

Ella Vuokila

**HEVOSENKOKOISIA RUISKUJA JA WOKEN RUNTELEMIA
SINKKUNAISIA**

Millaisia metaforia Sanna Ukkola käyttää Iltalehden kolumniensa otsikoissa?

Ella Vuokila
Opinnäytetyö
Syksy 2025
Viestinnän tutkinto-ohjelma
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Viestinnän tutkinto-ohjelma
Journalismin suuntautumisvaihtoehto

Tekijä: Ella Vuokila

Opinnäytetyön otsikko: Hevosenkokoisia ruiskuja ja woken runtelemia sinkkunaisia: Millaisia metaforia Sanna Ukkola käyttää Iltalehden kolumniensa otsikoissa?

Työn ohjaaja: Satu Koho

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Syksy 2025

Sivumäärä: 31 + 1 liite

Tässä opinnäytetyössä tarkastelin Sanna Ukkolan Iltalehden kolumnien otsikoita ja niiden metaforia. Tavoitteenani oli selvittää, millaisia metaforia Ukkola käyttää kolumniensa otsikoissa ja kuinka usein niitä esiintyy. Käsittelin otsikoita myös klikkausjournalismin näkökulmasta ja pohdin metaforien merkitystä.

Analyysini perusteella selvisi, että niin Ukkolan käyttämä kieli kuin myös hänen teksteihinsä ja otsikkoihinsa valikoituneet metaforat ovat ronskeja ja keskustelua herättäviä. Selvisi myös, että ote käsiteltäviin aiheisiin on kärkevä ja osittain jopa provosoiva. Hypoteesini piti myös paikkaansa, ja eniten kolumnien otsikoista löytyi nimenomaan eufemismeja eli kaunistelevia tai peitteleviä kiertoilmauksia.

Otin tarkasteluun neljä kolumnia syyskuulta 2024 sekä neljä elo-, syys- ja loka-kuulta 2025. Ensisijaisena tutkimusmenetelmänä käytin retorista analyysia ja tarkemmin sen alalajia metafora-analyysia. Lisäksi käytin määrällistä tutkimusta aineiston keräämiseen ja laadullista tutkimusta johtopäätöksissä, kun laadin yhteenvedon tekemästäni analyysista. Haastattelin myös itse Sanna Ukkolaa osana opinnäytetyöni tiedonhankintaa.

Aihetta voisi vielä tutkia lisää laajentamalla tutkimusaineistoa. Myös opinnäytetyön otoskoko voisi kasvattaa ja ottaa tarkasteluun kolumneja pidemmältä ajalta tai analysoida otsikoiden lisäksi myös kolumnien leipätekstistä löytyviä metaforia. Myös tutkimuskysymystä voisi muuttaa ja ottaa tarkasteluun vielä tarkemmin klikkausjournalismin näkökulma.

ABSTRACT

Oulun University of Applied Sciences
Degree Program in Communication
Option of Journalism

Author: Ella Vuokila

Title of thesis: Horse-sized syringes and single women ravaged by woke: What kind of metaphors does Sanna Ukkola use in the headlines of her Iltalehti columns?

Supervisor: Satu Koho

Term and year when the thesis was submitted: Autumn 2025

Number of pages: 31 + 1 insert

In this thesis, I examined the headlines and metaphors of Sanna Ukkola's Iltalehti columns. My goal was to find out what kind of metaphors Ukkola uses in her column headlines and how often they occur. I also examined the headlines from the perspective of click journalism and considered the meaning of metaphors.

Based on my analysis, it became clear that both the language used by Ukkola and the metaphors selected for her texts and titles are coarse and provocative. It also became clear that the approach to the topics covered is sharp and sometimes even provocative. My hypothesis was also correct, and the most commonly used metaphors in these column titles were euphemisms.

I reviewed four columns from September 2024 and four from August, September, and October 2025. As a primary research method, I used rhetorical analysis and more specifically its sub-genre metaphor analysis. In addition, I used quantitative research to collect data and qualitative research in the conclusions when I compiled a summary of my analysis. I also interviewed Sanna Ukkola herself as part of the data collection for my thesis.

The topic could be further explored by expanding the research material. The sample size of the thesis could also be increased and columns from a longer period of time could be examined, or metaphors found in the body of the columns could be analyzed in addition to the headlines. The research question could also be changed and the perspective of click journalism could be examined even more closely.

Sisällys

TIIVISTELMÄ	2
ABSTRACT	3
1 JOHDANTO	5
2 MIKÄ METAFORA JA KUKA SANNA UKKOLA?	6
2.1 Metafora eli kielikuva	6
2.2 Sanna Ukkola	6
2.3 Journalistisia käsitteitä	7
2.4 Aiemmat tutkimukset	9
3 TUTKIMUSMENETELMÄT JA AINEISTO	11
3.1 Määrällinen ja laadullinen tutkimus	11
3.2 Tutkimushaastattelu	12
3.3 Metafora-analyysi	12
3.1.1 Metaforan alalajit	13
3.1.2 Metaforien merkitys	14
3.4 Tutkimusaineisto	14
4 HAASTATTELUSSA SANNA UKKOLA	18
4.1 Kolumneista yleisesti: aiheet, otsikointi ja tulevaisuus	18
4.2 Ukkolan otsikoiden metaforat	19
5 ANALYYSI	20
5.1 Hevosenkokoinen ruisku	20
5.2 Lapseni on susi	21
5.3 Poskettomat summat	22
5.4 Peppu myy ja woke runtelee	23
5.5 Katsotaan, kuka itkee ensin	24
5.6 Klikkiotsikko: kyllä vai ei?	24
6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	26
LÄHTEET	28
LIITTEET	32

1 JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössä selvitän, millaisia metaforia toimittaja Sanna Ukkola käyttää Iltalehden kolumniensa otsikoissa. Otan tarkasteluun neljä kolumnia syyskuulta 2024 sekä neljä elo-, syys- ja lokakuulta 2025. Havaintojeni mukaan kolumneille tyypillinen subjektiivinen ote tuo esiin kirjoittajan oman näkemyksen ja äänen, joka voi olla kantaa ottava, pohdiskeleva, humoristinen tai ironinen. Kolumnien onkin tarkoitus herättää keskustelua, tarjota uusia näkökulmia tai jopa haastaa lukijan käsityksiä (McKay 2000, 85).

Oletan, että Sanna Ukkolan kolumnit puhututtavat niin hyvässä kuin pahassa. Ukkola käsittelee kolumneissaan usein aiheita, jotka jakavat kansan kahtia ja herättävät lukijassa mielipiteitä. Oletan Ukkolan kolumnien eroavan muista journalistisista mielipidekirjoituksista siksi, että Ukkolan henkilökohtainen ote käsiteltäviin aiheisiin on kärkevä ja osittain jopa provosoiva.

Kuten kolumneille on tyypillistä, myös Ukkola käyttää teksteissään lukuisia retorisia keinoja, kuten huumoria, ironiaa, metaforia ja muita kielellisiä keinoja. Tässä opinnäytetyössä otan tarkasteltavakseni näistä metaforat, sillä Ukkolan kolumneja lukiessani olen kiinnittänyt huomiota siihen, että niiden otsikot vilisevät metaforia. Käytän ensisijaisena tutkimusmenetelmänä metafora-analyysia, mutta myös määrällistä ja laadullista tutkimusta aineiston keräämiseen ja käsittelyyn. Haastattelen myös Sanna Ukkolaa osana opinnäytetyöni tiedonhankintaa.

Ennako-oletukseni on, että Ukkola käyttää kolumniensa otsikoissa jokseenkin provosoivia metaforia. Oletan lisäksi, että otsikoista löytyy eniten eufemismeja eli kiertoilmaisuja, jotka pyrkivät välttämään ilmeisen asian kertomisen suoraan.

2 MIKÄ METAFORA JA KUKA SANNA UKKOLA?

Seuraavissa alaluvuissa avaan metaforaa sekä lyhyesti metaforien merkitystä ja käyttötarkoitusta. Koska analysoitavana on Sanna Ukkolan kolumnien otsikot, kerron myös, kuka Ukkola on ja mistä hänet tunnetaan. Lisäksi avaan opinnäytetyöni keskeisimpiä journalistisia käsitteitä, kuten kolumnia, otsikkoa, iltapäivälehteä ja klikkausjournalismia. Lopuksi kerron opinnäytetyöni aiheeseen liittyvistä aiemmin tehdyistä tutkimuksista.

2.1 Metafora eli kielikuva

Metafora määritellään kielikuvaksi eli troopiksi, jossa kieltä käytetään kuvaannollisesti eli kirjaimellisesta merkityksestä poikkeavalla tavalla. Metafora tarkoittaa siis merkityksen siirtoa, jossa kielellinen ilmaus siirretään tavanomaisesta merkitysyhteydestään ja asetetaan uuden kohteen paikalle. Metaforan olemuksesta ja toimintatavasta on olemassa monia erilaisia teorioita, mutta vanhimman ja yleisimmin omaksutun, Aristoteleeseen palautuvan käsityksen mukaan metafora on ilman kuin-sanaa rakentuva vertaus. (Hosiaislouma 2003, 938.)

Tavallaan metafora on lyhennetty, pelkistetty vertaus, jota on pidetty erityisesti lyriikalle tunnusomaisena trooppina. Nykyään metaforia kuitenkin käytetään myös yleiskielessä, eivätkä ne ole vain poeettisen kielen ominaisuus. Monet jokapäiväisen kielen ilmauksista, kuten esimerkiksi "pöydänjalka", "suonsilmä" tai "hallitus kaatui" ovat metaforia, vaikka niitä ei sellaiseksi heti tunnista (Hosiaislouma 2003, 938). Metaforat vetoavat sekä älyyn että tunteeseen, ja niiden avulla voidaan pitää erilaiset kielelliset merkitykset yhtä aikaa voimassa.

2.2 Sanna Ukkola

Vuonna 1975 syntynyt Sanna-Kaisa Ukkola on toimittaja, juontaja ja kolumnisti. Vuosina 2009–2019 Ukkola työskenteli Yleisradiossa muun muassa *Pressiklubin* ja *Sannikka & Ukkola* -ohjelman juontajana, ja vuosina 2019–2022 hän juonsi ja

tuotti kahdesti viikossa lähetettävää *Sanna Ukkola Live* -ajankohtaisohjelmaa Alfa-tv:llä (El Kamel & Mahlamäki 2019). Nykyään Ukkola toimii edelleen toimittajana ja kirjoittaa muun muassa kuukausittain kolumneja Iltalehdelle. Ensimmäiset kolumnit Ukkola kirjoitti Iltalehdelle tammikuussa 2020.

Ukkolalla on Iltalehdessä nykyisin myös oma tv-ohjelma *Ukkola*, jonka ensimmäinen jakso ilmestyi 7.5.2025. Ohjelmassa keskitytään ajankohtaisiin aiheisiin ja vieraisiin. Ukkola on kertonut, että hän hakee ohjelmaan joka viikko parhaat ja kiinnostavimmat vieraat ja kysyy juuri ne kysymykset, jotka halutaan kuulla. (Ris-tämäki 7.5.2025.)

2.3 Journalistisia käsitteitä

Iltapäivälehti on saanut nimensä siitä, että se on iltapäiväisin ilmestyvä ja irtonu-meroina myytävä sisällöltään kevyehkö sanomalehti (Kotimaisten kielten keskus 2024a). *Sanomalehti* puolestaan on maksullinen, Julkisen sanan neuvoston pe-riatteisiin sitoutunut, vähintään kerran viikossa monipuolista ja ajankohtaista si-sältöä julkaiseva uutismedia (Uutismedian liitto s.a.).

Iltapäivälehdien luonne ja tarkoitus on yleensä hieman erilainen kuin muilla sano-malehdillä. Yleisesti ottaen iltapäivälehdellä viitataan sisältöön, joka on sensaati-onhakuista, visuaalista, kepeää ja nopeasti omaksuttavaa. Suomessa on kaksi iltapäivälehteä: Ilt-Sanomat ja Iltalehti. Alun perin Helsingin Sanomien kolman-neksi ja nimenomaan iltapäivälehdeksi syntynyt Ilt-Sanomat oli pitkään konserva-tiivinen lehti, jonka viihdesisältö oli niukkaa ja jokseenkin yksipuolista. Tämän tyyli unohtui kuitenkin nopeasti, kun markkinoille tullut räväkkä Iltalehti ilmestyi ja antoi viittaa viihteellisyyden tielle. (Kivioja 2008, 14, 67.)

Suomessa molemmat iltapäivälehdet kuuluvat Uutismedian liittoon ja ovat sitä kautta sitoutuneita noudattamaan Journalistin ohjeita. Journalistin ohjeilla tarkoi-tetaan Julkisen sanan neuvoston laatimia ammatillisia ja eettisiä ohjeita suoma-laisen median itsesääntelyyn. Ohjeet koskevat kaikkea toimituksellista sisältöä sekä journalistista työtä ja niiden ensisijaisena tavoitteena on tukea sananvapau-den vastuullista käyttämistä mediassa sekä edesauttaa journalismin etiikasta ja journalistisesta työstä käytävää keskustelua. (Julkisen sanan neuvosto 2025.)

Opinnäytetyöni pääasiallinen tarkoitus on tutkia Sanna Ukkolan kolumnien otsikoita ja niissä esiintyviä metaforia. *Otsikko* on jonkin kirjoituksen – jutun, ilmoituksen, tässä tapauksessa kolumnin – nimen tai aiheen ilmaiseva lause, sana tai sanaryhmä, sen eräänlainen tunniste tai tiivistys jutun sisällöstä. Otsikoita voidaan myös luokitella useampaan eri tasoon. (Kuutti 2012, 141–142.)

Verkossa otsikot ovat usein moniosaisia, kuten Ukkolankin tapauksessa. Moniosainen otsikko useimmiten erotetaan kaksoispisteellä, ajatusviivalla tai pisteellä. Otsikko alkaa aina isolla kirjaimella, mutta sen loppuun ei tule pistettä. Kysymysmerkki, huutomerkki ja kolmen pisteen lopetus ovat sen sijaan sallittuja. (Kotimaisten kielten keskus 2015.)

Otsikon pitää olla puoleensa vetävä ja sen on viestittävä lukijalle, miksi juuri kyseinen juttu tulisi lukea. Otsikon tulee olla myös ainakin jossain määrin rehellinen, sillä lukija pettyy helposti, jos otsikossa luvataan liikoja. Kolumnin kirjoittaneen median maine voi myös kärsiä, jos otsikoista tehdään liikoja lupailevia. Myöskään liian vaisuja otsikoita ei kuitenkaan kannata tehdä, sillä silloin juttu ei välttämättä tavoita kaikkia mahdollisia lukijoita. (Vesala 2022.) Otsikkotyyppejä on useita, mutta tässä media-analyysissä keskityn ainoastaan pääotsikoihin, sillä niihin Ukkola on piilotellut eniten metaforia ja yrittää houkutella niillä lukijoita kolumnin pariin.

Kolumni on mielipiteellinen teksti, jossa toimittaja ilmaisee oman näkemyksensä tai mielipiteensä jostain aiheesta. Sitä koskettavat samat journalistiset perusperiaatteet kuin kaikkia muitakin journalistisia juttutyyppejä, eli esimerkiksi kaikkien kolumnissa esille tulleiden väitteiden pitää olla totta. Kolumnin aiheena voi olla oikeastaan mikä tahansa. Se voi liittyä ja ottaa kantaa johonkin ajankohtaiseen aiheeseen, se voi kommentoida toimittajan omaa elämänpiiriä tai nousta esiin toimittajan omasta seuranta-alueesta. (Utismedian liitto s.a.)

Havaintojeni mukaan kolumnien aiheet ei välttämättä aina ylittäisi uutiskynnystä, joten ne ovat hyvä keino tuoda julkisuuteen sellaisia aiheita, joita ei muuten käsiteltäisi. *Uutiskynnysellä* tarkoitetaan ikään kuin estettä, joka aiheen on ylitettävä, ennen kuin siitä tulee uutinen. Perinteisten uutiskriteerien lisäksi uutiskynnukseen vaikuttaa se, onko tarjottava aineisto toimituksen omaa tuotantoa, missä uutinen

on tapahtunut sekä ajankohtaisuus (Kuutti 2012, 211). Havaintojeni mukaan kolumneissa toimittajan ei välttämättä tarvitse esittää yhtä selkeää mielipidettä, vaan aihetta voidaan tarkastella useista eri näkökulmista, ja vaikka kolumnit ovat mielipiteellisiä tekstejä, on niissä lupa pohdiskella. Kolumnit eivät myöskään ole yleisesti ottaen kovinkaan pitkiä tekstejä ja niissä kirjoitustyyli on vapaa. Toimittaja voi käyttää kolumnia kirjoittaessaan hyvinkin uutismaista ja asiallista kieltä tai valita tyylikseen kirjoittaa kolumnit kepeähköllä ja leikkisällä tyyllillä.

Jos kolumnista tulee tyyliiltään todella vapaamuotoinen ja leikkitelevä, on teksti tällöin lähempänä pakinaa. Ja mikäli kolumnista tulee hyvin pitkä ja pohdiskeleva, muistuttaa se tällöin enemmän esseetä tai analyysiä kuin kolumnia. (Uutismedian liitto s.a.) Kolumni on siis tyylihallitultaan pitkälti vapaamuotoinen, mutta jotkut sen ominaispiirteet kuitenkin erottavat sen muista juttutyypeistä.

Klikkausjournalismilla eli klikkijournalismilla tarkoitetaan journalismin muotoa, jossa otsikot muotoillaan verkossa mahdollisimman uteliaisuutta ja mielenkiintoa herättäviksi, jotta ne saavat lukijat klikkaamaan otsikkoa ja lukemaan jutun (Kotimaisten kielten keskus 2024b). Klikkausjournalismille tyypillinen *klikkiotsikko* on puolestaan otsikko, joka houkuttelee lukijaa jutun avaamiseen (Kotimaisten kielten keskus 2024c).

2.4 Aiemmat tutkimukset

Täysin aihettani vastaavia tutkimuksia ei ole aiemmin tehty, mutta metaforia, kolumneja ja klikkausjournalismia erillisinä aiheina on tutkittu. Lähimpänä aihettani on uskoakseni Topias Setälän vuonna 2024 tekemä opinnäytetyö.

Setälä on analysoinut opinnäytetyössään Ilta-Sanomien verkkosivujen uutisten otsikoita ja tutkinut, vastaavatko uutisten sisällöt otsikkoa. Opinnäytetyössään Setälä on saanut selville, että lähes kaikista jutuista löytyy kate otsikoille, mutta valtaosa otsikoista kuitenkin joko pimittää oleellista tietoa tai johdattelee lukijaa jollain tapaa harhaan. (Setälä 2024, 6, 35.)

Matias Huttunen käsittelee vuonna 2020 kirjoittamassaan opinnäytetyössä suomalaisten uutistoimitusten tapoja hyödyntää klikkijournalismia. Hän vertaa erityyppisten profiloitumisten myötä opinnäytetyössään Helsingin Sanomia, Ilta-Sanomia ja Seiska-lehteä. Lopputuloksena Huttunen toteaa, että Helsingin Sanomat on klikkijournalismin käytön kannalta selkeästi asiapitoisin, informatiivisten otsikkojen uutissivusto, kun taas Seiska kallistuu klikkiotsikointia eniten käyttäväksi uutissivustoksi. Ilta-Sanomat on puolestaan viihteellisemmästä uutisoinnista huolimatta julkaissut otsikoiden keräyshetkellä enemmän hyvillä otsikoilla varustettuja uutisia. (Huttunen 2020, 6, 20.)

Jenni Isomäki on opinnäytetyössään vuonna 2025 puolestaan tutkinut kaupallisen ja ei-kaupallisen median retoriikkaa. Hän selvitti, millaisia retorisia keinoja Ilta-Sanomat ja Yleisradio käyttivät Eduskuntatalon värjäämistapauksen verkkouutisoinnissaan. Isomäen analyysin perusteella retorisia keinoja käytettiin runsaasti molempien medioiden teksteissä. Eroavaisuuksia oli kuitenkin siinä, miten ja kuinka usein keinoja käytettiin. Ilta-Sanomissa niiden käyttö oli sekä yleisempää että räikeämpää, ja esimerkiksi sanavalinnat uutisissa olivat Ilta-Sanomilla Ylen sanavalintoihin verrattuna huomiota herättävämpiä. (Isomäki 2025, 6, 39.)

Myös koronauutisoinnin otsikoiden retorisia keinoja on analysoitu. Peppi Kiiski on vuonna 2022 opinnäytetyössään tarkastellut Ilta-Sanomien ja Ylen käyttämiä retorisia keinoja koronauutisten otsikoissa tammi- ja helmikuulta 2020 ja 2021. Kiiski sai selville, että molemmat uutismedia käyttävät otsikoissaan paljon retorisia keinoja, etenkin puhujakategorialla ja asiantuntijalausunnolla oikeuttamista. Myös näissä otsikoissa metaforat ja kielikuvat olivat yleisesti käytettyjä retorisia keinoja. (Kiiski 2022, 8, 37.)

3 TUTKIMUSMENETELMÄT JA AINEISTO

Käytän tässä opinnäytetyössä tutkimusmenetelmänä retorista analyysiä ja vielä tarkemmin ensisijaisesti sen alalajia metafora-analyysiä. Tutkimuskohteeni kuvaamisessa hyödynnän määrällistä menetelmää aineiston keräämisessä. Lisäksi käytän tutkimushaastattelua osana opinnäytetyöni tiedonhankintaa. Laadullista tutkimusta opinnäytetyössäni edustavat tutkimushaastattelu ja retorinen analyysi alalajeineen. Avaan niitä alaluvuissa 3.1, 3.2 ja 3.3.

Retoriikka-analyysi on yksi diskurssianalyysin muoto, joka korostaa erityisesti niitä sosiaalisia suhteita, jotka tekstissä rakentuvat puhujan tai kirjoittajan ja hänen yleisönsä välille. Retoriikan analyysiä ovat Aristoteleen työn pohjalta kehittäneet erityisesti Kenneth Burke, Stephen Toulmin sekä Chaïm Perelman Lucille Olbrechts-Tyteca. Tämän tutkimusmenetelmän tärkeimpänä tarkoituksena on tutkia, että millaisia suhteita puhuja tai tekstin kirjoittaja rakentaa tekstillään itsensä ja yleisönsä väliin, kuka tekstissä puhuu ja keitä tekstit puhuttelevat. (Vuori 2021.)

3.1 Määrällinen ja laadullinen tutkimus

Käytän kvantitatiivista tutkimusmenetelmää ainoastaan havainnollistamaan tutkimusaineistoani (taulukko 1 & 2). Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus on tieteellisen tutkimuksen menetelmäsuuntaus, joka käyttää tilastollisia ja numeerisia keinoja kuvaamaan ja analysoimaan tutkimuskohdetta (Jyväskylän yliopisto s.a. a).

Laadullista tutkimusta käytän tämän opinnäytetyön johtopäätöksissä, kun laadin yhteenvedon tekemästäni analyysistä. Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus on tieteellisen tutkimuksen menetelmäsuuntaus, jossa pyritään ymmärtämään kohteen merkityksiä, ominaisuuksia ja laatua kokonaisvaltaisesti (Jyväskylän yliopisto s.a. b). Myös opinnäytetyöni pääasiallinen tutkimusmenetelmä metafora-analyysi on laadullista tutkimusta.

3.2 Tutkimushaastattelu

Hyödynnän osana opinnäytetyöni tiedonhankintaa myös tutkimushaastattelua. Monenlaisiin tarkoituksiin sopivana ja tiedonhankinnan perusmuotona tutkimushaastattelu on ihmiselle luontainen tapa hankkia tietoa keskustelun kautta. Haastattelu on metodina miellyttävä ja auttaa ymmärtämään, miksi ihmiset toimivat tietyllä tapaa. Haastattelumuotoja on useita ja itse hyödynnän niistä teemahaastattelua. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009.)

Teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelu, jossa keskustelua kohdennetaan tiettyihin teemoihin. Puolistrukturoitu haastattelu sopii tilanteisiin, joissa on päätetty haluttavan tietoa vain tietyistä asioista. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009.) Teemahaastattelun etuna on niin yleisesti kuin tässä opinnäytetyössä se, että saan tutkittavan äänen kuuluviin ja pääsen kysymään itse Sanna Ukkolalta hänen omia näkemyksiään kirjoittamiinsa kolumneihin liittyen. Tutkimushaastattelu löytyy luvusta 4.

3.3 Metafora-analyysi

Opinnäytetyöni ensisijaisena tutkimusmenetelmänä käytän metafora-analyysia. Journalismia tutkittaessa metafora-analyysissa tutkitaan kielellisiä rakenteita, joiden avulla määritellään maailmaa. Toisin sanoen metafora-analyysin avulla voidaan päästä kiinni yhteiskunnassa vallitseviin ajattelutapoihin, arvomaailmoihin ja maailmankuvaan. Metafora-analyysin avulla etsitään ja kuvaillaan käytettyjä metaforia sekä analysoidaan, millainen merkitys niiden käyttämisellä on. (Hellen 1998, 65–76.)

Metafora syntyy, kun sana tai ilmaisu liitetään kuvaamaan alkuperäiseen termiin liittymätöntä asiaa tai ilmiötä. Metaforat ovat tärkeitä etenkin uusien luokittelujen ja näkökulmien luomisessa (Lehtonen 2004, 39–40). Klassisesta kreikasta käännettynä termi metafora tarkoittaaakin ”yli kantamista”. Tässä opinnäytetyössä etsin ja kuvailen Ukkolan kolumneissa esiintyviä metaforia sekä analysoin metafora-analyysin alalajien avulla käytettyjen metaforien merkitystä.

3.1.1 Metaforan alalajit

Metaforan alalajeja on seitsemän: metonymia, oksymoron, personifikaatio, synekdoke, eufemismi, allegoria ja synestesia (Kukkakorpi 15.2.2022). Tässä opinnäytetyössä avaan näiden alalajien avulla selkeämmin Ukkolan käyttämiä metaforia ja tuon esille niiden merkityksiä esimerkkien avulla.

Metonymia tarkoittaa sanan korvaamista toisella siihen olennaisesti liittyvällä ilmaisulla. Esinettä tai ideaa kuvaava sana korvataan joko konkreettisesti tai abstraktisti sukua olevalla sanalla. Metonymia edellyttää rinnastettavien asioiden tuntemista; esimerkiksi ”media kirjoitti” tarkoittaa, että tiedotusvälineet uutisoivat. Metonymiat ovat olleet erityisen suosittuja aikoina, jolloin sensuurin tai tapakulttuurin vuoksi oli aiheellista käyttää tutuista asioista kiertoilmauksia. (Tieteen termipankki 2025c.)

Oksymoron metaforan alalajina yhdistää kaksi näennäisesti ristiriitaista käsitettä tai mielikuvaa. Kun kaksi vastakohtaa yhdistetään, ne muodostavat ikään kuin paradoksin: ”polttava kylmyys” (Aleksis Kivi), ”näkyvä pimeys” (John Milton). (Tieteen termipankki 2025d.) Personifikaatio puolestaan tarkoittaa elottoman elollistamista, jolloin kirjoittaja antaa esineelle tai asialle jonkin inhimillisen ominaisuuden. Esimerkiksi ”savu, joka hankaa kuonoaan ikkunaruuuihin” (J. Alfred Prufrockin rakkauslaulu) tai ”tuuli väsyi” ovat molemmat personifikaatioita. (Tieteen termipankki 2025e.)

Neljäntenä synokdoke antaa sanoille tavallista suppeamman tai laajemman merkityksen (Jälkisanat 2022). Yhtenä esimerkkinä tästä voi käyttää jääkiekon MM-kisoja: ”Suomi voitti”, vaikka todellisuudessa Leijonat sen mestaruuden veivät. Eufemismin määritellään kaunistelevana, kiertelevänä tai peittelevänä sanontana, joka on korvattua ilmausta lievämpi ja epämääräisempi. Monesti eufemismeja käytetään tabusanoista kuten kuolema: ”nukkua pois” eli kuolla. (Tieteen termipankki 2025b.)

Allegoria on harvinainen metaforan alalaji. Tunnetuimpana allegoriana voidaan pitää Platonin Valtio-teoksessa olevaa luola-allegoriaa, mutta myös monet lasten

sadut käyttävät allegoriaa rakenteessaan. Allegoria on vertauskuvallinen proosa- tai runomuotoinen esitys jostain aiheesta (Tieteen termipankki 2025a).

Viimeisimpänä metaforan alalajeista on synestesia, joka sekoittaa eri aistikokemuksia: “sininen ääni”, “äänekäs hajuvesi” (Tieteen termipankki 2025f). Synestesia on tuttu termi myös lääketieteestä. Lääketieteessä sanaa käytetään kuvaamaan yhden aistin kautta tulevaa ärsykettä, joka on mahdollista aistia useamman muun aistin avulla. Esimerkiksi musiikin voi kuulemisen lisäksi nähdä kuvioina ja eri värit ovat näkemisen lisäksi mahdollista myös haistaa.

3.1.2 Metaforien merkitys

Lähtökohtaisesti metaforia käytetään tekstissä silloin, kun verrataan jotain asiaa tai ilmiötä toiseen asiaan tai ilmiöön. Metaforilla on kuitenkin myös muita syvempiä merkityksiä. Havaintojeni mukaan metaforien avulla voidaan kuvata abstraktimpia ajatuksia ja tunteita selkeämmin ja visuaalisemmin ja näin luoda lukijalle uusia merkityksiä näkemyksiä. Esimerkiksi “hän oli minun valoni” on hyvä esimerkki tällaisesta metaforasta. Valoon verrattava henkilö tuo siis puhujalle ikään kuin valoa pimeyteen eli auttaa vaikeina aikoina, tuo toivoa, lohtua tai merkitystä elämään.

Metaforaa voidaan käyttää myös teksteissä kuvailemaan jotain tai jonkun ominaisuutta vertaamalla sitä johonkin toiseen asiaan. Voidaan esimerkiksi sanoa: “Hän oli tuuli, joka kulki ohitseni jälkeä jättämättä.” Metaforat lisäävät tekstiin syvyyttä ja antavat lukijalle uusia näkökulmia ajatella asioita. Metaforat käyttävät myös kuvallisia ilmaisuja ja vertauksia luodakseen merkityksellisiä yhteyksiä ja lisätäkseen viestinnän vaikuttavuutta. (Kirjoittaminen 2023.)

3.4 Tutkimusaineisto

Opinnäytetyöni aineisto on julkaistu Iltalehdessä, joka on poliittisesti sitoutumaton ja eri intressiryhmistä riippumaton iltapäivälehti ja verkkopalvelu. Lehden sisältöä

ohjaa totuudellisuus sekä pyrkimys kiinnostavuuden, läheisyyden, merkityksellisuuden ja nopeuden vaalimiseen. Iltalehden linjauksessa kerrotaan, että lehti puolustaa kansanvaltaista järjestelmää, maan itsenäisyyttä ja turvallisuutta sekä suomalaista kulttuuria. (Iltalehti 2025.)

Iltalehti haluaa edistää taloudellista ja henkistä hyvinvointia, yhteiskunnallista oikeudenmukaisuutta, yksilön vapautta ja yritteliäisyyttä. Iltalehti kannustaa lukijoitaan ottamaan kantaa ja osallistumaan keskusteluun antamalla moniarvoisesti tilaa erilaisille mielipiteille, eli Iltalehti tuo esiin myös oman kantansa vastaisia mielipiteitä. Iltalehden kokonaistavoittavuus eli paperinen Iltalehti ja digitaalinen media huomioiden on ollut vuonna 2023 Kansallisen Mediatutkimuksen mittauksessa noin 2,83 miljoonaa. (Iltalehti 2025.)

Olen valinnut opinnäytetyöhöni tarkasteluun neljä kolumnia syyskuulta 2024 ja neljä elo-, syys- ja lokakuulta 2025. Jakauma vuoden 2025 puolella johtuu *Ukkola*-ohjelmasta, jonka vuoksi Ukkola ei ole enää kirjoittanut viikoittain kolumneja Iltalehdelle, vaan julkaisuaikataulu on ollut epäsäännöllinen ohjelman alettua.

Ukkolan syyskuun 2024 ensimmäisen kolumnin aiheena oli poliittinen kampanjointi ja spinnaus. (taulukko 1) Spinnaus on poliittinen termi, joka tarkoittaa poliittisten viestien tai tapahtumien muokkaamista ja esittämistä yleisölle halutulla tavalla. Muita aiheita oli lasten ja nuorten therianismi, Fatim Diarran ja Inka Hopsun Instagram-julkaisu sekä Baba Lybekin tyttären saama valtiontuki.

TAULUKKO 1. Sanna Ukkolan syyskuussa 2024 julkaistut Iltalehden kolumnit.

Otsikko	Julkaisu-päivämäärä	Aihe	Onko otsikossa metaforia?
Tämän takia Trumpin hevosenkokoinen ruisku pelottaa monia	5.9.2024.	Poliittinen kampanjointi ja spinnaus	Kyllä

jatkuu

TAULUKKO 1. (jatkuu)

Apua, lapseni on susi – Nyt hän vaatii raakaa lihaa kouluruoaksi, mitä teen?	12.9.2024	Lasten ja nuorten theri- anismi	Kyllä
Fatim Diarra, miten tou- husi eroaa rasistien toiminnasta? Teet itse sitä, mitä kritisoit!	19.9.2024	Fatim Diarran ja Inka Hopsun Instagram-jul- kaisu liittyen naisvi- haan	Ei
Valtio tuki Baba Lybeckin tyttären maail- manvalloitusta poskettomilla summilla – Tämän se kertoo kulttuurin rahoituksesta	26.9.2024	Baba Lybekin tyttären saama valtiontuki / Kulttuurialan rahoitus	Kyllä

Sanna Ukkolan syyskuussa 2024 julkaistujen Iltalehden kolumnien otsikot, julkaisupäivämäärät ja aiheet. Laadin taulukon itse.

Myös syksyllä 2025 Sanna Ukkola käsitteli kolumneissaan laajalti erilaisia aiheita (taulukko 2). Elokuun 2025 ensimmäinen kolumni käsitteli valtiovarainministeri Riikka Purran uusia vihankohteita: musliminaisten burkia ja niqabeita. Elokuun toisen kolumnin aiheina puolestaan olivat woke-kulttuuri sekä American Eagle -farkkubrändin mainos. Syyskuussa käsiteltiin yhdysvaltalaisen aktivisti Charlie Kirkin murhaa ja lokakuussa naisille ja miehille suunnatuista kerhoista syntyvää julkista keskustelua.

TAULUKKO 2. Sanna Ukkolan elo-, syys ja lokakuussa 2025 julkaistut Iltalehden kolumnit.

Otsikko	Julkaisupäivämäärä	Aihe	Onko otsikossa metaforia?
Riikka Purra löysi uuden vihollisen – Ja on täysin väärässä	2.8.2025.	Valtiovarainministeri Riikka Purran uusi vihankohde: musliminaisten burkat ja niqabit.	Ei
Sydney Sweeneyn peppu myy – Katsojat hylkäsivät woken runtelemat sinkkunaiset	30.8.2025.	Woke-kulttuuri ja American Eagle -farkkubrändin mainos.	Kyllä
En voi surra Charlie Kirkin murhaa – Tässä syy!	29.9.2025.	Yhdysvaltalaisen aktivisti Charlie Kirkin kuolema.	Ei
Jos miehille ei saa olla kerhoja, lopetetaan sitten myös naisten kerhot – ja katsotaan, kuka itkee ensin	31.10.2025	Vain miehille tai naisille suunnatuista kerhoista syntyvä julkinen keskustelu.	Kyllä

Sanna Ukkolan elo-, syys- ja lokakuussa 2025 julkaistujen Iltalehden kolumnien otsikot, julkaisupäivämäärät ja aiheet. Laadin taulukon itse.

4 HAASTATTELUSSA SANNA UKKOLA

Tässä luvussa avaan sähköpostitse käytyä haastattelua Sanna Ukkolan kanssa. Haastattelu on osa opinnäytetyöni tiedonhankintaa ja sen avulla sain varmistettua opinnäytetyössäni esittämiäni faktoja sekä tuotua kolumnien kirjoittajan oman ääneen kuuluviin. Haastattelukysymykset ovat liitteessä 1.

4.1 Kolumneista yleisesti: aiheet, otsikointi ja tulevaisuus

Ukkolan kolumnien ideat syntyvän ajankohtaisista keskusteluista, ilmiöistä ja arjen havainnoista. Kolumnien vaikeimpana asiana Ukkola pitääkin idean ja aiheen valintaa, sillä se ei saa olla liian ilmeinen: “Näkökulman täytyy olla sellainen, että siitä voi olla muutakin mieltä eli en halua kirjoittaa itsestäänselvyyksiä.” Ukkola kertoo myös otsikoivansa kolumninsa useimmiten itse. Monesti hän kuitenkin tekee Iltalehdelle useamman otsikon niin sanottuun otsikkotestiin, jossa valitaan lukijoita eniten kiinnostava otsikko.

Ukkola tietoisesti valitsee aiheita, joista ihmiset voivat olla toista mieltä ja jotka provosoivat, sillä kolumnien tehtävä on herättää ajatuksia ja keskustelua. Ukkola ei myöskään halua olla liian ilmeinen ja kirjoittaa samoista aiheista kuin kaikki muut. Ukkola mainitsee lisäksi julkaisualustojen vaikuttavan aiheiden kiinnostavuuteen: “Esimerkiksi kulttuurisodat ja identiteettipolitiikka kiinnostavat nuorempaa nettiyleisöä mutta eivät usein niinkään paljon varttuneempaa tv-yleisöä.”

Aiemmin Ukkola kirjoitti kolumneja kerran viikossa, mutta Ukkola-ohjelman myötä kolumneja ilmestyy enää kerran kuukaudessa. Vaikka uusi ohjelma vie paljon aikaa, ei Ukkola aio kuitenkaan lopettaa kolumnien kirjoittamista, sillä hän kokee ne edelleen tärkeäksi.

4.2 Ukkolan otsikoiden metaforat

Ukkola kertoi, että hän pyrkii metaforilla herättämään lukijan huomion ja tuomaan niiden avulla tekstiin kerroksellisuutta sekä kielen moninaisuutta. Ukkolan kolumnien otsikoissa olevat metaforat syntyvät intuitiivisesti, eikä hän useinkaan suunnittele niitä etukäteen.

Ukkola kertoo saavansa myös palautetta metaforien käytöstä sekä ylipäätään otsikoinnista. Palautetta tulee joskus kiitosten muodossa rohkeudesta mutta toisinaan kritiikkinä kärjistämisestä. Uutismedian yleisiin uutisotsikoihin verrattuna Ukkola haluaa pitää omat otsikkonsa täysin erilaisina, sillä kyseessä on kuitenkin iltapäivälehdessä kolumni.

5 ANALYYSI

Analyysissä selvitän Ukkolan kolumnien otsikoiden metaforia tutkimalla, millaisia merkityksiä metaforisilla ilmauksilla pyritään rakentamaan. Analysoin kolumnit niiden julkaisujärjestyksessä. Etsin otsikoista metaforia, joiden avulla pyritään vaikuttamaan jollain tapaa lukijaan ja jotka ohjaavat kolumnin näkökulmaa joko positiiviseen tai negatiiviseen suuntaan. Lopuksi otan huomioon myös otsikot klikkausjournalismin näkökulmasta.

5.1 Hevosenkokoinen ruisku

Ensimmäinen Ukkolan syyskuussa 2024 julkaistu kolumni käsittelee poliittista kampanjointia ja spinnausta, etenkin Trumpin kohdalla. "Tämän takia Trumpin hevosenkokoinen ruisku pelottaa monia" on kolumnin otsikko. Kolumnista käy ilmi, että CNN:n republikaanien esivaaliväittelyssä Simi Valleyssä Trump on sanonut seuraavaa: "Autismi on lähtenyt täysin käsistä. Pistät pieneen, kauniiseen vauvaan neulan, joka näyttää siltä kuin se olisi tarkoitettu hevoselle". Trump on toistuvasti yhdistänyt lapsuusajan rokotteet autismiin, vaikka useat tutkimukset ovat todistaneet tämän vääräksi.

Ukkolan kolumni keskittyy pääasiallisesti vaalikampanjointiin, ja hän kirjottaa kolumnissaan, että yleensä poliittisessa spinnauksessa toivon herättäminen on tehokkaampaa kuin pelon lietsominen. Pelko toimii, jos ihmiset ovat jo valmiiksi ahdistuneita, ja Trump on tunnetusti tunteiden manipuloinnin mestari. Ukkolan otsikossa käyttämä "hevosenkokoinen ruisku" viittaa siis siihen, kuinka Trump vaalikampanjoissaan ei edes yritä tarjota faktoja, vaan manipuloi kuulijoiden mielikuvia ja pelkoja.

Jos tarkastellaan hevosenkokoista ruiskua tarkemmin metafora-analyysin keinoin, niin ensinnäkään hevosenkokoisia ruiskuja ei ole olemassa vaan hevosenkokoisella viitataan johonkin isoon. Ruiskulla puolestaan viitataan pötypuheeseen. Hevosenkokoinen ruisku viittaa siis siihen, kuinka Trump puhuu poliittisissa puheissaan mitä sattuu ja kaiken lisäksi isolla mittakaavalla.

”Hevosenkokoinen ruisku” on siis metafora, sillä se ei kuvaa kirjaimellista asiaa ja käyttää liioittelua ja vertauskuvallisuutta tunteen ja vaikutelman vahvistamiseen. Vaikka kyseessä ei ole selkeästi jonkin metaforan alalajin alle lukeutuva metafora, laskisin kuitenkin asian suurentelun ja kaunistelun vuoksi sen eufemismiksi. Hevosenkokoisella ruiskulla vältetään otsikossa suora ja loukkaava puhe.

5.2 Lapseni on susi

Loppuvuodesta 2024 paljon keskustelua herättänyt lasten ja nuorten therianismi päätyi myös Ukkolan kolumnin aiheeksi. Therianismilla viitataan henkilöön, therianiin, joka kokee syvää yhteyttä eläimeen ja uskoo, että hänen sisäinen identiteettinsä on osittain tai kokonaan jonkin tietyn eläimen kaltainen. Therianismi ei tarkoita fyysistä muuntautumista eläimeksi, vaan henkistä tai psykologista samastumista eläimen olemukseen ja käytökseen. (Joensuu 2024.)

Ukkolan kolumnin otsikoksi valikoitui: ”Apua, lapseni on susi – Nyt hän vaatii raakaa lihaa kouluruoaksi, mitä teen?”. Kolumnista käy vahvasti ilmi, että Ukkola on therianismia vastaan ja piti asiaa aluksi vain huonona vitsinä. On sanomattakin selvää, että otsikossa olevalla ”susi”-sanalla viitataan tähän therianismiin, eikä siihen, että lapsi todella olisi susi. Ja kun kirjaimellinen tulkinta on mahdoton, kyse on kielikuvasta. Tässä tapauksessa ”susi”-sanalla viitataan myös laajempaan ja useampaan asiaan, eläimeen sekä therianiin, joten kyseessä on metaforan alalajeista synekdokee. Halusin ottaa kolumnin tarkasteluun myös siksi, että yleisesti metaforissa käytetään paljon eläimiä.

Eläinmetaforat ovat kielikuvia, joissa eläinten ominaisuuksia siirretään ihmisiin, asioihin tai tilanteisiin ja niitä on lähes jokaisessa kielessä (Kövescses 2002, 17). Sudennälkä tarkoittaa metaforana olla nälkäinen kuin susi. Mustalla lampaalla viitataan henkilöön, joka poikkeaa muista tavalla tai toisella. Myrkyllinen käärme puolestaan kuvaa vaaroja, joita ihmiset kohtaavat halujen vuoksi. Koiranilmalla viitataan hyvin huonoon, sateiseen tai myrskyiseen säähän.

Vaikka Ukkolan kolumnin otsikossa olevalla sudella viitataan vain siihen, että therianit voivat olla muun muassa susia, niin monissa muissa tapauksissa eläimiä käytetään usein metaforina ja melkein jokaiselle tunnetuimmalle eläimelle on oma metaforansa.

5.3 Poskettomat summat

Baba Lybekin tyttären saama valtiontuki ja kulttuurialan rahoitus puhuttelivat Ukkolaa syyskuussa 2024. Kolumnin otsikkona on: ”Valtio tuki Baba Lybeckin tyttären maailmanvalloitusta poskettomilla summilla – Tämän se kertoo kulttuurin rahoituksesta”. Itse kolumni käsittelee sitä, kuinka samalla kun Suomi keskustelee taiteen valtionapujen leikkauksista, tukia jakava ”putiikki” myöntää hallituksensa jäsenen tyttärelle, muusikko Alexandra Lehdelle 200 000 euroa tämän musiikkiuralleen.

Otsikosta löytyy heti yksi selkeä metafora, kun Ukkola puhuu poskettomista summista. Rahasummalla ei voi olla poskia, joten tällä sanalla viitataan johonkin isoon rahasummaan, tässä tapauksessa Lehden saamaan tukirahaan. Rahasummalta ei siis puutu poskia, vaan 200 000 euron tuki oli tässä tapauksessa vain todella suuri tuki yhdelle tietylle artistille, kun samanaikaisesti kulttuurialan ja etenkin taiteen valtioavut ja leikkaukset puhututtavat.

Toisena metaforana voidaan pitää otsikosta löytyvää ”maailmanvalloitus”-sanaa. Kyseisellä sanalla ei viitata varsinaiseen maailmanvalloitukseen, vaan Alexandra Lehden eli Lxandran musiikkiuraan. Kyseessä on eräänlainen kiertoilmaus ja metaforan alalajeista selkeästi synokdokee. Synokdokee antaa sanoille tavallista suppeamman tai laajemman merkityksen, ja tässä yhteydessä nimenomaan laajemman. Tuskin 200 000 eurolla valloitetaan maailmaa.

5.4 Peppu myy ja woke runtelee

“Sydney Sweeneyn peppu myy – Katsojat hylkäsivät woken runtelemat sinkkunaiset” oli Ukkolan kolumnin otsikko elokuussa 2025. Tällä kertaa käsittelyssä oli woke-kulttuuri ja etenkin American Eagle -farkkubrändin mainos. Ukkolan mukaan maailman rakastetuimman sinkkusarjan jatko-osa kuihtui kasaan, kun sarjan viehätys ja huumori hukutettiin “kouristuksenomaiseen wokedukeen”. Sen sijaan farkkubrändin mainos sai konservatiivit riemastumaan, kun mainoksella selkeästi pyrittiin näpäyttämään woke-mainontaa.

Kyseisessä mainoksessa näyttelijä Sydney Sweeney keimailee kameralle brändin farkuissa, ja mainoksen slogan “Sydney Sweeney has great jeans” on herättänyt monenlaisia mielipiteitä. Ukkola on kuitenkin päättänyt valita otsikoonsa sanat “peppu myy”, jolla selkeästi viitataan siihen, että nyky maailman markkinoinnissa käytetään yleistyvissä määrin seksuaalisutta yhtenä tapana parantaa mainonnan tehoa. Kyseessä on metafora, sillä ilmauksella on selkeä vertauskuvallinen merkitys.

Luokittelisin ilmauksen “peppy myy” eufemismiksi, sillä sanaparilla selkeästi kierrellään ja peitellään sen alkuperäistä merkitystä, ja ilmaus on korvattua ilmausta lievempi sekä epämääräisempi. Otsikossa olisi voinut suoraan lukea, että: “seksi myy” tai kauniimmin: “markkinoinnissa käytetty seksuaalisointi viehättää ja lisää kiinnostusta”. Pakarat eivät ruumiisosana pysty myymään varsinaisesti mitään, vaan metaforalle tyypilliseen tapaan merkitysyhteys vaihtuu ja pakarat kehonosana toimivat kaupallisen huomion herättäjänä.

Otsikon loppuosa “Katsojat hylkäsivät woken runtelemat sinkkunaiset” viittaa Sinkkuelämää-sarjan jatko-osaan *And Just Like That*. Otsikon ilmaus ei ole runtelun osalta kirjaimellinen kuvaus. Kukaan, etenkin “woke” ei ole fyysisesti runtelemassa ketään, vaan tässä sitä käytetään kuvaamaan väitettyä ideologista vaikutusta. Kyseessä on enemmänkin Ukkolan oma näkemys asiasta. Tämän metaforan luokittelisin personifikaatioksi, sillä “woke” ilmiönä kuvataan kuin se olisi jokin toimiva, voimaa käyttävä olento. Elottomalle asialle annetaan inhimillinen piirre ja ominaisuus.

5.5 Katsotaan, kuka itkee ensin

Miksi vain naisille suunnattuja kerhoja pidetään tyttöenergiana ja kuuman edistyksellisenä, mutta vain miehille tarkoitetut kerhot ovat misogynisiä, toksisia ja patriarkaattia? Tätä kaikkea Ukkola pohti kolumnissaan lokakuussa 2025. Kolumnissaan “Jos miehille ei saa olla kerhoja, lopetetaan sitten myös naisten kerhot – ja katsotaan, kuka itkee ensin” Ukkola mainitsee muun muassa Charlie goes to -tapahtuman, Feministisen liiton, Helsingin Suomalaisen Klubin ja Pörssiklubin.

Otan kuitenkin tarkasteluun ainoastaan kolumnin otsikon loppuosan. “Katsotaan, kuka itkee ensin” on metafora, sillä sitä ei yleensä käytetä sen kirjaimellisessa merkityksessä. Lausahduksella ei viitata kahteen tai useampaan ihmiseen, jotka odottavat toisen alkavan itkeä, vaan sen sijaan se kuvaa kilpailua, vastakainasettelua tai voimanmittausta. Tässä yhteydessä lauseella tarkoitetaan nimenomaan sitä, kuka menettää malttinsa tai osoittaa heikkoutta ensimmäisenä. Lauseen konkreettinen toiminta toimii vertauskuvana abstraktimmalle ilmiölle.

5.6 Klikkiotsikko: kyllä vai ei?

Kaikki kuusi edellisissä alaluvuissa mainitsemani otsikkoa täyttävät mielestäni klikkiotsikoinnin määritelmän – ne houkuttelevat lukijaa jutun avaamiseen. ”Tämän takia Trumpin hevosenkokoinen ruisku pelottaa monia” on klikkiotsikko, sillä se ei kerro, miksi hevosenkokoinen ruisku pelottaa tai mistä itse ruiskussa on edes kyse. Lisäksi ilmaus on selkeästi liioitteleva ja dramaattinen ja se jättää lukijalle kysymyksiä, jolloin juttu on klikattava auki.

Samasta syystä kuin ”Apua, lapseni on susi – Nyt hän vaatii raakaa lihaa koulu-ruoaksi, mitä teen?” on metafora, niin se on myös klikkiotsikko sen mahdottomuuden takia. Epätavallisuus on hyvä tapa herättää lukijan mielenkiinto. Myös syyskuun 2024 kolumni ”Valtio tuki Baba Lybeckin tyttären maailmanvalloitusta poskettomilla summilla – Tämän se kertoo kulttuurin rahoituksesta” menee mielestäni klikkiotsikoinnin alle, sillä siinä viitataan ikään kuin skandaaliin, mutta ei kerrota miten. Kuinka paljon on ”poskettomasti”, mitä tukea tarkoitetaan, oliko kyse

normaalista kulttuurirahoituksesta ja mitä ”maailmanvalloituksella” tässä yhteydessä tarkoitetaan? Nämä selviävät ainoastaan klikkaamalla kolumnin auki.

Elokuun 2025 kolumni on puolestaan klikkiotsikko sen sensaatiohakuisuuden ja poliittisesti latautuneen ilmauksen vuoksi. ”Sydney Sweeneyn peppu myy – Katsojat hylkäsivät woken runtelemat sinkkunaiset” otsikkona herättää lukijan mielenkiinnon sen seksuaalisen sisällön ja polarisoituneen ”woke” -termin myötä. Otsikko ei myöskään kerro lukijalle, mitä tuotantoa tai sarjaa käsitellään, miten poliittiset teemat liittyvät aiheeseen tai mihin ”katsojat hylkäsivät” viittaa.

Viimeisimpänä lokakuun 2025 kolumni ”Jos miehille ei saa olla kerhoja, lopetetaan sitten myös naisten kerhot – ja katsotaan, kuka itkee ensin”. Ensinäkin otsikon vastakkainasettelu miehet versus naiset on tyypillinen klikkiotsikoinnin tapa rakentaa konflikti. Myös ”katsotaan, kuka itkee ensin” on tarkoituksella kärjistävä. Tämäkään otsikko ei kerro, mistä kerhoista on kyse, mikä todellinen kiista on tai mihin päätökseen tai keskusteluun otsikko ylipäättään viittaa.

Kaikki käsittelemiäni otsikoita yhdistää se, että ne on rakennettu herättämään lukijassa voimakas tunne ja ne vihjaavat jostain suuresta, ongelmallisesta tai erikoisesta mutta eivät kerro, mistä on oikeasti kyse. Näkemykseni mukaan nämä otsikot eivät pyri neutraaliin tiedonvälitykseen, vaan niiden tarkoituksena on lisätä kiinnostusta ja saada lukija klikkaamaan kolumni auki.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Ukkolan kolumnit ovat minulle jo entuudestaan tuttuja ja näitäkään tässä opin-
näytetyössä käsittelemiäni kolumneja lukiessani ei tullut yllätyksenä Ukkolan
käyttämät metaforat. Niin kuin hänen käyttämä kielensä, myös hänen teks-
teihinsä ja otsikkoihinsa valikoituneet metaforat ovat kieleltään ronskeja ja kes-
kustelua herättäviä. Hypoteesini oli siis oikea, ja ennakko-olettamukseni täyttyi-
vät. Ukkolan ote käsiteltäviin aiheisiin on kärkevä ja osittain jopa provosoiva, ja
eniten kolumnien otsikoista löytyi nimenomaan eufemismeja eli kaunistelevia tai
peitteleviä kiertoilmauksia.

Ukkolan kolumnien otsikoista löytyviä metaforia on helppo tunnistaa mutta osit-
tain vaikeaa asettaa metaforan alalajien alle, sillä Ukkolan käyttämät metaforat
ovat jokseenkin monitulkintaisia ja voisivat edustaa jopa useampaa alalajia tai
olla edustamatta niistä mitään. Metaforat ovat aina tulkinnanvaraisia, ja jollekin
toiselle jokin tietty metafora voi tarkoittaa jotain ihan muuta, kuin jollekin toiselle.

Ukkolan kolumnien otsikoihin valikoituneet metaforat ovat myös varmasti osa Il-
talehden tapaa luoda klikkiotsikoita. Iltalehti ja iltapäivälehdet ylipäättään alus-
toina haluavat klikkauksia jutuillensa, ja mikä olisikaan parempi tapa siihen kuin
metaforat. Vaikka Ukkola on itse otsikoinut omat kolumninsa, uskon Iltalehden
alustana vaikuttaneen otsikoinnin tyyliin. Ukkolan kolumnien kaltaisia otsikoita tu-
lee harvemmin vastaan esimerkiksi Ylen sivuilla. Pelkästään metaforien vuoksi
Ukkolan otsikot täyttävät mielestäni klikkiotsikon määritelmän, sillä joidenkin ot-
sikoiden metaforat ovat niin tulkinnanvaraisia, että juttu on pakko klikata auki ja
lukea, jotta kolumnin otsikon voi ymmärtää.

Tarkastelin Sanna Ukkolan 2024 syyskuisten ja syksyn 2025 kolumnien lisäksi
myös muita hänen aikaisemmin kirjoittamiaan tekstejä ja huomasin, että Ukkola
käyttää todella paljon metaforia kaikissa teksteissään, niin otsikoissa kuin ihan
leipäteksteissäänkin. Kun kyseessä on juttutyypeistä kolumnit, on ymmärrettävää,
että jo otsikkotasolla halutaan ohjata lukijaa johonkin tiettyyn suuntaan.

Aihetta voisi tutkia lisää muun muassa laajentamalla tutkimusaineistoa. Opinnäytetyön otoskoko voisi kasvattaa ja ottaa tarkasteluun kolumneja pidemmältä ajalta tai analysoida otsikoiden lisäksi myös leipätekstistä löytyviä metaforia. Myös tutkimuskysymystä voisi muuttaa ja ottaa tarkasteluun vielä tarkemmin klikkausjournalismin näkökulma. Myös pitkittäistutkimus voisi olla yhtenä vaihtoehtona, jolloin voisi tutkia ja selvittää, millä tavalla metaforien käyttö on muuttunut tietyllä pidemmällä ajanjaksolla.

LÄHTEET

El Kamel, S & Mahlamäki, H. 19.9.2019. Toimittaja Sanna Ukkola ilmoitti irtisanoutuvansa Ylestä, jatkaa kuitenkin juontajana vuoden loppuun asti: ”On tiettyjä asioita, jotka ovat kumuloituneet”. Helsingin Sanomat. Luettavissa: <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000006243495.html>. Luettu: 17.12.2024.

Hellsten, I. 1998. Johdatusta metafora-analyysiin. Teoksessa Kantola, A., Moring, I. & Välvirronen, E. (toim.). Media-analyysi – tekstistä tulkintaan. SIVUT. Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus. Helsinki.

Hirsjärvi, S, Remes, P & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Tammi. Helsinki.

Huttunen, M. 2020. Kiinnostus ja houkutus internetissä. Klikkiotsikoinnin erot kolmessa uutistoimituksessa. Opinnäytetyö. Oulun ammattikorkeakoulu, viestinnän tutkinto-ohjelma. Luettavissa: <https://www.theseus.fi/handle/10024/344973>. Luettu 19.11.2025.

Hosiaislouma, Y. 2003. Kirjallisuuden sanakirja. Ensimmäinen laitos. WSOY. Helsinki.

Iltalehti. Iltalehden linja. Alma Media Oyj. Luettavissa: <https://www.iltalehti.fi/info/iltalehdesta>. Luettu: 17.12.2024.

Isomäki, J. 2025. Kaupallisen ja ei-kaupallisen median retoriikkaa. Mitä retorisia keinoja Iltta-Sanomat ja Yleisradio käyttivät Eduskuntatalon värjäämistapauksen verkkouutisoinnissaan?. Opinnäytetyö. Oulun ammattikorkeakoulu, viestinnän tutkinto-ohjelma. Luettavissa: <https://www.theseus.fi/handle/10024/880964>. Luettu 30.11.2025.

Joensuu, M. 2024. Terveys ja tiede. Mitä tarkoittaa therian ja mikä on therian. Luettavissa: <https://terveysjatiede.fi/mita-tarkoittaa-therian-ja-mika-on-therian-therian-ilmio/>. Luettu 4.3.2025.

Julkisen sanan neuvosto 2025. Journalistin ohjeet. Luettavissa: <https://jsn.fi/journalistin-ohjeet/> Luettu: 29.9.2025.

Jyväskylän yliopisto s.a. a. Määrällinen tutkimus. Luettavissa: <https://sites.app.jyu.fi/mehu/fi/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/maarallinen-tutkimus>. Luettu 17.12.2024.

Jyväskylän yliopisto s.a. b. Laadullinen tutkimus. Luettavissa: <https://sites.app.jyu.fi/mehu/fi/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus>. Luettu 17.12.2024.

Kukkakorpi, M. 15.2.2022. Epilogi - Jälkisanat. Tiesitkö, että metaforan alalajeja on jopa 7 erilaista? Luettavissa: <https://jalkisanat.com/2022/02/15/tiesitko-etta-metaforan-alalajeja-on-jopa-7-erilaista/>. Luettu 2.3.2025.

Kuutti, H. 2012. Mediasanasto. Media Doc Oy. Jyväskylä.

Kiiski, P. 2022. Sairaat otsikot. Millaisia retorisia keinoja koronauutisoinnin otsikoissa käytettiin vuosina 2020 ja 2021. Opinnäytetyö. Turun ammattikorkeakoulu, journalismi. Luettavissa: <https://www.theseus.fi/handle/10024/788226>. Luettu 30.11.2025.

Kirjoittaminen 2023. Metafora eli kielikuva. Mutta mitä tällä tarkoitetaan? Luettavissa: <https://kirjoittaminen.fi/metafora-eli-kielikuva/>. Luettu: 17.12.2024.

Kotimaisten kielten keskus 2015. Kielitoimiston ohjepankki. Otsikot. Luettavissa: <http://www.kielitoimistonohjepankki.fi/haku/otsikot/ohje/5>. Luettu 5.5.2025.

Kotimaisten kielten keskus 2024a. Kielitoimiston sanakirja. Iltapäivälehti. Luettavissa: <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/iltap%C3%A4iv%C3%A4lehti>. Luettu 5.5.2025

Kotimaisten kielten keskus 2024b. Kielitoimiston sanakirja. Klikkausjournalismi. Luettavissa: <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/klikkausjournalismi?searchMode=all>. Luettu 15.10.2025.

Kotimaisten kielten keskus 2024c. Kielitoimiston sanakirja. Kliikkiotsikko. Luettavissa: <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/kliikkiotsikko?searchMode=all>. Luettu 15.10.2025.

Kövescscses, Z. 2002. Metaphor: A Practical Introduction. Oxford University Press. New York.

Lehtonen, M. 1996. Merkitysten maailma. Vastapaino. Tampere.

McKay, Jenny. 2000. The Magazines Handbook. Routledge. New York & Lontoo.

Ristamäki, J. 7.5.2025. Iltalehden uusi show alkaa – Huippuvieraita joka viikko. Iltalehti. Luettavissa: <https://www.iltalehti.fi/politiikka/a/a0fc4f3f-77bd-42e7-83ec-49ff59fc9f8f>. Luettu: 29.9.2025.

Setälä, T. 2024. Klikkiotsikoinnin jalo taito. Löytyykö Ilta-Sanomien verkko-otsikoille ka-
tetta?. Opinnäytetyö. Oulun ammattikorkeakoulu, viestinnän tutkinto-ohjelma. Luetta-
vissa: <https://www.theseus.fi/handle/10024/820372>. Luettu 19.11.2025.

Tieteen termipankki 2025a. Kirjallisuudentutkimus: allegoria. Luettavissa: <https://tieteen-termipankki.fi/wiki/Kirjallisuudentutkimus:allegoria>. Luettu 2.3.2025.

Tieteen termipankki 2025b. Kirjallisuudentutkimus: eufemismi. Luettavissa: <https://tieteen-termipankki.fi/wiki/Kirjallisuudentutkimus:eufemismi>. Luettu 2.3.2025.

Tieteen termipankki 2025c. Kirjallisuudentutkimus: metonymia. Luettavissa: <https://tieteen-termipankki.fi/wiki/Kirjallisuudentutkimus:metonymia>. Luettu 2.3.2025.

Tieteen termipankki 2025d. Kirjallisuudentutkimus: oksymoron. Luettavissa: <https://tieteen-termipankki.fi/wiki/Kirjallisuudentutkimus:oksymoron>. Luettu 2.3.2025.

Tieteen termipankki 2025e. Kirjallisuudentutkimus: personifikaatio. Luettavissa: <https://tieteen-termipankki.fi/wiki/Kirjallisuudentutkimus:personifikaatio>. Luettu 2.3.2025.

Tieteen termipankki 2025f. Kirjallisuudentutkimus: synestesia. Luettavissa: <https://tieteen-termipankki.fi/wiki/Kirjallisuudentutkimus:synestesia>. Luettu 2.3.2025.

Utismedian liitto s.a. Juttutyypit. Kolumni. Luettavissa: <https://juttutyypit.fi/juttutyypit/kolumni/>. Luettu 5.5.2025.

Vesala, O. 22.9.2022. Viisi vinkkiä hyvän otsikon laatimiseen. STT Viestintäpalvelut. Luettavissa: <https://www.viestintapalvelut.fi/blogi/5-vinkkia-nain-kirjoitat-hyvan-otsikon>. Luettu 5.5.2025.

Vuori, J. 2021. Retoriikan analyysi. Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Tampere. Luettavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menestelmaopetus/kvaliteoreettiset-metodologiset-viitekehykset/retoriikan-analyysi/>. Luettu: 17.12.2024.

Tutkimusaineisto

Ukkola, S. 12.9.2024. Apua, lapseni on susi – Nyt hän vaatii raakaa lihaa kouluruoaksi, mitä teen? Luettavissa: <https://www.iltalehti.fi/kotimaa/a/29d8700f-9d9a-42df-9b23-ae04e7aada82>. Luettu 2.3.2025

Ukkola, S. 19.9.2024. Fatim Diarra, miten touhusi eroaa rasistien toiminnasta? Teet itse sitä, mitä kritisoit! Luettavussa: <https://www.iltalehti.fi/politiikka/a/e443f49d-0177-4654-b4d2-398b1912b0e2>. Luettu 2.3.2025

Ukkola, S. 5.9.2024. Tämän takia Trumpin hevosenkokoinen ruisku pelottaa monia. Luettavissa: <https://www.iltalehti.fi/ulkomaat/a/d9f71979-b736-4ac3-ab3e-97e3879a9f06>. Luettu 2.3.2025.

Ukkola, S. 26.9.2024. Valtio tuki Baba Lybeckin tyttären maailmanvalloitusta poskettomilla summilla – Tämän se kertoo kulttuurin rahoituksesta. Luettavissa: <https://www.iltalehti.fi/kotimaa/a/8ac0fe2f-560b-413a-9c7c-413c2b44d9f2>. Luettu 2.3.2025.

Ukkola, S. 29.9.2025. En voi surra Charlie Kirkin murhaa – Tässä syy! Luettavissa: <https://www.iltalehti.fi/ulkomaat/a/b4b1c9b2-d080-4470-b431-4ad1d8cc7cd4>. Luettu 29.9.2025.

Ukkola, S. 31.10.2025. Jos miehille ei saa olla kerhoja, lopetetaan sitten myös naisten kerhot – ja katsotaan, kuka itkee ensin. Luettavissa: <https://www.iltalehti.fi/kotimaa/a/2a79b055-a9a7-4b5e-bda7-4ec9ef4401e1>. Luettu 7.11.2025.

Ukkola, S. 2.8.2025. Riikka Purra löysi uuden vihollisen – Ja on täysin väärässä. Luettavissa: <https://www.iltalehti.fi/kotimaa/a/09796fae-54f8-4eeb-a923-9b68e474e0d8>. Luettu 29.9.2025.

Ukkola, S. 30.8.2025. Sydney Sweeneyn peppu myy – Katsojat hylkäsivät woken runtelemat sinkkunaiset. Luettavissa: <https://www.iltalehti.fi/politiikka/a/3a0120c7-e239-4684-9d85-99b4bc8e9282>. Luettu: 29.9.2025.

LIITTEET

Liite 1: Haastattelukysymykset

Kysymykset lähetettiin Sanna Ukkolalle 24.9.2025. Vastaukset saatiin 2.10.2025, ja ne ovat opinnäytetyöntekijän hallussa.

Mistä saat ideat kolumneihin?

Otsikoitko kolumnisi itse?

Mietitkö otsikoiden metaforia vai tulevatko ne luonnostaan?

Mihin pyrit metaforilla?

Saatko palautetta metaforien käytöstä tai ylipäättään otsikoistasi?

Valitsetko kolumniesi aiheiksi tarkoituksella hieman provosoivia aiheita?

Miten koet omat otsikot suhteessa uutismedian yleisiin otsikoihin?

Vaikuttaako uusi ohjelma miten kolumnien kirjoittamiseen, aiotko vielä tulevaisuudessa kirjoittaa aktiivisesti kolumneja?