

VAASAN YLIOPISTO

Filosofinen tiedekunta

Viestinnän monialainen maisteriohjelma

Mari Hautamäki

Musiikkivideot ideologisten viestien välittäjinä

Digitaalisen median pro gradu -tutkielma

Vaasa 2016

| | |
|---|----|
| SISÄLLYS | |
| KUVAT | 2 |
| KUVIOT | 4 |
| TAULUKOT | 4 |
| TIIVISTELMÄ | 7 |
| 1 JOHDANTO | 9 |
| 1.1 Tutkimuksen tavoite | 10 |
| 1.2 Tutkimuksen aineisto | 12 |
| 1.3 Tutkimusmenetelmä | 13 |
| 2 VIIHDE IDEOLOGISTEN VIESTIEN VÄLITTÄJÄNÄ | 15 |
| 2.1 Populaarimusiikki viihteenä | 15 |
| 2.1.1 Valmistajat | 16 |
| 2.1.2 Kulutus | 18 |
| 2.1.3 Arvottaminen | 19 |
| 2.2 Mediakulttuuri vuorovaikutteisena viestintänä | 21 |
| 2.2.1 Mediakulttuurin viestintämalli | 23 |
| 2.2.2 Viestien rakentuminen | 25 |
| 2.2.3 Ideologiset viestit | 26 |
| 2.3 Hegemoninen ideologia | 28 |
| 3 MUSIIKKIVIDEOIDEN AUDIOVISUAALINEN KERRONTA | 30 |
| 3.1 Musiikkivideon audiovisuaalinen muoto | 30 |
| 3.1.1 Muodon osa-alueet | 32 |
| 3.1.2 Sisältö | 34 |
| 3.1.3 Tyylin merkitys | 35 |
| 3.1.4 Aikaisempi musiikkivideotutkimus | 37 |
| 3.2 Audiovisuaalisia kerrontatapoja | 38 |
| 3.2.1 Narratiivinen kerronta | 39 |
| 3.2.2 Dokumentoiva kerronta | 42 |
| 3.2.3 Kokeellinen kerronta | 44 |
| 3.3 Kerronnalliset merkitykset | 45 |

| | |
|---|-----|
| 4 IDEOLOGISET VIESTIT TEEMOJEN JA KERRONNAN PERUSTEELLA | 48 |
| 4.1. Musiikkivideoiden pääteemojen ryhmittely | 48 |
| 4.1.1 Yksilön hyvinvointi | 49 |
| 4.1.2 Sosiaaliset suhteet | 53 |
| 4.1.3 Yhteiskunnallinen valveutuminen | 58 |
| 4.2 Audiovisuaalisten kerrontatapojen jakautuminen | 62 |
| 4.3 Narratiiviset musiikkivideot | 64 |
| 4.3.1 Yhden tai useamman henkilön tarina | 65 |
| 4.3.2 Kerronnan lineaarisuus | 69 |
| 4.3.3 Tarinan sulkeutuminen | 72 |
| 4.4 Dokumentoivat musiikkivideot | 77 |
| 4.4.1 Retorisen ja kategorisen esitystavan yhdistely | 78 |
| 4.4.2 Tosiasiallisuus | 81 |
| 4.5 Kokeelliset musiikkivideot | 84 |
| 4.5.1 Visuaalisuus | 86 |
| 4.5.2 Assosioivat kuvat | 88 |
| 4.6 Musiikkivideoiden ideologiset viestit | 92 |
| 5 PÄÄTÄNTÖ | 97 |
| LÄHTEET | 105 |
| Liite 1. Analysoitavien musiikkivideoiden perustiedot | 112 |
| Liite 2. Analyysitaulukko | 114 |
| KUVAT | |
| Kuva 1. Kuvakaappaus musiikkivideosta Firework | 50 |
| Kuva 2. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta Firework | 51 |
| Kuva 3. Kuvakaappaus musiikkivideosta Pretty Hurts | 52 |
| Kuva 4. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta Pretty Hurts | 52 |
| Kuva 5. Kuvakaappaus musiikkivideosta Dark Side | 55 |
| Kuva 6. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta Dark Side | 55 |

| | |
|--|----|
| Kuva 7. Kuvakaappaus musiikkivideosta Hey Brother | 56 |
| Kuva 8. Toinen kuvakaappaus musiikkivideolta Hey Brother | 57 |
| Kuva 9. Kuvakaappaus musiikkivideosta Crooked Smile | 60 |
| Kuva 10. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta Crooked Smile | 60 |
| Kuva 11. Kuvakaappaus musiikkivideosta No Guns Allowed | 61 |
| Kuva 12. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta No Guns Allowed | 62 |
| Kuva 13. Kuvakaappaus musiikkivideosta Same Love | 66 |
| Kuva 14. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta Same Love | 66 |
| Kuva 15. Kuvakaappaus musiikkivideosta Mean | 67 |
| Kuva 16. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta Mean | 68 |
| Kuva 17. Kuvakaappaus musiikkivideosta The Fighter | 70 |
| Kuva 18. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta The Fighter | 70 |
| Kuva 19. Kuvakaappaus musiikkivideosta How To Love | 71 |
| Kuva 20. Toinen kuvakaappaus musiikkivideolta How To Love | 72 |
| Kuva 21. Kuvakaappaus musiikkivideosta Fuckin' Perfect | 73 |
| Kuva 22. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta Fuckin' Perfect | 74 |
| Kuva 23. Kuvakaappaus musiikkivideosta Is Anybody Out There | 75 |
| Kuva 24. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta Is Anybody Out There | 76 |
| Kuva 25. Kuvakaappaus musiikkivideosta I Was Here | 78 |
| Kuva 26. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta I Was Here | 79 |
| Kuva 27. Kuvakaappaus musiikkivideosta One Voice | 80 |
| Kuva 28. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta One Voice | 80 |
| Kuva 29. Kuvakaappaus musiikkivideosta Ballad Of Hollis Brown | 82 |

| | |
|--|----|
| Kuva 30. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta Ballad Of Hollis Brown | 82 |
| Kuva 31. Kuvakaappaus musiikkivideosta Candles In The Sun | 83 |
| Kuva 32. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta Candles In The Sun | 84 |
| Kuva 33. Kuvakaappaus musiikkivideosta Born This Way | 86 |
| Kuva 34. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta Born This Way | 87 |
| Kuva 35. Kuvakaappaus musiikkivideosta Skyscraper | 88 |
| Kuva 36. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta Skyscraper | 89 |
| Kuva 37. Kuvakaappaus musiikkivideosta Dirty Laundry | 90 |
| Kuva 38. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta Dirty Laundry | 90 |

KUVIOT

| | |
|---|----|
| Kuvio 1. Mediakulttuurin osa-alueet | 22 |
| Kuvio 2. Mediakulttuurin osa-alueiden viestintäprosessi | 24 |
| Kuvio 3. Representaatio, ideologinen viesti ja ideologia | 27 |
| Kuvio 4. Audiovisuaalisen esityksen muodon osa-alueet | 33 |
| Kuvio 5. Esimerkki audiovisuaalisen esityksen teemoista ja aiheista | 35 |
| Kuvio 6. Tarinan ja juonen välinen suhde | 40 |
| Kuvio 7. Yhteiskunnalliseen valvutuneisuuteen liittyvät ideologiset viestit | 90 |
| Kuvio 8. Yksilön hyvinvointiin liittyvät ideologiset viestit | 94 |
| Kuvio 9. Sosiaalisiin suhteisiin liittyvät ideologiset viestit | 95 |

TAULUKOT

| | |
|--|----|
| Taulukko 1. Yksilön hyvinvointia kuvaavat musiikkivideot ja niiden pääteemat | 49 |
| Taulukko 2. Sosiaalisia suhteita kuvaavat musiikkivideot ja pääteemat | 54 |
| Taulukko 3. Yhteiskunnallista valvutuneisuutta edustavat musiikkivideot | 59 |

| | |
|--|----|
| Taulukko 4. Audiovisuaalisten kerrontatapojen jakautuminen | 63 |
| Taulukko 5. Narratiiviset musiikkivideot | 64 |
| Taulukko 6. Tarinoiden ja henkilöiden esittämistavat musiikkivideoilla | 67 |
| Taulukko 7. Dokumentoivat musiikkivideot | 77 |
| Taulukko 8. Kokeelliset musiikkivideot | 85 |

VAASAN YLIOPISTO**Filosofinen tiedekunta**

| | |
|--------------------------------|--|
| Tekijä: | Mari Hautamäki |
| Pro gradu –tutkielma: | Musiikkivideot ideologisten viestien välittäjinä |
| Tutkinto: | Filosofian maisteri |
| Koulutusohjelma: | Viestinnän monialainen maisteriohjelma |
| Suuntautumisvaihtoehto: | Digitaalinen media |
| Valmistumisvuosi: | 2016 |
| Työn ohjaaja: | Merja Koskela |

TIIVISTELMÄ:

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää, minkälaisia ideologisia viestejä yhdysvaltalaisista populaarimusiikkia edustavat, 2010-luvun jälkeen julkaistut musiikkivideot sisältävät. Ideologisilla viesteillä tarkoitetaan musiikkivideoiden audiovisuaalisen kerronnan, eli äänen, liikkuvan kuvan sekä näiden vuorovaikutuksen kautta välitettäviä näkemyksiä, jotka kuvaavat jollain tavoin maailman sen hetkistä tilaa. Tutkimuksen aineisto koostuu 22 musiikkivideosta, joista jokainen on ollut ehdolla musiikkitelevisio MTV:n vuosittain järjestämässä Video Music Awards -palkintogaalassa kategoriassa nimeltään Best video with a social message.

Tutkimuksessa musiikkivideot luokitellaan ensin sisältöjensä perusteella niitä kuvaaviin pääteemoihin, jonka jälkeen keskenään samankaltaiset videot jaetaan vielä omiin ryhmiinsä. Tämän jälkeen tutkitaan, minkälaisia kerrontatapoja musiikkivideoissa käytetään. Ideologiset viestit rakentuvat musiikkivideoiden audiovisuaalisesta kerronnasta tunnistettavien pääteemojen ja kerrontatapojen muodostamasta kokonaisuudesta sekä niiden kautta tunnistettavista merkityksistä, jotka kuvaavat jotakin sosiaalista, kulttuurista tai yhteiskunnallista aihetta.

Videot olivat jaettavissa pääteemojensa ja sisältöjensä perusteella kolmeen erilaiseen ryhmään, jotka kuvasivat joko yksilön hyvinvointiin, sosiaaliin suhteisiin tai yhteiskunnalliseen valvutukseen liittyviä näkemyksiä. Teemoihin liittyvät näkemykset esitettiin aina jonkinlaisen ongelman kautta, joka liittyi ihmisten välisiin epäoikeudenmukaisiin tilanteisiin ja niistä aiheutuviin seurauksiin, kuten kiusaamiseen, väkivaltaan tai itsetunto-ongelmiin. Kerronnan pääosassa olivat lähes poikkeuksetta nuoret henkilöt. Musiikkivideoilla käytettiin narratiivista, dokumentoivaa ja kokeellista kerrontatapaa, joista narratiivinen kerrontatapa oli yleisin. Musiikkivideoiden kerronnasta tunnistettavat ideologiset viestit olivat luonteeltaan neutraaleja, mutta toiveikkaita. Niissä korostettiin yksilön merkityksellisyyttä ja kykyä vaikuttaa tulevaisuuteen myönteisesti.

Tulokset viittaavat siihen, että musiikkivideoiden tarkoituksena on esittää kohderyhmälleen yleisesti hyväksyttäviä elämänohjeita, eikä tuoda esiin minkäänlaisia radikaaleja kannanottoja. Tähän vaikuttavat todennäköisesti musiikkivideoiden kaupalliset tarkoitukset sekä pyrkimys muokata videoilla esiintyvien artistien julkisuuskuva, eli imago entistä ihmisläheisemmäksi ja hyväksyttävämmäksi.

AVAINSANAT: audiovisuaalinen kerronta, ideologia, mediakulttuuri, musiikkivideot, populaarimusiikki, viihde

1 JOHDANTO

Elämä on paljon enemmän kuin pelkkää pintaa. On mukavaa saada joka päivä uudet tennarit jalkaan, mutta samalla on tärkeää pitää mielessä se, mikä elämässä on lopulta tärkeää. Tällaisin sanoin kuvattiin syksyllä 2015 musiikkitelevisio MTV:n Video Music Awards -palkintogaalassa ehdolla olleen rap-artisti Wale'n musiikkivideon *The White Shoes* sanomaa. (Kaufman 2015) Video Music Awards on jo yli kolmenkymmenen vuoden ajan järjestetty tapahtuma, jossa palkitaan vuosittain parhaimmat nuorisomusiikkia edustavat musiikkivideot (MTV 2015). Musiikkivideot mielletään usein ensisijaisesti artistien markkinointivälineiksi, mutta niillä voidaan nähdä olevan myös paljon muita tarkoituksia. Tätä perustelevat muun muassa Video Music Awardsien palkintokategoriat, joita oli vuonna 2015 yli 30. Kyseisenä vuonna palkintoja jaettiin erilaisten musiikkigenrejen lisäksi muun muassa parhaan koreografian, taiteellisen ohjauksen ja sosiaalisen sanoman sisältävien musiikkivideoiden kesken (MTV 2015).

Musiikkivideoita katsotaan 2010-luvulla pääasiallisesti internetissä erilaisten videopalveluiden kautta. Suosituin musiikkivideoiden katselemiseen tarkoitettu palvelu on YouTube. Vuonna 2014 YouTubella oli yli miljardi käyttäjää, joista suurin osa kulutti sitä lähinnä erilaisten musiikkisisältöjen vuoksi. (IFPI 2015: 6) YouTubella voidaan siis todeta olevan merkityksellinen rooli musiikin kuluttamisen suhteen. Esimerkiksi kaikkien aikojen suosituimpia musiikkivideoita on katsottu YouTubessa yli miljardi kertaa (IFPI). YouTube tarjoaa musiikkivideoiden katsojille myös mahdollisuuksia kommentoida ja jakaa videoita muilla sosiaalisen median kanavilla. Tämän avulla musiikkivideoiden on mahdollista tavoittaa suuria yleisöjä lyhyessä ajassa maailmanlaajuisesti.

Sen lisäksi, että musiikkivideoita voidaan pitää merkittävänä artistien ja yhtyeiden markkinointivälineinä, ne voidaan ymmärtää myös omaa aikaansa kuvaavina audiovisuaalisina, eli ääntä ja liikkuvaa kuvaa yhdistelevinä esityksinä. Niin musiikkivideot, kuin kaikki muutkin audiovisuaaliset esitykset pitävät sisällään aina jonkinlaisia näkemyksiä tai ajattelutapoja liittyen siihen todellisuuteen, jossa ne on valmistettu (Croteau & Hoynes 2012: 154). Tämä tarkoittaa sitä, että musiikkivideoiden sisällöt ovat aina tietyllä tapaa ideologisia. Musiikkivideoiden ideologiset sisällöt ovat Vernalliksen (2013: 7)

mukaan 2010-luvulla herättäneet entistä enemmän huomiota, sillä niillä on todettu olevan vaikutusta muun muassa videoiden katsojien identiteetin eli minäkuvan rakentumiseen. Musiikkivideoiden ideologinen rooli liittyy samanaikaisesti niissä esitettyihin sisältöihin sekä audiovisuaalisiin kerrontatapoihin, joilla sisältöjä tuodaan esiin (emt. 182). Musiikkivideoiden kautta voidaan kuvata tietyllä tavoin esimerkiksi erilaisia yhteiskunnallisia tai kulttuurisia aiheita, kuten rotuja, yhteiskuntaluokkia ja sukupuolirooleja. Edellä mainittujen aiheiden esitystavoilla voidaan taas todeta olevan vaikutusta musiikkivideoiden katsojien ajatus- ja arvomaailmaan sekä identiteetin rakentumiseen. Kun puhutaan MTV:n palkitsemista musiikkivideoista, vaikutuksen alaisena ovat erityisesti kanavan kohderyhmään kuuluvat nuoret ja nuoret aikuiset.

1.1 Tutkimuksen tavoite

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää, minkälaisia ideologisia viestejä yhdysvaltalaisista populaarimusiikkia edustavat musiikkivideot pitävät sisällään. Ideologisilla viesteillä tarkoitetaan tässä tutkimuksessa jonkun media- tai viihdetuotteen kautta välitettäviä näkemyksiä tai kannanottoja, jotka kuvaavat jollain tavoin maailman sen hetkistä tilaa. Määritelmä perustuu Croteaun ja Hyonin (2014) esittämään näkemykseen median välittämistä ideologisista viesteistä. Ideologiset viestit voivat esimerkiksi tuoda esille mitkä asiat maailmassa ovat hyvin, mitkä huonosti tai miten asioiden pitäisi olla. Viestit saattavat liittyä niin yhteiskunnallisiin, poliittisiin, kulttuurisiin kuin sosiaalisiinkin aiheisiin. (Emt.) Tutkimus perustuu oletukseen, jonka mukaan jokainen musiikkivideo pitää sisällään jonkinlaisia ideologisia viestejä. Ideologisia viestejä tutkin musiikkivideoiden audiovisuaalisen kerronnan, eli äänen ja liikkuvan kuvan muodostamien kokonaisuuksien ja niistä tunnistettavien merkitysten kautta. Tutkimuksen analyysin eri vaiheita tarkentavat seuraavat kysymykset:

1. Millaisia pääteemoja musiikkivideoilla esitetään?
2. Millaisia audiovisuaalisia kerrontatapoja pääteemojen esittämisessä käytetään?
3. Millaisia ideologisia viestejä pääteemoista ja niiden kerrontatavoista muodostuu?

Koen, että musiikkivideoiden ja niissä esiintyvien ideologisten viestien tutkimiselle löytyy paljon perusteita. Tutkimuksen mielenkiintoisin näkökanta liittyy kevyeksi ja viih-teelliseksi mielletyn aineiston sekä siinä esitettyjen yhteiskunnallisten ja jopa vakava-mielisten viestien kompleksisuuteen. Viihdettä kulutetaan nimensä mukaisesti viihtymi-sen takia, jolloin sen kuluttajat olettavat seuraavansa esityksiä, jotka ovat sisällöltään kevyitä, mielihyvää tuottavia ja tavallisesta arkielämästä poikkeavia (Shay & King 2003: 2). Siksi on mielenkiintoista tietää, millaisia vakavamielisiä aiheita tai ongelmia musiikkivideoiden audiovisuaalisen kerronnan kautta tuodaan esiin. Toinen mielenkiin-toinen huomio liittyy musiikkivideoiden yleisöön. Vaikka viihdettä yleisesti kuluttavat kaiken ikäiset ihmiset, erityisesti nuoret ja nuoret aikuiset ovat populaarimusiikin ja tätä myötä myös musiikkivideoiden aktiivisimpia kuluttajia (Shay & King 2003: 188). Siksi on todennäköistä, että musiikkivideoilla esitetyt näkemykset vaikuttavat merkittävästi myös niitä kuluttavien nuorten ajatusmaailmaan ja tätä kautta oman identiteetin raken-tumiseen sekä henkilökohtaisen yhteiskuntakäsityksen muodostamiseen. Tutkimuksen tulosten perusteella on mahdollista myös tehdä havaintoja siitä, heijastavatko musiikki-videoiden ideologiset viestit kohderyhmänsä oletettua ajattelutapaa. Musiikkivideoiden kaupallisen menestyksen kannalta kerronnassa olisi luontevaa tuoda esiin kohderyhmän jo valmiiksi hyväksymiä ideologisia ajatuksia.

Oletan, että suurin osa musiikkivideoiden ideologisista viesteistä liittyy erityisesti yksi-löä tai sosiaalisia tilanteita kuvaaviin teemoihin, kuten itsensä hyväksymiseen, onnelli-suuteen tai rakkauteen. Edellä mainittuja teemoja voidaan pitää myös kohderyhmään kuuluvien nuorten ihmisten elämäntilanteiden kannalta ajankohtaisina. Oletukseni mu-siikkivideoiden ideologisista viesteistä perustuvat omiin aikaisempiin havaintoihini mu-siikkivideoista sekä populaarimusiikista tehtyjen aikaisempien tutkimusten tuloksiin. Tutkimusten mukaan populaarimusiikissa usein toistuvat teemat kuvataan hyvin yksilö-keskeisestä näkökulmasta. Esimerkiksi populaarimusiikkikappaleiden sanoitukset ovat kautta aikojen käsitelleet rakkautta sekä muita sosiaalisia suhteita ja niihin liittyviä ti-lanteita (ks. esim. Connel 2003: 71–72, Frith 2012: 109). Audiovisuaalisten kerrontata-pojen esiintyvyyden suhteen oletan, että ideologisia viestejä tuodaan esiin muun muassa elokuvista ja tv-sarjoista tutun narratiivisen kerrontatavan kautta, jossa kuvataan tiet-tyyn henkilöön liittyvä tarina. Vaikka muun muassa Herkmanin (2001: 146) mukaan

musiikkivideoiden audiovisuaalisessa kerronnassa tyypillistä on kokeellisten ja visuaalisten esitystapojen käyttäminen, uskon että narratiivisen kerrontatavan avulla ideologisia viestejä on mahdollista tuoda katsojalle helpommin esiin. Samalla katsojan saattaa olla helpompi samastua teemoihin, jotka esitetään helposti ymmärrettävän ja kronologisesti etenevän tarinan kautta.

1.2 Tutkimuksen aineisto

Tutkimuksen aineistoon kuuluu yhteensä 22 musiikkivideota, jotka on julkaistu vuosien 2011 ja 2014 välisenä aikana. Jokainen musiikkivideo on ollut ehdolla *Best video with a social message* -nimisessä palkintokategoriassa Music Televisionin järjestämässä Video Music Awards -gaalassa. Gaalassa palkitaan myös paljon muita vuoden aikana menestyneitä musiikkivideoita erilaisin kategorisin perustein. (MTV VMA 2015) Palkintokategoria on tutkimuskohteena mielenkiintoinen, sillä se on moniin muihin Video Music Awardseissa esitettäviin palkintokategorioihin nähden melko uusi. Ensimmäisen kerran *Best video with a social message* -palkinto on jaettu vuonna 2011 (MTV VMA 2011). Lista aineistoon kuuluvista musiikkivideoista ja niiden perustiedoista on esitetty liitteesä 1. Musiikkivideot on taulukoitu siten, että jokaisen vuoden voittajavideo aloittaa oman vuotensa ehdokaslistauksen. Voittajan musiikkivideo ja muut siihen liittyvät tiedot esitetään taulukossa harmaalla pohjalla. Muut musiikkivideot esitetään vuorostaan valkoisella pohjalla.

Best video with a social message -palkintokategoriaa on kuvattu populaarimusiikin sekä yhteiskunnallisen aktivismin ja vastuunkannon väliseksi yhteistyöksi, jossa tunnetut artistit tuovat esiin ajankohtaisia maailmanlaajuisia ongelmia (Clevver Music 2011). Tämän vuoksi aineisto palvelee tutkimukseni tavoitetta hyvin. Myös MTV-sidonnaisuus tuo aineistoon mielenkiintoisen lisän. MTV:n kohderyhmää edustavat 12 ja 34 ikävuoden väliin sijoittuvat nuoret ja nuoret aikuiset, joiden keski-ikäksi arvioidaan 21 vuotta (MTV Cable Network Information 2015). Alasen (1992: 48) mukaan MTV:llä on sen toiminnan alusta asti ollut pyrkimyksenä edistää nuorison hyvinvointia ja tietoutta yhteiskunnallisia asioita koskien. Muun muassa 1990-luvun aikana musiikkivideoiden

esittämisen välissä kanavalla näytettiin lyhyitä tietoisuusarjoja, jotka liittyivät nuorisoa koskeviin terveydellisiin aiheisiin, kuten päihteiden käyttöön ja sukupuolitautilien ehkäisyyn (emt. 48). Vuodesta 2011 alkaen lanseerattu palkintokategoria *Best video with a social message* voidaan tämän perusteella nähdä uudenlaisena keinona ylläpitää ja lisätä nuorten ihmisten yhteiskunnallista tietoutta.

1.3 Tutkimusmenetelmä

Tässä tutkimuksessa analysoin musiikkivideoiden audiovisuaalisesta kerronnasta, eli äänen ja liikkuvan kuvan vuorovaikutuksesta tunnistettavia pääteemoja, niiden kerrontatapoja sekä näistä muodostuvia merkityksiä, joiden kautta ideologiset viestit rakentuvat. Analyysi jakautuu kolmeen erilaiseen vaiheeseen. Ensimmäisessä vaiheessa luokittelen jokaisen musiikkivideon edustamaan yhtä pääteemaa sen audiovisuaalisesta kerronnasta tunnistettavan sisällön perusteella. Musiikkivideoiden pääteemoilla tarkoitan sellaisia teemoja, jotka kuvaavat sitä, mistä musiikkivideossa on kyse. Pääteema kokoaa kaikki musiikkivideolla esitetyt kohtaukset ja aiheet yhteen muodostaen esityksestä eheän kokonaisuuden (Nikkinen & Rosenvall 2008: 174–175). Yksityiskohtaisen teemoittelun jälkeen jaottelen musiikkivideot sisältöjensä perusteella omiin ryhmiinsä. Ryhmät rakentuvat pääteemoiltaan samankaltaisista tai keskeisesti toisiinsa liittyvistä musiikkivideoista. Kuvailen jokaisen ryhmän kohdalla millä perusteella olen luokitellut tietyt musiikkivideot siihen kuuluvaksi. Perusteluja tuon esiin kuvaamalla musiikkivideoiden kerronnasta havaittavia suoraa tai epäsuoraa merkityksiä.

Suorat merkitykset ovat audiovisuaalisesta kerronnasta suoraan tunnistettavia kohtauksia tai tilanteita, kuten siinä esiintyvien ihmisten tekemiä liikkeitä, puheita tai muita toimintoja. Epäsuorat merkitykset ovat taas sellaisia merkityksiä, jotka perustuvat katsojan omiin tulkintoihin. Ne ovat laajempia merkityksiä, jotka rakentuvat suoraan havaittavista merkityksistä yhdistettynä katsojan aikaisempiin kokemuksiin. (Bordwell & Thompson 2012) Suorasti ja epäsuorasti havaittavia merkitystasoja voidaan kutsua myös denotaatioiksi ja konnotaatioiksi (ks. esim Lehtonen 2000). Audiovisuaalisista esityksistä tunnistettavista merkitystasoista kerron tarkemmin luvussa 3.3.

Musiikkivideoiden pääteemojen ryhmittelyn jälkeen analysoin musiikkivideoissa käytettyjä kerrontapoja. Luokittelen musiikkivideot kerrontatapojensa perusteella narratiiviksi, dokumentoiviksi tai kokeellisiksi. Luokittelu perustuu Bordwellin ja Thompsonin (2012) esittämään teoriaan, joka kuvaa elokuvien erilaisia muototyyppejä. Muototyyppejä kutsun tässä tutkimuksessa kerrontatavoiksi. Narratiiviset musiikkivideot ovat tunnistettavissa sen perusteella, että ne esittävät aina jonkinlaisen syy-seuraussuhteessa etenevän tarinan. Dokumentoivat musiikkivideot pyrkivät taas kuvaamaan pääteemaan liittyviä asioita tai ilmiöitä mahdollisimman laajasti. Dokumentoiville musiikkivideoille ominaista on myös, että ne pyrkivät vakuuttamaan katsojaa jostakin asiasta. Kokeelliset musiikkivideot ovat tunnistettavissa erityisesti visuaalisen ja epäjohdonmukaisen kerrontatapansa perusteella, josta ei ole mahdollista tunnistaa mitään selkeitä syy-seuraussuhteessa eteneviä tapahtumia. Visuaalisen esitystavan avulla pyritään usein luomaan erilaisia metaforisia yhteyksiä musiikkivideoilla esitettyjen elementtien, kuten äänen ja kuvan välille. (Emt.) Esittelen omissa luvuissaan aineistosta tunnistettavia narratiivisia, dokumentoivia ja kokeellisia kerrontapoja edustavia musiikkivideoita ja niiden keskeisiä ominaispiirteitä.

Tutkimuksen kolmannessa vaiheessa tuon jokaista pääteemaa edustavan ryhmän kohdalla esiin, minkälaisia ideologisia viestejä siihen luokiteltujen musiikkivideoiden kerronnasta on mahdollista tunnistaa. Ideologiset viestit siis rakentuvat aikaisempien tutkimusvaiheiden perusteella, joissa analysoidaan musiikkivideoiden pääteemoja, pääteemojen esittämisessä käytettyjä kerrontatapoja sekä näistä muodostuvia laajempia merkityksiä, jotka kuvaavat jotakin sosiaalista, kulttuurista tai yhteiskunnallista aihetta. Ideologisten viestien tutkimisen ohella vertailen samalla pääteemojen ja kerrontatapojen välistä suhdetta. Jokaisen aineistoon kuuluvan musiikkivideon pääteema, audiovisuaalisesta kerronnasta tunnistettavat merkitykset sekä näistä rakentuva ideologinen viesti esitetään tutkimuksen liitteessä 2 sijaitsevassa analyysitaulukossa.

2 VIIHDE IDEOLOGISTEN VIESTIEN VÄLITTÄJÄNÄ

Tämän luvun tarkoituksena on tuoda esiin tutkimuksen kannalta keskeisiä musiikkivideoihin liittyviä tarkastelunäkökulmia. Musiikkivideot ovat populaarimusiikkia edustavia, ääntä ja liikkuvaa kuvaa yhdisteleviä videomuotoon tallennettuja esityksiä. Ne on valmistettu ensisijaisesti siinä toistetun kappaleen ja sen esittäjän kaupallisen menestyksen edistämiseksi. (Juntunen 1997: 149) Valmistus- ja kulutustapoihin perustuen musiikkivideot voidaan ymmärtää *viihteeksi*, sillä niiden avulla pyritään samanaikaisesti viihdyttämään sen käyttäjiä ja tuomaan sen tekijöille taloudellista menestystä. Laajemmasta näkökulmasta katsottuna musiikkivideon avulla myydään myös muuta musiikkiin tai sen esittäjään liittyvää materiaalia (Juntunen 1997: 149). Musiikkivideon avulla voidaan esimerkiksi muokata siinä esiintyvän artistin imagoa, jolla tarkoitetaan katsojan muodostamia mielikuvia artistista (Karvonen 1999: 51).

Musiikkivideoiden avulla voidaan myös ottaa laajemmin kantaa erilaisiin yhteiskunnallisiin, kulttuurisiin tai sosiaalisiin aiheisiin tai ongelmiin. Tämä tapahtuu musiikkivideoiden kautta välitettävien *representaatioiden* kautta. Representaatiot ovat suunnitelmallisesti rakennettuja esitystapoja tietystä asiasta tai ilmiöstä, kuten erilaisista roduista, sukupuolirooleista tai kansalaisuuksista (Herkman 2001: 219). Representaatiot liittyvät keskeisesti *ideologioiden*, eli tiettyjen ihmisryhmien yhteisten ajatus- ja arvomaailmojen muodostumiseen. Musiikkivideoista tunnistettavat representaatiot esittävät erilaisia malleja liittyen siihen, mitkä asiat ovat tiettyjen ihmisryhmien mielestä hyväksyttäviä ja mitkä taas eivät. (ks. esim Kellner 1998; Croteau & Hoynes 2013)

2.1 Populaarimusiikki viihteenä

Tässä tutkimuksessa *viihteellä* viitataan erityisesti ihmisten vapaa-ajan viettoon liittyviin aktiviteetteihin sekä niissä käytettäviin tuotteisiin ja teknologioihin. Shayn ja Kingin (2003: 2, 48) mukaan ihmiset kuluttavat viihdettä nimensä mukaisesti viihtymisen takia, mutta usein syynä on myös halu irtautua hetkellisesti niin sanotusta tavallisesta arkisesta elämästä. Viihdettä kuluttaessaan ihminen ajattelee käyttävänsä aikaa johonkin miellyttävään kokemukseen, jonka parissa voi rentoutua tai kokea asioita, jotka eivät

oikeassa elämässä olisi mahdollisia (emt.). Esimerkiksi televisiosarjan katseleminen voi olla samanaikaisesti tapa rentoutua sekä keino niin sanotusti paeta hetkellisesti omaa arkielämää ja siihen liittyviä tilanteita.

Viihteeksi voidaan luokitella suora tai jonkinlaisen mediateknologian kautta välitettävä tuote tai palvelu (Shayn & King 2003: 2). Esimerkiksi musiikin kuuntelu perustuu siinä vaadittavan teknologisen järjestelmän, kuten tietokoneen tai levysoittimen käyttöön. Suorasti välitettävänä viihteenä voidaan pitää esimerkiksi musiikkikonsertteja. Näiden esimerkkien perusteella myös populaarimusiikkia voidaan kutsua viihteeksi. Populaarimusiikilla tarkoitetaan suurten yleisöjen suosimia musiikkigenrejä, eli tyylilajeja. Muun muassa Kärjä ja Aho (2007: 8, 12–14) toteavat populaarimusiikin käsittävän valtaosan nykyisestä länsimaisesta musiikista. He mainitsevat populaarimusiikille ominaisiksi piirteiksi sosiaalisten, kansallisten ja etnisten tyylirajojen ylittymisen, josta he käyttävät esimerkkinä afroamerikkalaisen populaarimusiikin maailmanlaajuista menestystä. Tämän lisäksi populaarimusiikilla on aina kiinteä yhteys teknologian innovaatioihin, sillä populaarimusiikin historia liittyy läheisesti viestintäteknologian, median ja soitinlaitetekniikan kehitykseen. Tunnusomaista populaarimusiikille heidän mukaansa on myös kaupallisuus ja massatuotanto. (Emt.) Muun muassa Vilkkonen (2010: 86) on luokitellut populaarimusiikin suosituimmiksi genreiksi pop, rock ja dance -musiikin. Jos huomioon otetaan tämän tutkimuksen aineistoon kuuluvat musiikkivideot, myös rap-musiikki voidaan luokitella edustavan erityisesti nuorten suosimaa populaarimusiikkia. Mooren (2003: 1) mukaan populaarimusiikin vastakohtana voidaan pitää esimerkiksi klassista musiikkia tai jazz-musiikkia, jota kuuntelevat normaalisti pienemmät yleisöt.

2.1.1 Valmistajat

Tässä tutkimuksessa viihteen tunnistamisen kannalta yksi määrittävä tekijä on sen valmistajien ammattilaisuus. Shayn ja King (2003: 2) tarkoittavat viihteen ammattilaisilla sellaisia henkilöitä, jotka työskentelevät sellaisissa viihteen tuottamiseen ja kehittämiseen keskittyvissä yrityksissä tai yhtiöissä, joiden tarkoitus on saavuttaa tuotteidensa avulla taloudellista voittoa. Myös Karhumaa, Lehtman ja Nikula (2010: 21) viittaavat populaarimusiikin tuottamisen ammattimaisuudella sellaiseen toimintaan, jolla musiik-

kia yritetään tarjota kuunneltavaksi jonkinlaista vastiketta vastaan. Populaarimusiikin kohdalla ammattimaista toimintaa voidaan perustella esimerkiksi levy-yhtiöillä, jotka ovat vastuussa artistiensa musiikin tuottamisesta, markkinoinnista, jakamisesta ja rahoittamisesta (IFPI 2015). Myös suurin osa tämän tutkimuksen kohteena olevien musiikkivideoista esittäjistä edustaa jotakin maailmanlaajuisesti tunnettua levy-yhtiötä tai sen omistukseen kuuluvaa, tietynlaiseen musiikkigenreen erikoistunutta pienempää levy-yhtiötä.

Kehittyneen teknologian vuoksi rajanveto ammattilaisten ja niin sanottujen amatöörien välillä on kuitenkin 2010-luvulla haasteellista. Esimerkiksi musiikkivideoiden kuvaamiseen vaadittavat välineet ovat helposti kaikkien ihmisten saatavilla. (Vernallis 2013: 14) Musiikkialalle on myös helpompi päästä, sillä itse tehtyä musiikkia on mahdollista saada yleisöjen tietoisuuteen pienin kustannuksin, levittämällä musiikkia esimerkiksi sosiaalisessa mediassa (Karhumaa yms. 2010: 19). Viihteeksi voidaan siis käytännössä luokitella esimerkiksi harrastajatasolla toteutetut musiikkivideot, mutta tässä tutkimuksessa viihteestä puhuttaessa viitataan Shayn ja Kingin (2003: 2) esittämään määritelmään, jonka mukaan viihde on perusteltavissa ammattilaisuudella, suunnitelmallisuudella ja pyrkimyksellä taloudellisen voiton ansaitsemiseen. Musiikkivideoiden toteutuksesta vastaavina henkilöinä voidaan pitää ensisijaisesti musiikkivideo-ohjaajia (Vernallis 2008: 404; Railton & Watson 2011: 66). Vernallis (2008: 4) toteaa musiikkivideoiden ohjaajan roolin olevan merkittävä, sillä ohjaaja on mukana musiikkivideotuotannon jokaisessa vaiheessa aina käsikirjoittamisesta editointiin, eli kuvatun materiaalin jälkituotantoon asti. Samalla ohjaaja on se henkilö, joka kykenee parhaiten vaikuttamaan katsojan muodostamiin kokemuksiin musiikkivideoiden kerronnan kautta (emt.). Musiikkivideoiden audiovisuaalista kerrontaa esitellään tarkemmin luvussa 3.

Laajasta näkökulmasta katsottuna populaarimusiikki voidaan ymmärtää osaksi kokonaista *kulttuuriteollisuutta*, jolla viitataan kaikkiin niihin toimialoihin, jotka valmistavat ja myyvät erilaisia kokemuksellisuuden perustuvia tuotteita ja palveluita. Kulttuuriteollisuudessa valmistuvat tuotteet pitävät tyypillisesti sisällään erilaisia luovuutta vaativia elementtejä, jotka konkretisoituvat erilaisina tarinoina tai tyyleinä. Viihtymisen lisäksi niiden tarkoituksena on muun muassa tarjota käyttäjilleen keinoja oman identiteetin ra-

kentamiseen. (Peltoniemi 2015: 41) Peltoniemen (2015) esittämät kulttuuriteollisuuden ominaispiirteet pätevät myös tutkimuksen kohteena oleviin musiikkivideoihin. Musiikkivideoissa katsojan mielenkiintoa ylläpitävä tarina tai kerrontaan liittyvät visuaaliset ilmaisukeinot ovat luovuutta vaativia elementtejä, samoin kuin musiikkivideolla soivan kappaleen tuotanto. Samalla musiikkivideon tarkoituksena on sitä katsovan henkilön viihdyttäminen tai muunlaisten, useimmiten myönteisten tuntemuksien herättäminen.

2.1.2 Kulutus

Viihde liittyy keskeisesti ihmisten vapaa-ajanviettoon, jonka vuoksi sen päivittäinen kuluttaminen on maailmanlaajuisesti suurta. Viihteeseen ja sen ansaintamalleihin 2010-luvulla on vaikuttanut merkittävästi mediateknologioiden kehitys. Tämä näkyy myös populaarimusiikissa, jota kulutetaan paljon erilaisten digitaalisten palveluiden kautta. Esimerkiksi ääniteteollisuuden kansainvälisen toimialajärjestö IFPI:n (2015: 6) julkaiseman tutkimuksen mukaan vuonna 2014 musiikkiteollisuuden vuosittaiset kokonaistulot jakautuivat siten, että digitaalisen ja fyysisen musiikin myyntiosuudet olivat kummatkin 46 prosenttia. Lisäksi kahdeksan prosenttia musiikkiteollisuuden kokonaistuloista perustui konserteista ja muista live-esiintymisistä ansaittaviin tuloihin (emt.).

Digitaalisen musiikin kulutuksen myötä erilaiset internetin kautta toimivat suoratoistopalvelut ovat kasvattaneet suosiotaan tasaisesti vuodesta 2009 lähtien (IFPI 2015: 6). Suoratoistopalveluilla tarkoitetaan internetistä ladattavia ohjelmia, joiden kautta musiikkia on mahdollista kuunnella rajattomasti. Esimerkki suoratoistopalvelusta on Spotify, joka on mahdollista ladata ilmaiseksi internetistä. Palvelusta on olemassa myös maksullinen versio, joka tarjoaa käyttäjilleen parempia etuja musiikin kuunteluun. Maksullisessa versiossa kuuntelukokemusta eivät keskeytä esimerkiksi mainokset ja äänen laatu on parempaa (Spotify 2015). Suosituin digitaalisen musiikin kuluttamiseen tarkoitettu internetissä toimiva alusta on kuitenkin videopalvelu YouTube, jossa musiikkivideoiden katsominen on sen käyttäjille ilmaista. Tulot ansaitaan mainoksilla, joita esitetään useimmiten musiikkivideoiden alussa. (IFPI 2015) Muun muassa yhdeksän kymmenestä kaikkien aikojen katsotummista YouTube-videosta on musiikkivideoita tai ne

liittyvät jollain muulla tavalla musiikkiin (IFPI 2015: 32). Myös kaikki tämän tutkimuksen kohteena olevat musiikkivideot ovat saatavilla YouTubesta.

Mediateknologioiden kehitys ja sosiaalinen media ovat tuoneet musiikkiteollisuudelle paljon uudenlaisia ansaintamahdollisuuksia. Samalla ne ovat vaikuttaneet myös kuluttajien rooliin, joka on entistä vuorovaikutteisempi. Kuluttajat voivat esimerkiksi kommentoida ja jakaa katsomiaan musiikkivideoita sekä seurata artisteja muiden sosiaalisen median kanavien kautta. Tämän vuoksi muun muassa Twitter, Facebook ja Instagram hyötyvät artistien olemassaolosta. (IFPI 2015: 22) Myös muunlaiset yhteistyömallit erilaisten toimialojen välillä ovat yleistyneet. Esimerkiksi tuotesijoittelu ja sponsoreiden käyttö on musiikkivideoiden tuotannossa yleistä (Edmond 2014: 308). Musiikkivideoiden suuren kulutuksen myötä kansainväliset levy-yhtiöt investoivat vuosittain suuria summia musiikkivideoiden toteuttamiseen. Tyypillisesti levy-yhtiöön kuuluva artisti julkaisee albumiltaan kahdesta kolmeen musiikkivideota, joiden vuosittaiset tuotantokulut vaihtelevat alle 10 000 Yhdysvaltain dollarista 300 000 Yhdysvaltain dollariin. Kuluihin vaikuttavat merkittävästi artistin suosio ja se, miten laajaa kohderyhmää artisti tavoitelee. Suurien rahasummien sijoittaminen musiikkivideotuotantoon ei kuitenkaan ole välttämätöntä, sillä kehittyneen teknologian vuoksi videoita on mahdollista tuottaa pienin kustannuksin. Kulut riippuvat useimmiten videon ja sitä edustavan artistin tarpeista. (IFPI 2015) Musiikkivideoiden roolia musiikkivideoteollisuudessa voidaan pitää merkittävänä, sillä sosiaalisessa mediassa sijaitsevien julkaisukanavien kautta ne parantavat artistien näkyvyyttä. Myös musiikkivideoiden sisällöt saavat tämän vuoksi lyhyessä ajassa maailmanlaajuista huomiota.

2.1.3 Arvottaminen

Viihteen arvottamista voidaan tarkastella niin valmistajien kuin kuluttajien näkökulmasta. Viihteen valmistajien näkökulmasta katsottuna arvo liitetään usein rahaan ja tuottoihin (Walmsley 2011: 18). Kuluttajan näkökulmasta katsottuna arvottaminen perustuu useimmiten viihteen tarjoamiin esteettisiin ja symbolisiin tekijöihin, jolloin toissijaisessa asemassa on esimerkiksi käytännöllisyys (Peltoniemi 2015: 42). Esimerkiksi musiikkiartistin seuraamiseen liittyvät symboliset tekijät vaikuttavat henkilön minäkuvan, eli

identiteetin rakentumiseen. Vaikka esimerkiksi pop- ja hiphop-musiikki edustavat kummatkin suurien yleisöjen suosimaa populaarimusiikkia, niiden taustalla olevaan kulttuuriin liittyvät tavat ovat keskenään erilaisia, sillä lähes jokaisen musiikkigenren taustalla vaikuttaa omanlaisensa kulttuuri (Herkman 2001: 8). Esimerkiksi pukeutumistyyli, kappaleiden sanoitusten aiheet tai musiikin kuuntelemiseen liittyvät tavat ja käytännöt saattavat vaihdella erilaisten musiikkigenrejen välillä. Näistä kulttuurisista tavoista myös tietyn artistin seuraaja voi ottaa vaikutteita omiin elämäntapoihinsa.

Viestinnän tutkimuksessa kuluttajien omaa merkitystuotantoa kulttuuriteollisuudessa valmistuvista tuotteista kutsutaan nimellä *populaarikulttuuri*. Populaarikulttuurissa jonkin sanoman, ohjelman tai henkilön suosiota pidetään merkinä sen kyvystä kytkeytyä ihmisten omaan kulttuuriin. (Kunelius 2003: 239) Populaarikulttuuria eivät ole kulttuuriteollisuuden valmistamat tuotteet itsessään, vaan niiden kuluttaminen ja kuluttajien niille antamat uudenlaiset merkitykset. Esimerkiksi musiikkikappaleeseen kuuluvien sanoitusten jakaminen uudessa ympäristössä, kuten sosiaalisessa mediassa on populaarikulttuuria, sillä laulun sanoille luodaan oma henkilökohtainen merkitys. Samalla sanoituksia jakamalla saatetaan haluta erottautua muista tai tuoda esiin omaan identiteettiin liittyviä tekijöitä.

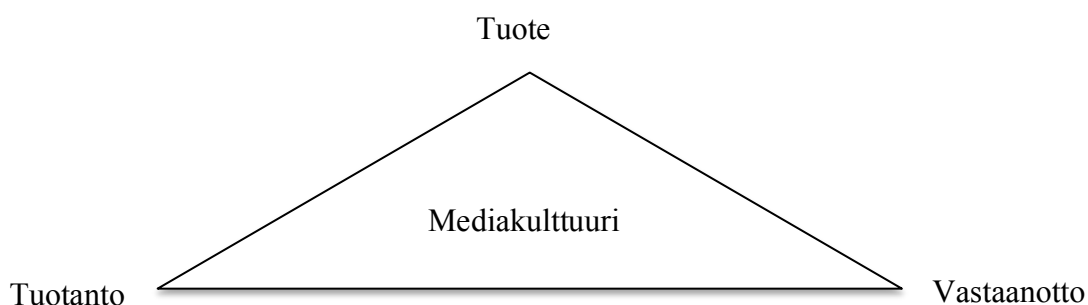
Viihde on usein mielletty vastakkaiseksi taiteen kanssa. Regev (1994: 85) on todennut, että erilaiset teokset mielletään helpommin taiteeksi, jos niiden sisältö liittyy niin sanottuihin vakaviin aiheisiin tai niiden toteuttamiseen liittyy jotakin muita vakavia tarkoituksiperiä. Näiden lisäksi teosta pidetään taiteena, jos siitä on havaittavissa jonkinlaista esteettistä kekseliäisyyttä. Taiteena pidetään usein myös sellaisia teoksia, joiden sisältö nähdään autonomisena, eli se on toteutettu tekijän omien tarpeiden vuoksi. (Emt.) Shay ja King (2003: 2) toteavat, että vaikka viihde pyrkii usein yllätyksellisyyteen, se ei ole kuitenkaan taidetta. Regevin (1994) sekä Shayn ja Kingin (2003) esittämät näkökulmat viihteen ja taiteen väliselle erottelulle ovat mielenkiintoisia, sillä 2010-luvulla taiteen ja viihteen välisiä rajoja voidaan pitää häilyvinä. Myös taiteen yhtenä tarkoituksena voidaan nähdä yleisöjensä viihdyttäminen. Samanaikaisesti monet populaarimusiikkia edustavat artistit julkaisevat musiikkivideoita, jotka muistuttavat tyyliltään enemmän taidetta kuin viihdettä. Esimerkiksi pop-artisti Lady Gagan monet musiikkivideot rikko-

vat perinteisiä viihteelle ominaisia kaavoja. Muun muassa Lady Gagan musiikkivideossa *You and I* (2011) esitetään vaikeatajuisia kertomuksia erilaisista kuvitteellisista olennoista. Videossa turvaudutaan myös inhorealistiseen kuvamateriaaliin, joka on toteutettu pääasiallisesti siinä esiintyvien ihmisten rohkealla maskeerauksella. Maskeerauksen avulla ihmisistä on tehty muun muassa verisiä ja kärsivän näköisiä.

Myös rap-artisti Tyler the Creator esittää musiikkivideollaan *Yonkers* (2011) samankaltaista raa'aksi luokiteltavaa materiaalia. Videolla esimerkiksi näytetään miten artisti syö kovakuoriaisen ja tämän jälkeen oksentaa sen ulos. Vaikka kummatkin musiikkivideot edustavat käytännössä viihdettä, ovat ne sisältönsä puolesta perinteisistä viihteen ominaispiirteistä poikkeavia. Tähän ilmiöön viitaten muun muassa Lehtonen (1999: 13) toteaa korkeakulttuuria edustavan taiteen olevan korkeakulttuuria silloin, kun se ilmentyy sille ominaisessa kontekstissa. Tämä tarkoittaa sitä, että esimerkiksi oopperasta korkeakulttuuria tekee enemmänkin se ympäristö ja konteksti, jossa sitä esitetään. Jos oopperaa esitettäisiin esimerkiksi ravintoloissa ja pubeissa, se luokiteltaisiin todennäköisemmin viihteeksi. Jos pop-musiikkia esitettäisiin vuorostaan taidemuseoissa tai juhlallisissa tilaisuuksissa, sen rinnastus taiteeseen saattaisi olla todennäköisempää.

2.2 Mediakulttuuri vuorovaikutteisena viestintänä

Kulttuurilla voidaan viitata samanaikaisesti erilaisiin luoviin käytäntöihin sekä laajempaan tapaan elää elämää. Nämä kaksi kulttuurin tulkitsemistapaa liittyvät läheisesti toisiinsa, sillä kaikenlaiset luovat käytännöt ovat samalla keinoja, joilla ilmaistaan tietynlaisia elämäntapoja. (Hodkinson 2011: 2–3) Kulttuurilla tarkoitetaan ihmiselle ominaista tapaa ymmärtää itsensä osaksi maailmaa, suhteessa muihin ihmisiin ja ympäröivään todellisuuteen (Herkman 2001: 8). Viihde ja kaikki sitä edustavat tuotteet, sen valmistavat ja kulutus on luokiteltavissa osaksi maailmanlaajuisista *mediakulttuuria*. Tiivistetyksi mediakulttuurin voidaan sanoa muotoutuvan tuotteen, sen tuotannon sekä vastaanoton välisessä vuorovaikutuksessa (Herkman 2001: 9). Tätä ajatusta havainnollistaa kuvio 1, jossa esitetään mediakulttuurissa keskeisesti vaikuttavat osa-alueet.



Kuvio 1. Mediakulttuurin osa-alueet (Herkman 2001)

Mediakulttuuri yhdistää ihmisiä ympäri maailman, sillä sen välittämät viestit ovat kaikkien ihmisten saatavilla erilaisten medioiden välityksellä. Mediakulttuuria ovat esimerkiksi radio-, televisio-, sanoma- ja aikakauslehdet, näiden tuotanto, levitys ja kulutus (Kellner 1998: 24). Myös populaarimusiikki ja kaikki sen valmistamiseen sekä kuluttamiseen liittyvät toiminnot ovat mediakulttuuria aina musiikkikappaleiden äänittämisestä musiikkivideoiden katseluun ja jakamiseen. Kellnerin (1998: 25) mukaan mediakulttuuri on aikamme hallitsevin kulttuuri, sillä se on ottanut korkeakulttuurin paikan huomion herättäjänä ja vaikuttajana. Samalla myös erilaiset audiovisuaaliset muodot ovat syrjäyttämässä perinteistä kirjakulttuuria. Mediakulttuuria voi luonnehtia erityisesti kuvien kulttuurina, sillä siinä hyödynnetään paljon auditiivista ja visuaalista materiaalia. Koska mediakulttuurin tuotteet valmistetaan ensisijaisesti suurille yleisöille, sitä voidaan nimittää myös kaupalliseksi kulttuuriksi. (Emt.) Herkmanin (2001: 21) mukaan audiovisuaalisesta mediakulttuurista voidaan erottaa maailmanlaajuinen suuntaus, jonka keskiössä erityisesti yhdysvaltalainen viihdeteollisuus toimii. Samalla hän kuitenkin muistuttaa, että mediakulttuurin sisällä on lukuisia erilaisia osa- ja alakulttuureja, jotka keskittyvät johonkin tiettyyn kulttuurin alueeseen (emt.). Esimerkiksi luvussa 2.1.3 mainitut populaarimusiikin genret ovat luokiteltavissa mediakulttuurin alakulttuureiksi.

Edellä mainittujen ominaisuuksien perusteella pidän musiikkivideoita hyvänä esimerkkinä mediakulttuuria edustavista tuotteista. Musiikkivideot rakentuvat auditiivisista sekä

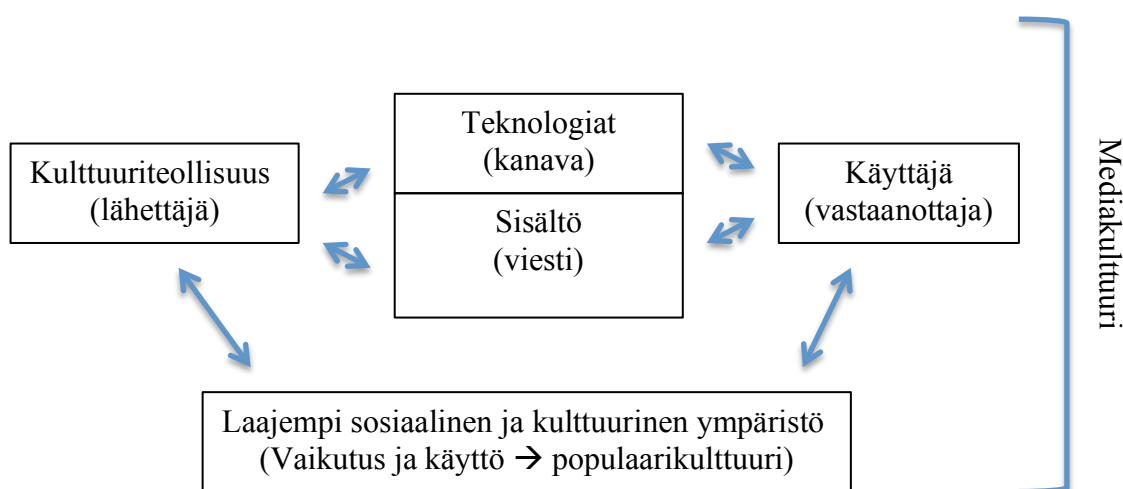
visuaalisista elementeistä ja välittävät ilmaisutapansa avulla erilaisia viestejä katsojilleen. Katsojat taas jakavat videoita eteenpäin jonkun mediateknologian avulla käytettävän sovelluksen kautta. Lisäksi musiikkivideoiden kantaottavat tai muulla tavoin sho-keeraavat sisällöt herättävät yleisesti paljon huomiota. Tutkimuksen aineistoon kuuluvat musiikkivideot voidaan myös ymmärtää osaksi Herkmanin (2001) nimeämää yhdysvaltalaista viihdeteollisuutta, koska ne on valmistettu Yhdysvalloissa ja ne on tarkoituksellisesti tuotettu suurilla yleisöillä silmällä pitäen. Musiikkivideoita ei voida kuitenkaan pitää keskenään täysin samankaltaisina, sillä ne tuovat esiin edustamansa musiikkigenren ja siihen liittyvälle kulttuurille ominaisia tapoja.

2.2.1 Mediakulttuurin viestintämalli

Mediakulttuurin ja siihen kuuluvien osa-alueiden vuorovaikutteisuutta voidaan tarkastella kokonaisuutena viestintäprosessina. Tässä tutkimuksessa mediakulttuurin viestintäprosessia kuvataan Lasswellin (1948) tekemän viestintämallin pohjalta, jota myöhemmin muun muassa Hodkinson (2011) on soveltanut tutkiessaan erilaisten mediaelementtien roolia sosiokulttuurisessa ympäristössä. Tämä viestintämalli muodostuu yhteensä viidestä osa-alueesta, jotka ovat *lähettäjä*, *viesti*, *kanava*, *vastaanottaja* ja *viestin vaikutus*. Mallin tarkoituksena on yksinkertaisimmillaan kuvata *kuka sanoo mitä, minkä kanavan välityksellä, kenelle ja millä seurauksella*. Kyseinen viestintämalli on laadittu alun alkaen erityisesti joukkoviestintää silmällä pitäen (Fiske 1993: 49). Se kuitenkin soveltuu myös tähän tutkimukseen hyvin, sillä aineistoa tutkimalla halutaan saada selville suurille yleisölle välitettäviä viestejä.

Kuvio 2 esittää mediakulttuurin vuorovaikutteista viestintämallia, jonka olen muodostanut Lasswellin (1948) ja Hodkinsonin (2011) tekemien mallien pohjalta. Viestintämallin ymmärtämisen kannalta keskeisessä roolissa on edellä mainittujen osa-alueiden välinen vuorovaikutteisuus, jota myös Hodkinson (2011: 11) tuo esiin mallinsa kautta. Lähettäjästä vastaanottajalle -tyylisestä järjestyksestä katsottuna viestintäprosessin lähettäjänä tässä tutkimuksessa voidaan nähdä kulttuuriteollisuus tai jokin sitä edustava toimiala, yritys tai henkilö, kuten levy-yhtiö, artisti tai musiikkivideon ohjaaja. Lähettäjät valmistavat ja julkaisevat jonkin tuotteen, esimerkiksi musiikkivideon. Tuote ja sen sisältö, eli

musiikkivideo voidaan ymmärtää kokonaisena viestinä. Tuote, eli musiikkivideo välitetään taas aina jonkin kanavan, esimerkiksi verkossa toimivan videopalvelun kautta eteenpäin. Tietystä kanavasta tuotteen ja sen sisältämän viestin vastaanottaa musiikkivideon katsoja. Tässä tutkimuksessa kutsun musiikkivideoiden vastaanottajia ja kuluttajia katsojiksi, sillä musiikkivideoiden seuraaminen perustuu nimenomaisesti niissä esiintyvän liikkuvan kuvan seuraamiseen.



Kuvio 2. Mediakulttuurin osa-alueiden viestintäprosessi (Lasswell 1948 ja Hodkinson 2001)

Katsoja muodostaa musiikkivideosta omia merkityksiään peilaten niitä henkilökohtaisiin kokemuksiinsa ja siihen kulttuuriseen ympäristöön, jossa hän elää. Tuotteen vaikutukset syntyvät siis kuluttajassa, joka rakentaa niistä omia merkityksiään. Merkitystuo-
tanta mediakulttuurin tuotteista voidaan kutsua myös populaarikulttuuriksi (ks. luku 2.1.3). Kulttuuriteollisuus taas ideoi uusia tuotteita kuluttajille sen perusteella, miten kuluttajat tuotteita käyttävät ja millaisia merkityksiä he niille antavat. Kaikki mediakulttuurin viestintäprosessiin liittyvät osa-alueet vaikuttavat keskeisesti toisiinsa. Esimerkiksi kanava, jossa viesti esitetään, vaikuttaa ymmärretyn viestin sisältöön. (Hodkinson 2011: 11) Katsoja todennäköisesti tarkastelee musiikkivideota eri tavalla, jos se esite-

tään esimerkiksi hyväntekeväisyysjärjestön internetsivuilla tai jollakin musiikkiin ja viihteeseen erikoistuneella internetsivulla.

2.2.2 Viestien rakentuminen

Ihmiset käyttävät audiovisuaalista mediakulttuuria erityisesti merkitysten kierrättämiseen ja muokkaamiseen (Herkman 2001: 21). Merkitysten muodostamisen kannalta keskeisessä asemassa ovat viihdetuotteiden välittämät representaatiot, jotka esittävät viestiin liittyvän kohteen, kuten aiheen tai ilmiön tietyllä tavalla. Kellnerin (1998: 71) mukaan representaatiot esittävät erilaisia malleja esimerkiksi siitä, millaista on olla nainen tai mies tai mikä on oikein ja mikä väärin. Representaatiot auttavat yksilöä muodostamaan muun muassa oman maailmakuvansa, identiteettinsä ja sukupuolikäsityksensä sekä yhteiskuntapoliittiset näkemyksensä (emt.).

Representaatiossa on kyse siitä, että siinä oleva kohde, kuten asia, ilmiö, ympäristö tai ihminen esitetään jostakin näkökulmasta (Herkman 2001: 219). Representaatiot ovat suunnitelmallisesti tuotettuja esityksiä, sillä samalla joitakin muita näkökulmia jätetään aina representaation ulkopuolelle (Croteay & Hoynes 2012: 151). Representaatioiden suunnitelmallista tuottamista kuvaavaa prosessia kutsutaan *representaatioiden politiikaksi*, jolla tarkoitetaan niitä valintoja, joiden tuloksena media- tai viihde-esitykset ovat sellaisia kuin ovat (Seppänen & Väliverronen 2013: 94, 97). Esimerkiksi musiikkivideoiden representaatioiden rakentajina voidaan pitää musiikkivideon tekijöitä, jotka vaikuttavat konkreettisesti siihen, millä tavoin tietyt asiat videolla esitetään. Musiikkivideoiden tekijöinä voidaan pitää erityisesti musiikkivideo-ohjaajia, mutta myös videolla esiintyvällä artistilla tai hänen taustallaan vaikuttavalla levy-yhtiöllä voi olla vaikutusta siihen, mitä asioita videolla kuvataan ja millä tavoin. Muun muassa sukupuolirooleja tai rotuja voidaan representoida musiikkivideoissa monella tavalla. Esimerkiksi Katy Perryn (2012) musiikkivideolla *Part Of Me* pääosassa oleva nainen kuvataan perinteisiä sukupuolirooleja rikkovalla tavalla. Tämä tulee esiin muun muassa siten, että musiikkivideolla oleva valkoihoinen nainen leikkaa hiuksensa lyhyeksi ja suorittaa armeijan. Vaikka armeijan voi suorittaa myös nainen, valtaosa armeijan käyneistä henkilöistä ovat kuitenkin miehiä. Nicki Minajin (2014) musiikkivideolla *Anakonda* pääosassa olevat

naiset vuorostaan esitetään itseään paljastelevina ja yliseksuaalisina hahmoina, joiden tarkoitus on miellyttää erityisesti vastakkaista sukupuolta. Jokainen musiikkivideolla esiintyvä nainen on myös ihonväriltään tumma. Musiikkivideolla muun muassa esitetään kohtausta, jossa videon pääosassa esiintyvä laulaja tanssii miehelle. Miehen yrittäessä koskettaa laulajaa, laulaja kuitenkin kävelee pois.

Pop-musiikkia edustavat musiikkivideot voivat siis representoida sukupuolirooleja monella tavalla, vaikka niiden musiikkigenre olisi sama. Representaatioiden rakentumiseen vaikuttavat erilaisissa viihde- ja mediaesityksissä monet tekniset asiat, kuten kuvakulmat, ihmiset, sanavalinnat, äänet ja ympäristöt (Seppänen & Väliverronen 2013: 94, 97). Esimerkkeinä käyttämissäni sukupuolien ja rotujen representaatioissa keskeisessä asemassa ovat erityisesti henkilöiden pukeutuminen ja käyttäytyminen. Tietynlaisia rooleja, tekoja ja asenteita kuvaamalla musiikkivideoiden representaatiot vaikuttavat katsojassa muodostuviin ideologisiin ajatuksiin, joita käydään läpi seuraavassa alaluvussa.

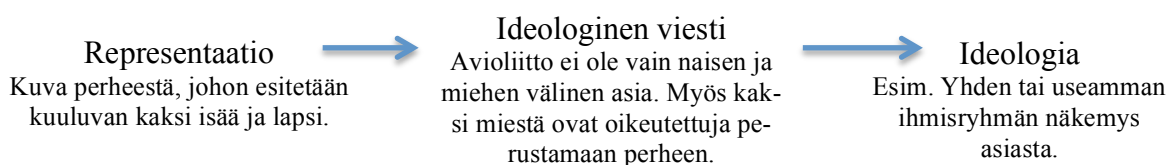
2.2.3 Ideologiset viestit

Oli kyse musiikkivideosta tai jostakin muusta mediakulttuurin tuotteesta, ne pitävät aina sisällään jonkinlaisia *ideologia viestejä* (Abrams, Bell & Udris 2001: 223; Croteau & Hoynes 2013: 8). Ideologisilla viesteillä tarkoitetaan tässä tutkimuksessa musiikkivideoiden audiovisuaalisesta kerronnasta tunnistettavia näkemyksiä tai kannanottoja, jotka kuvaavat jollakin tavoin maailman sen hetkistä tilaa. Croteau ja Hoynes (2012: 154) korostavat, että ideologiassa ei ole kyse pelkästään politiikasta. Ideologisten viestien tutkiminen tuo laajemmin esiin erilaisia viestejä liittyen siihen yhteiskunnalliseen todellisuuteen, jossa ideologinen viesti ja sitä edustava tuote on valmistettu. Ideologiset viestit voivat siis ottaa kantaa myös muihin kuin suoranaisesti poliittisiin kysymyksiin, kuten sosiaalisiin tai kulttuurisiin ongelmiin. (Emt.) Musiikkivideon ideologinen viesti voi liittyä esimerkiksi koulukiusaamisen torjumiseen, jolloin kyseessä on enemmän sosiaalinen kuin poliittinen ongelma.

Ideologialla viitataan yleisesti tietyn ihmisryhmän yhdessä jakamaan ajattelutapaan, joka rakentuu tietynlaisista säännöistä, uskomuksista ja asenteista (ks. esim. Kellner 1998:

69–70; Van Dijk 1998: 134). Ryhmään kuuluvat jäsenet käyttävät ideologiaa eräänlaisena perusteluna sille, miksi he toimivat niin kuin toimivat (Van Dijk 1998: 134). Ideologisista ryhmistä selkeimpinä esimerkkeinä voidaan pitää poliittisia puolueita ja uskonnollisia ryhmiä. Esimerkiksi muslimit perustelevat uskontoonsa liittyvän ideologian kautta, miksi he eivät syö lihaa tai miksi naisten ja miesten kuuluu pukeutua keskenään erilaisella tavalla.

Kellnerin (1998: 69–71) sekä Croteaun ja Hyonesin (2012: 154) mukaan mediakulttuurilla tai sitä edustavilla tuotteilla ei voida sanoa olevan jotakin yhtä ja yhtenäistä ideologiaa, sillä mediakulttuurin tuotteet välittävät lukuisiin erilaisiin ideologioihin perustuvia representaatioita ja viestejä. Tämän vuoksi tutkimuksen kohteena olevia musiikkivideoita ei voida suoraan mieltää tiettyä ideologista ryhmää edustaviksi. Musiikkivideoilla esitetty ideologinen viesti ei ole myöskään sama asia kuin kokonainen ideologia. Esimerkiksi aikaisemmin esimerkkinä käytettyä koulukiusaamisen vastustamista ei voida pitää ainoastaan jonkun tietyn ideologisen ryhmän aatteena, sillä ajatus yhdistää todennäköisesti lukuisia erilaisia ideologisia ryhmiä ja niitä edustavia henkilöitä.



Kuvio 3. Representaatio, ideologinen viesti ja ideologia

Kellner (1998: 69–70) kuvailee ideologian rakentumista prosessina, jossa representaatio, hahmot, kuvat ja aatteet tekevät yhteistyötä. Myös Croteaun ja Hoynesin (2012: 161) mukaan representaatiot ovat tärkeässä asemassa ideologioiden suhteen, sillä ne tekevät jostakin ideologiasta niin sanotusti totta. Tämä tarkoittaa, että erilaiset viihde- ja mediaesitykset esittävät jatkuvasti valitusta kohteestaan erilaisia representaatioita, joiden kautta on mahdollista tunnistaa jonkinlainen ideologinen viesti, joka on peräisin jostakin ideologisesta ajattelutavasta. Representaation, ideologisen viestin ja kokonaisen

ideologian välistä suhdetta havainnollistaa kuvio 3, jonka olen koonnut Kellnerin (1998) sekä Croteaun ja Hoynesin (2013) esittämien näkemysten pohjalta.

Muun muassa Seppäsen ja Väliiverrosen (2013: 97) mukaan sanallisia ja kuvallisia representaatioita ei voi koskaan hallita täysin. Erilaiset viestit voivat sisältää merkityksiä, joita ei ole rakennettu tietoisesti. Niiden tulkitsemisessa keskeisessä asemassa ovat aina vastaanottajan omat taustat, maailmankuva ja kulttuuriset kokemukset. (Emt.) Myös Fiskin (1993: 16) mukaan yhteiskunnallisilta kokemuksiltaan tai kulttuuritaustaltaan erilaiset henkilöt saattavat löytää samasta viestistä erilaisia merkityksiä. Syy tähän liittyy siihen, että katsoja pyrkii ensisijaisesti tarkastelemaan viestejä omien mielipiteidensä tai arvokäsitystensä kautta.

Myös tässä tutkimuksessa musiikkivideoiden audiovisuaalisesta kerronnasta tunnistettavat ideologiset viestit perustuvat henkilökohtaisiin kokemuksiini ja ymmärrykseeni kyseiseen aiheeseen liittyen. Koska tutkimuksen kohteena ovat Yhdysvalloissa valmistetut musiikkivideot, on huomioitava se, että kansallinen kulttuuritaustani on erilainen kuin musiikkivideoiden tekijöillä. Musiikkivideot edustavat kuitenkin samanaikaisesti mediakulttuuria, jota kulutetaan maailmanlaajuisesti. Muun muassa Herkman (2001: 20) toteaa, että esimerkiksi sukupuoleen ja seksuaalisuuteen liittyvät ihanteet ovat yleistyneet globaalissa mediakulttuurissa, jossa yhdysvaltalainen mediakulttuuri keskeisesti vaikuttaa. Tämän vuoksi koen, että vaikka kansallinen kulttuuritaustani on erilainen, pystyn silti tunnistamaan musiikkivideoista ideologisia viestejä, sillä monet yhdysvaltalaisesta mediakulttuurista alun alkaen rakentuneet representaatiot ovat yleisesti tiedostettuja myös muualla maailmassa.

2.3 Hegemoninen ideologia

Ideologiat liittyvät keskeisesti erilaisten ihmisryhmien erotteluun ja arvottamiseen. Kellnerin (1998: 72–73) mukaan tietynlaisia ideologiaa kannattava ihminen näkee itsensä eräänlaisena normina, jolloin hän kokee kaiken muun omasta ideologiastaan poikkeavan vieraana ja epänormaalina. Samaa ideologiaa kannattavaa ihmisryhmää yhdistää

siis vähintään samankaltainen ajatus- ja arvomaailma, mutta konkreettisia yhdistäviä tekijöitä voivat tämän lisäksi olla muun muassa maantieteellinen asuinpaikka, samankaltainen yhteiskunnallinen asema tai yhteinen kiinnostuksen kohde.

Kellner (1998: 70) luonnehtii mediakulttuuria keskenään sotivien ideologioiden taistelulentäksi, mutta toteaa mediakulttuurin samanaikaisesti auttavan tiettyjä poliittisia ryhmittymiä pitämään yllä *hegemoniaa*, eli niin sanottua ylivaltaa. Mediakulttuuri siis tuottaa representaatioita, jotka pyrkivät yhdistämään ihmisiä tiettyjen poliittisten näkemysten kannalle ja tekemään niitä edustavista ideologioista ainoita vaihtoehtoja. Representaatioiden avulla yleisesti vakiintuneita ideologioita kutsutaan *hegemonisiksi ideologioiksi*. (Emt.) Esimerkiksi Yhdysvaltojen kaksi poliittista pääpuoluetta, republikaanit ja demokraatit, voidaan kummatkin ymmärtää hegemonista ylivaltaa pitäviksi puolueiksi, jotka keskenään taistelevat valta-asemastaan. Mediakulttuurin tuotteet, kuten musiikkivideot ja elokuvat, vaikuttavat kummankin valtapuolueen representoimiseen esittämällä tietynlaisia kuvia, jotka joko puolustavat tai vastustavat puolueiden ideologisia näkemyksiä jostakin asiasta.

Pääpuolueet ovat eroteltavissa löyhästi aatteidensa puolesta muun muassa siten, että republikaanit edustavat sosiaalisesti konservatiivisia ja perinteisiä arvokäsityksiä, kun taas demokraatit ovat sosiaalisilta aatteiltaan liberaalimpia. Marshin (2012) mukaan pääpuolueiden näkemykset eroavat muun muassa aborttilainsäädännöstä, homoavioliitoista ja aseenkantoluvista siten, että valtaosa republikaaneista vastustaa abortteja ja samaa sukupuolta olevien ihmisten avioliittoja, mutta kannattaa henkilökohtaista aseenkantolupaa. Demokraattien aatteet edellä mainittuihin sosiaalisiin kysymyksiin liittyen ovat päinvastaiset. (Emt.) Tutkimuksen kohteena olevista musiikkivideoista siis saattaa olla mahdollista tunnistaa yhdysvaltalaisen poliittisten pääpuolueiden ideologisiin aatteisiin viittaavia viestejä, sillä musiikkivideot ja niiden tekijät ovat kyseisen maan kansalaisia. Tiettyä poliittista puoluetta edustaviksi musiikkivideoita ei kuitenkaan ole mahdollista luokitella, ellei asiaa esitetä musiikkivideon audiovisuaalisen kerronnan kautta suoraan.

3 MUSIIKKIVIDEOIDEN AUDIOVISUAALINEN KERRONTA

Musiikkivideot ovat audiovisuaalisia, eli ääntä ja liikkuvaa kuvaa yhdisteleviä esityksiä. Audiovisuaalisuudella viitataan yleisesti myös tietynlaiseen viestinnän tapaan, sillä audiovisuaaliset esitykset liitetään tavallisesti jonkun mediateknologian avulla välitettyyn kulttuuriin (Herkman 2001: 10). Myös tutkimuksen kohteena olevia musiikkivideoita katsotaan aina jonkin mediateknologisen välineen, kuten tietokoneen tai television kautta. Audiovisuaalisuuden katsotaan olevan vallitsevin esitysmuoto erityisesti länsimaisessa mediakulttuurissa (Herkman 2001: 12). *Audiovisuaalisella kerronnalla* tarkoitetaan vuorostaan sitä, miten tallennetun äänen ja liikkuvan kuvan avulla voidaan kertoa erilaisia tarinoita (Bacon 2000: 16).

Audiovisuaalista kerrontaa käsittelevässä kirjallisuudessa on keskitytty lähes poikkeuksetta elokuvien tutkimiseen. Tämän vuoksi suurin osa tässä luvussa lähteenä olevasta kirjallisuudesta on alun alkaen kirjoitettu elokuvateoksia silmällä pitäen. Koen, että elokuvien audiovisuaaliseen kerrontaan liittyvät teoriat pätevät ainakin osittain muiden audiovisuaalisten esitysten, kuten mainosten tai musiikkivideoiden tutkimiseen. Perustelen tämän sillä, että tyypillisesti erilaiset audiovisuaaliset esitykset käyttävät samanlaisia kerrontakeinoja ja lainaavat tyylipiirteitä toisiltaan. Muun muassa Forsmanin (2006: 49) mukaan 2000-luvusta alkaen on ollut hankalaa puhua yhdestä audiovisuaalisen mediakulttuurin tuotteesta viitaten samalla johonkin toiseen. Hän kutsuu audiovisuaalisia esityksiä *sarjamaisiksi*, sillä ne muistuttavat paljon toisiaan. Myös Vernallis (2012: 3) toteaa, että erilaiset audiovisuaaliset genret sekoittuvat 2010-luvulla aikaisempaa helpommin. Esimerkiksi televisiomainokset saattavat muistuttaa musiikkivideoita ja musiikkivideon tyyllinen maailma saattaa muistuttaa digitaalista peliä.

3.1 Musiikkivideon audiovisuaalinen muoto

Audiovisuaaliseen kerrontaan liittyvä tutkimus perustuu ajatukseen, jonka mukaan jokaisella audiovisuaalisella esityksellä on omanlaisensa *muoto*. Muoto pitää sisällään kaikki sellaiset ominaisuudet, joiden perusteella kyseinen esitys on tunnistettavissa sik-

si, mitä se edustaa. Tämä tarkoittaa, että musiikkivideota katsoessaan katsoja ymmärtää siitä havaittavien ominaisuuksien perusteella, että kyseessä on musiikkivideo, eikä jokin muu audiovisuaalinen esitys, kuten elokuva. Tutkimuksen kohteena olevien musiikkivideoiden muoto rakentuu sen taustalla soivan kappaleen, eli äänen, sekä siihen yhdistetyn liikkuvan kuvan vuorovaikutuksesta. Myös muun muassa Carlsson (1999), Forsman (2006) ja Vernallis (2013) puhuvat musiikkivideosta audiovisuaalisena muotona, johon sisältyvät merkitykset rakentuvat musiikin, musiikkikappaleen sanojen ja liikkuvan kuvan yhteisvaikutuksesta.

Audiovisuaalisen esityksen muodolle ominaista on, että se välittää katsojalleen uudenlaisia sääntöjä, jotka eroavat katsojan oikeassa elämässä hyväksytyistä säännöistä (Bacon 2000: 20; Bordwell & Thompson 2012: 54). Bacon (2000: 20) havainnollistaa muodon asettamia uusia merkityksiä käyttämällä esimerkkiä elokuvassa yskivästä ihmisestä. Katsoja mieltää lähes automaattisesti elokuvassa kuvatun, voimakkaasti yskivän henkilön vakavasti sairaaksi, vaikka tosielämässä pelkkää yskimistä ei pidetä vaarallisenä asiana. Havaitun muodon ja siihen kietoutuvien yksityiskohtien avulla katsoja siis pystyy tulkitsemaan näkemäänsä tietyllä tavoin ja irrottamaan sen oikeasta elämästään. (Emt.) Muoto voidaan ymmärtää läheiseksi käsitteeksi genren kanssa, sillä erilaiset genret perustuvat tietynlaisiin säännönmukaisuuksiin ja tapoihin (Bordwell & Thompson 2012: 56). Esimerkiksi komediaelokuvaa katsoessaan ihminen pystyy tulkitsemaan hauskaksi asioita, joista hän ei välttämättä ajattelisi samoin oikeassa elämässä. Televisiosarjoihin tai perinteisiin narratiivisiin elokuviin verrattuna musiikkivideoiden muodon tarkoitus on kuitenkin enemmänkin erilaisten tyyllillisten rajojen rikkominen kuin tietynlaisten säännönmukaisuuksien noudattaminen (Gaskell 2004: 10). Tämän vuoksi liikkuvan kuvan ja musiikkikappaleen yhteensovittamisen lisäksi musiikkivideoiden muotoon liittyviä perusominaisuuksia on haasteellista nimetä.

Jotkut taiteen tutkijat mieltävät *sisällön* muodon kanssa samaa tarkoittavaksi asiaksi (Benshoff & Griffin 2009: 3). Esimerkiksi Bordwellin ja Thompsonin (2012: 52) mukaan muodolla ei ole olemassa mitään erillisiä sisä- tai ulkopuolia, vaan muoto on kokonaisuus, jossa kaikki erilaiset elementit toimivat sujuvassa vuorovaikutuksessa keskenään. Tässä tutkimuksessa sisältö ja muoto ymmärretään kuitenkin eri asioina. Mu-

siikkivideon sisällöllä tarkoitetaan sitä, *mistä se kertoo* ja muodolla taas sitä, *miten se on ilmaistu* (Benshoff & Griffin 2009: 3). Tässä tutkimuksessa keskitytään samanaikaisesti musiikkivideon audiovisuaalisen kerronnan sisällön ja muodon tutkimiseen. Sisältöä tutkimalla saadaan vastaus siihen kysymykseen, millaisia pääteemoja musiikkivideot pitävät sisällään. Muotoa tutkimalla saadaan taas vastaus siihen, millaisin kerronnallisin keinoin kyseisiä pääteemoja musiikkivideolla esitetään. Muoto ja sisältö liittyvät siis keskeisesti toisiinsa, mutta niiden tarkastelunäkökulmat ovat audiovisuaalisen esityksen kannalta erilaiset. Sisältöä ja muotoa yhdessä tarkastelemalla voidaan muodostaa käsitys siitä, minkälaisia merkityksiä ja niistä tunnistettavia ideologisia viestejä musiikkivideoiden audiovisuaalisesta kerronnasta on mahdollista tunnistaa. Audiovisuaalisista esityksistä tunnistettavista merkityksistä kerrotaan tarkemmin tämän luvun lopussa.

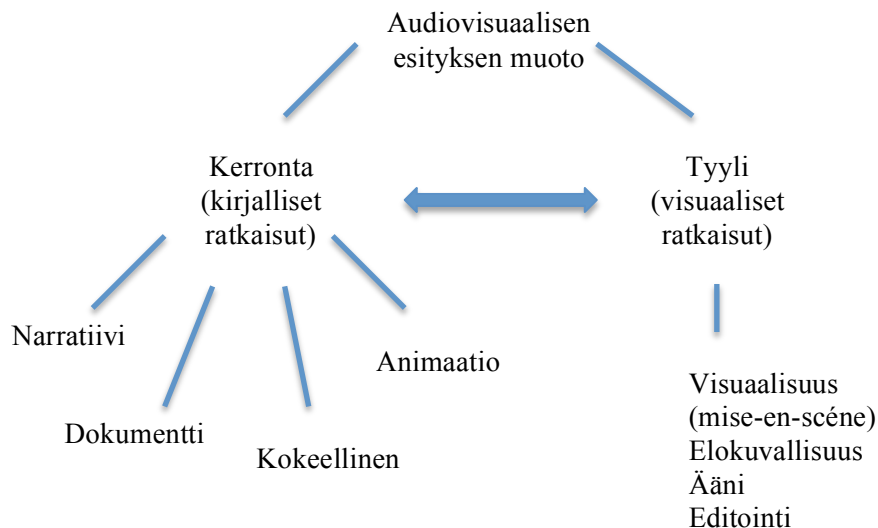
3.1.1 Muodon osa-alueet

Tässä tutkimuksessa kutsun musiikkivideon muotoon kuuluvia osa-alueita Benshoffin ja Griffinin (2009) sekä Bordwellin ja Thompsonin (2012) esittämiin teorioihin perustuen *kerronnaksi* ja *tyyliksi*. Benshoff ja Griffin (2009: 4) ovat jakaneet audiovisuaalisen esityksen muotoon kuuluvat ominaisuudet viiteen erilaiseen osa-alueeseen, jotka liittyvät esityksen *kirjallisiin, visuaalisiin, elokuvallisiin, äänellisiin ja editoinnissa tehtäviin ratkaisuihin*. Kirjalliset ratkaisut vaikuttavat esityksen käsikirjoitukseen, tarinan suunnitteluun ja rakentamiseen. Kirjallisia ratkaisuja ovat esimerkiksi itse tarina, sen tapahtumaympäristö, siinä tapahtuvat toiminnot, henkilöhahmot, hahmojen nimet, hahmojen välinen dialogi ja teoksen nimi. (Emt.)

Visuaalisilla ratkaisuilla Benshoff ja Griffin (2009: 4) viittaavat vuorostaan esityksen *mise-en-scéneen*, eli näyttämöllepanoon. *Mise-en-scéne* pitää sisällään kaikki ne elementit, joiden avulla teoksen visuaalinen maailma on mahdollista rakentaa. Tällaisia elementtejä ovat muun muassa tapahtumaympäristön lavastus, valaistus sekä henkilöhahmojen puvustus ja maskeeraus. Elokuvalliset ominaisuudet liittyvät vuorostaan teoksessa käytettyyn kameratyöhön, kuten erilaisiin kuvakulmiin, kokoihin, rajauksiin ja kohtausten kestoihin. Äänellä tarkoitetaan nimensä mukaisesti kaikenlaisten äänellisten elementtien käyttöä, leikkausta ja yhteensovittamista audiovisuaalisessa esityksessä.

Editointi taas on audiovisuaalisen esityksen rakentamiseen liittyvää jälkityötä, jonka avulla kuvatut kohtaukset ja muut elementit sulautetaan toisiinsa. (Emt. 4)

Koska Bordwell ja Thompson (2012) ymmärtävät audiovisuaalisen esityksen muodon yhdeksi suureksi kokonaisuudeksi, he ovat nimenneet neljä erilaista muototyyppiä, jotka kuvaavat esityksen kerronnallisia tapoja. Nämä kerrontatavat ovat nimeltään *narratiivinen*, *dokumentoiva*, *kokeellinen* ja *animaatio*. Kerrontatavat voidaan ymmärtää lähes samaa tarkoittaviksi asioiksi Benschoffin ja Griffinin (2009) nimeämien muodon kirjallisten ratkaisujen kanssa, sillä ne kertovat, miten tietty asia musiikkivideolla esitetään. Tämän lisäksi Bordwell ja Thompson (2012) puhuvat myös audiovisuaalisen esityksen tyyllillisistä keinoista, joilla he viittaavat Benschoffin ja Griffinin (2009) tavoin *mise-en-scèneen*, elokuvallisuuteen, ääneen ja editointiin. Myös Bordwell ja Thompson (2012: 111) toteavat tyyllisten keinojen vaikuttavan merkittävästi kokonaisen muodon rakentamiseen ja sen merkitysten ymmärtämiseen.

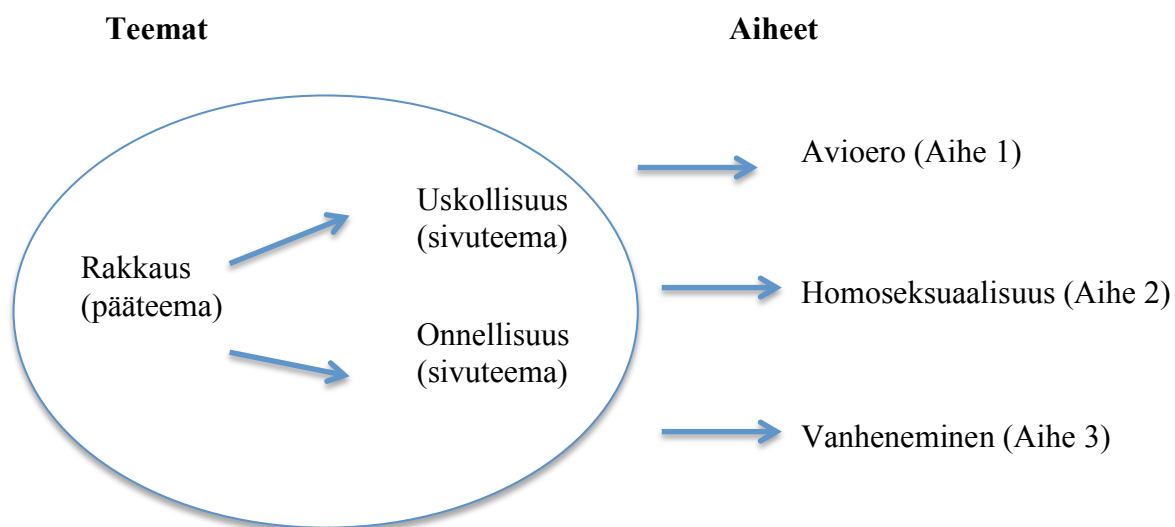


Kuvio 4. Audiovisuaalisen esityksen muodon osa-alueet (Benschhoff & Griffin 2009, Bordwell & Thompson 2012)

Kuvio 4 havainnollistaa audiovisuaalisen esityksen muotoon liittyviä ominaisuuksia, jotka olen koonnut Benshoffin ja Griffinin (2009) sekä Bordwellin ja Thompsonin (2012) esittämien teorioiden pohjalta. Tämän tutkimuksen tarkoituksena on erityisesti musiikkivideoiden audiovisuaaliseen kerrontatapojen analysoiminen. Myös tyyllisten ominaisuuksien ymmärtäminen on tärkeää, sillä ne vaikuttavat musiikkivideoilta analysoitavien teemojen sekä audiovisuaalisten kerrontatapojen perusteella rakentuvien ideologisten viestien ymmärtämiseen. Kerron tässä luvussa vielä tarkemmin narratiivisten, dokumentoivien ja kokeellisten kerrontatapojen ominaisuuksista. Jätän määrittelyn ulkopuolelle animoidut kerrontatavat, sillä animaatioilla viitataan pelkästään tietokoneella toteutettujen kohtauksien esittämiseen, joissa ei kuvata oikeita ihmisiä tai ympäristöjä (Bordwell & Thompson 2012: 386–387). Esimerkkinä animoiduista kerrontatavoista voidaan pitää piirrettyjä lastenelokuvia ja tv-sarjoja. Koska tämä kerrontatapa ei varsinaisesti liity tutkimuksen kohteena oleviin musiikkivideoihin, jätän sen teorialuvun ulkopuolelle. Animoitujen elementtien käyttö musiikkivideoiden kerronnassa ei ole kuitenkaan täysin poikkeuksellista, sillä yleisesti musiikkivideoiden tyylliset piirteet ovat tunnettuja erilaisten kerrontakonventioiden rikkomisesta. Musiikkivideoiden tyyllisistä perusominaisuuksista kerrotaan tarkemmin luvussa 3.1.3.

3.1.2 Sisältö

Tässä tutkimuksessa musiikkivideoiden sisältöä tutkitaan niiden audiovisuaalisesta kerronnasta havaittavien pääteemojen kautta. Nikkisen ja Rosenvallin (2008: 174–175) mukaan teema yleisesti tarkoittaa audiovisuaalista esitystä yhdistävää laajaa ideaa, joka kertoo, mistä esityksessä on kysymys. Teema käsittelee jotain yleisinhimillistä kokemusta ja tuo esitykselle syvyyttä. Teemaa toistetaan säännöllisesti esityksen erilaisissa ominaisuuksissa, kuten tarinoissa, henkilöissä, nimessä, musiikissa tai alkuteksteissä. (Emt.) Jos musiikkivideon teema on viha, sitä voidaan tuoda esiin esimerkiksi uhkaavana taustamusiikkina tai erilaisin visuaalisilla keinoilla, kuten tietyn tyyppistä värimaailmaa käyttämällä. Nikkisen ja Rosenvallin (2008: 165) mukaan teema on myös idea, joka yhdistää teoksessa esiintyviä *aiheita*. Aiheilla taas tarkoitetaan mitä tahansa teoksen tekijää kiinnostavaa asiaa. Aihe on niin sanottu todellisen maailman osa, jonka teoksen tekijä kokee jollain tavalla tärkeäksi. (Emt.)



Kuvio 5. Esimerkki audiovisuaalisen esityksen teemoista ja aiheista

Yksi teos käsittelee tyypillisesti useaa eri teemaa, mutta teemoja kuitenkin hallitsee aina jokin *pääteema* (Nikkinen & Rosenvall 2008: 174). Pääteema kokoaa kaikki muut teemat yhteen ja toimii teoksen niin sanottuna punaisena lankana. Jos musiikkivideon pääteema on esimerkiksi rakkaus, sitä voidaan tuoda esiin esimerkiksi avioeroon, homoseksuaalisuuteen tai vanhenemiseen liittyvien aiheiden kautta. Rakkauteen liittyviä sivuteemoja voivat olla vuorostaan uskollisuus ja onnellisuus. Esimerkkiä havainnollistaa kuvio 4. Tämä tutkimus lähtee oletuksesta, jonka mukaan kaikilla aineistoon kuuluvilla musiikkivideoilla on vähintään yksi tai useampi teema, joista on tunnistettavissa selkeä pääteema. Muut musiikkivideon teemat ovat sivuteemoja, jotka jäävät tämän tutkimuksen ulkopuolelle. Pääteemat ovat musiikkivideoista tulkittavien ideologisten viestien kannalta merkittäviä, sillä ne ikään kuin luovat pohjan tietyille ideologisille viesteille ja kertovat sen, mistä musiikkivideossa on kyse.

3.1.3 Tyylin merkitys

Yleisesti musiikkivideoiden audiovisuaalisen kerronnan kannalta tärkeässä asemassa ovat tyylliset ratkaisut. Musiikkivideoissa usein esiintyviä tyyllisiä piirteitä ovat muun muassa nopeat leikkaukset ja kameran kuvakulmavaihdokset, animaation ja näy-

tellyn kuvan yhdisteleminen sekä odottamattomat kerrontatavat (Herkman 2001: 146). Gaskellin (2004: 10–11) mukaan musiikkivideoilla on enemmän yhteistä videotaiteen kuin perinteisten elokuvien kanssa. Koska musiikkivideoiden rajoja rikkova luonne on yleisesti tiedostettu, tämän vuoksi katsoja ei hämmästy, vaikka musiikkivideon kerronnassa tapahtuu jotakin odottamatonta (emt.). Nyt, 2010-luvulla musiikkivideoiden tyylilliset ja kerronnalliset ominaisuudet vaihtelevat video- tai artistikohtaisesti. Osa musiikkivideoista tukeutuu hyvin perinteiseen tarinankerrontaan, kun taas toiset ovat luonteeltaan kokeilevia, nykytaidetta muistuttavia performansseja. Joistakin musiikkivideoista on selkeästi havaittavissa narratiivisille elokuville tyypillinen tarina ja siihen kietoutuva juoni. Musiikkivideolla esitettävän kappaleen keston vuoksi siinä ei kuitenkaan voida esittää kaikkia tapahtumia yhtä laajasti kuin elokuvassa (Gaskell 2004: 10).

Vernalliksen (2013: 14) mukaan musiikkivideot ja muu digitaalinen kehitys ovat kietoutuneet 2010-luvulla yhteen monin eri tavoin. Musiikkivideot saattavat yhdistellä esimerkiksi klassisen narratiivisen elokuvan ja online-median elementtejä samanaikaisesti. (emt.). Online-medialla viitataan sellaisiin musiikkivideoilla esiintyviin ominaisuuksiin, jotka ovat peräisin erilaisista sosiaalisessa mediassa julkaistavista asioista, kuten itse tehdyistä kotivideoista. Vernallis (2014: 14) puhuu niin sanotusta *YouTube-tyylistä*, jolle ominaista on amatöörimäinen tee se itse -estetiikka. Hänen mukaansa ilmiö hälventää entisestään erilaisten audiovisuaalisten esitysten välistä tyylillistä rajanvetoa. Kärjä (2006: 11) muistuttaa, että mediateknologiset muutokset sekä valtavirran ja marginaalin välinen jännite ovat vaikuttaneet musiikin tekemiseen ja esittämiseen käytännössä aina. Myös Vernallis (2013: 232) toteaa, että kyseisen ilmiön seurauksena kilpailu erikokoisia yleisöjä tavoittelevien artistien välillä on koventunut. Parhaiten menestyneet musiikkivideot siis kulkevat lähes poikkeuksetta rinnakkain jatkuvasti kehittyvän audiovisuaalisen ilmaisun ja siihen liittyvien trendi-ilmiöiden kanssa (emt.). Edmondin (2014: 305) mukaan pienin kustannuksin toteutetut YouTube-tyyliä mukailevat musiikkivideot ovat tulleet viraaleiksi, eli nopeasti internetissä leviäviksi hiteiksi. Tämänkaltaisia videoita tekevät niin musiikkivideoiden katsojat kuin ammattilaismuusikoiden musiikkivideoohjaajat. Muun muassa Beyoncé'n musiikkivideo *7/11* (2014) sekä Ariana Granden musiikkivideo *One Last Time* (2014) ovat ajankohtaisia esimerkkejä YouTube-tyyliä mukailevista viraaleista, suurten yleisöjen seuraamista musiikkivideoista.

3.1.4 Aikaisempi musiikkivideotutkimus

Musiikkivideoiden audiovisuaalista kerrontaa on tutkittu paljon genrelähtöisestä näkökulmasta jo 1980-luvulta saakka. Musiikkitelevisio MTV:n perustamisen alkuajoille sijoittuvia musiikkivideotutkimuksia on tehnyt muun muassa Shore (1984). Hän on tiivistänyt tutkimuksessaan musiikkivideoiden perusominaisuudet kahteen erilaiseen genreen, jotka hän on nimennyt *konseptuaaliseksi* tai *artistin esiintymistä kuvaavaksi musiikkivideogenreksi*. Konseptuaalisella genrellä hän viittaa sellaisiin videoihin, jossa halutaan artistin esittelemisen sijaan tuoda esiin jotakin muuta asiaa, tarinaa tai teemaa. Esiintymisvideo vuorostaan nimensä mukaisesti kuvaa artistin esiintymistä. (Emt.) Musiikkivideoita on myös tutkittu tiettyjen musiikkigenrejen näkökulmasta. Ahon ja Kärjän (2007: 183) mukaan tyypillistä on ollut, että tietyn musiikkigenren edustamaa kuvallista materiaalia tutkimalla on pyritty selvittämään populaarimusiikin ja erilaisten identiteettikategorioiden, kuten sukupuolen, seksuaalisuuden, etnisyyden ja kansallisuuden välisiä suhteita ja representaatioita. Tämän kaltaisissa analyyseissa erilaiset musiikilliset lajityypit ovat olleet läsnä lähinnä viittauksenomaisesti. Pääpaino on ollut enemmänkin artistin tarjoamissa kuvallisissa ja äänellisissä identiteetin rakennusaineiksissa. (Emt.)

Vernalliksen (2004) tutkimusnäkökulma on liittynyt hieman enemmän musiikkivideoiden ohjaajan rooliin. Hän on todennut, että musiikillisen genren rooli on olennainen erityisesti musiikkivideoiden toimintaympäristön ja lavastuksen kannalta. Samalla hän painottaa musiikkivideo-ohjaajien henkilökohtaisia taiteellisia ilmaisukeinoja, jotka menevät useimmiten musiikin lajityypin edelle. (Emt.) Ajankohtaisia musiikkivideoiden muotoon liittyviä genreluokitteluja ovat vuorostaan tehneet Railton ja Watson (2011). Heidän luokittelunsa koostuu yhteensä neljästä erilaisesta genrestä, joista ensimmäinen on artistin työelämää kuvaava *dokumentoiva video*, luovaan ilmaisuun ja taiteellisia näkemyksiä esiin tuova *taidevideo*, jonkinlaisen tarinan kuvaava *tarinavideo* ja pelkkää artistin esiintymistä, kuten tanssia ja laulua kuvaava lavastettu *esiintymisvideo*. (Railton & Watson 2011: 49–61) Railtonin ja Watsonin (2011) tekemä jaottelu on relevantti, sillä se on rinnastettavissa lähestulkoon täysin yhteneväiseksi Bordwellin ja Thompsonin (2012) esittämien elokuvien muototyyppien kanssa, joita tässä tutkimuksessa kutsutaan kerrontatavoiksi. Vaikka musiikkivideoiden välillä on mahdollista tehdä erottelua

kerrontatapojen perusteella, tämän tutkimuksen tarkoituksena ei ole muodostaa kerrontatavoista erillisiä genrejä. Kerrontatapojen ja niiden ominaispiirteiden tutkiminen liittyy enemmän siihen, kuvataanko ideologisten viestien välittämisen kannalta tiettyjä pääteemoja tietyin kerronnallisin tavoin ja miksi näin on. Koen musiikkivideoiden muotoon liittyvien genretutkimusten olevan haasteellisia myös muutoin, sillä kuten esimerkiksi Gaskell (2004) on todennut, musiikkivideoille tyypillistä on enemmänkin erilaisien rajojen rikkominen kuin tiettyjen säännönmukaisuuksien noudattaminen.

3.2 Audiovisuaalisia kerrontatapoja

Tässä tutkimuksessa aineistoon kuuluvat musiikkivideot luokitellaan kerrontatapojensa perusteella narratiivisiksi, dokumentoiviksi tai kokeellisiksi. Luokittelu perustuu Bordwellin ja Thompsonin (2012) tekemään muototyyppien jaotteluun, joka on perustunut alun alkaen elokuvien tutkimiseen. Heidän mukaansa suurimmassa osassa perinteisistä elokuvista kerronta on narratiiviinen. Narratiivinen esitystapa perustuu syyseuraussuhteessa etenevän tapahtumasarjan esittämiseen tietyssä ajassa ja paikassa. Dokumentoiva kerrontatapa on vuorostaan tunnistettavissa siitä, että se esittää jotakin todenperäistä tietoa maailmasta. Se saattaa pyrkiä myös vakuuttamaan katsojaa jostakin asiasta. Kokeellista kerrontatapaa pidetään narratiivisen esitystavan vastakohtana, sillä sen pääosassa ovat perinteisen tarinan sijaan erilaiset visuaaliset elementit. Sen tarkoituksena on useimmiten haastaa katsojaa tulkitsemaan siinä esitettyjen visuaalisten elementtien merkityksiä. Kokeellinen kerronta perustuu useimmiten myös ohjaajan henkilökohtaisiin ja taiteellisiin näkemyksiin. (Emt. 73, 351, 369)

Bordwellin ja Thompsonin (2012: 350) mukaan kyseisistä kerrontatavoista ei voida puhua genreinä, vaan enemmänkin eräänlaisina kategorioina. Jokainen edellä mainittu kerrontatapa antaa katsojalle erilaisia odotuksia esityksen kerrontaan liittyvistä ominaisuuksista, eli muodosta, tyylistä sekä sisältöön liittyvistä ominaisuuksista, kuten teemasta. Jos audiovisuaalisen esityksen kerrontatapa on esimerkiksi narratiivinen, ei se kuitenkaan vielä kuvaa sitä tarpeeksi monipuolisesti kokonaisuutena. Esimerkiksi televisiosarjat ja elokuvat esitetään usein narratiivisesti, mutta ne edustavat silti omia genre-

jään. (Emt.) Kauhuelokuvat ja draamasarjat ovat kummatkin kerronnaltaan narratiivisia, mutta ne poikkeavat silti perusominaisuuksiltaan toisistaan. Seuraavissa luvuissa käydään läpi narratiivisen, dokumentoivan ja kokeellisten kerrontatavan ominaispiirteitä.

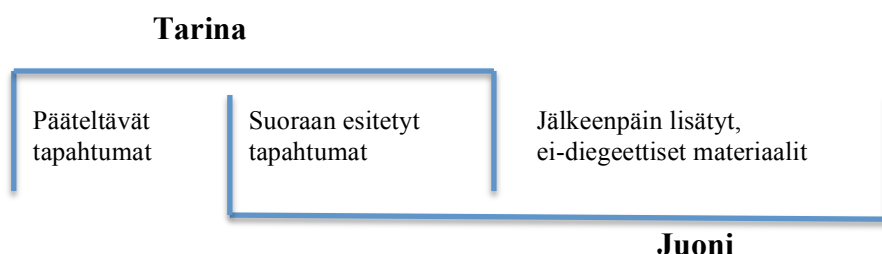
3.2.1 Narratiivinen kerronta

Narratiivinen kerronta on tunnistettavissa siitä, että siinä esitetään jonkinlainen selkeästi havaittava tarina. Audiovisuaalisen esityksen tarina etenee syy-seuraussuhteeseen pohjautuvana tapahtumaketjuna tietyssä paikassa ja ajassa (Bordwell & Thompson 2012: 73). Vastaavanlaisia määritelmiä kerronnallisesta rakenteesta ovat tehneet myös muun muassa Stam, Burgyonen ja Flitterman-Lewis (1992), Berger (1997), Bacon (2000) sekä Herkman (2001). Herkmanin (2001: 87) mukaan narratiivisella kerronnalla voidaan tarkoittaa jonkinlaisen muutoksen kuvausta, sillä tarina alkaa yhdestä tapahtumasta, josta siirrytään toiseen. Toisiinsa liittyvien tapahtumien välisen jatkumon kuvaus muodostaa lopulta kokonaisen ja eheän tarinan (emt.). Stam ym. (1992: 69) ovat nimenneet *tapahtumat, aika-akselin, teeman ja henkilöahmot* kerronnallisen rakenteen peruselementeiksi. Audiovisuaalisten esitysten lisäksi kyseisiä elementtejä on mahdollista havaita myös esimerkiksi kirjallisuudessa esitetyistä tarinoista.

Joissakin audiovisuaalisissa esityksissä yksi tarina voi sisältää monta rinnakkaista tarinaa. Rinnakkaisia pieniä tarinoita kutsutaan *mininarratiiveiksi* (Herkman 2001: 101). Esimerkiksi pop-artisti Pinkin musiikkivideossa *Stupid girls* (2006) esitetään monta pientä tarinaa erilaisista naiskohtaloista, jotka muodostavat lopulta yhden kokonaisen tarinan siitä, millaisia erilaisia stereotyyppisiä naisrooleja nykyaikaisessa yhteiskunnassa on. Baconin (2000: 22) mukaan tarina alkaa yleensä jonkinlaisesta tasapainotilasta, joka alkaa järkkä. Tämä johtaa siihen, että teoksen päähenkilölle asetetaan jonkinlainen päämäärä, jonka tavoittelusta tarina pääasiallisesti muotoutuu. Päämäärä on yleensä aikaisemmin vallinneen ihanteellisen tilanteen takaisin palauttaminen. Päämäärään pyrkinessään päähenkilö kohtaa yleensä vastustajia, joiden kautta päädytään lopulta takaisin päämäärään ja tasapainotilanteeseen. Tasapainotilanne muistuttaa aina enemmän tai vähemmän tarinan alkutilannetta. (Emt.) Tasapainotilanteen uudelleen saavuttamista voidaan kutsua myös *sulkeumaksi*, jolloin tarinalle muodostuu niin sanottu loppupiste.

Avoimuus viittaa vuorostaan sellaisiin esityksiin, jotka eivät saa niin sanottua lopullista päätöstä. Sulkeumia käytetään yleensä perinteisissä Hollywood-elokuvissa, kun taas esimerkiksi televisiosarjojen loppu jää usein avoimeksi. Avoin loppu ilmenee usein jonkinlaisena huipentumana, jossa päähenkilö jää niin sanotusti kiipeliin (*cliffhanger*). Avoimen lopun tarkoituksena on herättää katsojassa mielenkiintoa, jotta hän katsoisi myös esitykseen liittyvän seuraavan jakson. (Herkman 2001: 100).

Tarinan etenemisen kannalta keskeisessä asemassa on *juoni*. Tarinan ja juonen voi erottaa toisistaan siten, että tarina pitää sisällään sekä suoranaisesti musiikkivideossa esitetyt, että katsojan omaan tulkintaan perustuvat tapahtumat. Juonella taas tarkoitetaan kaikkea sitä, mikä on selkeästi havaittavissa tarinasta. Vaikka tarina liikkuu juonen ulkopuolella todistamassa katsojan näkemättömiä tilanteita, liikkuu myös juoni tarinan ulkopuolella. Tämä tarkoittaa, että juoneen kuuluvat myös muut elementit, jotka saattavat vaikuttaa katsojan ymmärrykseen tarinasta kokonaisuutena. Näitä elementtejä voidaan kutsua myös nimellä *ei-diegeettinen elementti*. Ei-diegeettisiä elementtejä ovat esimerkiksi esitykseen jälkeenpäin lisätyt äänitehosteet, joita siinä näyttelevät hahmot eivät kuule. Katsoja sen sijaan pystyy niiden perusteella aistimaan erilaisia tunnelmia, jotka liittyvät tarinaan. *Diegeettisillä* elementeillä tarkoitetaan vuorostaan kaikkia niitä esityksen elementtejä, jotka ikään kuin kuuluvat luonnollisesti siihen esitysympäristöön, jossa tarinaa kuvataan. Esimerkiksi liikenteen äänet tai ihmisten puhe ovat audiovisuaalisen esityksen diegeettisiä elementtejä. (Bordwell & Thompson 2012: 75–76) Tarinan ja juonen eroavaisuuksia havainnollistaa kuvio 5.



Kuvio 6. Tarinan ja juonen välinen suhde (Bordwell & Thompson 2012)

Herkmanin (2001: 94, 99) mukaan juoneen sisältyvien tapahtumien välisiä aukkokohtia voidaan kutsua *ellipseiksi*, joilla tarkoitetaan kohtausten välistä nopeaa siirtymää tai hyppäystä tapahtumasta tai tilanteesta toiseen. Lisäksi juoneen voi sisältyä *takaumia* ja *ennakointeja*, jotka kuvaavat tarinassa aiemmin tapahtuneita kohtauksia tai vasta myöhemmin esitettäviä kohtauksia. Tarinaa yhdistävän teeman ja sen kerronnan tukemana katsoja osaa päätellä tarinan ajallisen järjestyksen, vaikka juonen tasolla asioita tapahtumia ei kerrottaisikaan kronologisesti. (Emt.) Esimerkiksi Eminemin ja Rihannan musiikkivideo *Love the way you lie* (2010) alkaa kohtauksella, jossa nainen ja mies makaavat sängyssä, jolloin nainen huomaa miehen käteen kirjoitetun viestin ja puhelinnumeron. Vaikka tätä edeltävää hetkeä ei ole musiikkivideolla näytetty, katsojan on mahdollista ymmärtää, että tarinan mieshenkilö on saattanut olla edellisenä iltana ulkona todennäköisesti toisen naisen seurassa.

Tarinassa esiintyy myös aina jonkinlainen kertoja (*narrator*). Joskus tarina voi toimia ikään kuin itsensä kertojana, mutta kertojan roolia voi edustaa myös jokin tarinassa esiintyvä hahmo tai tarinan ulkopuolinen henkilö, joka on lainannut äänensä tarinan kertomiselle. (Bordwell & Thompson 2012: 93, 96) Audiovisuaalisen ilmaisun yhteydessä erityisesti kuvan ja sanan yhteistyöllä on merkittävä rooli, mutta kuvakerronnan merkitys nähdään kaikkein tärkeimpänä. Kuva niin sanotusti kertoo itsessään, eikä erillistä kertojaa tarvita. Tässä yhteydessä korostetaan erityisesti *mise-en-scènes*, eli näyttämölepanon merkitystä. (Herkman 2001: 101) Muun muassa Bacon (2005: 255) on todennut, että kerronnan kannalta perinteisessä valtavirtaelokuvassa taustamusiikilla voidaan nähdä olevan kaksi erillistä tehtävää. Musiikki joko ilmentää tarinassa esiintyvien henkilöiden tunnelmia tai toimii ikään kuin kertojan kommentaarina hieman samaan tapaan kuin kantaa ottava kertoja romaanissa (emt.). Herkmanin (2001) ja Baconin (2005) esittämien näkemysten pohjalta voidaan todeta, että musiikkivideoiden pääasiallisena kertojana toimii niin sanotusti kuva itsessään, mutta myös äänen, eli taustalla soivan kappaaleen sanoituksella on vaikutusta tarinan ymmärtämiseen. Sanoitus toimii ikään kuin kuvallista kerrontaa tukevana kommentoijana.

3.2.2 Dokumentoiva kerronta

Dokumentoivan kerrontatavan keskeisin ominaispiirre on, että se pyrkii välittämään aina jotakin todenperäistä tietoa maailmasta. Dokumentoivaa kerrontapaa havainnollistaakseen Bordwell ja Thompson (2012) mainitsevat *kategorisen* ja *retorisen kerrontavan*, jotka kummatkin edustavat dokumentoivaa kerrontaa. Nämä eroavat kuitenkin hieman toisistaan, sillä kategorisen kerrontatavan tarkoituksena on esitellä esityksen kohteena olevaa asiaa tai ilmiötä mahdollisimman monipuolisesti, kun retorinen rakenne pyrkii vuorostaan tarkoituksellisesti vakuuttamaan esityksen katsojaa jostakin asiasta (emt. 355, 362).

Tyypillinen esimerkki kategorisesta kerrontavasta on dokumenttielokuva, joka kuvaa jotakin ilmiötä mahdollisimman laajasti ilman minkäänlaista esityksen taustalla olevaa narratiivista tarinaa. Myös musiikkivideo voi olla kategorinen. Jos musiikkivideon tarkoituksena olisi esimerkiksi esitellä erilaisia uskontoja, siinä voitaisiin tuoda esiin erilaisia uskontokuntia edustavia ihmisiä sekä muita uskonnon harjoittamiseen liittyviä kulttuurisia tapoja. Bordwellin ja Thompsonin (2012: 156) mukaan kategoriseen kerrontatapaan liittyy myös paljon haasteita, sillä sen on onnistuttava pitämään katsojan mielenkiintoa yllä yksinkertaisia asioita esittämällä. Monet kategoriat saattavat olla myös keskenään päällekkäisiä (emt.). Esimerkiksi uskontoon liittyviä asioita voidaan kategorisoida tiettyjen uskonnollisten suuntausten, erilaisten uskonnollisten rituaalien tai tiettyyn uskontoon keskeisesti liittyvien henkilöiden perusteella.

Retorisista kerrontapaa mukailevista audiovisuaalisista esityksistä tyypillisimpänä esimerkkinä voidaan pitää mainosvideoita. Bordwellin ja Thompsonin (2012: 362) mukaan retorisen esityksen tavoitteena on vakuuttaa katsoja jostakin videolla esitetystä asiasta ja saada hänet mahdollisesti toimimaan esitetyn asian etujen mukaisella tavalla. Määritelmä on mielenkiintoinen, sillä samoilla sanoilla kuvataan yleisesti myös käsitettä *propaganda*. Propagandalla tarkoitetaan tavoitteellista ja harkittua toimintaa ja viestintää, jolla pyritään manipuloimaan viestin vastaanottajien uskomuksia ja asenteita (Pratkanis & Aronson 2001: 11). Jos erilaisia uskontoja esittelevä musiikkivideo olisi tyyliltään reto-

rinen, se todennäköisesti esittäisi puolueellisia, kärjistettyjä tai provosoivia kuvia erilaisiin uskontoihin liittyen.

Bordwellin ja Thompsonin (2012: 362–363) mukaan retorisissa kerrontatavassa sen sisältöön liittyvää argumenttia voidaan tuoda esiin kolmen erilaisen näkökulman kautta. Nämä näkökulmat ovat *lähteisiin vetoaminen*, *aiheeseen vetoaminen* tai *katsojaan vetoaminen*. Lähteisiin vetoavat argumentit esitetään yleensä luotettavaan tai arvostettuun tietolähteeseen pohjautuvana. (Emt.) Esimerkiksi Beyoncé'n musiikkivideolla *Flawless* (2013) esitetään kohtia tunnetun feministin Chimamanda Ngozi Adichien puheesta. Kappaleen ja musiikkivideon tarkoitus on tuoda esiin naisten asemaa nyky-yhteiskunnassa. Aiheeseen vetoaminen keskittyy puolestaan esittämään erilaisia konkreettisia todisteita esityksen kohteena olevaan aiheeseen liittyen (Bordwell & Thompson 2012: 363). Esimerkiksi monissa mainoksissa vakuuttamisen tukena käytetään tutkimustuloksiin pohjautuvaa faktatietoa, jonka tarkoitus on perustella tietyn tuotteen tai palvelun kannattavuutta.

Katsojakeskeisessä vetoamistavassa tavoitteena on katsojan tunteisiin vetoaminen, jota tehdään usein erilaisten symbolisten kuvien avulla. Esimerkiksi poliitikot poseeraavat mainoksissaan maansa lippujen, perheidensä tai lemmikkiensä kanssa viestiäkseen äänestäjille isänmaallisista ja perhekeskeisistä arvoistaan. (Bordwell & Thompson 2012: 363) Erityisesti katsojakeskeisessä vetoamistavassa on havaittavissa yhteneväisyyksiä aikaisemmin mainitun termin propaganda kanssa, sillä tunteisiin vetoavien keinojen avulla pyritään yleensä peittelemään argumentoinnin kohteena olevaan aiheeseen liittyviä heikkouksia (Bordwell & Thompson 2012: 363). Bordwell ja Thompson (2012) eivät tuo retoriseen kerrontatapaan liittyvässä teoriassa suoranaisesti esiin propagandaan viittaavia pyrkimyksiä. Pidän tämän tutkimuksen kannalta kuitenkin mahdollisena, että aineiston musiikkivideoilla pyritään vaikuttamaan jollakin tasolla vähintään katsojien ajatusmaailmaan, mutta mahdollisesti jopa käyttäytymiseen. Keskeisimpänä erona dokumentoivaa kerrontatapaa edustavien kategorisen ja retorisen kerrontatavan välillä pidän sitä, että kategorinen tapa esittelee esityksen kohteena olevia aiheita neutraalista näkökulmasta, kun taas retorinen tapa pyrkii esittämään jonkun selkeästi erottuvan argumentin kerronnan kohteena olevaan aiheeseen liittyen.

3.2.3 Kokeellinen kerronta

Kokeellisia kerrontapoja on haasteellista tunnistaa perinteisistä audiovisuaalisista esityksistä, kuten elokuvista, mainoksista tai televisiosarjoista. Bordwell ja Thompson (2012: 369) kutsuvat kokeellista kerrontatapaa narratiivisen kerrontatavan vastakohtaksi, jonka pyrkimys on tarkoituksellisesti erottautua perinteisestä tarinaan pohjautuvasta kerronnasta ja tuoda esiin ohjaajan omia taiteellisia visioita. Bordwell ja Thompson (2012: 371) käyttävät kokeellisista kerrontatavoista esimerkkeinä *abstraktia ja assosioivaa kerrontatapaa*. Abstraktin ja assosioivan kerrontatavan tavoitteena on herättää katsojassa erilaisia miellelyhtymiä ja ajatuksia, mutta kerrontatavat tekevät sen kuitenkin hieman eri tavoin. Abstraktin kerrontatavan tarkoituksena on vangita katsojan mielenkiinto erilaisia visuaalisia ja äänellisiä elementtejä kerronnassa hyödyntäen. Assosioivassa kerronnassa esitetään vuorostaan usein rinnakkain elementtejä, joiden pyrkimyksenä on herättää katsojassa mielikuvia ja ajatuksia liittyen esityksen teemaan tai muuhun tausta-ajatukseen. Assosioivassa kerronnassa elementtien visuaalinen esitystapa on kuitenkin toissijaisessa asemassa. Tärkeämpää on erilaisten metaforisten yhteyksien luominen. (Emt. 378)

Herkmanin (2000: 136-137) mukaan kuvan ja äänen yhdistelyssä abstrakti kerronta luottaa yllätyksellisyyteen ja irrationaaliseen, eli järjenvastaiseen toimintaan. Vaikka abstraktia kerrontaa noudattavan teoksen syvintä tarkoitusta saattaa olla vaikea ymmärtää, Bordwell ja Thompson (2012: 371) kuitenkin korostavat, että abstrakteissa teoksissa erilaisten elementtien esittämistapoja on kuitenkin aina suunniteltu tarkoin. Abstraktien teosten taustalla toistuu yleensä aina jonkinlainen johtoajatus tai teema, jota tuodaan esiin koko esityksen ajan mahdollisimman visuaalisesti. Tyypillistä on, että siinä järjestellään ja vertaillaan keskenään hyvin erilaisia elementtejä. Katsojan tehtävä on pystyä havainnoimaan mikä erilaisten elementtien rooli on esityksen kokonaisuuden kannalta. (Emt. 372) Esimerkiksi Gotyen (2011) musiikkivideossa *Somebody That I Used To Know* käytetään abstraktille kerrontatavalle ominaista visuaalista tyyliä. Videon perusajatus on yksinkertainen. Kameraan tuijottaa alaston mies, joka laulaa musiikkivideon taustalla soivan kappaleen sanoituksien tahtiin. Samalla hänen vartalonsa ja taustalla olevalle seinälle maalautuu erivärisiä kuvioita. Videon puolivälissä kappaleen

laulaja on maalautunut kokonaan seinän värien joukkoon. Tämän jälkeen esityksen kuvakulma laajenee ja selviää, että hänen vierellään seisoo samalla tavoin taustaan maalautunut nainen. Video kuitenkin päättyy siihen, että videossa seisovan naisen yltä katoavat kaikki maalaukset. Nainen seisoo laulavan miehen vierellä alastomana selkä kameraa kohti. Värien katoamisella naisen yltä voidaan ymmärtää viittaavan kappaleen sanoituksiin, joissa laulaja kertoo, ettei enää tunnista naista samalla tavoin kuin ennen. Ihmissuhteita käsittelevää sanoitusta tuodaan musiikkivideolla siis esiin abstraktisti tyylillisten keinojen avulla.

Assosioivassa kerrontatavassa saatetaan vuorostaan toistaa säännöllisesti joitakin päätarinasta irrallisia kuvia. Ne myös pidetään tietoisesti erillään teoksen muusta sisällöstä. Assosioivaa kerrontatapaa voidaan usein rinnastaa runoihin, sillä se pyrkii luomaan tietuille sanoille tai kuville uusia merkityksiä liittyen esityksen teemaan (Bordwell & Thompson 2012: 378). Assosioivia, metaforisia kuvia on mahdollista tunnistaa monesta musiikkivideoista. Esimerkiksi Rihannan ja Calvin Harrisin (2012) *We found love* -kappaleen musiikkivideossa esitetään dramaattiseen ja huumeongelmaiseen suhteeseen ajautunutta pariskuntaa, mutta eräänlaisina tehostekuvina riitelykohtauksissa näytetään itse tarinaan liittymätöntä kuvituskuva. Videon kerronnassa esimerkiksi näytetään, miten iso kerrostalorakennus romahtaa. Hajoavan rakennuksen tarkoituksena on assosioida tarinan henkilöhaamon sen hetkistä elämää ja ikään kuin viitata henkilön ja hänen parisuhteensa romahtamiseen. Kuten luvussa 3.1.3 todettiin, kokeelliseen kerrontaan luokiteltavat ominaisuudet ovat musiikkivideoissa yleisesti tyypillisiä. Monella musiikkivideolla hyödynnetään kokeelliselle kerrontatavalle ominaisia piirteitä vähintään kerrontaa tukevinä tehokeinoina, mutta on myös mahdollista, että kokonainen musiikkivideo perustuu kokeellisuuteen ja epäjohdonmukaisuuteen.

3.3 Kerronnalliset merkitykset

Audiovisuaalisten esityksen muotoon liittyvät kerrontatavat vaikuttavat keskeisesti erilaisiin merkityksiin, joita katsoja esityksestä havaitsee. Bordwell ja Thompson (2012: 58) ovat jaotelleet audiovisuaalisista esityksistä muodostettavat merkitykset neljään erilliseen tasoon, joita he kutsuvat *referoivaksi merkitykseksi*, *suoraksi merkitykseksi*, *epä-*

suoraksi merkitykseksi ja symptomaattiseksi merkitykseksi. Kyseiset merkitykset voidaan ymmärtää samaa tarkoittaviksi semiotiikkaan liittyvän käsiteparin, *denotaation* ja *konnotaation* kanssa. Referoivat ja suorat merkitykset ovat rinnastettavissa denotaation, eli esityksestä havaittavien ilmimerkitysten kanssa, kun taas epäsuorat ja symptomaattiset merkitykset viittaavat esityksestä havaittaviin konnotaatioihin, eli katsojan omiin henkilökohtaisiin tulkintoihin ja mielle yhtymiin (ks. esim. Lehtonen 2000: 109). Tässä tutkimuksessa tutkin musiikkivideoista tunnistettavia merkityksiä kuitenkin Bordwellin ja Thompsonin (2012) esittämien merkitystasojen kautta, sillä teos on yksi tutkimuksen keskeisin audiovisuaalista kerrontaa kuvaava lähde.

Referoivilla merkityksillä viitataan konkreettisiin, audiovisuaalisesta esityksestä suoraan havaittaviin tilanteisiin. Referoivien merkityksien voidaan ymmärtää käytännössä kuvaavan esityksen juonta, mutta siitä muodostuvien merkitysten syntyminen perustuu kuitenkin katsojan kykyyn hahmottaa juonen kannalta keskeiset tapahtumat. (Emt.) Referoivasta merkityksestä voidaan pitää esimerkkinä kuvausta siitä, miten *päähenkilö kävelee kauppaan, ostaa sieltä suklaata ja palaa kotiin*. Suorat merkitykset ovat nimensä mukaisesti suoraan esityksestä havaittavia, mutta referoivia merkityksiä yksityiskohtaisempia asioita. Suorat merkitykset kuvaavat käytännössä sitä, mistä koko esityksessä on kyse. Suoria merkityksiä pohtiessa voidaan esimerkiksi mainita joitakin keskeisiä vuorosanoja tai muita yksittäisiä audiovisuaalisen esityksen elementtejä, jotka tuovat esityksen teemaa tai tausta-ajatusta esiin. (Bordwell & Thompson 2012: 58) Esimerkiksi kuvaus siitä, miten *päähenkilö haaveilee ostavansa suklaata ja lähtee tämän vuoksi kävelemään kohti kauppa*, voidaan ymmärtää suoraksi merkitykseksi.

Bordwellin ja Thompsonin (2012: 59) mukaan epäsuorilla merkityksillä viitataan vuorostaan abstraktimpaan merkityksen muodostamiseen tasoon, joka kertoo yleisesti jostakin esityksen teemasta tai ideasta. Esimerkkinä käytetyn tarinan epäsuora merkitys voi esimerkiksi olla, että *päähenkilö kamppailee syömishäiriön tai elämäntapamuutoksensa kanssa*. Sekä suorat että epäsuorat merkitykset liittyvät keskeisesti esityksen teemaan, mutta epäsuorien merkitysten kohdalla tulkinnoissa on kuitenkin suurempaa katsojakohdasta vaihtelua (Bordwell & Thompson 2012: 59). Symptomaattisia merkityksiä voidaan kutsua myös ideologisiksi merkityksiksi, sillä ne tuovat esiin esitykseen liittyviä

laajempia huomioita tai näkemyksiä. Symptomaattinen merkitys on itsessään ideologinen, sillä siihen liittyvä näkemys, aate tai väite liittyy aina jollakin tavoin siihen ajankohtaan ja ympäristöön, jossa esitys on kuvattu. Suorista ja epäsuorista merkityksistä havaittavat asiat saavat symptomaattisen merkityksen kautta laajemman tarkastelunäkökulman. (Bordwell & Thompson 2012: 60) Esimerkkinä käytetyn tarinan symptomaattinen merkitys voi esimerkiksi olla, että *nuorten syömishäiriön syitä ja seurauksia pitäisi tuoda paremmin 2010-luvulla esiin*.

Bordwellin ja Thompsonin (2012: 60) mukaan kaikista audiovisuaalisten esitysten muodosta on tunnistettavissa edellä mainittuja merkityksiä. Symptomaattiset, eli ideologiset merkitykset tuovat esiin tietynlaisia uskomuksia maailmasta, jotka perustuvat aina johonkin kulttuuriiseen ajattelutapaan. Esimerkiksi uskontoihin, politiikkaan, sukupuoleen tai rotuun liittyvät esitykset pohjautuvat aina johonkin ideologiseen taustajatukseen, jota pidetään jossakin kulttuurissa oikeana. (Emt.) Tämän tutkimuksen kannalta kaikki edellä mainitut merkitysten ymmärtämiseen ja muodostamiseen vaikuttavat tasot ovat tärkeitä, sillä ne liittyvät keskeisesti toisiinsa. Tutkimuksen kohteena ovat erityisesti symptomaattiset eli ideologiset merkitykset, joita tutkitaan musiikkivideoiden muodon ja sisällön muodostaman kokonaisuuden, eli juonen, teeman ja kerrontatapojen kautta. Ideologisten viestien ymmärtämisen kannalta on kuitenkin ensin pystyttävä havainnoimaan musiikkivideoiden juoneen liittyviä referoivia, suoria ja epäsuoria merkityksiä, joista laajemmat ideologiset merkitykset muodostuvat.

4 IDEOLOGISET VIESTIT TEEMOJEN JA KERRONNAN PERUSTEELLA

Olen jakanut tämän luvun tutkimuksen eri työvaiheiden mukaisella tavalla omiin alalukuihinsa. Tutkimuksen ensimmäisessä vaiheessa analysoin musiikkivideoiden audiovisuaalisesta kerronnasta tunnistettavia pääteemoja ja ryhmittelen musiikkivideot pääteemojen sisältöjen perusteella omiin ryhmiinsä. Pääteemojen ryhmittelyssä kuvaan samalla musiikkivideoiden juonta, eli referoivia merkityksiä, sekä äänen ja liikkuvan kuvan kautta kerronnasta tunnistettavia suoria ja epäsuoria merkityksiä. Tämän jälkeen tarkastelen aineistoon kuuluvissa musiikkivideoissa käytettyjä audiovisuaalisia kerrontatapoja ja niiden ominaispiirteitä. Esittelen omissa luvuissaan narratiivisia, dokumentoivia ja kokeellisia kerrontatapoja edustavien musiikkivideoiden tyypillisimpiä ominaisuuksia käyttäen esimerkkeinä aineistoon kuuluvia musiikkivideoita. Myös kerrontatapojen esittelyn yhteydessä tuon esiin kerronnasta tunnistettavia suoria ja epäsuoria merkityksiä.

Analyysin viimeisessä vaiheessa muodostan musiikkivideoiden pääteemojen, niiden audiovisuaalisten kerrontatapojen sekä näistä tunnistettavien merkitysten perusteella kokonaiskäsityksen siitä, millaisia ideologisia viestejä musiikkivideoista on mahdollista tunnistaa. Ideologiset viestit ovat musiikkivideoiden audiovisuaalisesta kerronnasta tunnistettavia symptomaattisia merkityksiä, jotka liittyvät johonkin laajempaan yhteiskunnalliseen, sosiaaliseen tai kulttuuriseen aiheeseen. Kaikkien aineistoon kuuluvien musiikkivideoiden pääteema, juoni sekä äänen ja liikkuvan kuvan kautta havaittavat suorat ja epäsuorat merkitykset sekä näiden perusteella tunnistettavat ideologiset viestit esitetään liitteessä 2 olevassa analyysitaulukossa.

4.1. Musiikkivideoiden pääteemojen ryhmittely

Tutkimuksen aineistoon kuuluvasta 22 musiikkivideoista on tunnistettavissa yhteensä 10 erilaista pääteemaa. Koska pääteemoja on paljon, luokittelen ne kolmeen erilaiseen ryhmään niiden sisältöjensä perusteella. Pääteemoja edustavia ryhmiä kutsun nimellä *yksilön hyvinvointi, sosiaaliset suhteet ja yhteiskunnallinen valvetuminen*. Seuraavissa luvuissa esittelen muutamia esimerkkejä jokaista ryhmää edustavista musiikkivideoista.

Kuvaan musiikkivideoiden juonta, eli referoivia merkityksiä sekä äänen ja liikkuvan kuvan kautta rakentuvasta audiovisuaalisesta kerronnasta tunnistettavia suorita ja epäsuorita merkityksiä, jotka tuovat esiin musiikkivideon pääteemaa. Analyysia havainnollistavat aineiston musiikkivideoista otetut kuvakaappaukset.

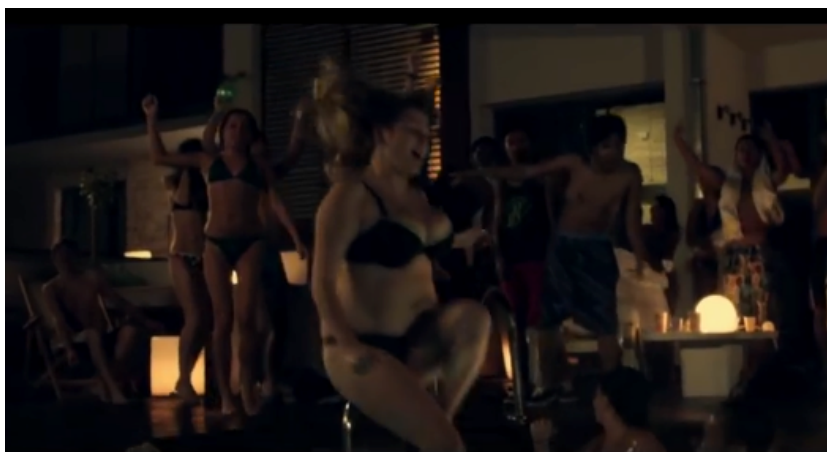
4.1.1 Yksilön hyvinvointi

Aineistoon kuuluu yhteensä kahdeksan musiikkivideota, jotka kuvaavat yhden ihmisen näkökulmasta joko henkilön psyykkiseen tai fyysiseen hyvinvointiin liittyviä aiheita. Musiikkivideoiden pääteemat olen nimennyt *omanarvontunnoksi, tahdoksi, vapaudeksi* ja *onnellisuudeksi*. Yksilön hyvinvointia kuvaaville musiikkivideoille yhteistä on, että ne esittävät eräänlaisen selviytymistarinan, joka liittyy tietyn henkilön elämään. Selviytymistarinat ilmenevät siten, että jokaisessa tarinassa päähenkilö kohtaa jonkinlaisen haasteen, joka horjuttaa jollakin tavoin hänen psyykkistä tai fyysistä hyvinvointiaan. Haasteen aiheuttajaksi esitetään useimmiten jokin muu yksittäinen henkilö tai suurempi joukko ihmisiä. Jokaisessa videossa päähenkilöt päätyvät tekemään ratkaisuja, joiden seurauksena heidän henkilökohtaisen hyvinvointinsa on tarkoitus parantua. Yksilön hyvinvointia kuvaavat musiikkivideot ja niiden pääteemat esitetään taulukossa 1.

Taulukko 1. Yksilön hyvinvointia kuvaavat musiikkivideot ja niiden pääteemat

| Musiikkivideo | Pääteema |
|-------------------|----------------|
| Firework | Omanarvontunto |
| Fuckin' Perfect | Omanarvontunto |
| Mean | Omanarvontunto |
| Skyscraper | Omanarvontunto |
| The Fighter | Tahto |
| People Like Us | Vapaus |
| Pretty Hurts | Onnellisuus |
| Battle Cry | Omanarvontunto |
| Yhteensä 8 | |

Taulukko 1 osoittaa, että pääteema omanarvontunto on yksilön hyvinvointia käsittelevissä musiikkivideoissa yleisin. Kyseinen pääteema kuvataan kerronnallisesti monessa musiikkivideossa samankaltaisella tavalla. Muun muassa musiikkivideot *Firework*, *Mean* ja *Fuckin' Perfect* esittävät erilaisia tarinoita nuorista ihmisistä, jotka kokevat jollakin tavalla epävarmuutta itsestään. Musiikkivideolla *Firework* esitetään muun muassa tarina nuoresta tytöstä, joka kokee epävarmuutta omasta ulkonäöstään. Tytön tarinaa kuvaava juoni alkaa kohtauksella, jossa tyttö istuu yksin uima-altaan reunalla ja katselee muita samanikäisiä nuoria, jotka hyppivät uima-altaaseen ja pitävät hauskaa. Musiikkivideolla esimerkiksi näytetään, miten nuoret nauravat, tanssivat vedessä ja räiskyttävät toistensa päälle vettä. Tämän jälkeen musiikkivideolla esitetään kohtaus, jossa eräs uima-altaassa oleva tyttö viittoo kädellään altaan sivulla istuvaa tyttöä luokseen. Tyttö kuitenkin kieltäytyy ehdotuksesta, pyörittää päätään ja jää istumaan paikalleen. Lopulta tyttö kuitenkin muuttaa mielensä, riisuu päällysvaatteensa ja hyppää uima-altaaseen muiden nuorten joukkoon. Kohtausta havainnollistaa kuva 1.



Kuva 1. Kuvakaappaus musiikkivideosta *Firework*

Kun tyttö hyppää veteen, hänen rintakehästään nousee esiin ilotulitusta muistuttavia kipinöitä. Kohtausta havainnollistaa kuva 2. Kipinät voidaan ymmärtää kerronnasta tunnistettavina epäsuorina merkityksinä, jotka viittaavat musiikkivideon pääteemana olevaan omanarvontuntoon sekä itsensä hyväksymiseen. Kipinät ja ilotulitteet tuovat kir-

jaimellisesti esiin sitä, että ihminen niin sanotusti loistaa, kunhan hän uskaltaa olla oma itsensä.



Kuva 2. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta Firework

Kipinöitä nousee myös muiden musiikkivideolla esitettyjen tarinoiden päähenkilöiden rintakehästä aina silloin, kun he uskaltavat tehdä jotakin uutta tai odottamatonta. Lisäksi musiikkivideon lopussa näytetään kohtaus, jossa suuri ihmisjoukko kokoontuu aukiolle tanssimaan ja laulamaan. Samanaikaisesti taivaalle ammutaan ilotulitteita, jotka muistuttavat henkilöiden rintakehästä nousseita kipinöitä. Kipinöiden epäsuoraa merkitystä itsensä hyväksymiseen kanssa tukee myös musiikkivideolla soivan kappaleen sanoitus, joka on esitetty esimerkissä (1).

- (1) Cause baby you're a firework, come on show them what you're worth.
 Make them go aah, aah, aah, as you shoot across the sky. Baby you're a
 firework, come on let your colours burst. Make them go aah, aah, aah.
 You're gonna leave them all in awe, awe, awe.

Musiikkivideolla *Pretty Hurts* pääteema onnellisuus esitetään puutteen kautta. Musiikkivideon juoni kuvaa nuoren kauneuskilpailuihin osallistuvan naisen elämää. Nainen kertoo elämänsä tärkeimmäksi tavoitteeksi onnellisena olemisen, mutta tämän jälkeen musiikkivideon juonessa esitetään kohtauksia, joiden perusteella kauneuskilpailuun valmistautuminen on tehnyt päähenkilön lähinnä surulliseksi ja pahoinvoivaksi. Tari-

nassa esitetään kohtauksia, joissa kilpailuun valmistautuva päähenkilö ja muut kilpailijat muun muassa oksentavat syömänsä ruoan, joutuvat tekemään plastiikkakirurgisia toimenpiteitä vasten tahtoaan sekä arvostelevat ja osoittelevat toisiaan. Plastiikkakirurgisten toimenpiteiden vastenmielisyys on tulkittavissa päähenkilön kasvojen ilmeistä muodostuvista suorista merkityksistä. Kohtausta havainnollistaa kuva 3.



Kuva 3. Kuvakaappaus musiikkivideosta Pretty Hurts



Kuva 4. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta Pretty Hurts

Tarinan lopussa päähenkilö kävelee pois kilpailupaikan pukuhuoneesta. Tämän jälkeen hänet esitetään toisessa huoneessa, jonka lattia on täynnä erilaisia palkintoja ja pokaale-

ja. Päähenkilöllä on yksi pokaali kädessään ja lopulta hän heittää myös kyseisen pokaalin maahan. Pokaalien kaataminen ja rikkominen voidaan ymmärtää merkitsevän epäsuorasti ikävistä asioista luopumista ja onnellisemman elämän tavoittelua. Kohtausta havainnollistaa kuva 4. Pääteemaa kuvaavia suorina ja epäsuorina merkityksiä tuovat myös esiin kappaleen sanoitukset, joita havainnollistaa esimerkki (2). Vaikka kappaleen sanoitukset kritisoivat erityisesti pinnallisia ulkonäköihanteita, niiden kautta on havaittavissa myös suora merkitysviittaus kappaleen nimen *Pretty Hurts* kanssa, joita tulee ilmi videon kuvallisessa kerronnassa. Tällaisia kohtauksia ovat esimerkiksi jo aikaisemmin mainittu ruoan oksentaminen sekä kuvassa 3 esitettävän plastiikkakirurgisen toimenpiteen tekeminen vasten päähenkilön tahtoa.

- (2) Pretty hurts, we shine the light on whatever is worst. Perfection is a disease of a nation. Pretty hurts, we shine the light on whatever's worst. We try to fix something but you can't fix what you can't see. It's the soul that needs the surgery.

Omanarvontuntoa ja itsensä hyväksymistä tuodaan ulkonäköön viittaavien aiheiden lisäksi esiin myös kiusaamiseen ja syrjintään liittyvien aiheiden kautta. Musiikkivideoilla kuvataan lähinnä kiusaamisen kohteiksi joutuneita nuoria ja heidän selviytymistarinoitaan. Kiusaamisen ja syrjinnän syyt esitetään liittyvän ulkonäön lisäksi sukupuolirooleihin. Yksilön hyvinvointiin pääteemaltaan viittaavien musiikkivideoiden kappaleiden sanoitukset ovat kaikki vuorostaan kannustavia ja asettuivat niin sanotusti heikomman, tarinan päähenkilönä olevan henkilön puolelle. Musiikkivideoiden kappaleiden sanoituksilla ja liikkuvalla kuvalla voidaan todeta olevan toisiaan tukeva rooli, sillä ne molemmat kuvaavat videon pääteemaa hieman erilaisten näkökulmien kautta. Kuva esittää konkreettisen tarinan, sanoitus taas avaa pääteemaa ja sen seurauksia laajemmin.

4.1.2 Sosiaaliset suhteet

Aineistosta yhteensä kuusi musiikkivideota kuvaa pääteemaltaan kahden tai useamman henkilön välisiä sosiaalisia suhteita ja niiden merkityksellisyyttä. Musiikkivideoiden pääteemoiksi olen nimennyt *rakkautta*, *uskollisuuden* ja *altuirismin*. Pääteemat rakkaus ja uskollisuus kuvataan musiikkivideoiden kerronnassa keskenään samankaltaisella ta-

valla. Kummatkin pääteemat esitetään aina kahden, toisilleen läheisen ihmisen välisen suhteen kautta. Esimerkiksi musiikkivideot *How To Love*, *Hey Brother* ja *Dirty Laundry* kuvaavat pääteemojaan perhesuhteiden kautta, joka tulee ilmi joko kuvallisessa kerroksessa tai sanoituksessa. Musiikkivideoilla *Is Anybody Out There* ja *Dark Side* puolestaan kuvataan erilaisia ihmisiä, jotka jollain tavalla pelkäävät sitä, saavatko he lähisiltään rakkautta tulevaisuudessa. Pääteemaa altuirismi tulee vuorostaan esiin musiikkivideolla *I Was Here* erilaisten yksittäisten kohtauksien kautta, joissa kuvataan ihmisten välisiä auttamistilanteita. Sosiaalisia suhteita päätemaltaan kuvaavat musiikkivideot esitetään taulukossa 2.

Taulukko 2. Sosiaalisia suhteita kuvaavat musiikkivideot ja pääteemat

| Musiikkivideo | Yläteema |
|-----------------------|-------------|
| Dark Side | Rakkaus |
| Is Anybody Out There? | Rakkaus |
| How To Love | Rakkaus |
| I Was Here | Altuirismi |
| Hey Brother | Uskollisuus |
| Dirty Laundry | Rakkaus |
| Yhteensä 6 | |

Musiikkivideolla *Dark Side* pelko rakkaiden ihmisten menettämisestä tulee erityisesti esiin musiikkivideolla esitetyn kappaleen sanoituksissa, jonka rinnalla kuvataan yksittäisiä kohtauksia musiikkivideolla olevien henkilöiden elämästä. Kappaleen sanoituksia havainnollistaa esimerkki (3).

- (3) There's a place that I know. It is not pretty there and few have ever gone. If I show it to you now will it make you run away or will you stay? Even if it hurts, even if I try to push you out will you return? And remind me who I really am. Please remind me who I really am.

Esimerkistä (3) käy ilmi suoraan, että musiikkivideolla oleville henkilöille on tapahtunut heidän menneisyydessään jotakin sellaista, jonka he pelkäävät vaikuttavat läheistensä hyväksyntään ja rakkauteen tulevaisuudessa. Musiikkivideolla esitetään esimerkiksi

tarina miehestä, joka on menettänyt toisen jalkansa sodassa. Sodassa vahingoittuminen tulee ilmi epäsuorasti kohtauksessa, jossa miehen vasemmalla puolella esitetään sotilaspukuisia miehiä marssimassa. Kohtauksen tyyllisten ratkaisujen perusteella on mahdollista ymmärtää, että päähenkilönä oleva mies muistelee entisiä sota-aikojaan. Sotilaita kuvataan ikään kuin miehen taustalla siten, että kamera on tarkentunut miehen kasvoihin. Kohtausta havainnollistaa kuva 5. Tämän jälkeen kuvakoko laajenee niin, että mies näkyy hetkellisesti kokonaisena, minkä jälkeen kamera siirtyy kuvaamaan miehen jalkaa, josta on mahdollista tunnistaa proteesi. Lähikuvaa jalasta esittää kuva 6.



Kuva 5. Kuvakaappaus musiikkivideosta Dark Side



Kuva 6. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta Dark Side

Vaikka musiikkivideo käsittelee päähenkilön henkilökohtaisesta näkökulmasta pelkoa rakkauden menettämisestä, sitä tuodaan samanaikaisesti esiin laajemman yhteiskunnallisen aiheen, eli sodan kautta. Sota esitetään ikään kuin yhdeksi syyksi sille, miksi mies on tulevaisuudestaan epävarma. Myös musiikkivideolta *Hey Brother* on tunnistettavissa samanaikaisesti henkilökohtaisiin suhteisiin ja sodankäyntiin viittaava kaksoismerkitys. Musiikkivideolla kuvataan pääasiallisesti isän ja pojan välistä läheistä suhdetta. Suhde esitetään ensin kirjaimellisesti veljeytenä, sillä isä kuvataan aluksi nuoren pojan näköisenä henkilönä. Musiikkivideon tarinaan liittyvän juonen edetessä kuitenkin selviää, että perheen isä joutuu lähtemään sotaan. Tämä tulee musiikkivideolla esiin kohtauksessa, jossa poika kysyy toiselta pojalta, miksi hänen täytyy lähteä. Hän kutsuu veljenä esitettyä poikaa isäkseen. Isäksi kutsuttu hahmo ei vastaa kysymykseen suoraan, mutta kertoo olevansa varma, että hän palaa vielä takaisin. Musiikkivideolla ei näytetä, että sodassa olisi mukana pojan isä, mutta se on mahdollista ymmärtää epäsuorasti kohtauksista, jotka esitetään pojan kysymyksen jälkeen. Kohtauksissa poika pitelee käsiinsä taiteltua Yhdysvaltain lippua, jonka päällä on hänen ja isänsä kuva. Isän ja pojan kuvaa on muuttettu editoinnin avulla siten, että kuvassa isähahmon tilalla on ensin sama nuorempi poika, joka esitetään tarinassa päähenkilön veljenä. Valokuva kuitenkin muuttuu siten, että velihahmo muuttuu aikuiseksi mieheksi, joka on henkilöiden välisen keskustelun myötä ymmärrettävissä epäsuorasti pojan isäksi. Isän ja pojan kuvaa lipun päällä havainnollistaa kuva 7.



Kuva 7. Kuvakaappaus musiikkivideosta *Hey Brother*

Tämän jälkeen siirrytään uuteen kohtaukseen, jossa esitetään päähenkilönä oleva poika pitelemässä kyseistä lippua ja sen päällä olevaa valokuvaa. Pojan kasvojen ilme on vakava ja hänen ympärillään seisoo sotilaita, jotka ampuvat laukauksia taivaalle. Kohtauksesta on tunnistettavissa suora kulttuurinen merkitysviittaus yhdysvaltalaisiin sotilashautajaisiin, joissa sodassa menehtyneiden kunniaksi taivaalle ammutaan kunnialaukauksia (New York State Funeral Directors Association 2016). Kohtauksen perusteella voidaan siis ymmärtää, että päähenkilönä olevan pojan isä menehtyi sodassa. Kuva 8 esittää poikaa pitelemässä Yhdysvaltain lippua.



Kuva 8. Toinen kuvakaappaus musiikkivideolta Hey Brother

Pääteema uskollisuus esitetään musiikkivideolla samanaikaisesti omaa perheenjäsentä sekä kotimaata kohtaan, sillä lopulta isä joutuu valitsemaan maansa puolustamisen ja jättämään poikansa. Kaksoismerkitystä tukevat myös kappaleen sanoitukset, jotka on esitetty esimerkissä (4).

- (4) What if I'm far from home? Oh, brother I will hear you call. What if I lose it all? Oh, sister I will help you out. Oh, if the sky comes falling down for you, there's nothing in this world I wouldn't do.

Esimerkin (4) viimeisen virkkeen voidaan ymmärtää kuvallisen kerronnan perusteella viittaavan samanaikaisesti uskollisuuteen sekä perheenjäseniä että omaa kotimaata koh-

taan. Suomennettuna virkkeessä todetaan, että vaikka taivas putoisi alas, ei ole mitään, mitä en puolestasi tekisi. Niin sanottu taivaan putoaminen on metaforinen ilmaisu, jonka voi ymmärtää viittaavan epäsuorasti sotaan, jolloin monet paikat tuhoutuvat ja taivaalta lentää pommeja. Samalla virke viittaa siihen, miten sen lausuja on valmis tekemään mitä tahansa läheistensä puolesta. Sosiaalisiin suhteisiin liittyviä pääteemoja edustavien musiikkivideoiden kuvallinen kerronta sekä kappaleiden sanoitukset toimivat siis yksilön hyvinvointia kuvaavien musiikkivideoiden tavoin toisiaan tasapainottavassa roolissa, jossa kuvallinen kerronta keskittyy esittämään jotakin konkreettisia tapahtumia ja tilanteita pääteemaan liittyen. Sanoitukset vuorostaan tuovat kerronnalle syvemmän ulottuvuuden, jonka avulla erityisesti epäsuoria merkityksiä on mahdollista ymmärtää.

4.1.3 Yhteiskunnallinen valveutuminen

Aineistoon kuuluu yhteensä kahdeksan musiikkivideota, joiden pääteemat liittyvät yhteiskunnalliseen valveutumiseen. Musiikkivideoiden pääteemat ovat *oikeudenmukaisuus*, *rauha* ja *tasa-arvo*. Yhteiskunnallinen valveutuneisuus tulee musiikkivideoilla esiin siten, että jokainen video käsittelee jotakin maailmanlaajuisesti vaikuttavaa ongelmaa, kuten väkivaltaa tai erilaisten ihmisryhmien välistä eriarvoisuutta. Musiikkivideoiden kuvalliselle kerronnalle ominaista on, että sen avulla pyritään välittämään tietoa kerronnan kohteena olevaa pääteemaa sekä siihen liittyviä aiheita kohtaan. Tämä tulee usein esiin kuvamateriaalina, joka perustuu tositapahtumiin. Tyypillistä myös on, että musiikkivideoiden sanoitukset kritisoivat avoimesti jotakin yhteiskunnallista ongelmaa tai siitä vastuussa olevia insituutiota. Kritiikkiä ja kyseenalaistamista esitetään muun muassa uskontoja, hallitusta ja muuta poliittista päätöksentekoa kohtaan. Yhteiskunnallista valveutumista päätemaltaan edustavat musiikkivideot esitetään taulukossa 3.

Esimerkiksi musiikkivideolla *Crooked Smile* esitetään tarina, jonka pääosassa on tummaihoisen huumekauppias sekä valkoihoisen poliisi. Tarinan juoni kuvaa, miten poliisi yrittää saada kiinni huumekauppiasta rikoksistaan. Musiikkivideon suorien merkitysten kautta voidaan ymmärtää, että tummaihoisen mies esitetään tarinassa niin sanottuna pa-

hana ja valkoihoinen mies taas hyvänä henkilönä. Kummankin henkilön elämää kuvataan kuitenkin hyvin samankaltaisella ja inhimillisellä tavalla.

Taulukko 3. Yhteiskunnallista valveutuneisuutta edustavat musiikkivideot

| Musiikkivideo | Pääteema |
|------------------------|-------------------|
| Born This Way | Tasa-arvo |
| Make It Stop | Oikeudenmukaisuus |
| Ballad Of Hollis Brown | Oikeudenmukaisuus |
| Same Love | Tasa-arvo |
| Candles In The Sun | Oikeudenmukaisuus |
| No Guns Allowed | Rauha |
| Crooked Smile | Tasa-arvo |
| One Voice | Tasa-arvo |
| Yhteensä 8 | |

Musiikkivideo *Crooked Smile* alkaa kohtauksilla, joissa kuvataan vuorottain tummaihoisen ja valkoihoisen miehen aamutoimia. Kohtauksissa näytetään, miten kummatkin henkilöt pesevät ensin kasvonsa, sitten hampaansa ja lopuksi irvistävät peilille ikään kuin tarkistaakseen sen, ovatko heidän hampaansa puhtaat. Kohtauksia havainnollistavat kuvat 9 ja 10. Erirotuisten henkilöiden samankaltaista elämää kuvaavat kohtaukset viittaavat suoraan musiikkivideon pääteemaan, eli tasa-arvoon. Kohtauksien avulla pyritään häivyttämään epäsuorasti erilaisiin rotuihin liittyviä stereotyyppioita, eli kärjistettyjä esityksiä tumma- ja valkoihoisten ihmisten elämäntavoista. Samalla kohtaukset osoittavat, että ihmiset voivat elää hyvin samankaltaista elämää etnisistä tai kulttuurisista taustoistaan huolimatta. Vaikka musiikkivideon kuvallinen kerronta esittää tarinan, jonka pääosassa ovat kaksi erirotuista henkilöä, kappaleen sanoitus ottaa samanaikaisesti kantaa laajemmin tarinaan liittyvään pääteemaan. Tämä tulee esiin esimerkissä (5), johon on lainattu kappaleen *Crooked Smile* sanoituksia.

- (5) Look at the nation, that's a crooked smile braces couldn't even straighten. Seem like half the race is either on probation. Or in jail, wonder why we inhale. Cause we in hell already. I ask if my skin pale. Would I then sell like Eminem or Adele?

Kappaleen sanoitus tuo esiin rotujen välisiin epätasa-arvoisuuksiin liittyviä kysymyksiä laajemmin. Sanoituksessa artisti muun muassa pohtii, ostettaisiinko hänen tekemäänsä musiikkia enemmän, jos hänen ihonväärinsä olisi vaaleampi. Musiikin myyntiin liittyen hän viittaa rap-artisti Eminemiin ja pop-laulaja Adeleen, jotka kummatkin ovat valkoisia tunnettuja artisteja.



Kuva 9. Kuvakaappaus musiikkivideosta Crooked Smile



Kuva 10. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta Crooked Smile

Musiikkivideossa *No Guns Allowed* pääteema rauha tulee esiin suoraan sekä kappaleen sanoituksesta että liikkuvasta kuvasta, jossa esitetään erilaisia tositapahtumiin perustuvia kuvakohtauksia väkivaltaan liittyvistä tapahtumista ja niiden seurauksista. Kuva 11 havainnollistaa musiikkivideolla esitettävää kohtausta, joka kuvaa väkivallan vastustamiseen liittyvää mielenosoitusta Yhdysvalloissa. Musiikkivideon alussa näytetään myös kohtaus, jossa Yhdysvaltain presidentti Barack Obama pitää puheen väkivaltaisten yhteenottojen seurauksena menehtyneiden lasten muistoksi.



Kuva 11. Kuvakaappaus musiikkivideosta *No Guns Allowed*

Dokumentoivan kuvamateriaalin lisäksi musiikkivideolla esitetään lavastettuja kuvakohtauksia, jotka viittaavat suoraan musiikkivideossa esitetyn kappaleen sanoitukseen. Esimerkki (6) havainnollistaa kappaleen sanoitusta, jossa kuvataan, miten aseiden käyttö on niin yleistä, että sitä voidaan kutsua leikkimiseksi.

- (6) Let the music play, me don't want no more gun-play. When the bodies hit the ground, there's nothing let to. Me don't want to see no more innocent blood shed. Me don't want to see no more youth dead. Come hear me now.

Ennen esimerkissä (6) esiin tulevia sanoituksia musiikkivideolla esitetään lavastettu kohtaus, jossa pienet lapset istuvat lattialla pyörittäen välissään olevaa asetta. Liikkuvaa

kuva seuraamalla voidaan ymmärtää, että lapset ikään kuin leikkivät aseella, johon myös sanoituksessa viitataan. Lavastettua kohtausta havainnollistaa kuva 12.



Kuva 12. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta No Guns Allowed

Kaikille yhteiskunnallista valvetuneisuutta edustaville musiikkivideoille yhteistä on, että pääteemaa kuvaavat merkitykset tulevat esiin erityisesti musiikkivideolla esitettyjen kappaleiden sanoitusten kautta. Liikkuva kuva taas perustuu jonkin pääteemaan liittyvän aiheen tarkempaan ja yksityiskohtaisempaan esittämiseen. Tyypillistä yhteiskunnallista valvetuneisuutta edustaville musiikkivideoille on myös, että niiden pääteemat liittyvät keskeisesti toisiinsa. Esimerkiksi oikeudenmukaisuus ja tasa-arvo voidaan ymmärtää keskenään läheisinä teemoina. Myös pääteemana olevan rauhan voidaan ymmärtää liittyvän oikeudenmukaisuuteen ja tasa-arvoisuuteen, sillä kyseiset teemat ikään kuin tekevät toisistaan mahdollisia musiikkivideoiden kerronnan perusteella.

4.2 Audiovisuaalisten kerrontatapojen jakautuminen

Musiikkivideoiden pääteemojen tunnistamisen ja ryhmittelyn sekä niistä tunnistettavien suorien ja epäsuorien merkitysten analysoinnin jälkeen tarkastelen musiikkivideoiden audiovisuaalisia kerrontatapoja. Luokittelen aineistoon kuuluvat musiikkivideot *narratiivisia*, *dokumentoivia* tai *kokeellisia* kerrontatapoja edustaviksi niiden kerronnassa ha-

vaittavien ominaispiirteiden perusteella. Aineistoon kuuluvien musiikkivideoiden jakautuminen audiovisuaalisten kerrontatapojen perusteella esitetään taulukossa 4. Luokittelu perustuu Bordwellin ja Thompsonin (2012) tekemään jaotteluun elokuvien erilaisista muototyypeistä, jotka tässä tutkimuksessa ymmärretään kerrontatavoiksi. Vaikka Bordwellin ja Thompsonin (2012) teoria on keskittynyt erityisesti elokuvien tutkimiseen, edellä mainitut kerrontatavat toimivat hyvin myös aineistona olevien musiikkivideoiden analysoimisessa, koska jokainen aineistoon kuuluva musiikkivideo on luokiteltavissa jotakin edellä mainittua kerrontatapaa edustavaksi.

Taulukko 4. Audiovisuaalisten kerrontatapojen jakautuminen

| Kerrontatapa | Määrä |
|---------------------|--------------|
| Narratiivinen | 14 |
| Dokumentoiva | 5 |
| Kokeellinen | 3 |
| Yhteensä | 22 |

Taulukko 4 osoittaa, että aineistossa esiintyy eniten narratiivisia musiikkivideoita, jotka sisältävät yhden tai useamman, konkreettisesti havaittavan tarinan. Dokumentoivia musiikkivideoita aineistossa on yhteensä viisi ja kokeellisia kolme. Dokumentoivia musiikkivideoita ovat sellaiset videot, jotka esittelevät jotakin totuudenmukaista tietoa maailmasta. Kokeelliset musiikkivideot ovat vuorostaan kuvalliselta kerronnaltaan visuaalisia ja monitulkintaisia, minkä vuoksi videoiden pääteeman ja siihen liittyvien merkitysten ymmärtämisen kannalta tärkeäksi osoittautuivat kappaleiden sanoitukset. Seuraavissa luvuissa käyn läpi kaikki kolme eri kerrontatapaa sekä niiden tyypillisiä ominaisuuksia aineistoon kuuluvien musiikkivideoiden perusteella.

4.3 Narratiiviset musiikkivideot

Tutkimuksen aineiston 22 musiikkivideosta yhteensä 14 musiikkivideota ovat kerrontatavaltaan narratiivisia. Narratiivinen kerrontatapa on tunnistettavissa siitä, että se pitää sisällään yhden tai useamman, syy-seuraussuhteessa ja tietyssä ajassa etenevän tarinan sekä tarinaan sisältyvän, selkeästi havaittavan juonen. Juoni tarkoittaa kaikkia niitä asioita, mitä musiikkivideolla esitetään suoraan. Tämän lisäksi narratiiviselle esitykselle ominaista on siinä esitettyjä tapahtumia ja aiheita yhteen kokoava teema, tapahtumiin liittyvät henkilöhahmot sekä tarinaa eteenpäin vievä kertoja (esim. Bacon 2000, Bordwell & Thompson 2012). Narratiiviset musiikkivideot on esitetty taulukossa 5.

Taulukko 5. Narratiiviset musiikkivideot

| Narratiiviset musiikkivideot | |
|-------------------------------------|----------------|
| Firework | How To Love |
| Fuckin' Perfect | Same Love |
| Mean | People Like Us |
| Make It Stop | Pretty Hurts |
| Dark Side | Hey Brother |
| The Fighter | Crooked Smile |
| Is Anybody Out There | Battle Cry |
| Yhteensä 14 | |

Aineistoon kuuluvista musiikkivideoista on tunnistettavissa kaikkia edellä mainittuja, narratiiviselle esityksille ominaisia piirteitä. Musiikkivideoiden kertoja ilmenee kuitenkin perinteisistä elokuvateoksista poikkeavalla tavalla, sillä liikkuva kuva toimii niin sanotusti itse itsensä kertojana. Kuvan kerrontaa tukevat äänelliset elementit, joista erityisen tärkeään asemaan nousevat kappaleiden sanoitukset. Kappaleiden sanoitukset toimivat ikään kuin kommentoivan kertojan roolissa, joka tuo tarinaan mukaan enemmän epäsuoria merkityksiä kuvallisessa kerronnassa esiin tulevien suorien merkitysten lisäksi. Muun muassa Bacon (2005: 255) on todennut myös elokuvissa taustamusiikin yhtenä tehtävänä olevan niin sanotun kantaottavan tai kommentoivan kertojan rooli.

Kaikkien narratiivisten musiikkivideoiden tarkastelun perusteella merkittävimpiä ominaispiirteitä kerronnan tunnistamisen kannalta ovat *yhden tai useamman henkilön kautta kuvatut tarinat, kerronnan lineaarisuus* ja siihen liittyvät tyylilliset tehokeinot sekä *tarinoiden sulkeutuva lopetus*. Seuraavissa luvuissa käyn läpi edellä mainittuja ominaispiirteitä aineistoon kuuluvia narratiivisia musiikkivideoita esimerkkinä käyttäen.

4.3.1 Yhden tai useamman henkilön tarina

Musiikkivideoiden audiovisuaalisesta kerronnasta on tunnistettavissa kaksi erilaista tapaa tarinoiden esittämiseen. Yhteensä kahdeksan narratiivista musiikkivideota esittää *tietyyn pääteemaan liittyvän yhden kokonaisen tarinan*, jonka pääosassa on *yksi päähenkilö*. Tarinassa on aina mukana myös erilaisia *sivuhenkilöitä*, jotka liittyvät jollain tavalla päähenkilön elämään. Narratiivisista musiikkivideoista vuorostaan kuusi esittää *monta lyhyttä, ainoastaan muutaman kohtauksen mittaista tarinaa usean eri päähenkilön elämästä*. Myös tällaisilla tarinoilla on aina *yhtenäinen pääteema*, johon kaikki pienet tarinat jollain tavalla liittyvät. Usean lyhyen tarinan kuvaamista samassa esityksessä kutsutaan myös nimellä *mininaratiivi* (Herkman 2001: 101). Taulukossa 6 esitetään kerronnallisten musiikkivideoiden jakautuminen tarinoiden lukumäärän ja niissä esiintyvien päähenkilöiden perusteella.

Taulukko 6. Tarinoiden ja henkilöiden esittämistavat musiikkivideoilla

| Yksi tarina, yksi päähenkilö | Monta tarinaa, monta päähenkilöä |
|-------------------------------------|---|
| Fuckin' Perfect | Firework |
| How To Love | Mean |
| Battle Cry | Dark Side |
| The Fighter | Is Anybody Out There |
| People Like Us | Crooked Smile |
| Same Love | Make It Stop |
| Pretty Hurts | |
| Hey Brother | |
| Yhteensä 8 | Yhteensä 6 |

Musiikkivideoiden päähenkilöt ovat tunnistettavissa siitä, että tarina keskittyy kuvaamaan heidän elämäänsä tai jotakin siihen liittyvää yksittäistä tapahtumasarjaa. Keskeiset

sivuhenkilöt ovat vuorostaan tunnistettavissa siten, että ne vaikuttavat jollain tavalla päähenkilön elämään ja siihen liittyviin valintoihin. Sivuhenkilöt myös kulkevat lähes koko tarinan ajan päähenkilön mukana. Myös monia pieniä tarinoita esittävässä musiikkivideoissa esiintyy sivuhenkilöitä, jotka vaikuttavat päähenkilön elämään. Tällaisissa musiikkivideoissa sivuhenkilöiden rooli on kuitenkin vähemmän merkittävä, sillä kohtaukset ovat kestoaltaan lyhyitä, noin muutaman sekunnin mittaisia kokonaisuuksia. Tämän vuoksi sivuhenkilöillä ei ole yhtä paljon tilaa tarinassa. Esimerkiksi musiikkivideon *Same Love* pääosassa on tummaihoisen mieshenkilö, jonka elämäntarina kuvataan musiikkivideon aikana alusta loppuun. Musiikkivideon alku- ja loppukohtaus esitetään sairaalaympäristössä. Musiikkivideo alkaa kohtauksella, jossa henkilö syntyy. Musiikkivideo taas päättyy kohtaukseen, jossa päähenkilö on samassa sairaalassa jälleen potilaana. Tarinan keskeinen sivuhenkilö on päähenkilön puoliso. Tarina kuvaa pää- ja sivuhenkilön välistä rakkaustarinaa ja siihen liittyviä vaiheita. Samalla tarina esittää päähenkilön ja sivuhenkilön yhteisen kasvutarinan nuoresta aikuiseksi. Päähenkilöt esitetään nuorena kuvassa 13 ja vanhana kuvassa 14.



Kuva 13. Kuvakaappaus musiikkivideosta *Same Love*



Kuva 14. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta *Same Love*

Jo musiikkivideon juonen perusteella on mahdollista ymmärtää, että pääteemaltaan tasa-arvoa käsittelevä musiikkivideo *Same Love* esittää tarinan kahdesta seksuaalivähemmistöjä edustavasta mieshenkilöstä. Henkilöt kuvataan tarinassa erituisina, minkä voidaan myös ymmärtää viittaavan suoraan musiikkivideon pääteemaan. Musiikkivideo *Mean* sisältää vuorostaan monta pientä tarinaa, jotka esittävät myös päähenkilöiden elämäntarinan lapsuudesta aikuisuuteen. Tarinoiden päähenkilöinä kuvataan ihmisiä, jotka tulevat lapsuutensa tai nuoruutensa aikana jollain tavalla kiusatuksi tai syrjityksi. Tämän jälkeen heidän elämänsä esitetään aikuisiällä uudelleen, jolloin päähenkilöt kuvataan onnellisina ja elämänsä tyytyväisinä. Onnellisuutta tuodaan esiin muun muassa esittämällä kohtauksia, joissa päähenkilöt ovat parisuhteessa, menevät naimisiin tai työskentelevät sellaisissa ammateissa, joista he ovat lapsena haaveilleet. Sivuhenkilöiden roolissa nähdään vuorostaan henkilöitä, jotka jollain tavalla yrittävät vastustaa päähenkilöiden iloa ja menestystä heidän nuoruudessaan tai lapsuudessaan.



Kuva 15. Kuvakaappaus musiikkivideosta *Mean*

Musiikkivideolla *Mean* esitetään muun muassa nuoren pojan elämää kuvaava tarina. Tarina alkaa kohtauksella, jossa samanikäiset pojat tönivät ja kiusaavat häntä. Päähenkilönä oleva poika kuvataan käyttäytymiseltään ja pukeutumistyylyltään erilaisena kuin häntä kiusaavat pojat, minkä perusteella kiusaamisen syiden voidaan ymmärtää viittaavan erilaisuuteen. Päähenkilönä oleva poika on pukeutunut violettiin paitaan ja hänen

kaulassaan on rusetti. Samalla pojan esitetään lukevan muotilehteä. Pojan ympärillä ovat vuorostaan urheiluvaatteisiin pukeutuneet, huomattavasti kookkaammat pojat, jotka tönivät ja nauravat hänelle. Päähenkilön ja sivuhenkilöiden välisiä eroja havainnollistaa kuva 15. Päähenkilön ja sivuhenkilöiden toisistaan eroavan pukeutumistyylin voidaan ymmärtää viittaavan epäsuorasti erilaisiin sukupuolirooleihin ja niiden hyväksymiseen länsimaisessa yhteiskunnassa, johon myös Yhdysvallat kuuluu. Sivuhahmoina olevat pojat edustavat pukeutumistyyliältään perinteisiä maskuliinisia miesihanteita, kun taas päähenkilö edustaa modernimpaa ja feminiinisempää mieskuvaa. Tämä tulee esiin esimerkiksi pojan käsissä olevan muotilehden perusteella. Vaikka muotilehtiä lukevat sekä naiset että miehet, muotilehtien kohderyhmään kuuluvat useimmiten naiset. Kun päähenkilöä kuvataan tarinassa seuraavan kerran, hänet esitetään vanhempana kukkimppu kädessään kävelemässä lavalla, jonka ympärillä olevat ihmiset taputtavat hänelle. Tämän lisäksi pojan takana seisoo kaksi taputtavaa naista. Vaikka aplodien syytä ei musiikkivideolla näytetä suoraan, juonessa aikaisemmin esiin tulleiden kohtausten perusteella voidaan ymmärtää, että päähenkilö on työllistynyt muotialalla, mikä oli hänen haaveensa nuorena. Kohtausta havainnollistaa kuva 16.



Kuva 16. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta Mean

Narratiivisissa musiikkivideoissa tyypillistä on kuvata yhden päähenkilön elämään liittyvä tarina, joka perustuu jonkinlaisen haasteen ratkaisemiseen. Myös Bacon (2000: 22)

on kuvannut klassisen kerronnallisen esityksen yhdeksi pääpiirteeksi jonkinlaisesta epä-tasapainotilanteesta selviytymisen ja uuden tasapainotilan saavuttamisen. Klassisessa tarinassa tyypillistä on, että päähenkilö selvittää tilanteen ja tarina loppuu onnellisesti (emt.). Kaikki aineistoon kuuluvat narratiiviset musiikkivideot eivät kuitenkaan noudattaneet täysin samankaltaista kaavaa, vaikka jokaisessa musiikkivideossa keskityttiin jonkinlaisen ongelman ratkaisuun. Kerronnallisesta järjestyksestä ja tarinoiden loppuratkaisuista kerron tarkemmin seuraavissa alaluvuissa.

4.3.2 Kerronnan lineaarisuus

Narratiivisissa musiikkivideoissa esitetyt tarinat etenevät pääasiallisesti Bordwellin ja Thompsonin (2012: 73) esittämässä syy-seuraussuhteeseen perustuvassa kronologisessa järjestyksessä. Tämä tarkoittaa, että musiikkivideolla esitetyt tarinat kuvataan lineaarisesti siten, että ne etenevät luonnollisessa järjestyksessä tapahtumasta toiseen. Lähes jokaisen musiikkivideon kerronnassa käytetään kuitenkin *ellipsejä*, joilla tarkoitetaan nopeasti paikasta toiseen hyppäävää kohtausten välistä siirtymää. Ellipsejä pidetään erityisesti pitkien audiovisuaalisten esitysten, kuten elokuvien kerronnallisena elinehtona (Herkman 2001: 99). Musiikkivideoiden rajallisen keston vuoksi ellipsejä voidaan pitää myös narratiivisten musiikkivideoiden kerronnan kannalta lähestulkoon välttämättöminä. Koska musiikkivideot ovat lyhyitä, on tarinan kerrontaa tiivistettävä ellipsien avulla siten, että juoni esittelee vain merkittävimmät tilanteet, jotka kuvaavat samalla musiikkivideon pääteemaa.

Yhteensä kuudessa narratiivisessa musiikkivideossa käytetään myös *takaumia* ja *ennakointeja*. Nämä musiikkivideot olivat *The Fighter*, *Fuckin Perfect*, *Pretty Hurts*, *How To Love*, *Dark Side*, *Crooked Smile* ja *Hey Brother*. Takaumat tarkoittavat jo aikaisemmin tapahtuneiden tilanteiden esittämistä videolla uudelleen. Ennakoinnit taas ovat kohtauksia, jotka esitetään kokonaisina kohtauksina myöhemmin. Musiikkivideoiden tarkastelun perusteella takaumat ja ennakoinnit ovat kerronnallisia tehokeinoja, joiden avulla pidetään katsojan mielenkiintoa yllä koko tarinan ajan ja kerrotaan päähenkilöistä jotakin uutta tai yllättävää. Esimerkiksi musiikkivideossa *The Fighter* kuvataan telinevoimistelua harrastavan miehen elämää. Musiikkivideolla näytetään, miten päähenkilö

valmistautuu tärkeään kilpailuun. Juuri ennen kilpailutilanteen esittämistä musiikkivideon kerronnassa esitetään takauma, jossa kuvataan, miten pieni poika harjoittelee samoja telinevoimisteluliikkeitä kuin päähenkilö. Kohtausta havainnollistavat kuvat 17 ja 18. Takauman perusteella voidaan ymmärtää, että tarinassa esitetään sama päähenkilö lapsena. Takauman avulla musiikkivideolla tuodaan esille laajemmin päähenkilön taustoja ja motiivia kyseistä urheilulajia kohtaan.



Kuva 17. Kuvakaappaus musiikkivideosta The Fighter



Kuva 18. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta The Fighter

Musiikkivideon *How To Love* narratiivinen kerronta perustuu vuorostaan ennakointiin. Tarina alkaa kohtauksella, joka esitetään uudestaan hieman erilaisena versiona tarinan lopussa. Tarinan aloittavassa kohtauksessa esitetään, miten päähenkilönä oleva nainen makaa sairaalassa olevalla hoitopöydällä. Kohtausta havainnollistaa kuva 19. Naiselle ollaan tekemässä jonkinlainen toimenpide, mutta musiikkivideolla ei esitetä suoraan, mistä toimenpiteestä on kyse. Ennen toimenpiteen aloittamista nainen kuitenkin nousee hoitopöydältä ja sanoo, ettei pysty siihen. Tämän jälkeen kuvataan, miten hän juokse pois sairaalasta.



Kuva 19. Kuvakaappaus musiikkivideosta *How To Love*

Sairaalasta pois juoksemista kuvaavan kohtauksen jälkeen tarinan juoni kuvaa tapahtumia päähenkilönä olevan naisen lapsuudesta. Musiikkivideolla esitetään kaksi tarinaa, joissa toisessa päähenkilön äiti pitää tyttärestään hyvää huolta ja toisessa laiminlyö häntä. Musiikkivideon kerronnassa esitetään suoraan, miten rakkauden puute vaikuttaa myös lapsen hyvinvointiin ja elämänvalintoihin, joihin hän on saanut esimerkin kotoaan. Tämä tulee kerronnan lisäksi esiin myös musiikkivideon kertosäkeen sanoituksissa, jotka esitetään liitteessä 2. Versiossa, jossa äiti laiminlyö tyttärtään, päähenkilönä oleva nainen päätyy aikuisiällä prostituoiduksi ja hänellä todetaan olevan sukupuolitauti hiv. Toisessa, niin sanotussa onnellisessa versiossa tytön äiti on naimisissa, päähenkilönä oleva tyttö opiskelee ja hänellä on poikaystävä. Tämän jälkeen videolla palataan uudelleen tarinan alussa kuvattuun sairaalamiljööseen, jossa sama lääkäri toteaa naisen ole-

van raskaana. Paikalla on myös päähenkilönä olevan naisen äiti. Päähenkilönä oleva tytär ja hänen äitinsä esitetään iloisina uutisen johdosta. Kohtauksessa esimerkiksi näytetään, miten he halaavat toisiaan uutisen kuultuaan. Kohtausta havainnollista kuva 20.



Kuva 20. Toinen kuvakaappaus musiikkivideolta How To Love

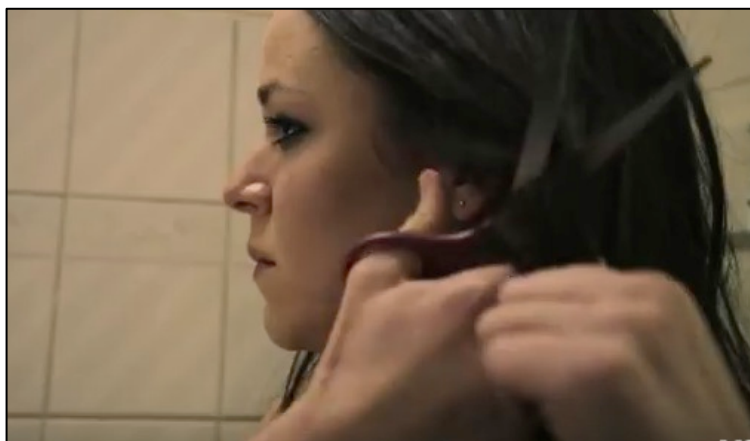
Aineiston analysoinnin perusteella voidaan todeta, että narratiivisten musiikkivideoiden kerronnassa esitetyt takaumat ja ennakoinnit liittyvät aina jollain tavalla tarinan päätteeseen. Takaumien ja ennakointien kerronnallinen merkitys on kuitenkin mahdollista ymmärtää vasta, kun musiikkivideon on katsonut loppuun. Musiikkivideon katselemisen aikana takaumat ja ennakoinnit toimivat tehokeinoina mielenkiinnon ylläpitämiseksi, sillä ne esittävät tarinaan liittyviä viittauksia menneestä tai tulevasta ajasta. Ellipsien, takaumien ja ennakointien läsnäolo musiikkivideoiden kerronnassa ei kuitenkaan häiritse musiikkivideon katselukokemusta, sillä niiden yhteenkuuluvuus kokonaisen tarinan kanssa on helposti ymmärrettävissä tarinassa esitetyn juonen perusteella.

4.3.3 Tarinan sulkeutuminen

Narratiivisille musiikkivideoille tyypillistä on, että lähes jokainen musiikkivideolla esitetty tarina päättyy sulkeumaan. Sulkeuma tarkoittaa tapahtumaa, jossa tarina saa niin sanotun loppupisteensä (Herkman 2001: 99). Sulkeuman vastakohta on avoimuus, jolloin tarina jää jollain tavalla kesken. Avoimessa lopussa katsojalle ei selviä, miten tarina lopulta päättyy. Aineistona olevien narratiivisten musiikkivideoiden kerronnalle tyypil-

listä on, että päähenkilön elämää kuvaava tarina saa loppupisteen, joka ilmenee useimmiten onnellisena. Päähenkilö onnellisuus kuvataan useimmiten jonkinlaisen saavutuksen kautta. Musiikkivideoissa usein esitettyjä saavutuksia ovat esimerkiksi työpaikka, opiskelupaikka, lapsi, parisuhde ja avioliitto.

Musiikkivideolla *Fuckin' Perfect* esitetään nuoren tytön kasvutarina lapsesta aikuiseksi. Musiikkivideon juoni kuvaa suoraan, miten tyttö kokee lapsuudessaan ja nuoruudessaan ulkopuolisuuden tunnetta ja tyytymättömyyttä itseensä. Musiikkivideolla muun muassa näytetään, miten tytön ollessa teini-ikäinen hänen äitinsä ei hyväksy tytön pukeutumistyyliä ja yrittää saada hänet käyttämään erilaisia vaatteita. Musiikkivideon juoni myös kuvaa, miten tyttö vertailee itseään muihin samanikäisiin tyttöihin. Tämän seurauksena hän muun muassa päätyy varastamaan kaupasta samankaltaisia vaatteita kuin vertaamallaan tytöillä. Päähenkilö jää kuitenkin varkaudestaan kiinni, minkä jälkeen hänet kuvataan muun muassa viiltellessä itseään. Viiltelyä kuvaavassa kohtauksessa tyttö istuu kylpyammeessa. Tämän jälkeen hän katsoo kylpyhuoneen hyllyllä olevaa nallea, joka esitetään kulkevan hänen mukanaan myös lapsuutta kuvaavissa kohtauksissa. Päähenkilö nousee ammeesta, katsoo itseään peilistä ja ottaa käteensä sakset, joilla hän leikkaa hiuksensa. Hiusten leikkaus voidaan ymmärtää merkitsevän epäsuorasti sitä, että päähenkilö päättää hyväksyä itsensä sellaisena kuin on ja haluaa tietoisesti erottautua perinteisistä sukupuolirooleista. Perinteisesti länsimaisessa kulttuurissa pitkät hiukset yhdistetään useimmiten naisellisuuteen. Myös tarinan sivurooleissa olevilla muilla tytöillä on pitkät hiukset. Hiustenleikkausta havainnollistaa kuva 21.



Kuva 21. Kuvakaappaus musiikkivideosta *Fuckin' Perfect*

Hiustenleikkausta esittävän kohtauksen jälkeen tytön elämää kuvataan myönteisempänä. Tarinassa muun muassa esitetään, miten päähenkilö on kasvanut aikuiseksi ja on ammatiltaan taidemaalari. Musiikkivideolla näytetään kohtauksia, joiden kautta on ymmärrettävissä, että tytön maalaamat taulut ovat esillä taidenäyttelyssä. Taidenäyttelyssä päähenkilö tapaa miehen, joka esitetään seuraavassa kohtauksessa hänen puolisonaan. Päähenkilö kuvataan makaamassa sängyssä puolisonsa kanssa, minkä jälkeen hän kävelee toiseen huoneeseen. Huoneessa on sänky, jossa nukkuu pieni lapsi. Päähenkilö vie muissa kohtauksissa mukana olleen nallen lapsen sänkyyn ja toteaa tytön olevan täydellinen. Kohtausta havainnollistaa kuva 22. Musiikkivideon *Fuckin' Perfect* loppukohtaukset tuovat esiin kerronnallisille musiikkivideoille tyypillisen onnellisen lopetuksen ja sulkeuman, jossa päähenkilö kuvataan tyytyväisenä elämäänsä.



Kuva 22. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta *Fuckin' Perfect*

Jokaisesta narratiivisesta musiikkivideoista on havaittavissa selkeä loppupiste, mutta kaikissa musiikkivideoissa loppua ei kuvata kuitenkaan kaikkien päähenkilöiden kannalta onnellisena. Tällaisia musiikkivideoita ovat *Crooked Smile*, *Hey Brother* ja *Is Anybody Out There*. Musiikkivideoissa *Crooked Smile* ja *Hey Brother* tarinat päättyvät sulkeumaan, joissa tarinan keskeinen sivuhenkilö menehtyy. Musiikkivideoissa *Hey Brother* menehtynyt henkilö on päähenkilönä kuvatun pojan isä. Musiikkivideoissa *Crooked Smile* menehtynyt henkilö on vuorostaan päähenkilönä olevan miehen tytär.

Ainoastaan musiikkivideossa *Is Anybody Out There* tarinan sulkeutuvuus ei ole tunnistettavissa yhtä suoralla tavalla kuin muissa aineistoon kuuluvissa narratiivisissa musiikkivideoissa. Musiikkivideo esittää kaksi erilaista tarinaa yksinäisyyttä ja ulkopuolisuuden tunnetta kokevasta tytöstä ja pojasta. Tytön syrjäytyneisyyttä kuvataan erilaisin kohtauksin, joissa muut samanikäiset nuoret puhuvat hänestä kielteisesti ja tuijottavat häntä. Tämän jälkeen tyttö kuvataan kävelevän yksin ympäri kotikaupunkiaan. Seuraavaksi hänet esitetään seisovan julkisissa wc-tiloissa, joissa hän katsoo itseään peilistä ja laittaa itselleen huulipunaa. Hän kuitenkin pyyhkii huulipunan pois ja lähtee reppu selässään kävelemään katua pitkin. Tämän kohtauksen jälkeen tyttöä ei kuvata musiikkivideolla enää ollenkaan, minkä vuoksi tarinan lopullinen päätös ei tule katsojalle täysin selväksi. Huulipunan pyyhkiminen ja tilanteesta pois käveleminen voidaan kuitenkin ymmärtää eräänlaisena epäsuorana merkityksenä viitaten siihen, että tyttö ei ikäistensä kiusaamisesta huolimatta aio sopeutua tilanteeseen. Hän ikään kuin toimii parhaaksi havaitsemallaan tavalla, eli kävelee tilanteesta pois.



Kuva 23. Kuvakaappaus musiikkivideosta *Is Anybody Out There*

Pojan tarinassa yksinäisyys tulee vuorostaan ilmi siten, että hänet kuvataan pääasiallisesti yksin omassa huoneessaan. Hänen vanhempansa käyvät välillä huoneen ovella, katsovat poikaa huolestuneesti, mutta eivät sano hänelle mitään. Tämän lisäksi musiikkivideon alussa esitetään kohtausta, jossa päähenkilönä oleva poika keskustelelee puhelimesta huumeiden hankkimisesta. Tämän jälkeen juoni kuvaa, miten poika lähtee ta-

paamaan henkilöä, jonka kanssa hän keskusteli puhelimessa. Matkalla hän törmää isäänsä, joka on samalla paikalla myös saman asian, eli huumeiden ostamisen takia. Kohtauksessa näytetään, miten isä antaa huumeita myyvälle henkilölle rahaa ja saa vastineeksi pienen pussin. Tarina päättyy isän ja pojan väliseen kohtaamiseen. Kohtausta havainnollistavat kuvat 23 ja 24. Vaikka myös tämän tarinan loppu esitetään avoimena, sen perusteella katsojan on mahdollista päätellä, että tilanne eskaloituu kohtaamisen jälkeen jollakin tavoin. Se, onko loppuratkaisu hyvä vai huono, jää kuitenkin katsojan omien tulkintojen varaan.



Kuva 24. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta Is Anybody Out There

Aineistosta tehtyjen havaintojen perusteella voidaan todeta, että sulkeumaan päättyvien musiikkivideoiden tarkoitus on esittää jokin päähenkilön elämään liittyvä ongelma sekä ratkaisu siihen. Enemmän tai vähemmän avoimeksi jäävien lopetusten pyrkimys taas on jättää katsoja itse tekemään omat päätelmänsä tarinan ratkaisuun suhteen. Samalla avoimet lopetukset saattavat pyrkiä herättämään ajatuksia katsojassa musiikkivideon pääteemaan tai muihin siinä esiin tuleviin laajempiin merkitysviittauksiin liittyen. Katsojien ajatusten herättämiseen liittyvät kerronnalliset pyrkimykset ovat kuitenkin aineiston perusteella huomattavasti yleisempiä dokumentoivien ja kokeellisten musiikkivideoiden kohdalla. Dokumentoivat ja kokeelliset musiikkivideot eivät esitä mitään selkeästi havaittavaa ja kronologisesti etenevää tarinaa, vaan ne jättävät tietoisesti tilaa katsojan

omille ajatuksille. Dokumentoitvien ja kokeellisten musiikkivideoiden ominaispiirteitä käydään tarkemmin läpi seuraavissa alaluvussa.

4.4 Dokumentoitvat musiikkivideot

Tutkimuksen aineistosta on tunnistettavissa yhteensä viisi musiikkivideota, jotka ovat kerronnaltaan dokumentoivia. Nämä musiikkivideot ovat *Ballad Of Hollis Brown*, *Candles In The Sun*, *I Was Here*, *No Guns Allowed* sekä *One Voice*. Dokumentoitvien musiikkivideoiden kerronnalle yhteistä on, että niissä esiintyy *samanaikaisesti sekä kategorisia että retorisia kerrontatapoja*, jotka Bordwell ja Thompson (2012) nimeävät dokumentoivia kerrontatapoja edustaviksi erilliksi kerrontatavoiksi. Kategoriset musiikkivideot pyrkivät esittelemään mahdollisen monipuolisesti kerronnan kohteena olevaa aihetta, kun taas retorisessa esitystavassa tarkoituksena on pyrkiä vaikuttamaan jollakin tavoin katsojan ajatusmaailmaan (emt.). Jokainen aineistoon kuuluva, kerronnaltaan dokumentoiva musiikkivideo kuvaa pääteemaansa liittyvää sisältöä kategorisesti, mutta pyrkii samanaikaisesti vaikuttamaan katsojan ajatuksiin retorisesti, erityisesti tunteisiin vetoavalla kuvamateriaalin tai esittämiensä suorien kehotuksien avulla. Dokumentoitvat musiikkivideot esitetään taulukossa 7.

Taulukko 7. Dokumentoitvat musiikkivideot

| |
|------------------------|
| Musiikkivideo |
| Ballad Of Hollis Brown |
| Candles In The Sun |
| I Was Here |
| No Guns Allowed |
| One Voice |
| Yhteensä 5 |

Kategorinen ja retorinen kerrontatapa toimivat siis samanaikaisesti toistensa tukena kuvattessaan musiikkivideon pääteemaa. Toinen yhteinen piirre dokumentoitville musiikkivideoille on, että kerronnan kohteena oleva aihe esitetään *tosiasioihin perustuvana*. To-

siasiallisuus ilmenee joko tietoa välittävien kappaleiden sanoitusten tai oikeassa elämässä tapahtuneen, kategorisen kuvituksen kautta. Myös Bordwellin ja Thompsonin (2012: 355) mukaan tosiasiallisen tiedon esittäminen on dokumentoivan kerrontatavan keskeinen tunnusmerkki. Seuraavissa alaluvuissa esittelen tarkemmin edellä mainittuja dokumentoiville musiikkivideoille ominaisia piirteitä aineistona olevia musiikkivideoita esimerkkinä käyttäen.

4.4.1 Retorisen ja kategorisen esitystavan yhdistely

Musiikkivideot *I Was Here* sekä *One Voice (#theworldneedsmore)* ovat esimerkkejä kategorisia ja retorisia esitystapoja yhdistelevistä musiikkivideoista. Musiikkivideoilla esitetään kategorista kuvituskuvaa liittyen videon päätteeseen, mutta samalla videon kerronnassa kehoitetaan katsojaa toimimaan tietyllä tavalla, mikä vuorostaan viittaa kerronnan retorisuuteen. Musiikkivideon *I Was Here* päätteeseen on altuirismi, joka tulee esiin erilaisten kohtausten kautta, joissa kuvataan hädässä olevien ihmisten auttamislanteita. Auttamisen kohteena esitetään pääasiallisesti kehitysmaissa asuvia sekä erilaisen luonnonkatastrofien seurauksena vaikeuksiin joutuneita ihmisiä. Musiikkivideon kuvallisessa kerronnassa muun muassa näytetään, miten kehitysmaissa asuville ihmisille annetaan ruokaa ja vettä. Avunantokohtausta havainnollistaa kuva 25.



Kuva 25. Kuvakaappaus musiikkivideosta *I Was Here*

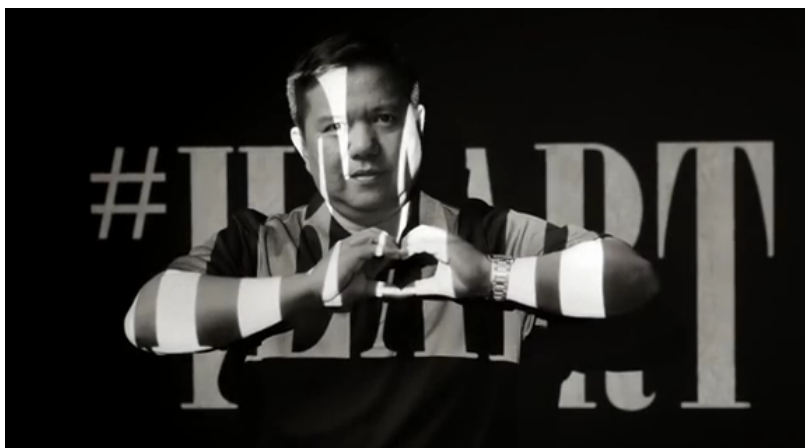
Kategorisia ja retorisia keinoja yhdisteleville musiikkivideoille yhteistä on, että ne kehoittavat videon katsojia tekemään jotain joko suorasti tai epäsuorasti. Erilaisia avunantotilanteita kuvaavien kohtausten ohella musiikkivideolla *I Was Here* kehoitetaan suoraan jokaista ihmistä tekemään jokin hyvä teko toiselle ihmiselle. Kehotusta havainnollistaa kuva 26. Musiikkivideon *I Was Here* retorisuus tulee kuitenkin esiin sekä kuvien 25 että 26 kautta, sillä kuvassa 26 esitetty kehoitus pyritään perustelevaan kategorisella, tositapahtumiin perustuvalla kuvituskuvalle, jota kuva 25 edustaa. Kuva 25 on samalla myös retorinen, sillä ihmisten kuvaaminen hädän keskellä voidaan tulkita esitystapana, jolla pyritään tietoisesti vaikuttamaan katsojan tunteisiin. Kuva siis kehoittaa epäsuorasti katsojaa toimimaan aikaisemmin esittämällään tavalla, eli muita ihmisiä auttamalla.



Kuva 26. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta *I Was Here*

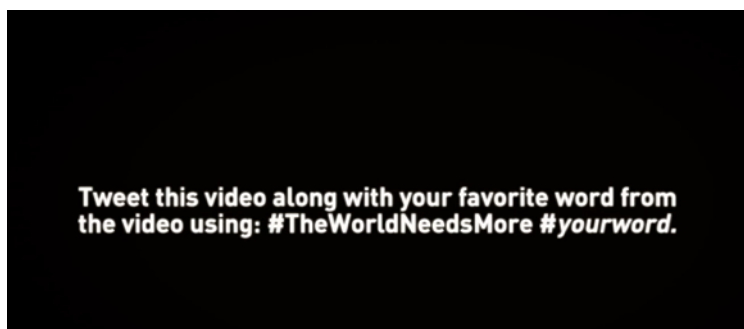
Musiikkivideon *One Voice (#theworldneedsmore)* pääteema on vuorostaan tasa-arvo. Musiikkivideon audiovisuaalisessa kerronnassa esitetään kuvituskuva, jossa kuvataan erilaisista etnisistä taustoista tulevien ihmisten elämää. Myöhemmin musiikkivideolla esitetään, miten erilaisia rotuja edustavat ihmiset tanssivat ja laulavat yhdessä. Lisäksi musiikkivideolla käytetään jonkin verran lavastettuja kuvia, joiden pääosassa ovat myös erilaisista etnisistä taustoista tulevat ihmiset. Lavastetuissa kuvissa ihmisten eteen heijastetaan yksittäisiä sanoja, joilla viitataan kappaleen nimeen liittyvään *the world needs more* -virkkeeseen. Kohtausta havainnollistaa kuva 27. Lavastetut kohtaukset on helppo

erottaa musiikkivideon tositapahtumiin perustuvista kategorisista kuvista, sillä niiden miljööstä on mahdollista havaita, että ne on kuvattu jonkinlaisissa studiotiloissa.



Kuva 27. Kuvakaappaus musiikkivideosta One Voice

Musiikkivideossa *One Voice* (*#theworldneedsmore*) esitetään myös suora kehoitus, jossa ihmisten halutaan osallistuvan hyväntekeväisyyteen. Kehotus liittyy keskeisesti musiikkivideon nimeen, sillä musiikkivideolla pyydetään, että jokainen videota katsova ihminen osallistusi hyväntekeväisyyteen yhteisöpalvelu Twitterissä jakamalla kyseisen videon ja tviittaamalla samalla lauseen, joka alkaa kappaleen nimessä esiin tulevalla *#theworldneedsmore* -virkkeellä ja päättyy johonkin katsojan itse valitsemaan sanaan. Kehotusta havainnollistaa kuva 28.



Kuva 28. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta One Voice

Aineistoon kuuluvien musiikkivideoiden kerronnan analysoinnin perusteella voidaan todeta, että kategorisella ja retorisella kuvituskuvalla pyritään samanaikaisesti lisäämään tietoutta kerronnan kohteena olevaan aiheeseen liittyen sekä houkuttelemaan katsojaa käyttäytymään kerronnassa suoraan tai epäsuoraan ehdotetulla tavalla vetoamalla. Kehotusta pyritään perustelemaan tosiasiallisen, kategorisen kuvituksen kautta. Kummallakin esimerkkinä olevalle dokumentoivalle musiikkivideolle yhteistä on myös se, että ne on toteutettu yhteistyössä hyväntekeväisyysjärjestö *United Nations Foundationsin* kanssa. Musiikkivideo *I Was Here* on toteutettu Maailman humanitaarisen avun päivän kunniaksi vuonna 2012 ja *One Voice (theworldneedsmore)* saman tapahtuman kunniaksi vuonna 2013. Yhteistyö hyväntekeväisyysjärjestön kanssa tulee ilmi suoraan musiikkivideon kuvallisen kerronnan kautta, jossa tuodaan esiin hyväntekeväisyysjärjestön nimi ja logo.

4.4.2 Tosiasiallisuus

Dokumentoiville musiikkivideoille ominaista on, että niiden kerronnassa esitetyt aiheet liittyvät oikeassa elämässä tapahtuneisiin tilanteisiin. Tosiasiallisia tilanteita tuodaan esiin erityisesti kuvallisen kerronnan kautta, mutta myös joidenkin videoiden kohdalla myös kappaleiden sanoituksissa käsitellään erilaisia yhteiskunnallisia ongelmia ja niiden seurauksia. Tosiasiallisuus tulee esiin muun muassa musiikkivideoissa *Ballad Of Hollis Brown* ja *Candles In The Sun*. Musiikkivideon *Ballad of Hollis Brown* pääteema on oikeudenmukaisuus. Oikeudenmukaisuutta ja siihen liittyviä aiheita esitetään Yhdysvalloissa asuvien köyhien maanviljelijöiden elinolosuhteita kuvaamalla. Musiikkivideon kuvallisessa kerronnassa näytetään, millaista on maanviljelijöiden tavallinen arkielämä. Sen lomassa lyhyitä haastatteluja, joissa maanviljelijät kertovat avoimesti huonosta elämäntilanteestaan. Kuvituskuvaan on myös lisätty faktatietoa aiheeseen liittyen. Kappaleen sanoitukset vuorostaan kertovat tarinaa köyhästä maanviljelijämiehestä nimeltään Hollis Brown. Tosiasiallisuutta esiin tuovia kohtauksia havainnollistavat kuvat 29 ja 30.



Kuva 29. Kuvakaappaus musiikkivideosta *Ballad Of Hollis Brown*



Kuva 30. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta *Ballad Of Hollis Brown*

Musiikkivideolla *Candles In The Sun* tosiasiallisen tiedon levittäminen tulee esiin sekä musiikkivideolla soivan kappaleen sanoituksen että liikkuvan kuvan kautta. Sanoituksessa tuodaan esiin erilaisia yhteiskunnallisia ongelmia. Samalla sanoituksessa kyseenalaistetaan esimerkiksi kirkkojen ja muiden uskonnollisten yhteisöjen sekä poliittisten instituutioiden roolia ihmisten elämässä. Esimerkki (7) tuo esiin musiikkivideolla soivan kappaleen sanoitusta.

- (7) Is there a God? Is he watching? Is she watching? Are they watching now? If not, what are we doing? Where are we going? What are we doing now? ... White-collared war crime, money gets spent, just candles in the sun, blowing in the wind. Sun goes down. Heroes often get shot peace has long been forgot.

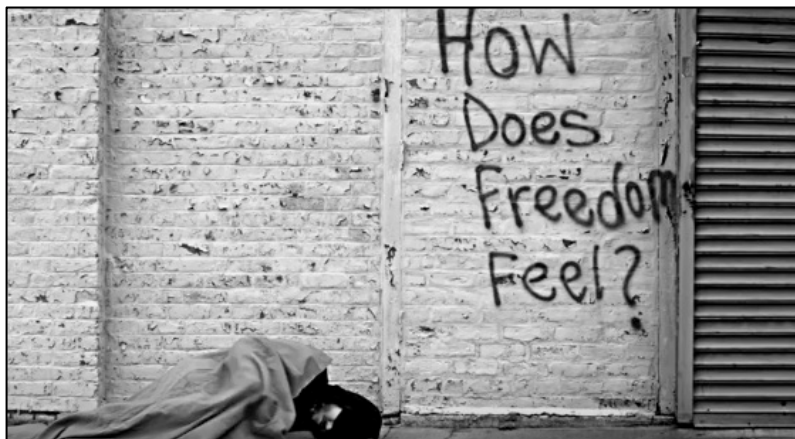
Sanoituksessa viitataan samanaikaisesti moniin eri uskontoihin, sillä siinä tuodaan esiin vaihtoehtoja Jumalan sukupuolesta ja siitä, onko maailmassa olemassa monta Jumalaa. Samalla videolla näytetään kategorista kuvaa erilaisia uskontoja edustavista ihmisistä. Kohtausta havainnollistaa kuva 31. Kappaleen sanoituksessa puhutaan myös valkoisissa kauluspaidoissa käyvien ihmisten sodasta, minkä voidaan epäsuorasti ymmärtää viittavan virkamiehiin ja poliittisiin päättäjiin.



Kuva 31. Kuvakaappaus musiikkivideosta *Candles In The Sun*

Musiikkivideon kuvallinen ilmaisu keskittyy pääasiallisesti esittämään kategorisesti sanoituksissa esiin tulevia yhteiskunnallisia aiheita sekä niitä edustavia instituutioita ja ihmisiä. Kategorisissa kuvissa on havaittavissa myös retorisia piirteitä, joilla halutaan kyseenalaistaa sanoituksessa esiin tulevia yhteiskunnallisia aiheita. Esimerkiksi kuva 32 esittää musiikkivideon kohtausta kadulla nukkuvasta ihmisestä. Nukkuvan ihmisen takana on seinä, jossa suomennettuna lukee *miltä vapaus tuntuu*. Kuvasta on mahdollista tunnistaa epäsuora merkitys, joka viittaa käsitteen vapaus kyseenalaistamiseen. Kuva 32 näyttää, että niin sanotusti vapaasti elävä ihminen ei välttämättä olekaan onnellinen, sillä hänellä ei ole samanlaisia mahdollisuuksia esimerkiksi puhtaaseen ruokaan tai kotiin. Täysin vapaasti elävillä ihmisillä tarkoitetaan sellaisia ihmisiä, jotka elävät niin sanotusti yhteiskunnan ulkopuolella. Kuva viittaa epäsuorasti siihen, että niin sanottuun jokai-

sen ihmisen vapautteen liittyy kuitenkin aina joitakin yhteiskunnallisia velvoitteita, joita todennäköisesti kadulla nukkuva ihminen ei ole täyttänyt.



Kuva 32. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta *Candles In The Sun*

Candles In The Sun -musiikkivideon tarkoitus on kyseenalaistaa asioita ja pyrkiä herättämään mahdollisesti erilaisia ajatuksia katsojissa kerronnassa esiin tuleviin yhteiskunnallisiin kysymyksiin liittyen. Video ei suoranaisesti tuomitse ketään, mutta se esittää epäsuorasti kriittisiä argumentteja moniin instituutioihin ja niiden toimintaan liittyen. Argumentit tulevat ilmi pääasiallisesti kappaleen sanoituksessa, mutta myös kuvallisesta ilmaisusta on tunnistettavissa kyseenalaistavia merkityksiä. Sanoituksen ja kuvan välinen rooli totuudenmukaisen tiedon välittämisen suhteen kuitenkin vaihtelee dokumentoivien videoiden kesken, sillä esimerkiksi musiikkivideossa *Ballad of Hollis Brown* sanoitus kertoo tarinan, eikä ota suoraan kantaa videon päätteeseen.

4.5 Kokeelliset musiikkivideot

Tutkimuksen aineiston musiikkivideoista kolme on audiovisuaaliselta kerrontatavaltaan kokeellisia. Nämä musiikkivideot ovat *Born This Way*, *Skyscraper* ja *Dirty Laundry*. Kaikille kolmelle kokeelliselle musiikkivideolle yhteistä on, että niiden audiovisuaalisen kerronnan kannalta tärkeässä asemassa ovat erilaiset *visuaaliset ratkaisut*. Samalla

videoiden kuvallinen kerronta pitää sisällään paljon *assosioivia kuvia*, joiden merkitys on mahdollista ymmärtää lähinnä kappaleiden sanoituksia kuuntelemalla. Kokeellisille musiikkivideoille yhteistä on myös kerronnan henkilökohtaisuus, joka tulee esiin sekä kappaleiden sanoituksissa että kuvallisessa kerronnassa. Kokeellisissa musiikkivideoissa kuvallinen kerronta keskittyy lähinnä artistien ja heidän esiintymisensä kuvaamiseen. Kerronnan pääosassa on siis artisti itse, eikä esimerkiksi narratiivisille musiikkivideoille tyypilliset näyttelijät. Sanoitukset tuovat vuorostaan jollakin tavoin esiin artistien henkilökohtaisia kokemuksia tai ajatuksia. Aineiston kokeelliset musiikkivideot on esitetty taulukossa 8.

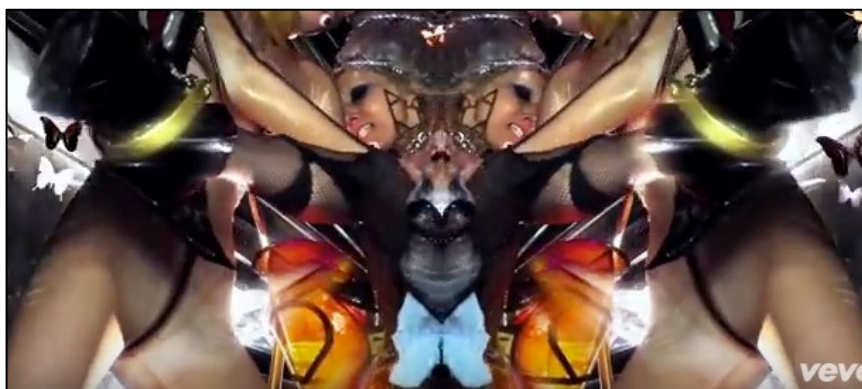
Taulukko 8. Kokeelliset musiikkivideot

| |
|----------------------|
| Musiikkivideo |
| Born This Way |
| Skyscraper |
| Dirty Laundry |
| Yhteensä 3 |

Kokeellisten musiikkivideoiden kohdalla kerronta edustaa selkeästi joko abstraktia tai assosioivaa kerrontatapaa, eikä näiden yhdistelmää. Bordwellin ja Thompsonin (2012: 378–379) mukaan abstraktilla esitystavalla viitataan sellaisiin esityksiin, joiden pääosassa ovat erilaiset visuaaliset ratkaisut. Assosioivalle kerronnalle vuorostaan ominaista on, että siinä esitetään rinnakkain toisiinsa jollain tavalla liittyviä kuvia tai muita elementtejä, joiden pyrkimyksenä on herättää katsojassa erilaisia mielikuvia ja ajatuksia esityksen teemasta. Toisin kuin abstraktissa kerrontavassa, assosioivassa kerronnassa visuaalisuus on kuitenkin toissijaista, sillä tärkeämmässä roolissa on mielleyhtymien herättäminen. (Emt.) Seuraavissa alaluvuissa esittelen edellä mainittuja ominaisuuksia aineistoon kuuluvien kokeellisten musiikkivideoiden kerronnasta.

4.5.1 Visuaalisuus

Born This Way on kerronnaltaan abstrakti musiikkivideo, jossa korostuu erityisesti visuaaliset ratkaisut. Musiikkivideon kuvallinen kerronta on taiteellinen ja epälooginen, eikä siitä ole mahdollista tunnistaa selkeää juonta tai kronologisesti eteneviä kohtauksia. Kerronnan keskiössä ovat erityisesti tyylilliset ratkaisut, joissa hyödynnetään paljon mise-en-scèneä, eli musiikkivideolla olevien ihmisten ja muiden elementtien esillepanoa. Myös editoinnilla, eli kuvatun materiaalin jälkikäsitteilyllä ja kohtausten toisiinsa sulauttamisella, on tärkeä rooli. Editoinnin avulla tehtyjä tyylillisiä ratkaisuja havainnollistaa muun muassa kuva 33, jossa esitetään eräänlainen synnytyskohtaus asettamalla kaksi kuvaa toisiinsa vastakkain.



Kuva 33. Kuvakaappaus musiikkivideosta *Born This Way*

Musiikkivideo *Born This Way* esittää eräänlaisen kertomuksen uuden, tasa-arvoisen yhteiskunnan synnyttävästä avaruusoliosta. Kertomus tulee ilmi musiikkivideon alussa, jossa esiintyjä lausuu ääneen lyhyen tarinan. Vaikka tarina liittyy narratiiviseen kerrontatapaan, en kuitenkaan luokittele musiikkivideota kerronnaltaan narratiiviseksi, sillä siinä ei esitetä mitään muita narratiiviselle esitykselle ominaisia asioita. Alussa ääneen lausutun tarinan jälkeen audiovisuaalisesta kerronnasta on mahdotonta erottaa, mikä siinä esiintyvien olioiden ja heidän tekemiensä toimintojen funktio on. Musiikkivideolla kuvataan muun muassa yksisarvisia hevosia sekä erilaisia voimakkaasti maskeerattuja

olioita tanssimassa ja toisiaan koskettelemassa. Kuva 34 havainnollistaa esimerkiksi musiikkivideolla esiintyvistä, voimakkaasti maskeeratusta oliosta. Myös musiikkivideon tumma miljöö on epätyypillinen, eikä siitä ole tunnistettavissa niin sanotusta oikeasta elämästä tuttuja ympäristöjä ja paikkoja. Miljöö on tietoisesti lavastettu erikoisesti.



Kuva 34. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta Born This Way

Musiikkivideon kuvallisen kerronnan perusteella ei ole mahdollista tunnistaa videon pääteemaksi luokittelemaani tasa-arvoisuutta. Pääteema tulee esiin alussa esitetyn tarinan sekä musiikkivideolla soivan kappaleen sanoituksen kautta. Alussa lausutun tarinan sanoituksia havainnollistaa esimerkki (8).

- (8) ... and thus began the beginning of the new race. A race within the race of humanity. A race which bears no prejudice. No judgment. But boundless freedom.

Puhetta ja kappaleen sanoitusta kuuntelemalla on mahdollista ymmärtää, että musiikkivideolla olevien olioiden ja epätyypillisen miljöön avulla viitataan erilaisuuteen ja uuteen tasa-arvoisempaan yhteiskuntaan. Myös muut musiikkivideon tyyliin liittyvät ratkaisut, kuten kuvien vastakkainasettelu ja muut editoinnin avulla tehdyt jälkityöt, perustuvat musiikkivideon pääteemaan, eli tasa-arvoisuuteen ja erilaisten toimintatapojen hyväksymiseen. Kaikkia abstraktin musiikkivideon visuaalisia ratkaisuja voidaan siis pitää suunnitelmallisina, kuten myös Bordwell ja Thompson (2012: 371) ovat todenneet.

4.5.2 Assosioivat kuvat

Kokeelliset musiikkivideot *Skyscraper* ja *Dirty Laundry* ovat audiovisuaaliselta kerronnaltaan assosioivia. Assioiva kerronta tulee esiin lähinnä musiikkivideoilla esitettyjen yksittäisten, sanoituksiin keskeisesti liittyvien kohtauksien kautta. Myös musiikkivideoiden miljööstä on tunnistettavissa assosioivia piirteitä, joiden merkitys on ymmärrettävissä kappaleen sanoituksia kuuntelemalla. Kummassakin musiikkivideossa keskitytään kuvaamaan lähinnä kappaleiden esittäjää, eikä muita ihmisiä juuri näytetä. Esimerkiksi musiikkivideolla *Skyscraper* kappaleen esiintyjä liikkuu autiossa ja vaaleassa ympäristössä, josta on erotettavissa ainoastaan sen keskellä kulkeva tie. Esiintyjän pukeutuminen ja maskeeraus on pelkistettyä. Esiintyjällä on yllään vaalea kaapu, ja hänen kasvonsa on maskeerattu hyvin luonnollisesti. Musiikkivideon miljööstä on mahdollista tulkita epäsuorasti, että kuvatussa ympäristössä on kylmä, sillä liikkuvassa kuvassa näkyy, miten esiintyjän hiukset ja kaapumainen vaate leijuvat voimakkaasti ilmassa tuulen mukana. Myös ympäristön maasto on vaalea ja muistuttaa lunta, vaikka esiintyjä kävelee tiellä paljain jaloin. Samalla kuvassa paistaa kirkkaasti aurinko. Kohtausta havainnollistaa kuva 35.



Kuva 35. Kuvakaappaus musiikkivideosta *Skyscraper*

Erilaisten säätilojen vastakkainasettelu viittaa assosioivaan kerrontaan, jossa pyritään luomaan kontrasteja erilaisten sääolosuhteiden välille ja kuvaamaan sen avulla metaforisesti kappaleiden sanotuksissa esiin tulevia esiintyjän henkilökohtaisia tunteita.

Taustalla paistavan kirkkaan auringon ja sen säteiden voidaan ymmärtää merkitsevän epäsuorasti voimaantumista, kun taas kylmä ja luminen miljöö viittaa esiintyjän kohtaamiin vastoinkäymisiin. Myös kappaleen sanoituksessa kerrotaan, miten esiintyjä on kohdannut vaikeita tilanteita, mutta pyrkii silti jatkamaan elämäänsä. Kappaleen sanoituksia havainnollistaa esimerkki (9).

- (9) You can take everything I have, you can break everything I am. Like I'm made of glass, like I'm made of paper. Go on and try to tear me down, I will be rising from the ground, like a skyscraper.

Vaikka sanoituksissa puhutaan henkilökohtaisista suhteista, niissä käytetään myös musiikkivideon kuvallisen kerronnan tavoin assosioivia viittauksia. Tähän viittaa myös kappaleen nimi *Skyscraper*, joka suomennettuna tarkoittaa pilvenpiirtäjää. Kappaleen sanoituksessa esittäjä vertaa itseään myös erilaisiin raaka-aineisiin, kuten lasiin ja paperiin. Tämän jälkeen hän kuitenkin kertoo olevansa kestävämpi kuin paperi tai lasi ja vaikeuksista huolimatta hän nousee korkealle kuin pilvenpiirtäjä.

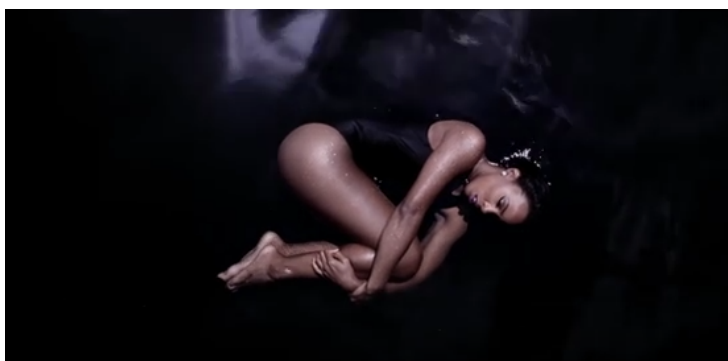


Kuva 36. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta *Skyscraper*

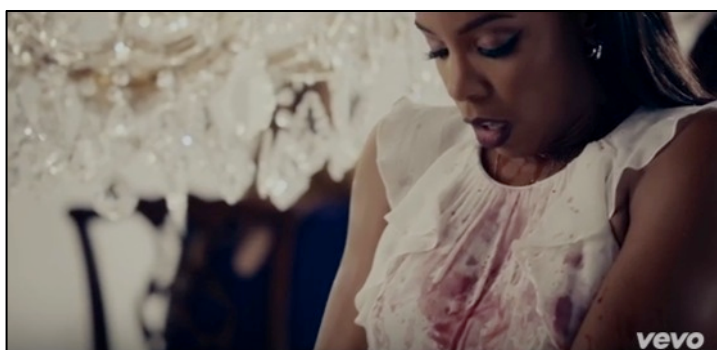
Sanoituksiin ja sitä kuvaaviin assosioiviin kohtauksiin liittyy myös musiikkivideon pääteema omanarvontunto. Musiikkivideolla esitetään esimerkiksi kohtaus, missä nainen kävelee lasinsirujen päällä. Kohtauksen voidaan ymmärtää epäsuorasti viittaavan siihen, miten kappaleen esittäjä joutuu kulkemaan läpi vaikeiden asioiden, jotka satuttavat henkisesti. Päätäväisyytensä ja omanarvontuntonsa vuoksi hän kuitenkin selviytyy tilan-

teista. Tilanne kuvataan assosioivan kerronnan kautta kuitenkin fyysisesti sattuvana, lasin sirujen päällä kävelemisenä. Kohtausta havainnollistaa kuva 36.

Assosioiva kerronta liittyy siis aina keskeisesti musiikkivideon päätteeseen. Musiikkivideon *Dirty Laundry* päätteeseen on rakkaus, mikä tulee ilmi musiikkivideolla soivan kappaleen sanoituksen kautta. Sanoituksessa laulaja kertoo omassa elämässään tapahtuneista tilanteista, jotka liittyvät ystävyys- ja parisuhdeongelmiin. Musiikkivideo *Dirty Laundry* keskittyy pääasiassa kuvaamaan musiikkivideon *Skyscraper* tavoin kappaleen esittäjää ja hänen esiintymistään. Myös kyseisessä musiikkivideossa laulaja esittää assosioivassa ympäristössä. Videossa esimerkiksi näytetään, miten laulaja makaa yksin kätensä kädessä keskellä vettä. Tämän assosioivan esitystavan voidaan ymmärtää viittaavan kappaleiden sanoituksiin, joissa hän puhuu yksinäisyydestä ja kokemastaan ulkopuolisuuden tunteesta. Kohtausta havainnollistaa kuva 37.



Kuva 37. Kuvakaappaus musiikkivideosta Dirty Laundry



Kuva 38. Toinen kuvakaappaus musiikkivideosta Dirty Laundry

Musiikkivideossa *Dirty Laundry* näytetään myös satunnaisia näyteltyjä kohtauksia, joissa mies ja musiikkivideolla esiintyvä nainen riitelevät. Kyseiset kohtaukset liittyvät kappaleen sanoituksen kautta ymmärrettäviin parisuhdeongelmiin, mutta kohtauksista on myös havaittavissa assosioivia ominaisuuksia. Kuva 38 havainnollistaa kohtausta, jossa mieshenkilö kaataa ravintolassa viinilasin naisen päälle ja lähtee pois. Vaikka kohtaus kuvaa kappaleen sanoituksissa esiin tulevia parisuhdeongelmia, kohtaus viittaa samalla kappaleen nimeen, joka suomennettuna tarkoittaa likaista pyykkiä. Myös kappaleen sanoitusta kuvaavassa esimerkissä (10) viitataan likaiseen pyykkiin, jolla tarkoitetaan epäsuorasti niin sanottujen ikävien asioiden ääneen sanomista ja käsittelemistä. Likaisen pyykin merkitykset ovat musiikkivideon kerronnassa assosioivia, sillä sanalla viitataan myös johonkin muuhun, kuin mitä se suoraan tarkoittaa.

- 10) Off the record, I was going through some bullshit. Post-survivor, she on fire, who wanna hear my bullshit? Meanwhile, this nigga putting his hands on me. Swear y'all don't know the half of this industry. Let's do this dirty laundry, dirty laundry. Let's do this dirty laundry.

Aineistoon kuuluvien kokeellisten musiikkivideoiden kohdalla assosioivien elementtien tunnistaminen liittyy aina keskeisesti kappaleen sanoitukseen. Ilman sanoituksia yksittäiset assosioivat kohtaukset olisi ollut mahdollista ymmärtää lähinnä tyyllisinä ratkaisuinä tai musiikkivideoille yleisesti ominaisina piirteinä, kuten epätyypillisinä ympäristöinä (ks. esim Herkman 2001). Narratiivisten musiikkivideoiden tavoin kokeelliset musiikkivideot lähestyvät pääteemojaan henkilökohtaisesta perspektiivistä. Narratiivisesta kerronnasta poiketen kokeelliset musiikkivideot kuvaavat teemojaan useammin epärealistisella tavalla, johon liittyvät erilaiset kuvitteelliset todellisuudet ja henkilöhahmot. Narratiivisessa kerrontatavassa tarinat kuvataan niin sanotussa tavallisessa ja tutun näköisessä miljöössä, jossa ihmiset normaalisti viettävät aikaa. Tämän lisäksi kokeellisissa musiikkivideoissa tuodaan esiin erityisesti kappaleen esittäjiä, kun taas dokumentoivissa ja narratiivisissa musiikkivideoissa kuvataan enemmän muita henkilöitä, jotka ovat usein tarinaan kuuluvia näyttelijöitä. Myös musiikkivideon muotoon liittyvien tyyllisten ratkaisujen, kuten editoinnin ja mise-en-scénen rooli on kokeellisten musiikkivideoiden kohdalla huomattavasti merkittävämpi kuin muissa kerrontatavoissa.

4.6 Musiikkivideoiden ideologiset viestit

Musiikkivideoiden ideologisia viestejä on mahdollista tunnistaa audiovisuaalisesta kerronnasta, eli äänestä, liikkuvasta kuvasta ja näiden vuorovaikutuksesta tunnistettavien merkitysten kautta. Ideologiset viestit voidaan ymmärtää Bordwellin ja Thompsonin (2012) mukaan myös symptomaattisiksi merkityksiksi, joilla viitataan johonkin laajempaan yhteiskunnalliseen, sosiaaliseen tai kulttuuriseen aiheeseen. Kuten luvussa 3.3 esitetään, muita audiovisuaalisesta kerronnasta tunnistettavia merkitystasoja kutsutaan referoiviksi, suoriksi ja epäsuoriksi merkityksiksi. Tähän asti olen kuvaillut aineistoani sekä siitä tunnistettavia pääteemoja ja kerrontatapoja referoivien, suorien ja epäsuorien merkitysten kautta. Seuraavaksi esittelen musiikkivideoiden kerronnasta tunnistettavia ideologisia viestejä, eli symptomaattisia merkityksiä. Samalla vertailen pääteemoja kuvaavien ryhmien ja musiikkivideoilla esiintyvien kerrontakeinojen välistä suhdetta.

Yhteiskunnallista valveutuneisuutta edustavista musiikkivideoista tunnistin kolme erilaista pääteemaa, jotka ovat *oikeudenmukaisuus*, *tasa-arvo* ja *rauha*. Kyseisiä pääteemoja tuodaan monipuolisesti esiin jokaisen kolmen erilaisen kerrontatavan kautta, mutta eniten yhteiskunnallista valveutuneisuutta edustavissa musiikkivideoissa käytetään dokumentoivaa kerrontatapaa. Aineiston perusteella kerrontatapojen käyttämisen suhteen on havaittavissa selkeitä yhtäläisyyksiä liittyen siihen, minkälaisesta näkökulmasta tiettyä pääteemaa tuodaan esiin. Jos esimerkiksi tasa-arvoon liittyviä haasteita kuvataan yhtä ihmistä koskettavana, se esitetään usein narratiivisen tai kokeellisen kerronnan kautta. Narratiivinen kerrontatapa esittää erilaisia tarinoita, joissa ihmiset kohtaavat jonkun musiikkivideon pääteemaan liittyvän ongelman. Kokeellisessa kerronnassa pääteemaa lähestytään vuorostaan kappaleen esittäjän henkilökohtaisten kokemusten kautta, jolloin kokeellisen kerronnan pääasiallinen tehtävä on kuvata erilaisin tyyllillisin keinoin kappaleen esittäjän tuntemuksia. Dokumentoivalle kerrontatavalle on vuorostaan ominaista, että pääteemaan liittyviä aiheita kuvataan mahdollisimman totuudenmukaisella tavalla. Tämä tulee esiin siten, että yhteiskunnallista valveutuneisuutta edustavien musiikkivideoiden kerronnassa käytetään kuvamateriaalia, joka perustuu oikeassa elämässä tapahtuneisiin tilanteisiin. Lavastamaton, ihmisten elinolosuhteita ja maailman tapahtumia esittelevä kuvamateriaali on samanaikaisesti kategorista ja retorista, sillä se

kuvaa laajasti valittua kohdettaan, mutta pyrkii silti välittämään jonkinlaisia argumenttejä katsojilleen joko suorasti tai epäsuorasti.

Tasa-arvoa pääteemaltaan edustavien musiikkivideoiden kerronnassa korostuu ideologinen viesti, jonka mukaan *maailmassa on paljon eriarvoisuutta ja suvaitsemattomuutta, vaikka kaikilla ihmisillä pitäisi olla samat perusoikeudet sukupuoleen, yhteiskuntaluokkaan tai rotuun katsomatta*. Yhdenvertaisuuden ideologista merkitystä tuodaan musiikkivideoilla esiin kuvaamalla muun muassa seksuaalivähemmistöjä edustavia henkilöitä sekä köyhyydestä kärsiviä ihmisiä ja heidän ongelmiaan. Erityisesti narratiivisissa musiikkivideoissa kerrontaan liittyvät keskeiset henkilöt esitetään erilaisia etnisiä taustoja edustavina. Oikeudenmukaisuuteen liittyvä ideologinen viesti tuo vuorostaan esiin sitä, että *ihmisten täytyisi kohdella toisiaan oikeudenmukaisemmalla tavalla*.

Oikeudenmukaisuus
Ihmisten pitäisi kohdella toisiaan oikeudenmukaisemmalla tavalla.

**Yhteiskunnallinen
valveutuminen**

Rauha
Maailma tarvitsee rauhaa.

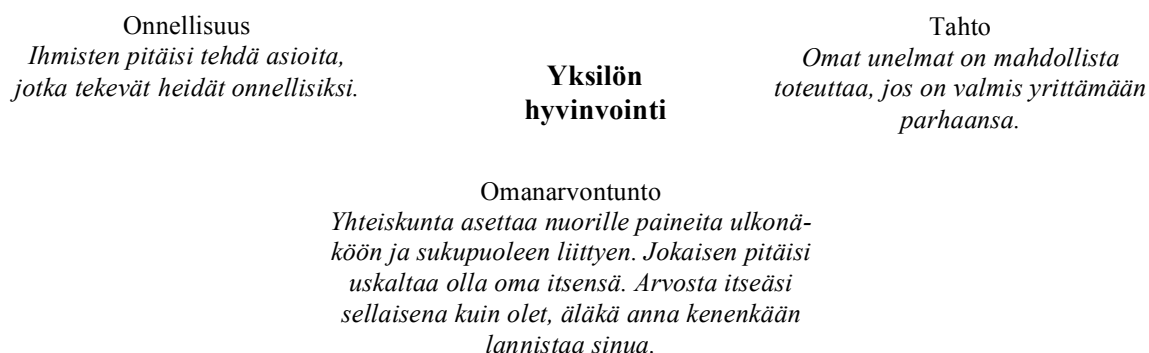
Tasa-arvo
Maailmassa on paljon eriarvoisuutta ja suvaitsemattomuutta. Kaikilla ihmisillä tulisi olla samanlaiset perusoikeudet sukupuoleen, yhteiskuntaluokkaan tai rotuun katsomatta.

Kuvio 7. Yhteiskunnalliseen valveutuneisuuteen liittyvät ideologiset viestit

Myös oikeudenmukaisuutta edustavat musiikkivideot tuovat kerronnassaan esiin tasa-arvon kanssa samankaltaisia aiheita, mutta niiden esitystapa on luonteeltaan kriittisempi. Tämä näkyy muun muassa kappaleiden sanoitusten kyseenalaistavassa sävyssä, jossa pohditaan esimerkiksi ihmisten perusoikeuksiin, kuten vapauteen liittyviä kysymyksiä. Samalla musiikkivideoiden kuvallisessa kerronnassa esitetään epäoikeudenmukaisuudesta aiheutuvia tilanteita, kuten henkistä ja fyysistä pahoinvointia. Pääteemaltaan rauhaa kuvaavassa musiikkivideoissa vuorostaan korostuu ideologinen viesti, jonka mukaan *maailma tarvitsee enemmän rauhaa*. Musiikkivideolla esitetään rauhan puutteesta ai-

heutuvia väkivaltaisia tilanteita, jotka perustuvat tositapahtumiin. Yhteiskunnalliseen valveutumiseen liittyvät ideologiset viestit on koottu kuvioon 8.

Yksilön hyvinvointia kuvaavien musiikkivideoiden pääteemat ovat *omanarvontunto*, *tahto* ja *onnellisuus*. Hyvinvointiin liittyviä yksilöllisiä ongelmia tuodaan audiovisuaalisen kerronnan kautta esiin lähinnä narratiivisesti, lukuun ottamatta musiikkivideota *Skyscraper*, jossa esiintyjän henkilökohtaisia ongelmia kuvataan kokeellisen kerrontatavan avulla. Omanarvontuntoa ja onnellisuutta pääteemaltaan edustavien musiikkivideoiden ideologiset viestit tuovat esiin sitä, *että jokaisen ihmisen pitäisi uskaltaa olla oma itsensä ja tehdä sellaisia asioita, jotka tekevät heidät onnelliseksi*. Ajatusta estävänä asiana nähdään yhteiskunnan asettamat paineet, säännöt ja stereotypiat, jotka aiheuttavat erityisesti nuorille ihmisille paineita muun muassa sukupuoleen ja ulkonäköön liittyen.



Kuvio 8. Yksilön hyvinvointiin liittyvät ideologiset viestit

Samankaltaisesti myös tahtoa pääteemaltaan esiin tuovassa musiikkivideossa korostetaan, miten *omat unelmat on mahdollista toteuttaa, jos on valmis yrittämään parhaansa*. Yksilön hyvinvointia pääteemaltaan edustavat ideologiset viestit korostavat kerrontansa kautta erityisesti yksilöllisyyttä ja jokaisen ihmisen ainutlaatuisuutta, jota tuodaan musiikkivideoilla esiin erilaisin selviytymistarinoin. Musiikkivideoilla kuvataan pääasiallisesti nuorten ihmisten elämää ja heidän kohtaamiaan ongelmia, jotka he lopulta ratkaisevat rohkeudellaan ja päättäväisyydellään. Yksilön hyvinvointiin liittyvät ideologiset viestit on koottu kuvioon 9.

Myös kaikki sosiaalisten suhteiden merkityksellisyyttä pääteemaltaan edustavat musiikkivideot ovat kerronnaltaan narratiivisia. Musiikkivideoilla korostetaan ihmisten välisen läheisten suhteiden merkitystä ja annetaan ymmärtää, miten se vaikuttaa omaan elinympäristöön ja hyvinvointiin. Musiikkivideoiden audiovisuaalisesta kerronnasta tunnistettavien merkitysten perusteella läheisten ihmisten laiminlyönti nähdään kielteisenä, mutta yleisenä ongelmana. Musiikkivideoiden pääteemat ovat *rakkaus*, *uskollisuus* ja *altuirismi*. Kaikkien rakkautta pääteemaltaan edustavien musiikkivideoiden ideologiset viestit kuvaavat, miten *ihminen on onneton ilman rakkautta*. Samalla musiikkivideolla tuodaan esiin erilaisia kielteisiä seurauksia, joita rakkauden puute laajemmin maailmassa aiheuttaa. Musiikkivideoilla kuvataan esimerkiksi yksinäisiä ja syrjäytyneitä nuoria, jotka päätyvät käyttämään huumeita tai joutuvat prostituoiduiksi.

| | | |
|---|--|--|
| Uskollisuus <i>Ole uskollinen itsellesi tärkeitä ihmisiä ja asioita kohtaan.</i> | Sosiaaliset suhteet Altuirismi <i>Ihmiset ajattelevat liikaa itseään. Jokaisen pitäisi olla valmis tekemään hyviä pyyteettömiä tekoja toisille.</i> | Rakkaus <i>Ihmiset ovat onnettomia ilman rakkautta.</i> |
|---|--|--|

Kuvio 9. Sosiaaliin suhteisiin liittyvät ideologiset viestit

Rakkauden puutteeseen liittyviä ongelmia kuvataan erityisesti lapsen ja aikuisen välisen suhteen kautta, jossa aikuiset nähdään eräänlaisina roolimalleina nuorten elämänvalintojen kannalta. Uskollisuutta pääteemaltaan kuvaavan musiikkivideon ideologinen viesti liittyy myös samaan aiheeseen. Siinä tuodaan esiin, miten *ihmisten täytyisi olla uskollisia läheisiään ja muita itselleen tärkeitä asioita kohtaan*. Altuirismia pääteemaltaan kuvaavien musiikkivideoiden ideologiset viestit tuovat esiin vuorostaan sitä, miten *jokaisen ihmisen täytyisi olla valmis tekemään hyviä ja pyyteettömiä tekoja toisten puolesta*. Sosiaaliin suhteisiin liittyvät ideologiset viestit on koottu kuvioon 10.

Jokaiselle aineistoon kuuluvalla musiikkivideolle yhteistä on, että pääteemoja ja niihin liittyviä aiheita kuvataan aina jonkinlaisen ongelman kautta. Musiikkivideot tuovat esiin

puutteita, joiden vuoksi maailmassa nähdään asioiden olevan huonosti. Musiikkivideoissa useasti esiin nousevat ongelmat ilmenevät ihmisten välisinä epäoikeudenmukaisina tilanteina ja niistä aiheutuvina seurauksina, kuten kiusaamisena, syrjimisena, väkivaltana tai itsetunto-ongelmina. Suurimpana ongelmien aiheuttajana nähdään ihmisten itsekeskeisyys. Kaikki ideologiset viestit perustuvat ihmisten välisen kanssakäynnin merkityksellisyyteen, jonka vuoksi myös maailmanlaajuisesti vaikuttavien ongelmien koetaan lähtevän yksilöiden toiminnasta ja käyttäytymisestä. Lähes jokaisesta videosta on kuitenkin tunnistettavissa myönteinen ja kannustava sävy, jonka avulla tuodaan esiin toivoa paremmasta tulevaisuudesta. Tämän perusteella voidaan todeta, että yhdysvaltalaisen populaarimusiikkivideoiden yhteinen pyrkimys on välittää katsojilleen viestejä, joissa kuvataan avoimesti maailmanlaajuisesti vaikuttavia ongelmia, mutta pyritään samalla esittämään ratkaisuja siihen, miten ne voitaisiin ratkaista tulevaisuudessa. Musiikkivideoiden välittämät ideologiset viestit tuovat kaikki jollakin tavoin esiin ajatusta, jonka mukaan maailma olisi parempi paikka, jos ihmiset suhtautuisivat toisiaan kohtaan myönteisemmin ja suvaitsevaisemmin.

5 PÄÄTÄNTÖ

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, minkälaisia ideologisia viestejä yhdysvaltalaista populaarimusiikkia edustavat, 2010-luvun jälkeen julkaistut musiikkivideot pitävät sisällään. Tutkimuksen aineistoon kuului yhteensä 22 musiikkivideota, jotka kaikki ovat olleet ehdolla musiikkitelevisio MTV:n vuosittain järjestämässä Video Music Awards -gaalassa kategoriassa nimeltään *Best video with a social message*. Jokainen aineistoon kuuluva musiikkivideo on myös tehty Yhdysvalloissa ja niissä esiintyvät artistit ovat kyseisen maan kansalaisia. Musiikkivideoiden ideologisia viestejä tutkin niiden audiovisuaalisesta kerronnasta tunnistettavien pääteemojen, kerrontatapojen ja niistä syntyvien merkitysten kautta.

Tutkimus alkoi musiikkivideoiden pääteemojen analysoinnilla ja ryhmittelyllä. Musiikkivideoista oli tunnistettavissa yhteensä yhdeksän erilaista pääteemaa, jotka olivat *omanarvontunto*, *onnellisuus*, *tahto*, *rakkaus*, *uskollisuus*, *altuirismi*, *tasa-arvo*, *oikeudenmukaisuus* ja *rauha*. Koska pääteemoja oli paljon, jaottelin ne sisältönsä perusteella kolmeen erilaiseen ryhmään. Omanarvontuntoa, onnellisuutta ja tahtoa pääteemaltaan kuvaavat musiikkivideot luokittelin ryhmään nimeltään *yksilön hyvinvointi*. Pääteemat rakkaus, uskollisuus ja altuirismi luokittelin ryhmään nimeltään *sosiaaliset suhteet*. Pääteemat tasa-arvo, oikeudenmukaisuus ja rauha vuorostaan luokittelin ryhmään nimeltä *yhteiskunnallinen valveutuneisuus*. Tämän jälkeen tutkin musiikkivideoiden audiovisuaalisia kerrontatapoja Bordwellin ja Thompsonin (2012) esittämän teorian pohjalta, joka perustuu alun alkaen elokuvien erilaisten muototyyppien jaotteluun.

Analyysissä selvisi, että aineiston kuuluvasta 22 musiikkivideosta yhteensä 14 musiikkivideota ovat kerronnaltaan narratiivisia. Tämä tarkoittaa, että videoiden kerronnasta on havaittavissa selkeä, syy-seuraussuhteessa etenevä tarina. Aineiston musiikkivideoista kuusi on kerrontatavaltaan dokumentoivia ja kolme kokeellisia. Dokumentoivien musiikkivideoiden pyrkimyksenä on kuvata kerronnan kohteena olevaa pääteemaa mahdollisimman laajasti esittäen samalla jonkinlaisen argumentin pääteemaan tai sitä kuvaaviin aihealueisiin liittyen. Kokeellisten musiikkivideoiden kerronnassa korostuu vuorostaan

taiteellisuus ja visuaalisuus, joiden avulla pyritään välittämään erilaisia mielleyhtymiä pääteemaan liittyen ja herättämään tällä tavoin mielenkiintoa katsojassa.

Yhteiskunnalliseen valveutumiseen liittyvien musiikkivideoiden ideologiset viestit tuovat esiin laajasti maailmassa vallitsevaa ihmisten välistä epäoikeidenmukaisuutta ja sen seurauksia. Musiikkivideoiden kerronnassa korostetaan erityisesti sitä, miten kaikilla ihmisillä pitäisi olla samanlaiset perusoikeudet sukupuoleen, yhteiskuntaluokkaan tai rotuun katsomatta. Videoilla kritisoidaan yleisesti ihmisten epäoikeidenmukaista käytöstä ja toivotaan maailmaan enemmän rauhaa. Yksilön hyvinvointia kuvaavien musiikkivideoiden pääteemat liittyvät itsensä arvostamiseen ja hyväksymiseen. Musiikkivideoista tunnistettavien ideologisten viestien mukaan erityisesti länsimaisessa yhteiskunnassa vallitsevien stereotyyppien nähdään asettavan nuorille ihmisille paineita muun muassa ulkonäköön ja sukupuolirooleihin liittyen. Tästä huolimatta ideologiset viestit ovat pääasiallisesti sävyiltään kannustavia. Niissä ihmisiä kehoitetaan hyväksymään itsensä sellaisena kuin ovat, sekä tekemään asioita, joista seuraa iloa ja menestystä. Sosiaalisia suhteita pääteemaltaan edustavissa musiikkivideoissa korostuu rakkauden ja uskollisuuden merkitys. Musiikkivideoilla tuodaan esiin, että ihmiset ovat onnetomia ilman rakkautta. Samalla videoilla myös kehoitetaan ihmisiä olemaan uskollisia läheisiään kohtaan sekä tekemään hyviä ja pyyteettömiä tekoja toisten puolesta.

Bordwellin ja Thompsonin (2012) esittämän, elokuvan muototyyppeihin liittyvän teorian hyödyntäminen musiikkivideoiden kerrontatapojen tutkimisessa soveltui aineistoon hyvin, vaikka kyseessä olivat musiikkivideot eivätkä elokuvat. Yli puolet aineiston musiikkivideoista edustavat narratiivista kerrontatapaa, dokumentoivia ja kokeellisia kerrontatapoja käytetään huomattavasti vähemmän. Uskon, että narratiivisen kerrontatavan käyttämisellä on selkeä yhteys juuri erilaisia sosiaalisia, kulttuurisia tai yhteiskunnallisia aiheita esittelevien musiikkivideoiden kanssa, sillä helposti ymmärrettävien tarinoiden kautta haastavalta kuulostavia ongelmia on helpompaa kuvata. Samalla tarinaan kuuluvien henkilöiden avulla ongelmille luodaan ikään kuin kasvot, joihin myös katsojien on helppo samastua. Jos musiikkivideot olisi valittu aineistoon toisenlaisin perustein, uskon että narratiivisen kerrontatavan käyttäminen olisi ollut vähäisempää.

Tutkimus osoitti, että dokumentoivaa kerrontatapaa käytetään erityisesti silloin, kun musiikkivideoiden avulla halutaan kuvata joitakin tositalanteisiin perustuvia tapahtumia. Dokumentoivaa kerrontaa edustavissa musiikkivideoissa kuvataan myös huomattavasti vähemmän siinä esiintyvää artistia. Dokumentoivan kerrontatavan ongelmana voidaan nähdä lähinnä katsojan mielenkiinnon ylläpitäminen. Jos musiikkivideon katsojaa ei kiinnosta siinä esitetyt aiheet, hän ei todennäköisesti jaksa katsoa esitystä loppuun asti. Vaikka kokeellisuus on musiikkivideoiden kerronnalle yleistä, tämän tutkimuksen aineistossa kokeellisia musiikkivideoita oli ainoastaan muutama. Selkein esimerkki aineiston kokeellisesta musiikkivideoista on Lady Gagan musiikkivideo *Born This Way*, josta on tunnistettavissa paljon yhtäläisyyksiä Bordwellin ja Thompsonin (2012) nimeämän abstraktin kerrontatavan kanssa. Aineiston muissa videoissa kokeellisuus esiintyy lähinnä viittauksenomaisesti, sillä videoilla keskitytään assosioivaa kuvamateriaalia enemmän kuvaamaan musiikkivideolla esiintyvää artistia. Narratiivisen kerrontatavan tavoin kokeellisesta kerronnasta on kuitenkin tunnistettavissa tietynlainen henkilökohtaisuus, jonka kautta yhteiskunnallisia ja sosiaalisia ongelmia tuodaan esiin yksilön näkökulmasta. Sosiaalisia tai yhteiskunnallisia viestejä edustavien musiikkivideoiden kannalta kokeellinen kerrontatapa ei kuitenkaan palvele videon tarkoitusta yhtä selkeästi, sillä katsojan mielenkiinto kiinnittyy todennäköisesti musiikkivideon visuaalisiin ratkaisuihin siihen sisällytettyä viestiä enemmän.

Tutkimuksen tulosten perusteella voidaan todeta, että musiikkivideoiden ideologiset viestit liittyvät joko yhden tai useamman ihmisen välisiin sosiaalisiin tilanteisiin tai yhteiskunnallisesti vaikuttaviin, laajempiin ongelmiin. Erityisesti yksilön hyvinvointia sekä sosiaalisia suhteita kuvaavien, näyteltyjen tarinoiden miljööt sijoittuvat pääasiassa Yhdysvaltoihin tai muihin länsimaihin. Yhteiskunnallista valvutuneisuutta kuvaavissa videoissa liikutaan vuorostaan enemmän muissa maanosissa, kuten Afrikassa ja Aasiassa. Koska musiikkivideoiden tekijät ovat kotoisin Yhdysvalloista, on tämän vuoksi ymmärrettävää, että yksilöön ja sosiaalisiin suhteisiin liittyvät tarinat esitetään tapahtuvan sellaisessa ympäristössä, jossa myös musiikkivideoiden tekijät ja katsojat elävät. Samalla kerronta kuitenkin tuo esiin sitä, että esitettyjen ongelmien ymmärretään olevan ajankohtaisia nimenomaan Yhdysvalloissa ja muissa länsimaissa.

Musiikkivideoiden pääteemat ovat ajattomia, mutta audiovisuaalisen kerronnan kautta niitä tuodaan kuitenkin esiin ajankohtaisten, 2010-luvulla keskustelua herättäneiden aiheiden näkökulmasta. Muun muassa tasa-arvoon ja oikeudenmukaisuuteen liittyviin teemoihin tartutaan samaa sukupuolta olevien henkilöiden avioliiton tai muihin seksuaalisuuteen ja sukupuolirooleihin liittyvien kysymysten kautta. Samana vuonna ehdolla olleista musiikkivideoista on tunnistettavissa myös paljon keskenään samankaltaisia pääteemoja ja kerrontatapoja. Esimerkiksi vuonna 2011 ehdolla olleista musiikkivideoista neljä viidestä käsittelee kerronnassaan koulukiusaamista. Kaikki videot ovat myös kerronnaltaan narratiivisia. Tämän vuoksi voidaan olettaa, että tietynä vuonna juuri tietynlaiset aiheet ovat herättäneet paljon keskustelua. Musiikkivideoille tyypillistä on, että ne asettuvat kerronnassaan lähes aina niin sanotusti heikomman puolelle. Tarinat kerrotaan joko epäoikeudenmukaisuutta kokeneen henkilön näkökulmasta tai täysin objektiivisesti, ikään kuin sivusta seuraavan henkilön silmin. Musiikkivideoiden kerronnassa korostuu usein toiveikas sävy sekä ajatus siitä, että yhden ihmisen teoilla ja asenteilla on merkitystä paremman tulevaisuuden kannalta.

Pääteemoihin liittyviä aiheita kuvataan niiden kohderyhmää, eli nuoria ihmisiä, puhuttelevalla tavalla. Tämä tulee esiin muun muassa siten, että musiikkivideoiden pääosassa ovat lähes poikkeuksetta nuoret henkilöt. Myös musiikkivideoilla usein toistuvien aiheiden, kuten kiusaamisen, opiskelun, ihmissuhteiden ja oman itsensä hyväksymisen voidaan ymmärtää olevan juuri nuorten ihmisten elämää koskettavia, ajankohtaisia asioita. Ajankohtaisia ongelmia esiin tuomalla pyritään todennäköisesti vaikuttamaan myös kohdeyleisön vanhempain ja heidän suhtautumiseensa lastensa fanittamisen kohteena oleviin artisteihin. On todennäköistä, että kyseistä palkintokategoriaa edustavien musiikkivideoiden avulla halutaan tuoda esiin artistien niin sanotusti hyväksyttävämpää puolta, joka ei muuten heidän julkisuuskuvansa kautta välity. Muutamat aineistoon kuuluvat musiikkivideot on myös toteutettu yhteistyössä hyväntekeväisyysjärjestöjen kanssa. Musiikkivideoiden kerronnassa annetaan lisäksi ymmärtää, että videolla esitetyt ideologiset viestit ovat siinä esiintyvän artistin omia. Tämä tulee ilmi muun muassa siten, että monessa videossa artisti osallistuu jollain tavalla kerrontaan mukaan, joko näyttelemällä musiikkivideolla olevassa tarinassa tai tuomalla kappaleen sanoituksien kautta esiin omakohtaisia kokemuksiaan pääteemaan liittyen. Tämä, sekä muut edellä mainitut

toimet viittaavat musiikkivideolla esiintyvän artistin tähtikuvan muokkaamiseen sekä entistä ihmisläheisemmän ja tiedostavamman imagon rakentamiseen.

Yleisesti musiikkivideoiden välittämät ideologiset viestit ovat luonteeltaan yleismaailmallisia ja neutraaleja. Musiikkivideoista ei nouse esiin mitään radikaaleja kannanottoja tai mielipiteitä, jotka poikkeasivat esimerkiksi länsimaissa yleisesti vallalla olevasta ajattelutavasta. Tämän perusteella voidaan siis todeta, että musiikkivideot ja niiden välittämät representaatiot ovat hegemonisia. Kun musiikkivideoita tarkastellaan kokonaisuutena, ideologisista viesteistä on tunnistettavissa joitakin yhtäläisyyksiä erityisesti liberaalien ajattelutapojen kanssa. Tämä tulee esiin esimerkiksi aseiden vastustamisena sekä myönteisenä suhtautumisena seksuaalivähemmistöihin ja monikulttuurisuuteen. Musiikkivideoilla esitetään ainoastaan yksi poliittinen henkilö, joka on Yhdysvaltain nykyinen presidentti, demokraattista puoluetta edustava Barack Obama. Hänen väkivaltaa vastustavasta puheesta esitetään lyhyt kohta musiikkivideossa *No Guns Allowed*. Kokonaisuudessaan musiikkivideoita ei kuitenkaan ole mahdollista rinnastaa ideologisten viestiensä perusteella täysin yhteneväiseksi yhdysvaltalaisen demokraattipuolueen kanssa, sillä viestit ovat yleissävyltään neutraaleja, eikä poliittista sitoutumista esitetä minkään musiikkivideon kerronnassa suoraan.

Musiikkivideoiden yleismaailmallisen ja yleisesti hyväksyttävän luonteen vuoksi voidaan pohtia myös sitä, miten ideologisina musiikkivideoiden sisältämiä viestejä voidaan loppujen lopuksi pitää. Esimerkiksi maailman rauha, ihmisten onnellisuus ja hyvät perhesuhteet ovat asioita, joita lähes jokainen ihminen todennäköisesti haluaa elämältään. Ideologisuuden määritelmä itsessään on siis kyseenalainen. Usein ideologisista ryhmistä käytetään esimerkkinä poliittisia puolueita tai uskonnollisia ryhmittymiä, mutta kun puhutaan tietyn maan kansalaisista, pop-muusikoista tai kokonaisesta genrestä, tietynlaisesta ideologista ajattelutapaa on mahdotonta nimetä yksiselitteisesti. Sen sijaan tämä tutkimus kuitenkin osoittaa, että keskenään samankaltaisella ihmisryhmällä, eli populaarimusiikissa esiintyvillä kansainvälisesti tunnetuilla henkilöillä sekä heidän taustallaan vaikuttavilla organisaatioilla, on olemassa joitakin yhteneväisiä aatteita, joiden korostaminen on heidän imagonsa ja yhteiskunnallisen roolinsa kannalta merkittävää.

Analyysin perusteella voidaan myös päätellä, että musiikkivideoiden pyrkimys on pikemminkin välittää niitä katsoville nuorille yleisesti hyväksyttäviä elämänohjeita, kuin ohjeistaa ajattelemaan jollakin tietyllä, radikaalilla tavalla. Mielenkiintoisen musiikkivideoiden neutraalista ja jopa hieman kliseisestä sisällöstä tekee se, että yleisesti ottaen nuorison kuluttaman populaarimusiikin ja siihen kytkeytyvän populaarikulttuurin yhtenä pyrkimyksenä pidetään juuri tietoista erottautumista vallitsevista ajattelutavoista ja normeista. Tähän liittyen muun maussa Mäkelä (2014) on todennut, että musiikki ollut aina 1960-luvulta saakka identiteetin ja erottautumisen väline sekä yksilön tapa julistaa omaa olemassaoloaan. Miles (2000: 6–7) on kuitenkin esittänyt, että 2000-luvulla nuoret ihmiset pyrkivät muodostamaan kulttuuriteollisuuden tuotteista omia merkityksiään, mutta heidän tarkoituksenaan ei silti ole vastustaa valloillaan olevia kulttuurisia ajattelutapoja. Tämän sijasta nuoret haluavat rakentaa ja muokata itsestään tunnistettavia uusia ja myönteisempiä merkityksiä, sillä todellisuus, jossa he tällä tällä hetkellä elävät, kuvataan usein riskialttiina ja epävakaina (emt.). Tämän tutkimuksen tulosten perusteella Milesin (2000) esittämä ajatus on järkeenkäyvä. Aineiston musiikkivideot viestivät siis nimenomaan tästä hetkestä ja nuorten ajattelutavasta, johon liittyy vahvasti pyrkimys irrottautua yleisesti tiedossa olevista ikävistä maailmalla tapahtuvista asioista. Samalla tärkeää on yksilön ainutlaatuisuuden ja merkityksellisyyden korostaminen. Musiikkivideoiden ideologisten viestien kautta pyritään siis ottamaan askel kohti valoisampaa tulevaisuutta, jonka kannalta avainasemassa nuoret kokevat myös itse olevansa.

Oletan, että aineistoon kuuluvien musiikkivideoiden neutraali sävy liittyy keskeisesti niitä esiin nostaman organisaatioon, eli MTV:hen. MTV:n edustama musiikki on kansainvälisesti tunnettua ja suurien yleisöjen suosimaa, minkä vuoksi *Best video with a social message* -palkintokategoriaan ei ole todennäköisesti edes haluttu ottaa mukaan radikaaleja aatteita edustavia yhtyeitä ja artisteja. Todennäköistä on myös, että aineistona olevien musiikkivideoiden ja niitä edustavien artistien muusta tuotannosta saattaisi löytyä huomattavasti rohkeampia sisältöjä. Radikaalien aatteiden esittäminen maailmanlaajuisesti seuratussa palkintogaalassaa saattaisi kuitenkin vaikuttaa kielteisesti sekä MTV:n imagoon sekä sen esiin nostamien artistien suosioon. Tähän vaikuttaa luonnollisesti myös taloudellinen näkökulma, sillä kannattavaa on nimenomaan luoda ja jakaa sellaista sisältöä, johon kohdeyleisön on jo valmiiksi helppo samastua. Aineistona ole-

vien musiikkivideoiden kohdalla ideologisten viestien tehtävä on siis pikemminkin vahvistaa kohdeyleisön jo tiedostamia ajatuksia, kuin ohjata täysin uuteen ajattelutapaan.

Jos tutkimuksen kohteena olisi ollut jokin yksittäinen populaarimusiikkia edustava musiikkigenre, kuten hiphop tai rock, ideologiset viestit olisivat todennäköisesti olleet luonteeltaan rohkeampia. Tämän perustelen sillä, että juuri tiettyjen musiikillisten lajityyppien taustalla vaikuttaa aina omanlaisensa alakulttuuri, johon liittyvät tietynlaiset tavat ja uskomukset. Aineistoon kuuluvia musiikkivideoita ei voida yhdistää jotakin yhtä ja samaa alakulttuuria edustavaksi, vaan niistä on perustellumpaa puhua nimenomaan suurten yleisöjen suosimana populaarimusiikkina ja viihteenä. Musiikkivideoista tunnistettavalla toiveikkaalla ja pääasiallisesti myönteisellä sävyllä on suoria yhtäläisyyksiä viihteen määritelmän kanssa, sillä viihteen yhtenä perimmäisenä tarkoituksena on saada sen katsoja kokemaan iloa ja muita erilaisia mielihyvän tunteita (Shay & King 2003).

Kokonaisuudessaan koen tutkimuksen onnistuneen hyvin. Suhtaudun kriittisesti kuitenkin aineistosta tarkasteltavien asioiden laajuuteen. Tarkasteltavia asioita, kuten pääteemoja ja kerrontatapoja, olisi todennäköisesti voinut tutkia vielä yksityiskohtaisemmin valitsemalla tutkimuksen kohteeksi vain toisen edellä mainituista osa-alueista. Koen kuitenkin, että erityisesti audiovisuaalisten kerrontatapojen tutkiminen ideologisten viestien kannalta oli relevanttia, sillä ne toivat konkreettisesti esiin keinoja, joilla tiettyjä ideologisia viestejä esitteleviä pääteemoja tuodaan esiin. Esimerkiksi musiikkivideoiden tyyliin liittyviä teknisiä ominaisuuksia tarkastelemalla ideologisten viestien sisältöä olisi saattanut olla haastavampaa hahmottaa ja tutkimuksesta olisi tullut enemmän teknisiin asioihin painottuva. Kuten aikaisemmin mainitsin, Bordwellin ja Thompsonin (2012) teos *Film Art* toimi hyvänä perustana musiikkivideoiden tutkimiselle. Jos aineistosta olisi ollut tunnistettavissa huomattavasti enemmän esimerkiksi kokeellisia musiikkivideoita, teos ei todennäköisesti olisi antanut yhtä selkeää mallia videoiden analysoimiseen. Musiikkivideoiden audiovisuaalisista kerrontatavoista kiinnostuneita tutkijoita ajatellen yksi jatkotutkimusaihe voisi olla dokumentoivien tai kokeellisten musiikkivideoiden ja niistä havaittavien ominaisuuksien yksityiskohtaisempi tarkastelu.

Mielenkiintoista olisi tutkia myös joitakin muita Video Music Awards -gaalassa ehdolla olleita musiikkivideokategorioita ja vertailla sitä, miten ideologiset viestit ja kerrontatavat vaihtelevat erilaisten kategorioiden kesken. Jos *Best video with a social message* -palkintokategoria on mukana MTV:n järjestämässä Video Music Awards -gaalassa vielä esimerkiksi viiden vuoden kuluttua, sama tutkimus olisi mahdollista toteuttaa uudelleen tutkimalla minkälaisia pääteemoja, kerrontatapoja ja ideologisia viestejä musiikkivideot edustavat silloin. Tuloksia voisi myös vertailla tämän tutkimuksen tuloksiin. Olisi mielenkiintoista muun muassa tietää, onko narratiivinen kerrontatapa vielä tulevaisuudessa *Best video with a social message* -kategoriaan kuuluvien videoiden kohdalla yleisin, vai korvaavatko sen tulevaisuudessa jotkut muut, joko olemassa olevat tai uudet kerrontatavat. Oma tutkimusalueensa löytyisi myös tiettyä genreä edustavista musiikkivideoista ja niistä tunnistettavista ideologisista viesteistä. Kuten aikaisemmin kävi ilmi, myös musiikkivideoiden sisältämien viestien ideologisuuden astetta olisi relevanttia syventää ja pohtia laajemmin.

Tämän tutkimuksen perusteella ajatukseni musiikkivideoiden merkityksellisyydestä audiovisuaalisena viestintävälineenä vahvistui entisestään. Vaikka aineistoon kuuluvien musiikkivideoiden välittämät viestit eivät olleet luonteeltaan radikaaleja, koen tutkimuksen tulosten kuitenkin vahvistavan ajatusta siitä, että populaarimusiikilla ja viihteellä ylipäättään on tulevaisuudessa entistä keskeisempi rooli yhteiskunnallisiin ja muihin ajankohtaisiin ongelmiin liittyvien keskustelujen herättäjänä ja ylläpitäjänä.

LÄHTEET

- Abrams Nathan, Ian Bell & Jan Udris (2001). *Studying film*. London: Arnold.
- Alanen, Antti (1992). *Sähköiset unet: Musiikkivideot - miten taiteesta tuli pop*. Helsinki: VAPK-Kustannus.
- Aho, Marko & Antti-Ville Kärjä (2007). Johdanto. Teoksessa: Marko Aho & Antti-Ville Kärjä (toim.) *Populaarimusiikin tutkimus*. Tampere: Vastapaino. 7–32.
- Ahponen, Pirkkoliisa (2001). *Kulttuurin pesäpaikka. Yhteiskunnallisia lähestymistapoja kulttuuriteoriaan*. Vantaa: Tummavuoren Kirjapaino Oy.
- Bacon, Henry (2000). *Audiovisuaalisen kerronnan teoria*. Tampere: Tammer-Paino.
- Bacon, Henry (2005). *Seitsemäs taide. Elokuva ja muut taiteet*. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.
- Benshoff, Harry M. & Sean Griffin (2009). *America on film. Representating race, class, gender and sexuality at the movies. 2nd. Edition*. United Kingdom: Blackwell Publishing Ltd.
- Berger, Arthur Asa (1997). *Narratives in popular culture, media and everyday life*. San Fransisco: SAGE Publications Inc.
- Bordwell, David & Kristin Thompson (2012). *Film Art. An Introduction*. 10th Edition. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Carlsson, Sven E. (1999). *Audiovisual Poetry or commercial salad of images? Perspectives on Music Video Analysis* [verkkosivu]. Filmsound.org [Lainattu 5.5.2015]. Saatavilla: http://filmsound.org/what_is_music_video/

- Clevver Music (2011). *Lady Gaga vs. Katy Perry in New VMA Category* [video]. [Lainattu 18.11.2015]. Saatavilla:
<https://www.youtube.com/watch?v=VFNnIHjLADI>
- Connel, John & Chris Gibson (2003). *Sound tracks. Popular music, identity and place*. London: Routledge.
- Croteau, David & William Hoynes (2014). *Media/Society. Industries, Images and Audiences. Fifth edition*. London: Sage Publications.
- Edmond, Maura (2014). Here We Go Again; Music Videos after YouTube. *Television & New Media*. 15:4. 305–320.
- Fiske, John (1993). *Merkkien kieli. Toinen painos. (Introduction to Communication Studies)*. Tampere: Vastapaino.
- Forsman, Nora (2006). Musiikkivideoestetiikka elokuvassa. *Musiikin suunta*. 2. 49–57.
- Frith, Simon (2012). Music and Identity. Teoksessa *Questions of cultural identity*, Stuart Hall & Paul du Gay (toim). London: Sage Publications. 108–125.
- Gaskel, Ed (2004). *Make your own music video*. Cambridge: Ilex.
- Goodwin, Andrew (1993). *Dancing in the Distraction Factory. Music Television and Popular Culture*. New York: Routledge.
- Herkman, Juha (2001). *Audiovisuaalinen mediakulttuuri*. Tampere: Vastapaino.
- Hodkinson, Paul (2011). *Media, culture and society. An Introduction*. Great Britain: CPI Antony Rowe, Chippenham & Wiltshire.

IFPI (2015). *How record labels invest* [verkkosivu]. [Lainattu 10.12.2015]. Saatavilla: <http://ifpi.org/how-record-labels-invest.php>

IFPI (2015). *Digital Music* [verkkosivu]. [Lainattu 10.12.2015]. Saatavilla: <http://ifpi.org/how-record-labels-invest.php>

IFPI (2015). *Digital Music Report 2015. Charting the path to sustainable growth* [pdf-julkaisu]. [Lainattu 10.12.2015]. Saatavilla: <http://ifpi.org/downloads/Digital-Music-Report-2015.pdf>

Juntunen, Max (1997). *Elävän kuvan sanasto. Elokuva-, televisio- ja videoalan keskeiset termit ja käsitteet*. Helsinki: Edita.

Kaplan, Ann E. (1987) *Rocking Around the Clock: Music Television, Postmodernism, and Consumer Culture*. United Kingdom: Routledge.

Kaufman, Gil (2015). These five VMA nominees have an important message for you [verkkosivu]. *MTV.com*. [Lainattu 19.11.2015] Saatavilla: <http://www.mtv.com/news/2252988/vma-social-message-rihanna-big-sean/>

Karhumaa Mika, Lehtman Ida & Jone Nikula (2010). *Musiikki liiketoimintana*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Teos.

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

Kavner, Lucas (2011). VMAs 2011: 'Best Video With A Message' Category Premieres Tonight [online]. *Huffingtonpost*. Saatavilla: http://www.huffingtonpost.com/2011/08/28/mtv-premieres-best-video-_n_939877.html

- Kellner, Douglas (1998). *Mediakulttuuri*. (*Media Culture*, kääntänyt Riitta Oittinen ja työryhmä). Lontoo: Routledge.
- Kunelius, Risto (2003). *Viestinnän vallassa. Johdatus joukkoviestinnän kysymyksiin*. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.
- Lasswell, Harold (1948). The Structure and Function of Communication in Society. Teoksessa: *The Communication of Ideas* L. Bryson (toim.). New York: Institute for Religious and Social Studies. 37–51.
- Lehtonen, Mikko (1999). Vuohet, lampaat ja paimenet. Korkea ja populaari kulttuuri myöhäismodernissa maailmassa. 11–25. Teoksessa: Koivunen Hannele & Tanja Kotro (toim). *Kulttuuriteollisuus*. Helsinki: Edita.
- Lehtonen, Mikko (2000). *Merkitysten maailma. 3. painos*. Tampere: Vastapaino.
- Kärjä, Antti-Ville (2006). Musiikkivideot uudella vuosituhanella. *Musiikin suunta*. 2. 3–12.
- Kärjä, Antti-Ville (2006), Musiikki ja kuva. 179–199. Teoksessa: Marko Aho & Antti-Ville Kärjä (toim.) *Populaarimusiikin tutkimus*. Tampere: Vastapaino. 7–32.
- Marsh, Bill (2012). A Guide To Democratic Herd [verkkosivu] [Lainattu 14.12.2015]. *The New York Times*. Saatavilla:
<http://www.nytimes.com/interactive/2006/10/01/opinion/a-guide-to-the-2006-democratic-herd.html?ref=sunday-review>
- Marsh, Bill (2012). A Guide To Republican Herd [verkkosivu]. [Lainattu 14.12.2015]. *The New York Times*. Saatavilla:
<http://www.nytimes.com/interactive/2005/04/02/sunday-review/a-guide-to-the-republican-herd.html?ref=sunday-review>

- Miles, Steven (2000). *Youth Lifestyles in a Changing World*. Buckingham: Open University Press.
- Moore, Allan (2003). *Analyzing popular music*. Cambridge: Cambridge University Press.
- MTV. *2015 VMA Winners* [verkkosivu]. [Lainattu 22.10.2015]. Saatavilla: <http://www.mtv.com/ontv/vma/2015/>
- MTV Cable Network Information. *Value to Advertisers* [verkkosivu]. [Lainattu 10.9.2015]. Saatavilla: <http://www.parentstv.org/PTC/campaigns/Skins/MTV%20Music%20Television%20Profile.htm>
- Mäkelä, Janne (2014). *Kansainvälisen populaarimusiikin historiaa*. Helsinki: Suomen Jazz & Pop Arkisto.
- New York State Funeral Directors Association (2016). *Honoring those who served: The U.S Military Funeral Honors Program* [verkkosivu]. [Lainattu 22.1.2016]. Saatavilla: <http://www.nysfda.org/index.php/members/publications/250-honoring-those-who-served-the-u-s-military-funeral-honors-program>
- Nikkinen, Are & Janne Rosenvall (2008). Aihe ja teema. Teoksessa: Anders Vacklin, Janne Rosenvall & Are Nikkinen (toim). *Elokuvan runousoppia*. Helsinki: Like
- Railton, Diane & Paul Watson (2011). *Music and the moving image*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Sayre, Shay & Cynthia King (2003). *Entertainment & Society. Audiences, trends and impacts*. California: Sage Publications, Inc.
- Seppänen, Janne & Esa Väliverronen (2013). *Mediayhteiskunta*. Tampere: Vastapaino.

- Shore, Michael (1984). *The Rolling Stone: Book of rock video*. New York: Rolling Stone.
- Spotify. *Etusivu* [online]. [Lainattu 3.1.2015] Saatavilla: <https://www.spotify.com/fi/>
- Stam, Robert, Robert Burgoyne & Sandy Flitterman-Lewis (1992). *New Vocabularies in Film Semiotics*. Routledge: London & New York.
- Peltoniemi, Mirva (2015). Cultural Industries: Product-Market Characteristics, Management Challenges and Industry Dynamics. *International Journal of Management Reviews*. 17. 41–68.
- Pratkanis, Anthony & Elliot Aronson (2001). *Age of propaganda. The everyday use and abuse of persuasion*. New York: W.H Freeman and Company.
- Van Dijk, Teun A. (1998). *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. London: Sage Publications.
- Vernallis, Carol (2004). *Experiencing music video. Aesthetics and Cultural Context*. New York: Columbia University Press.
- Vernallis, Carol (2008). The most terrific sandbox: Music video directors, style and question of the auteur. *Quarterly Review and Film and Video*. 25. 404–425.
- Vernallis, Carol (2013). *Unruly media: YouTube, music video and the new digital cinema*. New York: Oxford University Press.
- Vilkko, Arto (2010). *Soittolistan symbolinen valta ja vallankäytön mekanismit*. Tampere: Tampereen Yliopisto.

Walmsley, Ben (2011). *Key issues in the arts and entertainment industry*. Oxford: Goodfellow Publishers Limited.

Teorialukujen esimerkkivideot:

Ariana Grande (2015). One Last Time [online]. [Lainattu 4.5.2015] Saatavilla: <https://www.youtube.com/watch?v=BPgEgaPk62M>

Beyoncé (2014). 7/11 [online]. [Lainattu 4.5.2015] Saatavilla: https://www.youtube.com/watch?v=k4YRWT_Aldo

Gotye feat Kimbra (2011). Somebody that I used to know [online]. [Lainattu 4.5.2015] Saatavilla: <https://www.youtube.com/watch?v=8UVNT4wvIGY>

Katy Perry (2012). Part Of Me [online]. [Lainattu 10.12.2015] Saatavilla: <https://www.youtube.com/watch?v=uuwfgXD8qV8>

Lady Gaga (2011). You and I [online]. [Lainattu 10.12.2015] Saatavilla: <https://www.youtube.com/watch?v=X9YMU0WeBwU>

Nicki Minaj (2014). Anakonda [online]. [Lainattu 10.12.2015] Saatavilla: <https://www.youtube.com/watch?v=LDZX4ooRsWs>

Pink (2009). Stupid Girls [online]. [Lainattu 4.5.2015] Saatavilla: <https://www.youtube.com/watch?v=BR4yQFZK9YM>

Rihanna feat Calvin Harris (2011). We Found Love [online]. [Lainattu 4.5.2015] Saatavilla: <https://www.youtube.com/watch?v=tg00YEETFzg>

Tyler, The Creator (2011). Yonkers [online]. [Lainattu 4.5.2015] Saatavilla: <https://www.youtube.com/watch?v=XSbZidsgMfw>

LIITTEET

Liite. 1. Analysoitavien musiikkivideoiden perustiedot

| Artisti & Ohjaaja | Musiikkivideo | Kotimaa | Levy-yhtiö | Julkaisuvuosi |
|---|------------------------------------|----------------------|---|----------------------|
| Lady Gaga, Nick Knight | Born This Way | Yhdysvallat | Interscope (Universal Music Group) | 2011 |
| Katy Perry, Dave Meyers | Firework | Yhdysvallat | Capitol Records (Universal Music Group) | 2010 |
| Pink, Dave Meyers | Fuckin' Perfect | Yhdysvallat | LaFace (Sony Music Entertainment) | 2010 |
| Rise Against, Marc Klasfeld | Make It Stop (Septembers children) | Yhdysvallat | Interscope (Universal Music Group) | 2011 |
| Taylor Swift, Declan Whitebloom | Mean | Yhdysvallat | Big Machine Records (Universal Music Company) | 2011 |
| Demi Lovato, Mark Pellington | Skyscraper | Yhdysvallat | Hollywood Records (Disney Music Group) | 2011 |
| Kelly Clarkson, Shane Drake | Dark Side | Yhdysvallat | RCA (Sony Music Entertainment) | 2012 |
| Gym Class Heroes feat. Ryan Tedder, Marc Klasfeld & Nico Sabenorio | The Fighter | Yhdysvallat | Fueled by Ramen (Warner Music Group) | 2012 |
| K'naan feat. Nelly Furtado, Chris Robinson | Is Anybody Out There? | Somalia, Yhdysvallat | A&M Octone Records (Universal Music Group) | 2012 |
| Rise Against, Forth Collis | Ballad of Hollis Brown | Yhdysvallat | Interscope (Universal Music Group) | 2012 |
| Lil Wayne, Chris Robinson | How to Love | Yhdysvallat | Young Money Entertainment (Universal Music Group) | 2011 |
| Macklemore & Ryan Lewis feat. Mary Lambert, Ryan Lewis and Jon Jon Augustavo | Same Love | Yhdysvallat | Macklemore LLC | 2012 |
| Beyoncé Kenzo Digital & Sophie Muller | I Was Here | Yhdysvallat | Columbia Records (Sony Music Entertainment) | 2011 |

| | | | | |
|---|--------------------|--------------------|--|------|
| Kelly Clarkson Chris Marrs Piliero | People Like Us | Yhdysvallat | RCA (Sony Music Entertainment) | 2012 |
| Miguel Sarah McGolgan | Candles In the Sun | Yhdysvallat | RCA Records (Sony Music Entertainment) | 2013 |
| Snoop Lion feat. Cori B & Drake Jessy Terrero | No guns allowed | Yhdysvallat | RCA Records (Sony Music Entertainment) | 2013 |
| Beyoncé Melina Matsoukas | Pretty Hurts | Yhdysvallat | Columbia Records (Sony Music Entertainment) | 2013 |
| Avicii Nick Fung | Hey Brother | Yhdysvallat | PRMD (Universal Music Group) | 2013 |
| J Cole feat. TLC Sheldon Candis | Crooked Smile | Saksa, Yhdysvallat | Roc Nation, Columbia Records (Sony Music Entertainment) | 2013 |
| David Guetta feat. Mikky Ekko Kieran Antill, David Skinner, Darren Wright, Michael Canning | One Voice | Yhdysvallat | What A Music | 2013 |
| Angel Haze feat. Sia Frank Borin | Battle Cry | Yhdysvallat | Republic Records, Island Records (Universal Music Group) | 2013 |
| Kelly Rowland Sarah McGolgan | Dirty Laundry | Yhdysvallat | Republic Records (Universal Music Group) | 2013 |

Liite 2. Analyysitaulukko

| Nimi | Teema | Juoni (Kuvan ja äänen referoivat merkitykset) | Kuva (Suorat ja epäsuorat merkitykset) | Ääni (Suorat ja epäsuorat merkitykset) | Ideologinen viesti (Symptomaattinen merkitys) |
|--------------------|----------------|---|--|---|---|
| 1. Born This Way | Tasa-arvo | Musiikkivideo kuvaa tarinan, jossa avaruusoliota muistuttava henkilö synnyttää uuden yhteiskunnan, jossa erilaiset oliot elävät yhdessä. | Videon kuvallisessa kerronnassa esitetään voimakkaasti maskeerattuja, avaruusolioita muistuttavia hahmoja, joiden ulkomuoto merkitsee epäsuorasti erilaisuutta ja vapautta. Myös musiikkivideon miljöo muistuttaa avaruutta, ja se voidaan tulkita merkitsevän epäsuorasti niin sanottua uutta yhteiskuntaa. | Videon alussa laulaja pitämän puheen kohta kuvaa suoraan musiikkivideon juonta: ... <i>And thus began the beginning of the new race. A race within the race of humanity. A race which bears no prejudice. No judgment. But boundless freedom.</i> | Maaailmassa on paljon eriarvoisuutta ja suvaitsemattomuutta. Kaikilla ihmisillä tulisi olla samanaiset perusoikeudet sukupuoleen tai rotuun katsomatta. |
| 2. Firework | Omanarvontunto | Musiikkivideo kuvaa tarinoita nuorista ihmisistä, jotka tulevat jollakin tavoin kaltoin kohdelluksi ja ovat epävarmoja itsestään. Lopulta jokainen henkilö päättää olla välittämättä muiden mielipiteistä ja tekee jotain rohkeaa. Tekoa tehdessään henkilöstä alkaa nousemaan kipinöitä. | Kuvalliseen kerrontaan ja sen tyyliin liittyvät, editoinnin avulla tehdyt kipinät merkitsevät epäsuorasti rohkeutta omalla itsenä olemiseen. Henkilö ikään kuin loistaa uskaltamalla olla oma itsensä. | Musiikkivideolla esitetyn kappaleen sanoitus kuvaa musiikkivideon teemaa, ideologista viestiä. Samalla se viittaa kuvallisessa kerronnassa käytettyyn tehokeinoon, eli ilotulitukseen: <i>Cause, baby, you are a firework. Come on, show 'em what you're worth. Make them go, aah, aah, aah. As you shoot across the sky. Baby, you are a firework. Come on, let your colours burst. Make them go aah, aah, aah. You are gonna leave them all in awe, awe, awe.</i> | Yhteiskunta asettaa nuorille paineita ulkonäköön ja sukupuoleen liittyen. Jokaisen pitäisi uskaltaa olla oma itsensä. |
| 3. Fuckin' Perfect | Omanarvontunto | Videolla esitetään tarina työstä, joka kokee ulkopuolisuuden tunnetta ikätovereidensa seurassa. Häntä kiusataan ja syrjitään. Tämän seurauksena hän masentuu, varastelee, käyttää huumeita ja viiltelee itseään. Hän harkitsee itsemurhaa, | Musiikkivideon kuvallisen kerronnan lopussa esitetään kohtaus, jossa tyttö harkitsee itsemurhaa. Hän kuitenkin muuttaa mieltänsä, kävelee peilin eteen ja leikkaa hiuksensa. Hiusten leikkaus merkitsee epäsuorasti perinte- | Musiikkivideolla esitetyn kappaleen sanoitus kuvaa teemaa ja ideologista viestiä suoraan: <i>You're so mean when you talk about yourself, you were wrong. Change the voices in your head make them like you instead. So complicated, look happy, you'll make it</i> | Yhteiskunta asettaa nuorille paineita ulkonäköön ja sukupuoleen liittyen. Jokaisen pitäisi uskaltaa olla oma itsensä. |

| | | | | | |
|-----------------|-------------------|---|---|--|---|
| | | mutta lopulta muuttaa mielensä ja päättää ottaa elämässään uuden suunnan. Hän ryhtyy maalaamaan tauluja ja myöhemmin hänen maalaukset esitetään taidenäytelyssä, jossa hän tapaa tulevan puolisonsa. Pariskunta saa lapsen yhdessä ja elää onnellisesti. | sistä sukupuolirooleista irtautumista. Samanaikaisesti muilla musiikkivideon muilla naishenkilöillä esitetään olevan pitkät hiukset. | <i>Filled with so much hatred, such a tired game. It's enough, I've done all I can think of Chased down all my demons, I've seen you do the same.</i> | |
| 4. Make It Stop | Oikeudenmukaisuus | Musiikkivideolla esitetään kolme tarinaa kiusaamisen kohteeksi joutuneista nuorista. Jokainen nuori harkitsee itsemurhaa, mutta muuttaa lopulta mielensä. Tämän jälkeen heidän elämäänsä kuvataan aikuisiällä. Jokainen kiusaamisen kohteeksi joutunut nuori esitetään onnellisena ja he ovat joko työelämässä tai parisuhteessa. | Musiikkivideon kuvallisesta kerronnasta käy ilmi, että se on toteutettu yhteistyössä <i>Its get better</i> –nimisen kiusaamista vastustavan organisaation kanssa. Musiikkivideon kuvallisen kerronnan lopussa esitetään kohtauksia, joissa oikeassa elämässä kiusaamisen kohteeksi joutuneet nuoret kertovat kannustavia lauseita kiusaamisesta ja siitä selviytymisestä. | Musiikkivideon kappaleen sanoitukset tukevat kuvallisessa kerronnassa esiin tulevia kannustarinoita: <i>It's always darkest just before the dawn. So stay awake with me, let's prove them wrong. Make it stop. Let this end, eighteen years pushed to the ledge. It's come to this, A weightless step.</i> | Ihmisten pitäisi kohdella toisiaan oikeudenmukaisemmalla tavalla. |
| 5. Mean | Omanarvontunto | Musiikkivideolla esitetään tarinoita nuorista henkilöistä, jotka joutuvat jollain tavalla ikätovereidensa syrjinnän ja pilkan kohteeksi. Musiikkivideolla näytetään, että päähenkilöt eivät välitä muiden puheista. Tämän jälkeen heidän elämäänsä kuvataan aikuisiällä. Jokainen kiusaamisen kohteeksi joutunut nuori esitetään onnellisena ja he ovat joko työelämässä tai parisuhteessa. | Musiikkivideon kuvallisessa kerronnassa esitetään kohtaus, jossa kiusaamisen kohteena oleva poika ja hänen kiusaajansa kuvataan ulkonäöltään ja pukeutumistyyliältään erilaisina. Kiusaamisen kohteena olevalla pojalla on yllään violetti paita, kaulassaan rusetti ja hän lukee muotilehteä. Kiusaajat taas esitetään kiusaamisen kohteeseen verrattuna huomattavasti isokokoisempina ja he ovat pukeutuneet urheiluväätteisiin. Kohtauksesta on tulkittavissa epäsuora viittaus erilaisiin | Musiikkivideon kappaleen sanoitukset viittaavat suoraan pääteemaan ja ideologiseen viestiin: <i>Someday I'll be living in a big old city. And all you're ever gonna be is mean. Someday I'll be big enough so you can't hit me. And all you're ever gonna be is mean. Why you gotta be so mean?</i> | Yhteiskunta asettaa nuorille paineita erityisesti ulkonäköön ja sukupuoleen liittyen. Jokaisen pitäisi uskaltaa olla oma itsensä. |

| | | | | | |
|--------------------------|----------------|--|--|---|---|
| | | | sukupuolirooleihin, joiden vuoksi jotkut kokevat ulkopuolisuuden tunnetta. | | |
| 6. Skyscraper | Omanarvontunto | Musiikkivideolla näytetään, miten kappaleen laulaja liikkuu autiossa vaaleassa ympäristössä ja käveleelasinsirujen päällä. | Kuvallisessa kerronnassa esiin tuleva lasinsiruilla käveleminen on epäsuora merkitys, jolla viitataan oikeassa elämässä henkisesti satuttavien asioiden kestämiseen. | Musiikkivideon kappaleen sanoitukset kuvaavat teemaa ja ideologista viestiä: <i>You can take everything I have You can break everything I am. Like I'm made of glass Like I'm made of paper Go on and try to tear me down. I will be rising from the ground. Like a skyscraper.</i> | Arvosta itseäsi sellaisena kuin olet, äläkä anna kenenkään lannistaa sinua. |
| 7. Dark Side | Rakkaus | Musiikkivideolla kuvataan erilaisia ihmisiä ja heidän kokemiaan vastoinkäymisiä, jotka liittyvät muun muassa sotaan, sairastumiseen ja itsensä hyväksymiseen. | Musiikkivideolla kuvataan miehen surullisia kasvoja. Samaan aikaan kuvan taustalla näytetään kuvituskuvaa sodasta. Tämän jälkeen kamera siirtyy miehen jalkoihin, joista toisessa on proteesi. Kohtausten ja kappaleen sanoitusten avulla voidaan ymmärtää, että mies on vammautunut sodassa ja pelkää, hyväksyykö hänen lähipiirinsä häntä vammautumisen takia. | Musiikkivideon kappaleen sanoitukset kuvaavat epäsuorasti musiikkivideon teemaa ja ideologista viestiä: <i>Everybody's got a dark side. Do you love me? Can you love mine? Nobody's a picture perfect, but we're worth it You know that we're worth it. Will you love me? Even with my dark side?</i> | Ihmiset ovat onnettomia ilman rakkautta. |
| 8. The Fighter | Tahto | Musiikkivideolla esitetään tarina, jossa kuvataan nuoren miehenkilön telinevoimistelu-urheilua. Lopuksi musiikkivideolla näytetään, miten mies menestyy urheilukilpailussa. | Musiikkivideon kuvallisessa kerronnassa esitetään kohta, jossa päähenkilö kuvataan lapsena harjoittelemassa telinevoimistelua. Tämän perusteella voidaan ymmärtää epäsuorasti, että päähenkilö on harastanut kyseistä lajia pitkään ja urheilu on hänelle tärkeää. | Musiikkivideoiden kappaleiden sanoitukset kuvaavat teemaa ja ideologista viestiä suoraan: <i>Give 'em hell, turn their heads. Gonna live life 'til we're dead. Give me scars, give me pain. Then they'll say to me, say to me, say to me. There goes a fighter.</i> | Kaiken voi saavuttaa, jos on valmis yrittämään parhaansa. |
| 9. Is Anybody Out There? | Rakkaus | Musiikkivideolla esitetään tarina työstä ja pojasta, jotka kokevat yksinäisyyttä ja ulkopuolisuutta. Poika istuu yksin kotonaan ja pelaa konsolipeliä, jonka jälkeen hänen on tarkoitus mennä ostamaan huumeita. | Musiikkivideon kuvallisessa kerronnassa esitetty kohta huulipunaa huuliltaan pois pyyhkivästä työstä voidaan tulkita epäsuorana merkityksenä, joka viittaa perinteisistä suku- | Musiikkivideolla esitetyn kappaleen sanoitukset kuvaavat suoraan musiikkivideon juontaa ja ideologista viestiä: <i>She's really counting on your love. Still struggling uphill. But you act like you don't care. Right now she could</i> | Ihmiset ovat onnettomia ilman rakkautta. |

| | | | | | |
|----------------------------|-------------------|--|---|---|---|
| | | Samalla hän törmää isäänsä, joka on myös ostamassa huumeita. Tarina päättyy heidän kohtaamiseensa. Tyttö taas nimitellään ja osoitellaan. Tämän jälkeen hänet kuvataan kävelevän ympäri kotikaupunkiaan. Hän koettaa laittaa itselleen huulipunaa, mutta pyyhkii sen pois. Tämän jälkeen hän lähtee kävelemään pois, mutta määränpäättä ei esitellä. | puolirooleista irtautumiseen. Tarinassa kuvatut muut samanikäiset tytöt kuvataan laittautuneina, joka tukee sukupuolirooleihin viittaavaan epäsuoraa merkitystä. | <i>really use a shoulder. Hanging onto the edge til it's over. She's crying for your love tonight. Lonely is hard to survive, she said.</i> | |
| 10. Ballad of Hollis Brown | Oikeudenmukaisuus | Musiikkivideolla esitetään tositapahtumiin perustuvia kuvia ja tilastotietoa köyhien maanviljelijöiden elinolosuhteista Yhdysvalloissa. | Musiikkivideon kuvallinen kerronta pitää sisällään suoria viittauksia pääteemaan ja ideologiseen viestiin. Kuvallisessa kerronnassa esimerkiksi näytetään sairaita ja näлкиintyneitä ihmisiä. Tämän avulla ihmisten välistä oikeudenmukaisuutta kyseenalaistetaan. | Musiikkivideolla esitetyn kappaleen sanoitukset kuvaavat suoraan juonessa kuvattuja ihmisiä: <i>Your baby's eyes look crazy. They're a-tuggin' at your sleeve. Your baby's eyes look crazy. They're a-tuggin' at your sleeve. You walk the floor and wonder why. With every breath you breathe.</i> | Ihmisten pitäisi kohdella toisiaan oikeudenmukaisemalla tavalla. |
| 11. How To Love | Rakkaus | Musiikkivideolla esitetään kaksi tarinaa, joissa toisessa äiti pitää tyttärestään hyvää huolta ja toisessa laiminlyö häntä. Laiminlyönnin seurauksena tyttö joutuu seksuaalisen hyväksikäytön uhriksi, päättyy työskentelemään prostituoituna ja saa sukupuolitaudin. Toisessa versiossa tyttö hankkii koulutuksen, hänellä on poikaystävä ja hän tulee raskaaksi. | Tarinat kuvataan erilaisissa värisävyissä. Onnellisessa tarinassa esitetään kirkkaita ja selkeitä värejä, surullisessa tarinassa sävy maailma on tumma. Tämänkaltaisilla tyylillisillä tehokeinoilla tuodaan esiin epäsuorasti niin sanottuja oikeita ja väriä tapoja elää. | Musiikkivideolla esitetyn kappaleen sanoitukset kuvaavat suoraan tarinan juonta ja siinä olevan päähenkilön koettelemuksia: <i>See you had a lot of crooks try to steal your heart. Never really had luck, couldn't never figure out how to love. see you had a lot of moments that didn't last forever. Now you in this corner try'na put it together how to love.</i> | Ihminen on onneton ilman rakkautta. |
| 12. Same Love | Tasa-arvo | Musiikkivideo esittää tarinan kahdesta miehestä, jotka alkavat seurustelemaan, menevät naimisiin ja elävät toistensa rinnalla vanhuuteen saakka. | Musiikkivideon kuvallisessa kerronnassa päähenkilöt kuvataan eri rotuisina, joka viittaa suoraan myös videon pääteemaan ja ideologiseen viestiin. Musiikkivideon kuvallinen kerronta pitää sisällään myös yksittäisiä kuva-kohtauksia, joissa näytetään muun | Musiikkivideon kappaleen sanoitukset kuvaavat epäsuorasti musiikkivideon teemaa ja ideologista viestiä kyseenalaistamalla asioita: <i>Playing God, aw nah here we go. America the brave still fears what we don't know And "God loves all his children" is somehow forgotten. But we paraphrase a book written</i> | Maailmassa on paljon eriarvoisuutta ja suvaitsemattomuutta. Kaikilla ihmisillä tulisi olla samanlaiset perusoikeudet sukupuoleen tai rotuun katsomatta. |

| | | | | | |
|------------------------|-------------------|---|--|---|---|
| | | | muassa palavia ristejä ja kirkkoja. Musiikkivideolla olevan kappaleen sanoituksia kuuntelemalla voidaan ymmärtää, että kohdatukset viittaavat epäsuorasti erilaisen uskontojen ja niihin liittyvien aatteiden kyseenalaistamiseen. | <i>thirty-five-hundred years ago, I don't know.</i> | |
| 13. I Was Here | Altuirismi | Musiikkivideolla esitetään kuvituskuvaa, jossa näytetään kehitysmaissa asuvia ihmisiä ja heidän elinolosuhteitaan. Samalla musiikkivideolla näytetään erilaisia avunantotilanteita, joissa ihmisiä pelastetaan tai heille annetaan ruokaa ja vettä. | Musiikkivideon kuvallisesta kerronnasta selviää, että video on toteutettu yhteistyössä Ihmisoikeusjärjestö Amnestyn kanssa. Tämän yhteydessä videolla kehoitetaan ihmisiä tekemään jokin pyyteeton ja hyvä teko toiselle ihmiselle. | Musiikkivideon kappaleen sanoitukset kuvaavat epäsuorasti pääteemaa ja ideologista viestiä: <i>I wanna leave my footprints on the sands of time. Know there was something that, meant something that I left behind. When I leave this world, I'll leave no regrets. Leave something to remember, so they won't forget. I was here.</i> | Ihmiset ajattelevat liikaa itseään. Jokaisen pitäisi olla valmis tekemään hyviä pyyteettömiä tekoja toisille. |
| 14. People Like Us | Omanarvontunto | Musiikkivideo kertoo tarinan, jossa pieni tyttö viedään sairaalaan tutkittavaksi, sillä häntä pidetään erilaisena kuin muita ihmisiä. Yksi sairaalan lääkäreistä kuitenkin karkaa tytön kanssa pois sairaalasta ja he ajavat autolla toisten ihmisten luokse. | Päähenkilönä olevan tytön erilaisuutta kuvataan tyylillisin keinoin, sillä kaikki muu kuvitus musiikkivideolla on mustavalkoista, mutta tyttö esitetään värillisenä. Myös videon lopussa ihmiset, joiden luokse tyttö ja lääkäri karkaavat, kuvataan värillisenä. Lopuksi koko kuva muuttuu värilliseksi. Erilaisin värisävyin tuodaan epäsuorasti esiin niin sanottuja hyviä ja pahoja ihmisiä. | Musiikkivideolla esitetyn kappaleen sanoitukset kuvaavat suoraan videon juonta, pääteemaa ja ideologista viestiä: <i>People like us we've gotta stick together. Keep your head up nothing lasts forever. Here's to the damned, to the lost and forgotten. It's hard to get high when you're living on the bottom. We are all misfits living in a world on fire. Sing it for the people like us, the people like us.</i> | Arvosta itseäsi selaisena kuin olet, äläkä anna kenenkään lannistaa sinua. |
| 15. Candles In The Sun | Oikeudenmukaisuus | Musiikkivideo esittää kuvituskuvaa yhteiskunnallisiin aiheisiin, kuten sotiin, uskontoihin ja rotuihin liittyen. | Musiikkivideon kuvallisessa kerronnassa näytetään kohtaus, jossa mies nukkuu kadulla. Hänen yläpuolellaan lukee teksti <i>What freedom feels?</i> Kuvassa on epäsuora merkitys, jonka avulla kyseenalaistetaan vapaus käsitteenä. | Musiikkivideolla esitetyn kappaleen sanoitukset kuvaavat epäsuorasti pääteemaa ja ideologista viestiä esittäen kriittistä pohdintaa yhteiskunnasta: <i>Diamond in the back, babies on crack, kickin' the door, waving the four four. White-collared war crime, money gets spent, candles in the sun, blowing in the</i> | Ihmisten pitäisi kohdella toisiaan oikeudenmukaisemmalla tavalla. |

| | | | | | |
|---------------------|-------------|--|---|--|---|
| | | | | <i>wind, sun goes down. Heroes often get shot. Peace has long been forgot got got got. Oh will it be too late once we find out? We're all that we got.</i> | |
| 16. No Guns Allowed | Rauha | Musiikkivideo esittää kuvituskuvaa väkivallan seurauksena tapahtuviin tilanteisiin liittyen. | Musiikkivideon kuvallinen kerronta rakentuu kategorisista, tosi elämässä tapahtuneista väkivaltaisuuksiin liittyvistä kuvista sekä retorisista lavasteista kuvituskuviista, joissa esimerkiksi lapset kuvataan leikkimässä aseilla. Kohtauksilla viitataan suoraan musiikkivideon sanoitukseen ja päätteeseen. | Musiikkivideolla esitetyn kappaleen sanoitukset kuvaavat pääteemaa ja ideologista viestiä: <i>Let the music play, me don't want no more gunplay. When the bodies hit the ground, there's nothing left to say. Me don't want to see no more innocent blood shed. Me don't want to see no more youth dead. Come hear me now.</i> | Maailma tarvitsee rauhaa. |
| 17. Pretty Hurts | Onnellisuus | Musiikkivideo kertoo tarinan nuoresta kaudenkilpailuihin osallistuvasta naisesta. Kilpailuihin valmistautuminen tekee hänet kuitenkin onnettomaksi. Lopulta hän päättää jättää kilpailun ja keskittyä elämässään asioihin, jotka tekevät hänet onnelliseksi. | Onnellisuus tulee esiin musiikkivideon kuvallisessa kerronnassa epäsuorasti puutteen kautta. Musiikkivideolla oleva nainen kertoo elämänsä tärkeimmäksi tavoitteeksi onnellisena olemisen, mutta musiikkivideo kuvaa henkilön elämää onnettomana. Musiikkivideolla esitetään muun muassa kohtauksia joissa kilpailuun valmistautuva päähenkilö ja muut osallistujat muun muassa oksentavat syömänsä ruoan sekä arvostelevat ja osoittelevat toisiaan. Kyseessä on epäsuora merkitys, jolla tuodaan esiin onnettomuutta ja pahaa oloa. | Musiikkivideon kappaleen sanoitukset kuvaavat epäsuorasti teemaa ja ideologista viestiä: <i>Pretty hurts, we shine the light on whatever's worst. Perfection is a disease of a nation, pretty hurts, pretty hurts. Pretty hurts, we shine the light on whatever's worst. We try to fix something but you can't fix what you can't see. It's the soul that needs the surgery.</i> | Ihmisten pitäisi tehdä asioita, jotka tekevät heidät onnellisiksi. Yhteiskunta asettaa nuorille paineita ulkonäköön ja sukupuoleen liittyen. Jokaisen nuoren pitäisi uskalltaa olla oma itsensä. |
| 18. Hey Brother | Uskollisuus | Musiikkivideolla kuvataan isän ja pojan välistä suhdetta. Läheinen suhde esitetään samanaikaisesti omaa perheenjäsentä sekä kotimaata kohtaan, sillä lopulta isä joutuu lähteä sotaan ja jättä- | Musiikkivideon kuvallisessa kerronnassa isän ja pojan suhde kuvataan aluksi veljeytenä. Isän hahmossa näyttelee aluksi nuori poika, joka kuvataan ikään kuin | Musiikkivideolla esitetyn kappaleen sanoitukset kuvaavat suoraan juonta, pääteemaa ja ideologista viestiä: <i>Hey brother, do you still believe in one another? Hey sister, do you still believe in love, I won-</i> | Ole uskollinen itsellesi tärkeitä ihmisiä ja asioita kohtaan. |

| | | | | | |
|-------------------|----------------|---|---|--|--|
| | | mään poikansa. Lopulta isä menehtyy sodassa ja poika jää yksin. | päähenkilönä olevan pojan isoveljenä. Isoveljen oikea, isään viittaava rooli tulee esiin epäsuorasti vasta kerronnan lopussa, jossa esitetään valokuva heistä. Kuvaa on muutettu editoinnin avulla siten, että valokuvassa oleva isoveli muuttuu yhtäkkiä aikuiseksi mieheksi. Veljesuhteen kuvaamisen voidaan ymmärtää merkitsevän epäsuorasti vahvaa uskollisuutta toista ihmistä ja kotimaataan kohtaan. | <i>der? Oh, if the sky comes falling down for you. There's nothing in this world I wouldn't do.</i> | |
| 19. Crooked Smile | Tasa-arvo | Musiikkivideo kertoo tarinan, jonka pääosassa ovat tummaihoiset ja valkoihoiset miehen miehen lopulta kiinni. Tarinassa kuvataan, että kummallakin miehellä on perhe ja he elävät niin sanottua normaalia tavallista elämää. Tummaihoisen miehen tarina päättyy kuitenkin surullisesti, sillä poliisien hyökätessä hänen taloonsa aseellisesti hänen tyttärensä menehtyy. | Musiikkivideon kuvallinen kerronta keskittyy eri rotujen epätasa-arvoisuuden kuvaamisen lisäksi levittämään tietoutta huumeiden käytön vaaroista. Videon lopussa esitetään teksti, jossa lukee ”Viesti J Colelta: pyydän, harkitse tekojasi huumeiden suhteen” Kyseessä on suora merkitys, jonka kautta sivutaan musiikkivideon pääteemaan liittyvää aihetta, eli huumeiden käyttöä. | Musiikkivideolla esitetyn kappaleen sanoitukset kuvaavat epäsuorasti teemaa ja ideologista viestiä: <i>Look at the nation, that's a crooked smile braces couldn't even straighten. Seem like half the race is either on probation. Or in jail; wonder why we inhale. Cause we in hell already. I ask if my skin pale Would I then sell like Eminem or Adele?</i> | Maailmassa on paljon eriarvoisuutta ja suvaitsemattomuutta. Kaikilla ihmisillä tulisi olla samantyyppiset perusoikeudet sukupuoleen tai rotuun katsomatta. |
| 20. One Voice | Altuirismi | Musiikkivideon alussa esitetään teksti, jossa ihmisiä kehoitetaan osallistumaan hyväntekeväisyyteen Twitterin kautta. Tämän jälkeen musiikkivideolla näytetään kuvituskuvaa erirotuisten ihmisten kasvoista ja heidän tekemistään asioista yhdessä. | Musiikkivideon pääteema ja ideologinen viesti tulee kuvallisesta kerronnasta esiin suoraan, kun siinä ihmisiä kehoitetaan osallistumaan hyväntekeväisyyteen. Kuvallisesta kerronnasta selviää myös, että video on toteutettu yhteistyössä Ihmisoikeusjärjestö Amnestyn kanssa. | Musiikkivideolla esitetyn kappaleen sanoitukset kuvaavat suoraan pääteemaa ja ideologista viestiä: <i>One voice and it's got to be you. We can only get one heart. And it's got to be throug. So if your love is breakthrough, turns voice. You cannot live without a voice.</i> | Ihmiset ajattelevat liikaa itseään. Jokaisen pitäisi olla valmis tekemään hyviä pyyteettömiä tekoja toisille. |
| 21. Battle Cry | Omanarvontunto | Musiikkivideo esittää tarinan tytöstä, jota kohdellaan lapsuudessa | Musiikkivideon kuvallisen kerronnan avulla voidaan | Musiikkivideolla esitetyn kappaleen sanoitukset kuvaavat suoraan | Arvosta itseäsi sellaisena kuin olet, äläkä anna kenen- |

| | | | | | |
|-------------------|---------|---|--|---|--|
| | | <p>saan kaltoin. Hän kokee lapsena muun muassa seksuaalista hyväksikäyttöä. Tämän jälkeen tyttö kuvataan hieman vanhempana, mutta traumatisoituneena. Videolla näytetään, miten tyttö viiltelee käsiään. Kohtauksien taustalla seisoo kappaleen esittäjä, joka seuraa tilanteita. Lopuksi tarinassa kuvataan kappaleen esittäjää, joka kirjoittaa paperille tekstiä samassa ympäristössä, kuin missä nuori tyttö kuvattiin. Tämän jälkeen hän liikkuu samassa ympäristössä iloisena ja hymyilevänä.</p> | <p>ymmärtää, että tarina liittyy osittain kappaletta esittävän artistin lapsuuteen ja nuoruuteen. Musiikkivideolla esitetään esimerkiksi kohtaus, jossa kuvataan tytön viiltelyä ja taustalla seisoo kappaleen esittävä artisti. Tämän jälkeen artisti näyttää kameralle rantetaan. Tämän perusteella voidaan ymmärtää, että artisti on itse kokenut samoja asioita. Kuluu arvet viittaa myös vaikeista asioista selviytymiseen.</p> | <p>musiikkivideon juonta ja laulajan omakohtaisia kokemuksia: <i>I woke up one Sunday morning, stopped believing in Jesus. Stopped believing in churches, I stopped believing in preachers I realized I was a teacher, not just one of the heathens. I'm born to destroy the fallacies, stop creating believers Start creating the leaders, tell 'em who they should follow. Nobody but themselves, especially if they hollow</i></p> | <p>kään lannistaa sinua.</p> |
| 22. Dirty Laundry | Rakkaus | <p>Musiikkivideolla esitetään, miten kappaleen esittäjä makaa vedessä ja laulaa kappaleen sanoja, jotka liittyvät hänen henkilökohtaiseen elämäänsä. Välillä musiikkivideolla esitetään satunnaisia kohtauksia, joissa mies ja nainen riitelevät.</p> | <p>Musiikkivideon kuvallinen kerronta on pääasiallisesti assosioivaa ja sen merkityksiä on mahdollista ymmärtää musiikkivideolla esitetyn kappaleen sanoituksia kuuntelemalla. Kuvallinen kerronta kuvaa artistin esiintymistä ja yksittäisiä kohtauksia riitelevästä pariskunnasta.</p> | <p>Musiikkivideolla olevan kappaleen sanoitukset kuvaavat suoraan musiikkivideon juonta: <i>No lie, I feel good for her, but what do I do now? Forget the records. Off the record, I was going through some bullshit. Post-survivor, she on fire, who wanna hear my bullshit? Meanwhile, this nigga putting his hands on me. I swear y'all don't know the half of this industry.</i></p> | <p>Ihminen on onneton ilman rakkautta.</p> |