksi yhtyeeksi.

Kuten edellä mainituista asioista ja luvun 5 analyysistä käy ilmi, Valosta kokonaisuutena muodostuva tähtikuva sisältää monia ulottuvuuksia. Tämä on tyypillistä kaikissa tähtikuvissa. (Ellis 1992, 93.) Valon tähtikuva on paitsi hajanainen myös erittäin ristiriitainen. Tämäkään ei sinänsä ole yllätys, sillä myös ristiriitaisuus liittyy tähteyteen vankasti (ks. luku 2). Esimerkiksi Irina Vähäsarja piti Välähdyksiä Valosta -tutkielmansa keskeisimpänä havaintona juuri Valon ristiriitaisuutta. Näyttää, että Valon ristiriitaisuus ei tule esille ainoastaan tietyn kanavan kautta, vaan ristiriitaisuus liittyy selvästi Valon persoonaan. Todennäköisesti osa ristiriitaisesta käyttäytymisestä on harkittua, mutta osa tulee luonnostaan.

Kiistalan (2002, 32) määrittelemät rocktähteyteen liittyvät neljä oppositioita: maskuliinisuus vs. feminiinisyys, elämä vs. kuolema, tavallisuus vs. poikkeuksellisuus ja aitous vs. tähteys ovat helposti löydettävissä Valosta. Aineistoni kautta suoraan löydettävissä olevat oppositiot ovat tavallisuus vs. poikkeuksellisuus ja aitous vs. tähteys. Myös muut oppositiot löytyvät niitä hieman pohtimalla. Valo tekee raskasta, maskuliinista musiikkia, mutta ulkoiselta olemukseltaan Valosta on löydettävissä paljon naismaisia piirteitä. Valon sanoitukset käsittelevät rakkauden lisäksi kuolemaa, mutta monien muiden rocktähtien sijaan Valo on edelleen elossa.

Kuten jo aiemmin tuli ilmi, tietyt toimittajat ovat kunnostautuneet Valo-juttujen saralla. Valon

ja toimittajien välisestä suhteesta on vaikea saada todellista käsitystä tietämättä, ovatko toimittajat ja Valo tekemisissä myös haastattelutilanteiden ulkopuolella. Päätelmien tekemistä hankaloittaa myös, että toimittajien mielipiteet Valosta tai Valon mielipiteet toimittajista eivät ole selvillä. Koska halusin tutkia näistä seikoista huolimatta, millaiselta Valon ja toimittajien välinen suhde vaikuttaa, ja miltä musiikkijournalismi näyttää Valo-tapauksen perusteella, yritin tehdä havaintoja kuuden diskurssianalyysiin päätyneen jutun avulla. Osassa jutuista oli havaittavissa hyvinkin kaverillisia piirteitä, ja jutuista kävi selvästi ilmi, että Valo ja toimittaja tunsivat entuudestaan. Valon ja toimittajien keskinäinen kommunikointi vahvisti myös tietyissä jutuissa vaikutelmaa, että musiikkijournalismi on ainakin osittain kaverijournalismia.

Parissa jutussa kysymykset, joita niin toimittaja kuin Valo kyselivät toisiltaan, olivat sellaisia, joita ainoastaan tutulta uskaltaa kysyä. Myös Valo myönsi, että on saanut paljon tuttavien sekä toimittajien että kuvaajien. Vaikka joka jutussa ylistettiin ainakin hieman joko Valoa, HIMiä tai molempia mahtui joukkoon pari juttua, joissa Valo esitettiin negatiivisemmassa valossa kuin muissa jutuissa.

Yhteistä kaikille jutuille ylistyksen lisäksi oli, että Valon suunvuoroa ei oltu juurikaan rajoitettu – tai sellainen vaikutelma jutuista jäi. Valon sitaatit olivat monissa jutuissa hyvin pitkiä ja välillä tuntui, että toimittaja ei ollut tuonut juttuun omaa ääntänsä kuuluville, vaan ainoastaan naputellut juttuun Valon sanomiset. Tämä huomio luo kuvaa, että musiikkijournalismi olisi pitkälti muusikon hallittavana, mutta haluan uskoa, että viime kädessä toimittaja on kuitenkin se, joka päättää, millainen jutusta tulee. Voi kuitenkin olla mahdollista, etteivät toimittajat puutu riittävästi Valon lausahduksiin, koska Valo kieltämättä vaikuttaa sanavalmiilta ihmiseltä.

## 6.2 Lopetus

Tutkielmani on loppusuoralla, joten on aika käydä läpi matkan varrella tapahtuneita asioita. Jo alusta saakka aineistooni kuului 35 juttua, ja myös tutkimuskysymykseni pysyivät lähestulkoon samoina. Toisin kuin aluksi ajattelin, en kuitenkaan lähtenyt käymään yksityiskohtaisesti läpi kaikkia juttuja, vaan päätin ottaa käsittelyyn pienemmän juttusaaliin.

Tarkempaan analyysiin jäi lopulta kuusi juttua. Jos en olisi tehnyt tätä päätöstä, olisin ollut pulassa, sillä 35 jutun läpikäyminen jo määrällisesti oli uuvuttavaa ja vei paljon aikaa. Uskon, että kuusi juttua, jotka on otettu tasaisesti tutkielmani aikaväliltä 1997–2010, kertovat yhtä lailla Valon synnystä, kuin jos lähitarkastelussa mukana olisivat olleet kaikki 35 juttua.

Olen tyytyväinen, että päätin ottaa mukaan kaiken kaikkiaan viisi suomalaista musiikkilehteä yhden sijaan, sillä usean lehden mukanaolo auttoi löytämään Valosta kirkkaimpina esille nousevat diskurssit. Viisi lehteä mahdollisti myös, että lehtien välisiä eroja, joita ei loppujen lopuksi juurikaan ollut, oli helppo tarkastella. Olen tyytyväinen myös tutkielmani aikaväliin, joka rajautui helposti HIMin studioalbumien ilmestymisvuosien mukaisesti. Viidessä lehdessä ilmestyneiden juttujen tarkastelu aikavälillä 1997–2010 auttoi selvittämään, oliko Valosta kirjoitettu tiettyä ajanjaksona eri tyyliin kuin toisena, ja oliko musiikkijournalismi jotenkin näin ollen muuttanut muotoaan.

Aidosti mielenkiintoinen, mutta myös monipuolinen, aineisto auttoi tutkimuksen onnistumista. Haastetta puolestaan toi, että omat ennakkokäsitykseni Valosta olivat suhteellisen vahvat. Uskon, että kuten arvelin tutkimukseni alussa (ks. kohta 1.3), tietämykseni niin Valosta kuin HIM-yhtyeestä edesauttoi tiettyjen asioiden havaitsemisessa. Samalla uskon, että jos Valo ja HIM olisivat olleet minulle vieraampia, olisivat löydökseni olleet ainakin osittain erilaiset. Olen kuitenkin tyytyväinen, että onnistuin löytämään aineistosta myös asioita, joita en uskonut löytäväni. Esimerkiksi Valon diktaattorimaisen puolen korostuminen jutuissa tuli jokseenkin yllätyksenä.

En lähtisi muuttamaan aiheeni rajausta, vaikka voisin. Se, että tutkimuskysymykseni todella pysyivät lähes samassa muodossa alusta lähtien, ainoastaan auttoi tutkielman edistymistä ja sitä, että punainen lanka ei karannut näkökentästäni. Sain selville, millaisia diskursseja Valosta muodostuu musiikkilehtien välityksellä ja toisaalta sain avattua hieman myös Valon ja toimittajien välistä suhdetta. Jos tutkimuskysymykseni olisivat olleet tiukemmin rajattua, olisin saanut selville jostain tietystä asiasta enemmän, mutta uskon, että Valon tapauksessa mielenkiintoista ei ole se, millainen yksi yhtenäinen tähtikuva hänestä näyttäisi muodostuvan, vaan se, millaisia eri piirteitä hänen tähtikuvassaan on havaittavissa.



Mahdollista jatkotutkimusta aiheeseeni liittyen voisi olla kohdassa 6.1 esitetyn idean lisäksi tehdä vertailututkimusta suomalaisten ja brittiläisten musiikkilehtien välillä, sillä oman havaintoni mukaan esimerkiksi Kerrang!-brittimusiikkilehden tapa tehdä juttuja poikkeaa hyvin paljon suomalaisten musiikkilehtien tyylistä. Itse asiassa mietin itsekin yhtenä vaihtoehtona, että olisin omassa tutkielmassani vertailut keskenään brittimusiikkilehdissä ja suomalaissa musiikkilehdissä Valosta tehtyjä juttuja.

Jatkotutkimusta Valoon ja musiikkilehtiin liittyen voisi tehdä myös haastattelemalla sekä Valoa että Valosta juttuja kirjoittaneita musiikkitoimittajia, jolloin Valon ja toimittajien välisestä suhteesta syntyisi todellisempi kuva, kuin pelkästään juttuja lukemalla. Mielenkiintoisia tutkimustuloksia tulisi varmasti esille jo pelkästään Valosta juttuja tehneitä musiikkitoimittajia haastattelemalla. Yhtenä jatkotutkimusideana voisi olla myös Valosta kirjoitettujen juttujen vertailu jostakin toisesta menestyneestä suomalaisesta muusikosta kirjoitettuihin juttuihin.

Lähdin tutkielmani avulla selvittämään, millaista tähtikuvaa suomalaiselle musiikkikentälle tärkeästä muusikosta Ville Valosta on rakennettu suomalaisten musiikkilehtien juttujen perusteella. On selvää, että Valo on ikään kuin rocktähten ideaalihahmo, sillä hän täyttää niin ulkoiset kuin sisäiset vaatimukset hyvin. Myös tähteyteen liittyvän teoriaan peilaten Valo on kuin mallikappale. Yhtä ja ainoaa selkeää tähtikuvaa on mahdotonta löytää, sillä Valon tähtikuva tuntuu saavan uusia ulottuvuuksia sitä mukaa, kun hän antaa haastatteluja. Niin kauan kuin Valo pysyy valokeilassa myös lavan ulkopuolella, tarina nimeltä Valo jatkuu.

# LÄHTEET

## Tutkimusaineisto

Inferno (2002) Sauli Vuoti: HIM – Helsingin Ihme Maailmalle. Inferno 7/2002, 10–12.

Inferno (2010) Toni Keränen: Rakkauden ammattilainen. Inferno 1/2010, 36–41.

Rumba (1997) Toni Hämäläinen: HIM – Oot sä tuulen viemää. Rumba 7.11.1997, 9.

Rumba (2001) Samuli Knuuti: HIM – Musiikkia romantiikan bulimikoille. Rumba 17.8.2001, 18–19.

Rumba (2003) Mikko Aaltonen: Synkkyyden orgiat. Rumba 25.4.–9.5.2003, 24–26.

Rumba (2004) Antti Lähde: Aikataulujen orja. Rumba 5/2004, 18–20.

Rumba (2005) Janne Flinkkilä: Kontrolloitua kaaosta. Rumba 17/2005, 20–22.

Rumba (2006) Markus Laakso: Hiljainen hetki. Rumba 19/2006, 32–33.

Rumba (2007) Jean Ramsay: Laulaja helvetin syövereistä. Rumba 16/2007, 32–33.

Rumba (2009) Heini Strand: Rakkauden ruhjoma reissumies. Rumba 01/2009, 38–41.

Rumba (2010) Saku Schildt: Rikas sydäntenmurskaaja. Rumba 02/2010, 26–27.

Rytmi (1998) Jyri-Jussi Rekinen: Lovemetallihommaa. Rytmi 3/1998, 22–23.

Rytmi (2000) Jyri-Jussi Rekinen: Rokkijätkän paluu. Rytmi 7/2000, 22–25.

Rytmi (2003) Jyri-Jussi Rekinen: Ostaisitko tältä mieheltä heartagrammin? Rytmi 3/2003, 20–24.

Rytmi (2004) Jyri-Jussi Rekinen: HIM käännekohdassa. Rytmi 2/2004.

Rytmi (2007) Jaakko Kilpeläinen: Jatkokertomus nimeltä Valo. Rytmi lokakuu 2007, 52–56.

Soundi (1997) Marko Säynekoski: HIM – ”Me ollaan parempia kuin Marilyn Manson”. Soundi 11/1997, 70–71.

Soundi (1998) Asko Alanen: Dekadenttia rakkautta. Soundi 1–2/1998, 72.

Soundi (2000) Juho Juntunen: HIM ja viiltävä romanssi. Soundi 1–2/2000, 88–94.

Soundi (2001) Juho Juntunen: HIM puskee eteenpäin. Soundi 6–7/ 2001, 110–115.

Soundi (2002) Juho Juntunen: HIM keikkailee Suomessa ja Englannissa. Soundi 3/2002, 46–48.

Soundi (2002) Juho Juntunen: Synnin viemää. Soundi 11/2002, 36–41.

Soundi (2003) Juho Juntunen: HIMiä, rakkautta ja metallia. Soundi 4/2003, 92–97.

Soundi (2004) Juho Juntunen: HIM ja loppusoitto menneelle. Soundi 3/2004, 94–98.

Soundi (2006) Juho Juntunen: HIM ja vähemmän levolliset laulut. Soundi 11/2006, 45–51.

Soundi (2007) Petri Silas: Riiput ristillä jo Ville H. Valo. Soundi 8/2007, 50–54.

Soundi (2008) Juho Juntunen: HIM ja omaksi muuttunut identiteetti. Soundi 6–7/2008, 48–53.

Soundi (2010) Tero Alanko: Ville Valo. Soundi 1/2010, 25–30.

Sue (2000) Ari Vöntänen: HIM – Valoa kansalle. Sue 1/2000.

Sue (2001) Sami Rikala: HIM. Sue 9/2001, 14.

Sue (2003) Pauliina Tuomola: HIM – rakkaudesta metalliin. Sue 4/2003, 8–9.

Sue (2004) Ari Vöntänen: HIM – seitsemän vuotta rakkauden varjossa. Sue 3/2004, 9–10.

Sue (2005) Ari Vöntänen: HIM – maailmojen tasapaino. Sue 9/2005, 8–9.

Sue (2006) Ari Vöntänen: HIM – pimeän Valon vuosi. Sue 11/2006.

## **Painetut lähteet**

Aho, Marko (2003) *Iskelmäkuninkaan tuho. Suomi-iskelmän sortuvat tähdet ja myyttinen sankaruus*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Ahokas, Paulina, Nikula, Jone & Pesonen, Raimo (toim.) (2004) *Artist ABC – avaa ikkunoita musiikin maailmaan*. Helsinki: T2 Promotions.

Boorstin Daniel (1962) *The Image or What Happened to the American Dream*. New York: Atheneum.

DeCordova Richard (1991) *The Emergence of Star System in America*. Teoksessa Christine Gledhill (toim.) *Stardom: Industry of Desire*. London: Routledge, 17.

Dyer, Richard (1986a) *Stars*. London: BFI.

Dyer, Richard (1986b) *Heavenly Bodies: Film Stars and Society*. New York : St. Martin's Press.

Dyer, Richard (1991) *A Star Is Born and the Construction of Authenticity*. Teoksessa Christine Gledhill (toim.) *Stardom: Industry of Desire*. London: Routledge, 133 & 135–136.

Ellis, John (1992) *Visible Fictions: Cinema, Television, Video*. Routledge.

Evans, Jessica & Hesmondhalgh, David (2005) *Understanding Media: Inside Celebrity*. Maidenhead: Open University Press.

Evans, Jessica (2005) teoksessa Evans, Jessica & Hesmondhalgh, David (2005) *Understanding Media: Inside Celebrity*. Maidenhead: Open University Press.

Fairclough, Norman (1992) *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.

Fowles, Jib (1996) *Advertising and Popular Culture*. SAGE Publications.

Frith, Simon (1978) *The Sociology of Rock*. Constable: London.

Frith, Simon (1983) *Sound effects: Youth, Leisure And the Politics of Rock*. Constable: London.

Frith, Simon (1988) *Rockin potku. Nuorisokulttuuri ja musiikkiteollisuus*. Suomentanut Hannu Tolvanen. Tampere: Vastapaino.

Frith, Simon & Goodwin, Andrew (1990) *On Record Rock, Pop, And The Written Word*. Routledge: London.

Frith, Simon (1996) *Performing Rites. On the value of Popular Music*. New York. Oxford University Press.

Gamson, Joshua (1994) *Claims to Fame: Celebrity in Contemporary America*. University of California Press.

Goodwin, Andrew (1992) *Dancing in the Distraction Factory : Music Television and Popular Culture*. University of Minnesota Press, USA.

Grossberg, Lawrence (1995) *Mielihyvän kytkennät. Risteilyjä populaarikulttuurissa*. Suomentaneet ja toimittaneet Juha Koivisto ym. Tampere: Vastapaino.

Grossberg Lawrence ym. (2006) *Mediamaking mass media in popular culture*. Sage Publications, London.

Haarala, Juuso (2011) *Promokuva rock-yhtyeen imagon rakentajana*. Tiedotusopin pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto.

Haaranen, Tuulikki (2005) *It's All About The Song – The Praxis of Artist Branding In The Finnish Recording Industry*. Master's Thesis, Arts Management Program. Sibelius Academy.

Heikkilä, Pauli & Mikkola, Jukka (1992) *Rock yleistyvästä kulttuurina. Rockin tuotannon ja kulutuksen suhteesta*. Tampereen yliopisto.

Helle, Merja (2011) *Toimitustyö muutoksessa. Toiminnan teoria ja mediakonseptin käsite tutkimuksen ja kehittämisen kehyksenä*. Tampereen yliopisto.

Himmelä, Heidi (2010) *Naisetko musiikkijournalisteja? Musiikkijournalismissa työskentelevien naisten asema*. Opinnäytetyö. Diakonia-ammattikorkeakoulu Turun paikka.

Holma, Aino Maria (2010) *Suomalaisuuden symboli ja aurinkoinen persoona. Analyysi Katri Helenan julkisuuskuvasta vuosilta 1964–1974 valittujen lehtiartikkeleiden perusteella*. Etnomusikologian pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto.

Hurri, Merja (1993) *Musiikkijournalismi tutkimuskohteena*. Teoksessa Lehtiranta, Erkki ja Saalonen Kristiina (toim.) (1993) *Musiikkijournalismi. Musiikin ja median kohtaamisia*. Sibelius-Akatemian koulutusjulkaisuja 9, 74–75.

Ikävalko, Elisa & Uimonen, Risto (1996) *Mielikuvien maailma Miten mediajulkisuutta muokataan ja imagoja rakennetaan?* Inforviestintä Oy.

Jaakkola, Paula (1999) *Tangolaulukilpailijoiden julkisuuskuva ja tähteyks lehdissä vuosina 1985–1999*. Diskurssiteoreettinen lehdistöanalyysi. Musiikkitieteen pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto.

Juntunen, Juho (2002) *HIM – Synnin viemää*. Helsinki: WSOY.

Kallonen, Asko (2002) Kommentti Ville Valosta. Teoksessa Juho Juntunen *HIM – Synnin viemää*. Helsinki: WSOY, 130.

Kangasluoma, Maija (2006) *Tähden aineksia. Kuinka lahjakkaasta fanista koulitaan tähti Popstars2 -tosi-tv-sarjassa*. Tiedotusopin pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto.

Karvonen, Erkki (1999) *Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Imago ja maine tekijöinä myöhäismodernissa maailmassa*. Helsinki: Gaudeamus.

Kaskinen, Hannu (1989) *Rockin eliitti ja eliitin rock – rockin kulttuurikamppailu Suomessa*. Tampereen yliopiston sosiologian ja sosiaalipsykologian laitos.

Kiistala, Lasse (2002) *Valo-ilmion äärellä. Rocktähti-imagon ja fanien suhteen tarkastelua*. Musiikkitieteen pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto.

Klapp, Orrin E. (1964) *Symbolic Leaders*. Chicago: Aldene Publishing Co. Lainattu teoksesta: Karvonen, Erkki (1999) *Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Imago ja maine tekijöinä myöhäismodernissa maailmassa*. Helsinki: Gaudeamus.

Kostiainen Pasi & Takalo Jukka (2004) *Sinä olet tähti. Matkaopas poptähteyteen*. Helsinki: Teos.

Kotler, Philip, Rein, Irving & Stoller, Martin (2005) *Marketing Celebrities*. Teoksessa Evans, Jessica & Hesmondhalgh, David (2005) *Understanding Media: Inside Celebrity*. Maidenhead: Open University Press.



Kunelius, Risto (2003) *Viestinnän vallassa. Johdatus joukkoviestinnän kysymyksiin*. Tampere: Vastapaino.

Laing, David (2006) *Anglo-American Music Journalism. Texts And Contexts*. Teoksessa Bennett, Andy, Shank, Barry & Toynbee, Jason (ed.): *The Popular Music Studies Reader*. New York: Routledge. Lainattu teoksesta: Mattlar, Mikko (2008) *Monotonista jankutusta ja kiehtovaa rytmiä. Elektroninen tanssimusiikki eli tekno ja house 1980- ja 1990-luvun vaihteen suomalaisissa rocklehdissä*. Journalistiikan pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopisto.

Lehtiranta, Erkki ja Saalonen Kristiina (toim.) (1993) *Musiikkijournalismi. Musiikin ja median kohtaamisia*. Sibelius-Akatemian koulutusjulkaisuja 9.

Lindfors, Jukka (toim.) (2006) *Pakko vatkaa. Kirjoituksia popmusiikista*. Werner Söderström Osakeyhtiö Helsinki.

Lukkarinen, Ilppo (2006) *Metallimusiikki paperilla. Diskurssianalyysi Juho Juntusen artikkelista "Raskas metalli"*. Musiikkikasvatuksen pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopisto.

Lusted, David (1991) *The Glut of the Personality*. Teoksessa Christine Gledhill (toim.) *Stardom: Industry of Desire*. London: Routledge, 251.

Marshall, P. David (1997) *Celebrity and Power. Fame in Contemporary Culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Mäkelä, Janne (2004) *John Lennon Imagined. Cultural History of a Rock Star*. New York: Peter Lang.

Mäkelä, Janne (2007) *Eriyissuhteita: populaarimusiikin fanit ja fanius*. Teoksessa Marko Aho & Antti-Ville Kärjä (toim.) *Populaarimusiikin tutkimus*. Vastapaino, Tampere.

Negus, Keith (1992) *Producing Pop: Culture and Conflict in the Popular Music Industry*. E. Arnold.

Nevala, Lasse (2005) *Muusikon paras ystävä : tutkielma suomalaisista rocktoimittajista ja rockjournalismista*. Helsingin yliopisto, Viestinnän laitos.

Niemelä, Elina (1999) *"Sinulle mä antaisin sydämen" Jari Sillanpää populaarikulttuurisena ilmiönä*. Musiikkitieteen pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopisto.

Nieminen, Pekka (2004) *Artistin ja median suhde*. Teoksessa Ahokas, Paulina, Nikula, Jone & Pesonen, Raimo (toim.) (2004) *Artist ABC – avaa ikkunoita musiikin maailmaan*. Helsinki: T2 Promotions.

Nikunen, Kaarina (2005) *Faniuden aika. Kolme tapausta televisio-ohjelmien faniudesta vuosituhaten taitteen Suomessa*. Tampereen yliopisto.

Oesch, Pekka (1989) *Levyarvostelun tuolla puolen. Neljä näkökulmaa rockkriittikkiin*. Työväenmusiikki-instituutin julkaisuja 8.

Oksanen, Atte (2002) *Murheen laakso. Mies ja kuolema raskaassa suomenkielisessä rockissa*. Suomen kirjallisuuden pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto.

Ora, Janne & Saarelainen, Ari (1993) *Suomalainen rockjournalismi*. Tampereen yliopisto: Tampere.

Pietarinen, Juhani (1993) *Musiikkijournalismin etiikka: hyveitä ja vastuuta*. Teoksessa Lehtiranta, Erkki ja Saalonen Kristiina (toim.) (1993) *Musiikkijournalismi. Musiikin ja median kohtaamisia*. Sibelius-Akatemian koulutusjulkaisu 9, 153.

Potter, Jonathan & Wetherell, Margaret (1987) *Discourse and Social Psychology: Beyond Attitudes and Behaviour*. London : Sage.

Rajala, Vilho (2008) ”Mennään päin eikä kattella.” *Inferno-lehden tekijöiden ajatuksia heavymetallista ja Infernosta*. Tiedotusopin pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto.

Rojek, Chris (2001) *Celebrity*. Reaktion Books: London.

Ruuska, Juha (2006) *Aidon kosketus – äänitteen diskurssit suomalaisissa musiikin aikakauslehdissä*. Musiikkitieteen lisensiaatintutkielma Jyväskylän yliopisto, musiikin laitos.

Saarenmaa, Laura (2010) *Intiimin äänet. Julkisuuskulttuurin muutos suomalaisissa ajanvietelevhdissä 1961–1975*. Tampereen yliopisto.

Söderholm, Stig (toim.) (1987) *Näkökulmia rockkulttuuriin*. Kustannusosakeyhtiö Otava, Keuruu.

Söderholm, Stig (1990) *Liskokuninkaan mytologia: rituaali ja rocksankarin kuolema: Jim Morrison -kultin etnografinen tulkinta*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Taulavuori, Riitta (1993) *Sensaatiota vai suunpieksentää? Rocktähti iltapäivälehtien representaationa*. Tiedotusopin pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto.

Turner, Graeme (2004) *Understanding Celebrity*. SAGE Publications.

Viitamäki, Taina (2000) *"It is love, not rock stardom"*. *Poptähti Morrissey'n julkisuuskuva lehdistössä*. Etnomusikologian pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto.

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

Whiteley, Sheila (2005) *Too Much Too Young. Popular Music, Age and Gender*. Routledge: London and New York.

## Sähköiset lähteet

ABC (2011) *Consumer Magazines. Circulation Certificate. January to December 2011*. <http://www.abc.org.uk/Certificates/17653460.pdf>. Tarkistettu 10.01.2013.

Aikakauslehdet (2011) *KMT:n (Kansallinen mediatutkimus) Lukijamäärät*. [http://www.aikakauslehdet.fi/content/Liitetiedostot/pdf/KMT\\_2011\\_liite.pdf](http://www.aikakauslehdet.fi/content/Liitetiedostot/pdf/KMT_2011_liite.pdf). Tarkistettu 10.01.2013.

Flinkkilä, Janne (2009) *Artisti puhuu, nauhuri kuuntelee*. Journalisti 19/2009. [http://www.journalistiliitto.fi/journalisti/lehti/2009/19/debatti/artisti\\_puhuu\\_nauhuri\\_kuuntelee](http://www.journalistiliitto.fi/journalisti/lehti/2009/19/debatti/artisti_puhuu_nauhuri_kuuntelee). Tarkistettu 10.01.2013.

Haarma, Jukka (2009) *Rockin ehdoilla*. Journalisti 14/2009. [http://www.journalistiliitto.fi/journalisti/lehti/2009/14/kolumnit/sata\\_sanaa](http://www.journalistiliitto.fi/journalisti/lehti/2009/14/kolumnit/sata_sanaa). Tarkistettu 10.01.2013.

Ifpi (2013) *HIMin saamat kulta- ja platinallevyt.*  
<http://www.ifpi.fi/tilastot/kultalevyt/haku?q=HIM>. Tarkistettu 10.01.2013.

Iltasanomat (2012) *Sekava Ville Valo hämmensi HIM-fanit Tavastialla: "Ollaanks me paskoja, vai ootteks te?"* <http://www.iltasanomat.fi/musiikki/art-1288527787287.html>  
Tarkistettu 10.01.2013.

Journalistiliitto (2011) *Journalistin ohjeet.* Voimassa 1.1.2011 alkaen.  
<http://www.journalistiliitto.fi/pelisaannot/journalistinohjeet>. Tarkistettu 10.01.2013.

Rumba (2011) *Rumba saa uuden päätoimittajan: Teemu Fiilin siirtyy lehden peräsimeen syksyn lehti uudistuksen myötä.* <http://www.rumba.fi/rumba-saa-uuden-paatoimittajan-teemu-fiilin-siirtyy-lehden-perasimeen-syksyn-lehti-uudistuksen-myota-24790>. Tarkistettu 10.01.2013.

Suomen jazz- ja poparkisto (2013) *Suomalaisen populaarimusiikin uusin historia.*  
<http://www.jazzpoparkisto.net/aikajana.php#v1970-1>. Tarkistettu 10.01.2013.

Wikipedia (2013) *HIM*. <http://fi.wikipedia.org/wiki/HIM>. Tarkistettu 10.01.2013

Yle Uutiset (2006) *HIM teki historiaa ja myi kultaa Yhdysvalloissa.*  
[http://yle.fi/uutiset/him\\_teki\\_historiaa\\_ja\\_myi\\_kultaa\\_yhdysvalloissa/5752007](http://yle.fi/uutiset/him_teki_historiaa_ja_myi_kultaa_yhdysvalloissa/5752007). Tarkistettu 10.01.2013.

## **LIITE**

Liite 1 (vain painetussa versiossa):

Inferno (2010) Toni Keränen: Rakkauden ammattilainen. Inferno 1/2010, 36–41.