

Liidamaria Vainiotalo

**”OLE OMA ITSESI, ÄLÄKÄ AJATTELE – ÄLÄ
EDES YHTÄ AJATUSTA, RAKAS”**

TikTokin bimbo-ilmiö Chrissy Chlapeckan videoissa

TIIVISTELMÄ

Iidamaria Vainiotalo: "Ole oma itsesi, äläkä ajattele – älä edes yhtä ajatusta, rakas" – TikTokin bimbo-ilmiö
Chrissy Chlapeckan videoissa
Kandidaatintutkielma
Tampereen yliopisto
Yhteiskuntatutkimuksen kandidaattiohjelma
Joulukuu 2023

Tässä tutkielmassa tarkastelen TikTokin bimbo-ilmiötä eli *#BimboTok*:ia. *#BimboTok* on TikTok-ilmiö, johon osallistuvat ihmiset pyrkivät uudelleenomimaan aikaisemmin negatiiviseksi käsitetyn *bimbo*-termin merkitykset. Tutkin ilmiötä tarkastelemalla suosittua TikTok-sisällöntuottajan, Chrissy Chlapeckan, kymmentä TikTok-videota käyttäen häntä esimerkkinä TikTok-bimbosta. Tutkimuskysymykseni onkin seuraava: Millaisena TikTok-bimbon sosiaalinen kategoria näyttäytyy suosittuun TikTok -bimbon Chrissy Chlapeckan videoissa?

Sanaa *bimbo* on aikaisemmin käytetty häpäisevässä merkityksessä kuvaamaan naisia, jotka poikkesivat hyväksyttävästä feminiinisyydestä ulkoisen seksuaalisuutensa, roisin käytöksensä tai jollakin tavalla vääränlaisien kehojensa takia. TikTok-bimbot haastavat näiden ominaisuuksien häpäiseviä merkityksiä olemalla itsevarmoja, avoimesti seksuaalisia sekä poliittisia. Lisäksi bimbot disidentifioituvat uusliberaalin feminiinisyyden ihanteen kanssa tehden siitä ironista ja camp-henkistä.

Teoreettisena lähestymistapana työssäni toimii etnometodologia. Etnometodologiassa ihmisten toimintaa ei selitetä ulkopuolelta tulevien valmiiden teoreettisten mallien mukaisesti. Sen sijaan tutkimuskohteena on se, miten ihmiset itse rakentavat sosiaalista järjestystä omien käytäntöjensä mukaisesti. Lisäksi etnometodologiassa kulttuuri käsitetään tietovarantona, joka on läsnä ihmisten arkisissa puhe- ja toimintatavoissa. Etnometodologia on yhteydessä Bergerin & Luckmannin klassiseen ajatukseen todellisuuden sosiaalisesta rakentumisesta.

Tutkimusmenetelminä tutkielmassani toimivat kategoria-analyysi ja visuaaliseen analyysiin kuuluva ikonologinen tulkintakehys. Kategoria-analyysissä ihmisten oletetaan muodostavan kategorioita sen perusteella, miten he kuvaavat itseään, toisiaan ja erilaisia asioita arkielämässä. Siinä tutkitaan niitä jaettuja kulttuurisia merkityksiä, joita eri kategorioihin liitetään. Tutkin TikTokin bimbo-ilmiötä kategoria-analyysin lisäksi visuaaliseen analyysiin kuuluvan ikonologisen tulkintakehyn avulla. Ikonologisessa tulkintakehysessä visuaalisen analyysin katsotaan koostuvan kolmesta eri tasosta: esi-ikonografisesta kuvauksesta, ikonografisesta kuvauksesta ja ikonologisesta tulkinnasta.

Tutkielmani perusteella TikTok-bimbon kategoriaa määrittää Chrissy Chlapeckan videoissa kuusi tärkeintä ominaisuutta. TikTok-bimbot ovat hänen videoillaan hauskoja ja humoristisia, performatiivisesti tyhmiä, psykologisesti itsenäisiä ja queerejä. Lisäksi he käsittävät itsevarmuuden seksuaalisena sekä pilkkaavat miehiä ja kehottavat katsojiaan kohtelemaan näitä huonosti. Ominaisuudet kietoutuvat jossakin määrin toisiinsa ja niiden erottaminen toisistaan ei ole yksinkertaista.

Löytämäni ominaisuudet ovat jossakin määrin samoja ja jossakin määrin erilaisia kuin aikaisemmassa TikTok-bimboista tehdyssä tutkimuksessa. TikTok-bimbon sosiaalisen kategorian eroavaisuutta aikaisemmasta, häpäisevästä bimbon sosiaalisesta kategoriasta voidaan havainnollistaa disidentifikaation käsitteen avulla. Jatkossa olisi mielenkiintoista tutkia tarkemmin TikTok-bimbouden ja feminismien välisiä yhteyksiä.

Avainsanat: *#BimboTok*, TikTok, bimbo, Chrissy Chlapecka, kategoria-analyysi

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck –ohjelmalla.

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Bimbo-ilmiö	3
2.1	Bimbo-sanan historiaa	3
2.2	# <i>BimboTok</i> ja 2020-luvun bimbofikaatio	4
2.3	Teoreettinen lähestymistapa aiheeseen	5
3	Tutkimusasetelma	6
3.1	Tutkimuskysymys ja tutkimusmenetelmät	6
3.2	Aineiston esittely	8
3.3	Aineistoon ja tutkimusmenetelmään liittyvä eettinen pohdinta	9
3.4	Analyysin kuvaus	10
4	Analyysin tulokset	11
4.1	Hauskuus ja huumori	12
4.2	Performatiivinen tyhmyys	14
4.3	Itsevarmuus seksuaalisuutena	15
4.4	Psykologinen itsenäisyys	16
4.5	Miesten pilkkaaminen ja huonoon kohteluun kehottaminen	18
4.6	Queer	19
5	Johtopäätökset ja pohdintaa	20
	Lähteet	24

1 Johdanto

Viime aikoina TikTokin etusivulleni on ilmestynyt yhä enemmän sähköyvän vaaleanpunaisissa ja paljastavissa vaatteissa esiintyviä nuoria naisoletettuja, joiden videot ovat suorastaan riemastuttavan hauskoja. He esittelevät videoissa asujaan, kehottavat katsojiaan päästämään irti heitä huonosti kohtelevista miehistä ja lausuvat humoristisia totuuksia tyttöydestä, kuten ”*Tyttönä oleminen on yksi maailman vaikeimmista hommista. Se on varmaan niin kuin vaikeampaa kuin insinöörinä oleminen. En muuten tiedä mitä insinöörit tekevät, mutta minun ei tarvitse, koska olen vain tyttö!*” (Chlapecka, 2023k). Koukutun videoihin hetkessä. Keitä ovat nämä hersyvän hauskat, upeisiin vaatteisiin pukeutuvat ja sosiaalisia normeja haastavat nuoret ihmiset, joiden videoita TikTok minulle jatkuvasti suosittelee? Hashtagien joukosta löydän vastauksen: kyseessä ovat *#bimbot*, jotka merkitsevät videonsa tunnisteella *#BimboTok*.

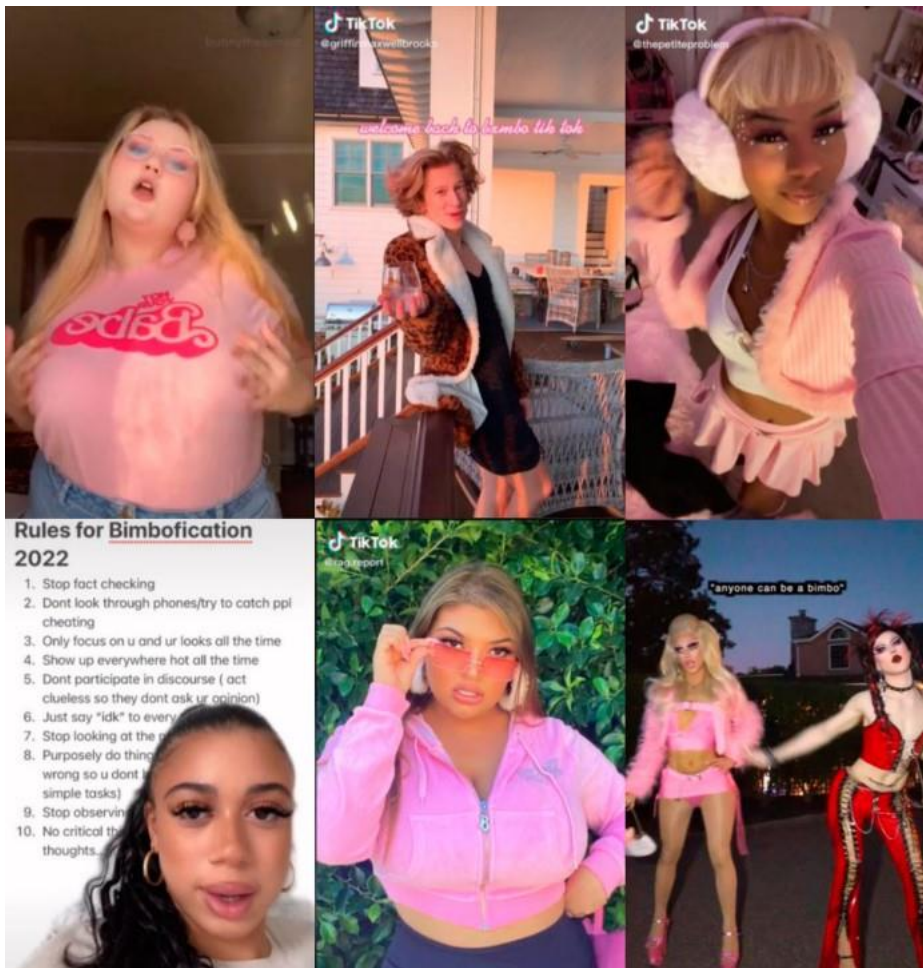
Tässä tutkielmassa tutkin 2020-luvulla suosioon noussutta TikTok -ilmiötä, *#BimboTokia*. *#BimboTok* on TikTok-trendi, johon osallistuvat nuoret ihmiset käyttäytyvät videoilla kuin ”bimbot”: He pukeutuvat pinkkeihin ja usein paljastaviin vaatteisiin, esittävät tyhmää sekä ovat hulvattoman hauskoja ikään kuin vahingossa. Edellä mainittujen ominaisuuksien lisäksi TikTokin bimbot ovat ystävällisiä ja inklusiivisia kaikkia kohtaan sekä usein melko poliittisia (Pierce, 2022, s. 204). Oman tutkimuskohteeni Chrissy Chlapeckan sanoin: ”Bimbot ovat oikeastaan radikaaleja vasemmistolaisia” (mt., 2022, s. 205).

#BimboTok-ilmiö on varsinkin sukupuolentutkimuksen näkökulmasta mielenkiintoinen tutkimusaihe, sillä samat ominaisuudet, joita TikTokin bimbot pyrkivät uudelleenomimaan (Pierce, 2022, s. 203), on käsitetty vielä 20 vuotta sitten erittäin negatiivisina ja halveksuttavina. Naisia on haukuttu ja häpäisty tyhmyydestä, ”turhamaisuudesta” ja yliseksuaalisuudesta (ks. esim. Callahan, 2006). Mistä johtuu, että *#BimboTok*-sisällöntuottajien suhtautuminen näihin ominaisuuksiin on tehnyt lähes täyskäännöksen? Mitä tekemistä bimboudella on politiikan kanssa? Voiko bimbouden kehystää feministiseksi? Entä miten näiden videoiden tekijät itse käsittävät bimbouteen liitetyt ominaisuudet?

#BimboTok -ilmiö on hyvin uusi, ja sitä on aikaisemmin tutkittu vain vähän. Aikaisempaa tutkimusta aiheesta edustaa lähinnä *Identities and Intimacies on Social Media* -kirjassa vuonna 2022 julkaistu AP Piercen artikkeli *The Rise of Bimbo TikTok: Digital Sociality, Postfeminism and Disidentificatory Subjects*, jota käytän keskeisenä lähteenä tässä tutkielmassa. Haluan

omalla tutkielmallani pyrkii täyttämään aiheen ympärillä olevaa tutkimuksellista aukkoa sekä lisätä ymmärrystä siitä, miten TikTok-bimbot itse käsittävät bimbo-ilmion.

Tutkimukseni etenee siten, että ensin taustoitan bimbo-ilmiotä tarkastelemalla bimbo-sanan historiaa ja niitä negatiivisia merkityksiä, joita sanaan on aikaisemmin liitetty. Tämän jälkeen siirryn tarkastelemaan 2020-luvun *#BimboTok*-ilmiotä ja sen ominaispiirteitä. Lisäksi laajennan käsitystä *#BimboTok*-ilmioistä disidentifikaation käsitteen kautta. Seuraavaksi kerron tutkielmani teoreettisesta lähestymistavasta ja esittelen tutkimuskysymykseni ja -menetelmäni sekä aineistoni. Lopuksi esittelen analyysini tulokset sekä kerron johtopäätöksistä ja pohdinnoista, joita analyysini herätti.



Kuva 1. TikTok-bimbot ovat kaiken kokoisia, näköisiä ja edustavat useita sukupuolia. (Knowles & Lopes, 2023.)

2 Bimbo-ilmio

2.1 Bimbo-sanan historiaa

Sana bimbo juontuu alun perin italiankielisestä sanasta *bambino*, mikä tarkoittaa lasta. 1800-luvulla sitä käytettiin haukkumasanana ”typerille miehille”, kunnes 1900-luvun alussa sillä alettiin viitata naisiin (Pierce, 2022, s. 203). Vuosi 1987 nimettiin yhdysvaltalaisessa mediassa ”bimbojen vuodeksi”, kun Jessica Hahn, Donna Rice ja Fawn Hall joutuivat skandaalien riepoiteltavaksi. Naiset joutuivat skandaalien kohteeksi hyvin erilaisista syistä, mutta yhteistä heille oli viehättävä ulkonäkö ja nuori ikä. (Valima & Mannila, 2023, s. 25.) Erityisesti Jessica Hahn joutui bimbo-nimittelyn kohteeksi kyseisenä vuonna sen jälkeen, kun hän kertoi *Playboy*-lehdessä tullessaan tv-evankelista Jim Bakkerin raiskaamaksi (ks. Page, 1987). Bimbo-sana nousi suuren yleisön tietoisuuteen viimeistään 1990-luvulla, kun Bill Clintonin poliittinen avustaja Betsey Wright loi termin ”bimbopurkaukset” (*bimbo eruptions*) kuvaamaan naisia, jotka kertoivat julkisesti seksisuhteistaan Clintonin kanssa (Baker & Adams, 1998; Barrett, Carville & Matalin, 2006, s. 53). Eräät naiset, jotka Clintonin kampanjatiimi pyrki bimbo-termin avulla hiljentämään, kertoivat myöhemmin Clintonin hyväksikäyttäneen heitä seksuaalisesti (Kray ym., 2018, s. 223). Bimbo-sanaa käytettiin tässä yhteydessä siis hyvin häpäisevässä merkityksessä, ja sen avulla pyrittiin vähentämään syytöksiä esittäneiden naisten uskottavuutta. Vuonna 2006 *New York Post* julkaisi kuuluisan kansikuva-artikkelinsa ”bimbokokouksesta” (*bimbo summit*), jossa esiintyivät Paris Hilton, Lindsay Lohan ja Britney Spears. Artikkelissa puhuttiin häpäisevään sävyyn naisten ”epäaidosta” ja seksuaalisesta ulkonäöstä, heidän juhlimisestaan ja alkoholinkäytöstään sekä tyhmyydestään (Callahan, 2006). AP Pierce kertookin bimbo-sanaa käytetyn 2000-luvun alussa halventavana nimityksenä naisille, joita pidettiin tyhminä ja joiden feminiinisyys poikkesi hyväksyttävästä heidän ulkoisen seksuaalisuutensa, roisin käytöksensä tai jollakin tavalla vääränlaisten kehojensa takia (Pierce, 2022, s. 203).

Tänä päivänä sana ”bimbo” tarkoittaa sanakirjamääritelmien mukaan edelleen ”viehättävää, mutta ei älykästä naista” (Cambridge Dictionary, 2023; Merriam-Webster Dictionary, 2023). Jocelyne Bartram Scott kutsuu bimbo-sanaa artikkelissaan ”femfobiseksi stereotyypiksi”. Femfobia tarkoittaa Bartram Scottin mukaan feminiinisyuden arvottomana pitämistä ja sen sääätelyä yhtenä yhteiskunnallisen syrjinnän muotona. (Bartram Scott, 2023). TikTokin maailmasta on kuitenkin nousemassa esiin uudenlaisia merkityksiä bimbo-sanalle.

2.2 #*BimboTok* ja 2020-luvun bimbofikaatio

#*BimboTok*illa tarkoitetaan 2020-luvulla suosioon nousutta TikTok -ilmiötä. AP Pierce (2022, s. 203) kertoo TikTok-bimbojen pyrkivän uudelleenomimaan termin negatiivisiksi käsitetyt ominaisuudet. Heidän tärkeimmiksi tunnuspiirteikseen voidaan lukea itsevarmuus, vahva itsemäärääminen identiteetin ja seksuaalisuuden suhteen, “itsensä kuumaksi tunteminen” (*feeling hot*), inklusiivisuus ja ystävällisyys sekä vasemmistolainen poliittisuus. ”Itsensä kuumaksi tunteminen” ei sinänsä liity mihinkään ulkonäköön, mutta usein siihen liittyy kuitenkin hyperfeminiininen sekä joskus myös seksualisoitu estetiikka. TikTok-bimboista tekee poliittisia hahmoja juuri itsemääräämisen korostaminen. Heidän mielestään kaikilla tulisi olla oikeus pukeutua paljastaviin vaatteisiin tai vaikkapa hakeutua sukupuolenkorjaushoitoihin, jos he tarvitsevat sitä edellä mainittujen tavoitteiden saavuttamiseen. (Pierce, 2022, s. 204–205.) TikTokin bimbot voidaan nähdä osana laajempaa *bimbofikaatio*-ilmiötä. Kirjan *Bimbofikaatio* kirjoittajat Inka Valima ja Taika Mannila (2023, s. 10) kertovat bimbofikaatioissa olevan kyse ”feminiinisinä, hölmöinä ja heikkoina pidettyjen ominaisuuksien rakastamisesta ja vahvistamisesta”. Lisäksi he määrittelevät bimbofikaation tai *bimboilun* feminiinisten ominaisuuksien ylikorostamiseksi leikkillisellä tavalla. Myös Valima ja Mannila näkevät bimboudessa poliittista potentiaalia, esimerkiksi miesten suosiman ”luonnollisen” kauneuden ihanteen rikkomisen kautta. Liiottelemalla *Barbie*-tyyppisiä piirteitään bimbot ”sekoittavat pakkaa” ja määrittelevät hyperfeminiinisiä piirteitä uudelleen omista lähtökohdistaan. (Valima & Mannila, 2023, s. 75–76).

TikTok-bimbouden merkityksiä voidaan tarkentaa AP Piercen artikkelissaan esittelemän *disidentifikaation* käsitteen avulla. Disidentifikaatio tarkoittaa Piercen mukaan sitä, kun vähemmistöasemassa olevat ihmiset ”kierrättävät ja ajattelevat uudelleen” kulttuurisia merkityksiä selviytyäkseen niiden keskellä tai haastaakseen niitä. Disidentifikaatiota harjoittavat ihmiset ottavat haltuun valtakulttuurin muotoja, joista he jäävät itse ulkopuolisiksi tavoilla, jotka määrittelevät valtakulttuuria uudelleen. Samalla he tulevat paljastaneeksi sen yhtenäistävän ja ulosulkevan toimintalogiikan. (Pierce 2022, s. 201–202). Bimbot harjoittavat disidentifikaatiota varsinkin sukupuolen ja hallitsevien feminiinisyyksien muotojen suhteen. Bimbot ”yliperformoivat” uusliberaalia feminiinisyyden ihannetta, johon kuuluu normatiivinen sukupuolen esittäminen, oman kehon seksualisointi ja sen ”kurissa pitäminen” sekä jämäkkyys ja itsevarmuus tavalla, joka ei tunnu uhkaavalta. Bimbot performoivat tätä feminiinisyyttä niin paljon, että siitä tulee ironista ja camp-tyylistä. (Mt. 208–209.) Feminiinisyyden ihanteen yliperformoinnissa voi olla yhteyksiä Valiman ja Mannilan (2023, s. 76) mainitsemaan ”pakan sekoittamiseen”

Barbie-tyyppisiä piirteitä liioittelemalla. Bimbojen feminiinisyyden performanssista tekee Piercen mukaan erityisen disidentifikatorista se, että siihen osallistuvat TikTokissa valkoisten, laihojen naisten lisäksi usein rodullistetut, lihavat ja transnaiset sekä queer- ja muunsukupuoliset ihmiset. (Pierce, 2022, s. 209).

2.3 Teorettinen lähestymistapa aiheeseen

Tutkin TikTokin bimbo-ilmiötä *kategoria-analyysin* avulla (ks. kappale 3.1). Kategoria-analyysi luokitellaan yhdeksi *etnometodologian* alasuuntaukseksi (Juhila, Jokinen & Suoninen 2012a, s. 16–17), ja etnometodologia toimiikin tärkeimpänä teoreettisena lähestymistapana työssäni. Etnometodologian keskeinen taustahahmo on Harold Garfinkel, jonka mukaan etnometodologiassa ollaan kiinnostuneita ihmisten tuottamista ”selontekoihin perustuvista käytännöistä” (*accountable practices*). Nämä käytännöt tarkoittavat arkielämän sosiaalista järjestystä eli sitä, miten ihmiset itse rakentavat sosiaalista järjestystä omien käytäntöjensä mukaisesti. Ihmisten toimintaa ei haluta selittää ikään kuin ulkopuolelta joidenkin valmiiden teoreettisten mallien mukaisesti. (Juhila, Jokinen & Suoninen, 2012a, s. 14–16). Terminä etnometodologia viittaakin sanoihin ”etno” (=kansa) ja ”metodologia” (=menetelmä) (Hartikainen, 2009, s. 36).

Etnometodologiassa kulttuuri käsitetään tietovarantona, joka on läsnä ihmisten arkisissa puhe- ja toimintatavoissa. Kulttuuria ei käsitetä korkeakulttuurina, vaan ihmisten käyttämänä arkisena tietona. Kulttuurisen tietovarannon katsotaan sisältävän runsaasti sosiaalisiin kategorioihin liittyvää tietoa, mitä voidaan analysoida kategoria-analyysin avulla (Juhila, Jokinen & Suoninen, 2012b, s. 32; ks. kappale 3.1.)

Etnometodologisen tutkimuksen erottaa muista ihmistieteistä erityisesti se, että sen perusteella ei voida tuottaa yksinkertaisia selityksiä ihmisten käyttäytymiselle. Etnometodologian avulla voidaan ainoastaan tutkia sitä, miten ihmiset tekevät käyttäytymistään ymmärrettäväksi selontekojen eli toiminnalle annettavien selitysten avulla. Etnometodologiaa on pidetty jopa vallankumouksellisena sen takia, että se ei käytä abstrakteja teorioita kuvaamaan tutkittavia ilmiöitä. Etnometodologia lähestyy itse teorioita ja niihin liittyvää refleksiivistä toimintaa tutkimuksen kohteena sen sijaan, että teorioita käytettäisiin selittämään ihmisten toimintaa. Etnometodologia on kyllä kiinnostunut teorioiden avulla kuvattavista ilmiöistä, mutta lähestymistapa niihin on toinen: etnometodologit tutkivat sitä, miten ihmiset viittaavat teorioiden kuvaamiin ilmiöihin arkielämän vuorovaikutuksessa. (Juhila, Jokinen & Suoninen, 2012a, s. 15–16.)

Etnometodologia on vahvasti yhteydessä Peter L. Bergerin ja Thomas Luckmannin klassiseen ajatukseen todellisuuden sosiaalisesta rakentumisesta eli *sosiaalisesta konstruktionismista*. Bergerin ja Luckmannin mukaan sosiaalinen järjestys on olemassa vain ihmisten toiminnan tuloksena (Berger & Luckmann, 2011, s. 71). Sosiaalisessa konstruktionismissa ajatellaan asioiden merkityksen olevan sosiaalisesti annettu. Asioilla ei ole mitään ”objektiivista” merkitystä, pelkästään niiden sosiaalinen merkitys. Sosiaalisessa konstruktionismissa ajatellaan myös, että ihmiset luovat yhteiskunnalliset käytännöt ”habitualisaatioiden” kautta. Habitualisaatiot ovat ihmisten toistamia toimintoja, jotka lopulta luovat säännöllisiä toiminnan muotoja. (Nickerson, 2023). Tutkimani ilmiön kontekstissa todellisuuden sosiaalinen rakentuminen näkyy niin, että bimbos sosiaalisen kategorian merkitykset ovat täysin ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa syntyneitä: ne eivät ole objektiivisia. Tämä tarkoittaa sitä, että tiettyyn sosiaaliseen kategoriaan liitetyt merkitykset voivat myös muuttua ajan saatossa.

3 Tutkimusasetelma

3.1 Tutkimuskysymys ja tutkimusmenetelmät

Tutkimustani ohjaava tutkimuskysymys on seuraava: Millaisena TikTok-bimbos sosiaalinen kategoria näyttäytyy suosittujen TikTok -bimbos Chrissy Chlapeckan videoissa? Pohdin tutkielmassani myös sitä, eroavatko bimbos sosiaalisen kategorian uudet merkitykset joiltakin osin aikaisemmin vallalla olleeseen bimbos kategoriaan liitetyistä merkityksistä. Pyrkivätkö TikTokiin bimbos kenties haastamaan aikaisemmin bimbosuteen liitettyjä kategoriamääreitä, vai ovatko ne pysyneet samoina? Mikä tekee TikTok -bimbouden sosiaalisesta kategoriasta uudelleenomitun? Tutkimusmenetelminäni toimivat kategoria-analyysi ja visuaaliseen analyysiin kuuluva ikonologinen tulkintakehys. Kategoria-analyysi sopii aiheeni tutkimiseen, sillä tutkin niitä kulttuurisia merkityksiä, joita TikTok -bimbos itse liittävät bimbosuteen. Bimboksi luokitellut ihmiset eivät nimittäin ole aikaisemmin päässeet juurikaan itse ääneen siinä, millaiseksi bimbos sosiaalinen kategoria on määritelty länsimaisessa kontekstissa. Visuaalista aineistoa tutkiessani ikonologinen tulkintakehys auttaa minua analysoimaan aineiston muodostavia visuaalisia kohteita systemaattisesti eri tasoilla.

Kategoria-analyysi menetelmänä pohjautuu Juhilan, Jokisen ja Suonisen (2012a, s. 16–18) mukaan Harvey Sacksin tuotantoon 1960- ja 70-luvuilla. Sacks kehitti *jäsenyysskategorisoinnin analyysin* menetelmän, jonka avulla voidaan tutkia sitä, miten ihmiset kuvaavat itseään, toisiaan ja erilaisia asioita arkielämässä. Kuvatessaan näitä ilmiöitä ihmiset asettavat niitä väistämättä myös erilaisiin kategorioihin. Kategoria-analyysissä tutkitaan sitä, miten ja millä perusteella

näitä kategorioita ”herätetään henkiin” eri tilanteissa. Lisäksi kategoria-analyysissä tutkitaan niitä jaettuja kulttuurisia merkityksiä, joita eri kategorioihin liitetään. (Ks. Juhila, Jokinen & Suoninen, 2012b, s. 32–33; kappale 2.3.) Olennainen osa kategorioihin liittyviä kulttuurisia merkityksiä ovat *kategoriamääreet*, joista tärkeimpiä on Juhilan, Jokisen ja Suonisen (2012b, s. 42) mukaan seitsemän: toiminnot, ”luonnolliset” ominaisuudet, motiivit, oikeudet, velvollisuudet, tiedot ja kompetenssit. Kategoriamääreet ovat yksinkertaisuudessaan eri tyyppisiä ominaisuuksia, joita kulttuurisesti liitämme sosiaalisiin kategorioihin. Kategoriamääreistä toiminnot ovat asioita, joita ajattelemme tietyn sosiaalisen kategorian jäsenten tekevän. Vaikkapa äidin sosiaalista kategoriaa esimerkkinä käyttäen äitien voidaan ajatella huolehtivan lapsistaan parhaansa mukaan. ”Luonnolliset” ominaisuudet ovat kategorian jäsenten luonteeseen liittyviä oletuksia. Länsimaisessa kontekstissa äitien ajatellaan usein olevan epäitsekkeitä sekä ”luonnostaan” huolehtivaisia ja lastensa puolesta uhrautuvia. Motiivit taas ovat asioita, joita kategorian jäsenten katsotaan tavoittelevan. Äitien motiiveina saatetaan ajatella olevan lastensa hyvinvointi keinolla millä hyvänsä. Kategoriajäsenten oikeudet ja velvollisuudet ovat nimensä mukaisesti oikeuksia ja velvollisuuksia, joita kategoriaan kuuluvilla ihmisillä ajatellaan olevan. Äideillä saatetaan katsoa olevan ennen kaikkea velvollisuus huolehtia lapsistaan ja mahdollisesti myös kodista, jossa hän elää lastensa kanssa. Oikeuksien kannalta äidin sosiaalinen kategoria saattaa olla kiistellympi: onko äideillä oikeus esimerkiksi lähteä ulos tanssimaan ystäviensä kanssa? Vastaus tähän kysymykseen saattaa olla erilainen siitä riippuen, minkä ihmisryhmän edustajalta asiaa kysytään. Liitämme sosiaalisten kategorioiden jäseniin myös erityisiä tietoja ja kompetensseja eli kykyjä tai taitoja. Äidin sosiaaliseen kategoriaan saatamme liittää erityisesti yksityiskohtaiset tiedot lasten henkilöhistoriasta ja heidän elämäänsä liittyvistä asioista. Äitien kompetensseiksi saatamme katsoa kyvyn huolehtia lapsistaan juuri oikealla tavalla ja joidenkin ihmisten kulttuurisen tiedon mukaan myös kyvyn hoitaa kotia ja vaikkapa laittaa ruokaa. (vrt. Jokinen, Juhila & Suoninen, 2012b, s. 42–43).

Visuaalisten aineistojen tulkinnassa voidaan käyttää Salla Jokelan (2023) mukaan monia tulkintakehyksiä, joista itse käytin *ikonologista tulkintakehystä*. Ikonologinen tulkintakehys on taidehistorioitsija Erwin Panofskyn kehittämä menetelmä, joka keskittyy sekä visuaalisten aineistojen että niiden tuotantoyhteyksien tutkimiseen. Ikonologisessa tulkintakehyksessä visuaaliseen tulkintaan liittyy kolme tasoa, jotka ovat *esi-ikonografinen kuvaus*, *ikonografinen kuvaus* ja *ikonologinen tulkinta*. Panofsky on itse käyttänyt tulkinnan eri tasoja havainnollistaakseen esimerkkinä kuvaa miehestä, joka nostaa hattua. Esi-ikonografisen

tulkinnan tasolla visuaalinen kohde tunnistetaan ja sitä kuvaillaan. Hattua nostavan miehen tapauksessa voimme tällä tasolla yksinkertaisesti todeta näkevämme miehen, joka nostaa hattua. Saatamme myös tunnistaa kuvassa esiintyvän miehen joksikin tuntemaksemme henkilöksi. Ikonografisen kuvauksen tasolla tutkitaan visuaaliseen kohteeseen liittyviä merkityksiä ja symboliikkaa. Hatunnoston tapauksessa tulkitsemme hatunnoston tervehdykseksi. Ele ei ole satunnainen, vaan siihen liittyy jokin merkitys. Ikonologisen tulkinnan tasolla visuaalisessa aineistossa esiintyvää kohdetta tulkitaan laajemmassa kontekstissaan. Saatamme tulkita hatunnoston suhteessa kuvassa esiintyvän miehen koko henkilöhistoriaan tai persoonallisuuteen. Ikonologisen tulkintakehyksen tasot liittyvät semiotiikassa esiintyviin *denotaation* ja *konnotaation* käsitteisiin. Denotaatio tarkoittaa kuvan ”ilmimerkitystä”, eli se vastaa esi-ikonografisen kuvauksen tasoa. Konnotaatio taas tarkoittaa kuvan ”assosiatiivista sivumerkitystä” eli ikonografisen kuvauksen tasoa. Ikonologisessa tulkintakehyksessä on yhteyksiä myös diskurssianalyysiin. Tämä näkyy esimerkiksi siten, että ikonologisessa tulkintakehyksessä otetaan huomioon kuvan laajempi konteksti diskurssianalyysin tavoin. Lisäksi intertekstuaalisuuden käsite on tärkeä tekstien lisäksi myös visuaalisten aineistojen tutkimuksessa, sillä visuaalisissa aineistoissa on usein viittauksia toisiin visuaalisiin aineistoihin ja teksteihin. (Jokela, 2023.)

3.2 Aineiston esittely

Tutkin TikTokin bimbo-ilmiötä tarkastelemalla suosituksen TikTok-sisällöntuottajan Chrissy Chlapeckan tilillään julkaisemaa kymmentä uusinta videota 18.10.2023 mennessä, jolloin aloin suorittaa analyysiä. Chrissy Chlapecka on 23-vuotias yhdysvaltalainen TikTok -sisällöntuottaja ja musiikkiartisti, joka alkoi postata videoita TikTokiin vuonna 2019 (Morgan, 2022). Valitsin tutkimuskohteeksi juuri Chlapeckan siksi, että hänet nimetään lähes kaikissa *#BimboTok*-ilmiötä käsittelevissä artikkeleissa esimerkkinä TikTok-bimboista (ks. esim. Pitcher, 2021; Haigney, 2022; Fostekew, 2022). Chlapecka alkoi kutsua itseään bimboksi TikTokissa sen jälkeen, kun hänen seuraajansa olivat käyttäneet hänestä tätä nimitystä rakastavalla tavalla (Kearns, 2021). Videoita, joilla Chlapecka kutsuu itseään bimboksi löytyy myös omasta tutkimusaineistostani, esimerkiksi videot 4 ja 7 (Chlapecka, 2023e; Chlapecka, 2023b).

Päätin tutkia vain yhden TikTok-bimbon videoita useamman sijaan kahdesta syystä. Ensimmäinen syy on Chlapeckan vahva asema TikTok-bimbojen maailmassa. Toinen syy liittyy TikTokin ominaisuuksiin sosiaalisen median alustana. Olin aluksi suunnitellut analysoivani kymmentä suosituinta *#BimboTok* -hashtagin takaa löytyvää videota. TikTokin

hakutuloksia ei kuitenkaan pysty lajittelemaan tietokoneella näyttökertojen perusteella niin, että suosituimmat videot näkyisivät ensimmäisenä, vaan TikTok ehdottaa hakutuloksia satunnaisilta vaikuttavin perustein. Ainoa keino hakutuloksien lajitteluun on ”mukautetun haun” kytkeminen päälle tai pois. Mukautettu haku tarkoittaa sitä, että TikToken algoritmi ehdottaa hakutuloksia sen perusteella, millaisista videoista käyttäjä on ollut aikaisemmin kiinnostunut (TikTok, 2023a). Koska suoritin analyysin tietokoneella, en päässyt valikoimaan aineistokseni usean sisällöntuottajan suosituimpia videoita. Tästä johtuen päädyin valitsemaan tarkasteluun vain yhden ilmiötä hyvin edustavan ja laajasti tunnetun sisällöntuottajan videoita. Päädyin myös jättämään tarkastelusta pois joitakin videoita, vaikka ne olisivatkin uutuusperusteen mukaan valikoituneet mukaan analyysiin. Näitä videoita olivat sellaiset, joilla vuonna 2023 musiikkiuransa aloittanut Chlapecka mainostaa tulevia musiikkijulkaisujaan tai jotakin sponsoroitua tuotetta. Ajattelin, että nämä videot eivät ole yhtä informatiivisia kuin Chlapeckan muut videot eivätkä ne anna edustavaa kuvaa Chlapeckan tyypillisestä videoiden tekemisen tyylistä. Ne videot, jotka valikoituivat mukaan tarkasteluun numeroin välillä 1-10 siten, että uusin video 18.10.2023, kun aloitin analyysin, oli tarkastelussa ensimmäisenä.

3.3 Aineistoon ja tutkimusmenetelmään liittyvä eettinen pohdinta

TikToken käyttöehdoissa sanotaan, että käyttäjän julkaistessa sisältöä alustalla hän antaa samalla muille TikToken käyttäjille luvan katsella, käyttää ja ladata sisältöä (TikTok, 2023b). Tämä tarkoittaa sitä, että saan käyttää Chlapeckan TikTokissa julkaisemia videoita tutkimuskäyttöön. Lisäksi Chlapeckan TikTok -profiili on julkinen, eli kaikki TikToken käyttäjät pystyvät vapaasti katselemaan hänen videoitaan. Chlapeckalla on TikTokissa tutkielman kirjoittamisen aikaan 5,2 miljoonaa seuraajaa, ja suurimmalla osalla hänen videoistaan on satoja tuhansia näyttökertoja (Chlapecka, ei pvm.). Kososen, Laaksosen, Terkamo-Moision & Rydenfeltin (2018) mukaan sosiaalisen median julkisten aineistojen tutkimuskäyttöä varten ei yleensä tarvitse kysyä suostumusta aineiston tuottajalta. Tiedottaminen aineiston tutkimuskäytöstä saattaa kuitenkin antaa tutkittaville tarvittaessa mahdollisuuden kieltäytyä tutkimukseen osallistumisesta tai vaikuttaa tutkittavaan materiaaliin. Sosiaalisen median aineistojen eettisessä käytössä tärkeintä on minimoida tutkittaville aiheutuva haitta. Tiedottamisen tarve korostuu erityisesti tilanteissa, joissa tutkitaan haavoittuvaisia ihmisryhmiä tai sensitiivisiä aiheita. (Kosonen ym., 2018). Päätin olla tiedottamatta Chlapeckaa tutkimuksesta, sillä en koe tutkimuksestani aiheutuvan hänelle mahdollista haittaa. Lisäksi Chlapeckan miljoonista ihmisistä koostuvan seuraajajoukon kontekstissa ei vaikuta siltä, että hän haluaisi pitää videonsa vain pienen ihmis-

ryhmän nähtävillä. Vaikka olisinkin tiedottanut Chlapeckaa tutkimuksesta esimerkiksi kirjoittamalla kommentin jonkin hänen videonsa alle, en olisi välttämättä saanut vastausta – kommentteja kertyy Chlapeckan videoihin hyvin paljon, keskimäärin useita satoja videota kohden (Chlapecka, ei pvm.). Aineiston eettiseen käsittelyyn liittyen minun on lisäksi hyvä muistaa, että olen katsonut Chlapeckan videoita paljon myös aineisto-otteen ulkopuolelta ja pidän hänen tavastaan tehdä videoita. Yritän antaa ennakkokäsitykseni Chlapeckasta ja hänen videoistaan olla vaikuttamatta tutkimuksen objektiivisuuteen.

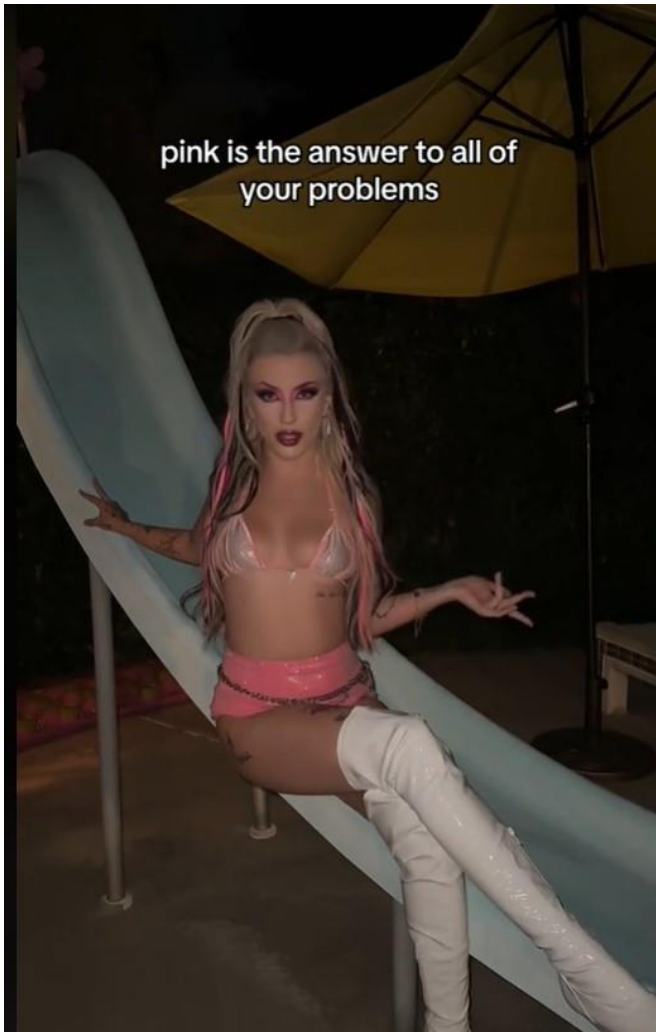
3.4 Analyysin kuvaus

Muodostin analyysini perusteella melko selkeän kuvan siitä, millaisena TikTok-bimbon sosiaalinen kategoria esiintyy Chrissy Chlapeckan videoilla. Kategoria-analyysin osalta tärkeimpiä kategoriaominaisuuksia löysin kuusi, jotka esittelen tulosluvussa kukin omana alalukunaan. Löytämäni kategoriaominaisuudet esiintyvät useammalla Chlapeckan videolla tai ne erottuvat aineiston joukosta muulla tavoin. Nämä kategoriaominaisuudet heijastelevat jossakin määrin aikaisempaa TikTok-bimboista tehtyä tutkimusta, mutta löysin analyysini avulla aineistosta myös uusia merkityksiä bimboudelle. Suoritin analyysin etsimällä aineistoni videoilta ensin toistuvia ilmauksia. Tämän jälkeen katsoin videoita useaan kertaan läpi ja kiinnitin huomiota siihen, missä yhteydessä toistuvat ilmaukset sanotaan. Toistuvien ilmauksien perusteella oli lopulta melko helppoa havaita toistuvia puhetapoja sen suhteen, miten bimbot puhuivat itsestään. Lisäksi tarkastelin sitä, miten bimbot paikansivat itsensä suhteessa muihin ihmisryhmiin, kuten miehiin tai katsojiinsa. Tämän jälkeen muotoilin aineistossa toistuvat puhetavat ja asemoinnit TikTok-bimbouden kuudeksi ydinominaisuudeksi. Pohdin jokaisen löytämäni ominaisuuden kohdalla, mikä Jokisen, Juhilan ja Suonisen (2012b, s. 42) listaamista kategoriamääreistä se voisi olla, ja kerron tästä kategoriaominaisuuden esittelyn yhteydessä. Bimbouden ydinominaisuuksien osalta on huomattava, että monet ominaisuudet kietoutuvat jollakin tavalla yhteen ja ominaisuuksien erottaminen toisistaan oli hieman hankalaa. Sain mielestäni kuitenkin erotettua ominaisuudet toisistaan riittävän johdonmukaisiksi alaluvuiksi.

Visuaalista analyysiä tehdessäni kävin aineiston läpi useaan kertaan jokaista ikonologisen tulkintakehyksen tasoa vuorotellen hyödyntäen. Otin huomioon myös visuaalisen analyysin osalta tärkeän intertekstuaalisuuden (ks. kappale 3.1). Esi-ikonografisen kuvauksen tasolla tarkastelin sitä, mitä Chlapeckan videoilla konkreettisesti tapahtui visuaalisesti. Videolla saattoivat esimerkiksi esiintyä Chlapecka ja hänen ystävänsä Griffin Maxwell Brooks

keskustelemassa hyvin lähekkäin, katsomassa toisiaan tiiviisti silmiin ja hymyilemässä. Ikonografisen kuvauksen tasolla keskityin siihen, mitä merkityksiä ja symboliikkaa videoilla esiintyi. Mainitsemani videon osalta tulkitsin, että Chlapecka ja Brooks käyttäytyivät samalla tavalla kuin romanttisten kumppanien katsotaan usein käyttäytyvän länsimaisessa kontekstissa. Ikonologisen tulkinnan tasolla sekä intertekstuaalisuutta hyödyntäen tulkitsin videoilla esiintyviä kohteita laajemmassa kontekstissaan. Esimerkkivideoni kohdalla vertasin sitä koko aineistoni kontekstiin sekä otin huomioon sen, että Chlapecka ja Brooks kuuluvat molemmat HLBTQ+ -yhteisöön (Kearns, 2021; Kagan, 2022) ja ovat vain ystäviä (Lee, 2022; Lamantia, 2023). Tämän vuoksi tulkitsin videolla esiintyvän läheisyyden humoristiseksi länsimaisten parisuhdenormien liioitteluksi (ks. kappale 4.6).

4 Analyysin tulokset



Kuva 2. Chrissy Chlapecka, kuvakaappaus aineistoni videolta 3. (Chlapecka, 2023c.)

4.1 Hauskuus ja huumori

Chlapeckan videoiden perusteella TikTokin bimbot ovat ennen kaikkia hauskoja. Huumoria luodaan jollakin tavalla aineiston kaikilla videoilla. Lukisinkin bimbojen hauskuuden kaikki muut kategoriat lävistäväksi pääominaisuudeksi, johon muut ominaisuudet jollakin tavalla kietoutuvat. Juhilan, Jokisen ja Suonisen (2012b, s. 42) esittelemistä kategoriamääreistä hauskuus on lähimpänä ”luonnollista” ominaisuutta. Bimbot ovat Chlapeckan videoilla hauskoja vaivattomalta vaikuttavalla tavalla. Vaikuttaa siltä, että Chlapecka ei varsinaisesti pyri olemaan hauska, mutta hänen puheensa naurattavat katsojaa tästä huolimatta. Lisäksi huumorin voisi nähdä kompetenssin kategoriamääreenä. Bimbot kykenevät olemaan hauskoja edes yrittämättä, joten he ovat hyvin taitavia huumorin hyödyntäjiä. Huumoria luodaan erityisesti hauskoilla, nokkelilla ja yllättävillä sanankäänteillä, joita esiintyy lähes jokaisella analysoitavalla videolla. Hauskoja sanankäänteitä löytyy esimerkiksi videolta 2, jolla Chlapecka sanoo: ”On okei, jos ainoa tavoitteesi elämässä on olla nätti ja tekemättä töitä. Koska miksi ylipäänsä teemme töitä? Ketä varten? Mitä varten? Jumalaa varten? Kuka se on? En edes tunne häntä!”. Videolla 6 Chlapecka esittelee ”päivää elämässään, jolloin hän tapaa homopoikaystävänsä” (toista TikTok-bimboa, Chlapeckan ystävää Griffin Maxwell Brooksia). Chlapecka ja Brooks keskustelevat videolla seuraavasti: ”Mitä syöt tänään illalliseksi, rakas?” ”Veljesi.” ”Niin hullua. Siksikö, että hän näyttää minulta?” ”Tavallaan”. Lisäksi Chlapeckan videoilla luodaan huumoria tilannekomiikan keinoin, joka näkyy erityisesti Chlapeckan elekielessä. Esimerkiksi videolla 4, jolla Chlapecka leipoo suklaakeksejä, hän sanoo ylpeästi keksit pellille laitettuaan: ”Minusta tuntuu ihan kotirouvalta!”. Samalla hän kuitenkin pyörähtää ympäri, ja osuu pellillä tiskipöydällä oleviin esineisiin, jotka putoavat tiskialtaaseen. Tässä kohtaa huumori syntyy kotirouvan sosiaaliseen kategoriaan kulttuurisesti liitettyjen merkitysten ja Chlapeckan elekielen välisestä ristiriidasta.

Bimbojen poliittisuutta mukailleen Chlapecka vaikuttaa käyttävän huumoria keinona kiinnittää huomiota erityisesti poliittisiin asioihin. Poliittisella huumorilla on kuulijaa taivuttelevaa voimaa (Innocenti & Miller, 2016, s. 366), ja Chlapecka vaikuttaa käyttävän tätä hyväkseen. Poliittisuus tulee erityisen hyvin esiin videolla 9, jolla Chlapecka ja Brooks istuvat autossa. Chlapecka toivottaa katsojilleen hyvää biseksuaalisen näkyvyyden päivää, mutta Brooks sanoo päivän olevan jo ohi: ”Odota! Se on ohi. Se tapahtui jo. --- Nyt olemme näkymättömiä.” Tähän Chlapecka reagoi sanomalla: ”Ai, loppumme koitti? --- Voi luoja!” Tämän jälkeen Chlapecka ja Brooks syöksyvät nopeasti ulos autosta esittäen, että heidän pitäisi biseksuaaleina muuttua kirjaimellisesti näkymättömiksi näkyvyyttä lisäävän päivän ollessa ohi. Poliittista videolla

esiintyvistä huumorista tekee se, että biseksuaaleja ihmisiä on kutsuttu ”näkymättömäksi vähemmistöksi”, sillä he kohtaavat syrjintää sekä hetero- että homoyhteisöjen sisällä (MAP, 2016). Toinen esimerkki poliittisesta huumorista voisi olla video 2, jolla Chlapecka ihmettelee, miksi emme voi vain ”tulostaa lisää rahaa”. Tämän voisi nähdä olevan viittaus antikapitalismiin, joka on monille bimboille tärkeää (Pierce, 2022, s. 205). Kolmas esimerkki huumorin poliittisuudesta on video 7, jolla Chlapecka sanoo: ”Bimbo on (joku, joka on) kuuma, queer ja tietoinen ilmastosta. Ja olen tietoinen siitä, että ulkona on kuuma!” Tämä humoristinen lause voidaan nähdä pyrkimyksenä kiinnittää huomiota hyvinkin poliittisesti latautuneeseen ilmiöön, ilmastonmuutokseen. Innocentin ja Millerin mukaan tutkimukset osoittavat, että poliittisen huumorin käyttö saattaa vähentää huumorin vastaanottajien motivaatiota tai kykyä pohtia esitettyjä argumentteja tarkasti. Pohdintakyvyn laskeminen saattaa johtua siitä, että suurin osa huumorin vastaanottajien kognitiivisista resursseista kuuluu huumorin ymmärtämiseen. (Innocenti & Miller, 2016, s. 367.) Chlapeckan huumori poliittisten aiheiden ympärillä saattaakin olla joko tietoinen tai tiedostamaton yritys taivutella videoiden katselijoita olemaan samaa mieltä hänen kanssaan tai ”harhauttaa” heitä olemaan ajattelematta poliittisen huumorin takana olevia argumentteja kriittisesti.

Poliittisuuden lisäksi voidaan sanoa, että Chlapecka käyttää huumoria luodakseen itsestään hieman tyhmää, mutta hellyttävää kuvaa. Puhun performatiivisesta tyhmyydestä omana kategorianaan lisää alempana, mutta näen, että huumorin avulla luodulla söpöydellä on Chlapeckan videoissa tärkeä rooli. Söpöyttä luodaan erityisesti eleiden, ilmeiden ja äänensävyjen keinoin. ”Söpöilevä”, lapsekas ja hento äänensävy esiintyy esimerkiksi videolla 2, jolla Chlapecka sanoo: ”Kuuntele, rakas! On okei, jos et osaa matikkaa. On okei, jos et ymmärrä miksi emme voi tulostaa lisää rahaa. Minäkään en tajua sitä!” Eleillä on suuri merkitys esimerkiksi videolla 7, jolla Chlapecka tekee käsillään vahingossa hellyttävän kömpelön sydämen tähden sijaan sanottuaan: ”Sinä olet tähti”. Lisäksi eleiden ja äänensävyyn merkitys söpöyden luomisessa näkyy videolla 4, jolla Chlapecka käyttää vaaleanpunaista veistä iloisen huolimattomasti ja puhuu hieman lapsekkaalla tavalla keksiä suussa: ”Aion myös tehdä keksejä ja antaa sinulle tosi hyviä neuvoja.” Söpöyttä ja lapsenomaista vaikutelmaa on luomassa videolla lapsille tyypillinen elehtiminen puheen lisäksi, sillä sanoessaan edellämäinitun lainauksen Chlapecka nojautuu eteenpäin ja heiluttaa sormiaan kömpelön näköisesti painottaakseen sanojaan. Söpöyden performoinnissa saattaa olla kyse Valiman & Mannilan (2023, s. 11) mainitsemaasta pyrkimyksestä ”hölmöjen ja heikkojen” ominaisuuksien vahvistamiseen.

4.2 Performatiivinen tyhmyys

Huumori-kategorian kanssa kenties lähimmiten yhteenkietoutuu videoilla esiintyvä tyhmyyden performointi humoristisella tavalla. Chlapecka saattaa esimerkiksi ”polittaa” kenkensä liian kylmässä vedessä (video 7), olla ymmärtämättä miksi emme voi vain tulostaa lisää rahaa (video 2) tai jäädä pohtimaan sanan ”lähteä” merkitystä pitkäksi aikaa (video 6). Chlapeckan tyhmyys vaikuttaa performatiiviselta sen takia, että edellisten asioiden aito ymmärtämättömyys olisi ristiriidassa hänen muun käytöksensä kanssa. Jos Chlapecka osaa esimerkiksi leipoa, rullaluistella, pukeutua trendikkäisiin vaaleanpunaisiin vaatteisiin ja viitata miesten haitalliseen käytökseen, tuntuu epätodennäköiseltä, että hän ei tietäisi sanojen ”polittaa”, ”jäädyyttää” tai ”lähteä” merkitystä tai ymmärtäisi, että rahaa ei voi vain tulostaa lisää markkinatalouden kontekstissa. Tyhmyyden performatiivisuutta korostetaan myös liioittelevilla äänensävyillä ja eleillä. Esimerkiksi kenkensä ”poltettuaan” Chlapecka sanoo: ”*Poltin kenkäni!*” tahallisen hennolla äänellä ja syöksyy altaalta pois päin liioitellun kömpelön näköisesti. Chlapeckan älykkyyttä tyhmyyden performoinnista huolimatta voisi tukea myös se, että hän käyttää huumoria melko strategisen oloisesti tuomaan huomiota poliittisille kysymyksille (ks. luku 4.2). Jos Chlapeckan tyhmyys todella on performatiivista, TikTok-bimbojen tyhmyys saattaa erota siitä tyhmyydestä, mikä aikaisemmin liitettiin bimbos sosiaaliseen kategoriaan ”luonnollisena” kategoriaominaisuutena (ks. esim. Callahan, 2006; Pierce, 2022, s. 203). Chlapecka voidaankin ”luonnollisen” ja essentialisoivan tyhmyyden sijaan nähdä ”hölmönä”, jollaiseksi Pierce (2022, s. 211) luokittelee TikTok -bimbot artikkelissaan viitaten Byung-Chul Hanin ”idiotin” käsitteeseen. Pierce tarkoittaa bimbojen ”hölmöydellä” sitä, että he pyrkivät absurdin huumorin keinoin selviytymään aikakautemme poliittisten, taloudellisten ja ympäristökatastrofien keskellä muiden Z-sukupolven edustajien tavoin. Lisäksi TikTok-bimbojen performatiivinen tyhmyys ja ”tyhmiin blondeihin” liitettyjen normatiivisten koodien liioittelu voidaan nähdä ”aseistetun kyvyttömyyden” muotona, jota bimbot harjoittavat paljastaakseen sosiaalisen todellisuuden konstruktiivisen rakentumisen ja torjuakseen joitakin uusliberaalin psykopolitiikan normeja (Mt., 2022, s. 210–211).

TikTok-bimbojen liioittelussa tyhmyydessä voidaan nähdä yhteyksiä myös *parodiaan*, josta Harri Sarpavaara (2005) puhuu artikkelissaan. Parodia on Sarpavaaran mukaan komiikan muoto, johon liittyy kulttuuristen merkitysten liioittelua ja alleviivaamista. Se on ”suureellinen tapa esittää kohde” ja siihen liittyy kohteen ominaispiirteiden vieminen suhteettomiksi. Esittämällä tiettyyn kohteeseen liitettyt kulttuuriset merkitykset liioitellulla tavalla voidaan ”rikkoa konventionaalisia vastakkainasetteluja” ja osoittaa niiden naurettavuus (Sarpavaara, 2005, s.

49). Liioittelemalla bimbos sosiaaliseen kategoriaan kulttuurisesti liitettyä tyhmyyttä Chlapecka saattaa pyrkiä osoittamaan naurettavaksi ylipäänsä sen, että bimbot on aikaisemmin luokiteltu systemaattisella tavalla tyhmiksi tai ”aivottomiksi” (ks. esim. Callahan, 2006).

Kategoriamääreiden osalta Chlapeckan videoilla esiintyvä performatiivinen tyhmyys on mielenkiintoista. Tyhmyyden liioittelulla saatetaan nimenomaan haastaa tyhmyyden asemaa ”luonnollisena” kategoriaominaisuutena, ja määrittelisinkin sen enemmän toimintona tai kompetenssina. Tyhmyyden esittäminen on Chlapeckan videoilla tietoisesta ironista toimintaa, joka osoittaa tietynlaista kompetenssia eli kykyä esittää tyhmää strategisella tavalla.

4.3 Itsevarmuus seksuaalisuutena

Chlapecka kehottaa katsojiaan videoillaan vahvasti itsevarmuuteen. Hän kehottaa heitä esimerkiksi olemaan oma itsensä (videolla 3), kehuu heitä tähdiksi (videolla 7) ja vakuuttelee heitä siitä, että virheiden tekeminen on sallittua (video 4). AP Pierce puhuu artikkelissaan itsevarmuudesta TikTok -bimbojen ominaispiirteenä. Bimbot käsittävät itsevarmuuden kuitenkin usein ”kuumuutena” eli itsensä hyvännäköiseksi ja seksikkääksi tuntemisena. (Pierce, 2022, s. 205; ks. kappale 2.2). Myös Valima ja Mannila (2023, s. 66) pohtivat bimboihin liittyvää ”kuumuutta” kirjassaan. He näkevät bimbouden esimerkkinä siitä, miten ”feminiinistä seksuaalisuutta voi hyödyntää ja kapitalisoida”.

Itsevarmuus ja seksualisoitu ”kuumuus” saattavat jossakin määrin olla yhteydessä toisiinsa myös Chlapeckan videoilla. Hän rohkaisee katsojiaan vapaaseen itseilmaisuuksiin, ja samalla seksuaaliseen pukeutumiseen: ”Muodin ei ole tarkoitus olla realistista. Jos haluat pitää strippari-korkojasi vesiliukumäessä, tee se, narttu!” tai ”Pukeudu ihan, miten haluat! Mitä sitten, jos minihameesi on niin lyhyt, että perseesi näkyy?” (video 3). Chlapecka ja Brooks toteavat videolla 7, jolla ystävykset käyvät läpi ”bimbouden pääasioita”: ”Anna äänesi aina kuulua, ja peppusi aina näkyä!” Lisäksi Chlapecka saattaa suoraan kutsua katsojiaan seksikkääksi kehuna: ”Olet seksikäs! Tyttö, olet niin seksikäs!” (video 4). Näihinkin lausumiin Chlapecka tuo huumoria ja söpöyttä liioittelemalla elekieltään puhuessaan. Esimerkiksi videolla 3 Chlapeckan puhuessa korkokenkien pitämisestä vesiliukumäessä hän kirjaimellisesti seisoo vesiliukumäen huipulla poseeraten kuin muotimalli. Lisäksi hän painottaa sanojaan korostetun humoristisesti käsillään ja lopettaa lauseensa läpsäyttämällä kätet reisiinsä painokkaasti.

Seksuaalisuus on sanavalintojen lisäksi läsnä Chlapeckan pukeutumisessa. Hänellä on lähes kaikilla aineiston videoilla päällään paljastavat bikinit ja lyhyt minihame. Seksuaaliseen

pukeutumiseen kehottamisesta huolimatta TikTok-bimbot eivät tuomitse kenenkään valintoja ulkonäkönsä suhteen (Pierce, 2022, s. 205). Chlapecka sanookin videolla 4: ”Jos haluat käyttäytyä kuin kuningatar lyhyessä minihameessa, tai jos haluat käyttää v*tun pitkää farkkuhamettasi, tee mitä haluat!”

Kategoriamääreistä itsevarmuuteen ja seksuaalisuuteen kehottamisen yhteenkietoutuma voisi olla esimerkiksi toiminto tai motiivi. Toiminnon puolesta puhuu se, että itsevarmuuteen kehottaminen ja katsojien rohkaiseminen on toimintaa: se on jotakin, mitä Chlapecka tekee. Toiminnon taustalla saattaa olla myös tietynlainen motiivi, eli tässä tapauksessa se, että Chlapecka haluaa katsojiensa tuntevan itsensä itsevarmoiksi ja seksikkäiksi. Chlapeckalla saattaa olla seksuaalisuuden normalisoinnin taustalla laajempiakin motiiveja, kuten osallistuminen 2010-luvulla valtavirtaistuneisiin liikkeisiin naisten koskemattomuuden turvaamiseksi pukeutumisesta tai käytöksestä huolimatta. Näitä ovat olleet esimerkiksi *#SlutWalk* ja *#MeToo* (Valenti, 2011; Me Too, 2023).

Positiivisesta suhtautumisesta seksuaalisuuteen voi kertoa myös se, että Chlapecka käyttää ”huora” ja ”narttu” -sanoja neutraalilla tai jopa positiivisella tavalla: ”On okei, jos haluat pukeutua kuin pieni huora joka päivä!” (video 2) tai ”Tee se, narttu!” (video 3). Tämä saattaa olla yritys uudelleenomia nämä aikaisemmin negatiivisella tavalla käytetyt sanat, samalla tavalla kuin seksuaali- ja sukupuoli vähemmistöt ovat pyrkineet uudelleenomimaan sanan *queer* (Clarke, 2021). Tutkimusten mukaan aikaisemmin loukkaavaksi käsitetyn sanan neutraali käyttö sen ihmisryhmän toimesta, johon sanalla viitataan, vähentää sanan loukkaavaa merkitystä (Galinsky ym., 2013, s. 2020). Seksuaalisuudella leikittelyyn sekä pyrkimykseen uudelleenomia negatiivissävytteisiä sanoja voisi liittyä myös tiedon kategoriamääre. Chlapecka on selkeästi tietoinen naisten seksuaalisuuden historiallisesti stigmatisoidusta roolista sekä ”huora” ja ”narttu” -termien leimaavista merkityksistä, joten hän tekee tietoisin valinnan kehystää ne jonakin hauskana, kevyenä ja kunnioitettavana. Tätä kautta Chlapecka tulee haastaneeksi sanojen leimaavia merkityksiä ja luoneeksi naisille ja feminiinisille ihmisille lisää elintilaa patriarkaalisten rakenteiden sisällä.

4.4 Psykologinen itsenäisyys

Chlapecka korostaa videoillaan psykologista itsenäisyyttä ja varoittaa katsojiaan tukeutumasta liikaa muihin. Tämä näkyy erityisesti videolla 3, jolla Chlapecka sanoo: ”Kukaan muu ei voi tehdä sinua onnelliseksi kuin sinä itse. --- Tiedän, että haluamme rikkinäisinä, v*tun traumatisoituneina ihmisinä tukeutua johonkin toiseen, jotta hän tekisi olomme paremmaksi. -

-- Jos laitamme noin paljon itsestämme muiden käsiin, he eivät millään vastaa odotuksiamme. --- Joten meidän täytyy pystyä olemaan sinut itsemme kanssa.” Tämä kohta erottuu muusta aineistosta myös siten, että Chlapeckan äänensävy on hieman vakavampi kuin yleensä. Hän puhuu matalammalla äänellä eikä elehdi yhtä liioitellulla tavalla kuin muilla aineistoni videoilla. Chlapeckan äänensävyistä ja elekielestä voisi siis päätellä, että tämä asia on hänelle tärkeä ja hän on sen suhteen vakavissaan. Edellämainitun lainauksen lisäksi käsitys itsevarmuudesta psykologisenä itsenäisyytenä tulee esille ikään kuin rivien välistä videoilla 1, 3 ja 5. Näillä videoilla Chlapecka kehottaa katsojaansa päästämään irti kontekstista päätellen tämän deittailemasta miehestä, koska hän on ”kirjaimellisesti vain mies” (*”literally just a guy”*). Chlapecka sanoo videoilla seuraavia asioita: ”Hänen kyntensä ovat lakatut psykologista sodankäyntiä varten!” (video 3) tai ”Hän ei ole erilainen, hänellä on vain lakatut kynnet! --- Miksi itket, kun hän ei vastannut viestiisi?” (video 1). Videolla 5 Chlapecka korostaa ”erilainen” -sanaa venyttämällä ja painottamalla sitä sekä toistamalla sen videon lopussa: ”Hän ei ole elämäsi rakkaus! --- Hänellä on vain lakatut kynnet, hän ei ole *erilainen!* --- Hän ei ole erilainen, hän on vain *mies!*” Erityisesti sana ”erilainen” herätti videoilla huomioni. Jos tämäkään mies ei ole erilainen, niin millaisia miehet tyypillisesti ovat Chlapeckan mielestä? Tulevatko kaikki miehet lopulta pettämään romanttiset kumppaninsa? Voiko yhteenkään mieheen oikeasti luottaa? Chlapecka vaikuttaa kehottavan katsojaansa olemaan herättelemättä toivoa siitä, että tämän tällä hetkellä deittailema mies poikkeaisi millään tavalla tämän aikaisemmin kohtaamista miehistä. On siis parempi ”olla laittamatta noin paljon itsestään muiden käsiin”.

Kategoriamääreistä psykologinen itsenäisyys ja muista riippumattomuus voisi olla samaan aikaan tieto ja kompetenssi. Chlapecka vaikuttaa tietävän kokemustensa perusteella, että muihin ei kannata luottaa liikaa, ja ”erilaisiksikin” luulemamme miehet tulevat lopulta tuottamaan meille pettymyksen. Tiedon kategoriamääre kietoutuu kompetenssiin, sillä Chlapecka puhuu psykologisesta itsenäisyydestä videoillaan ikään kuin kokemusasiantuntijana. Hän vaikuttaa kehystävän itsensä ihmisenä, joka on aikaisemmin luottanut liikaa muihin ihmisiin mutta tullut siihen tulokseen, että itsenäisyyden vaaliminen on parempi tapa selviytyä. Tätä tulkintaa tukisi se, että Chlapecka on kertonut olleensa aikaisemmin väkivaltaisessa suhteessa (Lamantia, 2023).

4.5 Miesten pilkkaaminen ja huonoon kohteluun kehottaminen

Miehistä irti päästämiseen kehottamisen lisäksi Chlapecka korostaa videoillaan miesten ”hyödyttömyyttä” humoristisella tavalla (esimerkiksi videot 1, 3, 5 ja 7). Chlapeckalla on aineistossa kaksi lähes samanlaista videota, joilla hän sanoo katsojan deittailevan miehen näyttävän siltä, että hän ”syö sikareita aamiaiseksi, lounaaksi ja päivälliseksi” ja sanoo, että kyseinen mies ei tiedä eroa sanojen ”*their, they’re and there*” (*heidän, he ovat ja siellä*: lausutaan englanniksi samalla tavoin) kirjoitusasun välillä (videot 1 ja 5). Videoilla saatetaan myös vertailla katsojaa tähän mieheen: ”Olet häntä niin paljon parempi!” tai ”Sinä olet kaunis, seksikäs, maailmankaikkeuden kuningatar! Kun taas hän ---” (video 1). Lisäksi hän korostaa videoilla miesten korvattavuutta toisilla miehillä: ”Avaa vain Tinder ja löydät miljoona (miestä) lisää!” (video 1) tai ”Voit löytää kymmenen hänen kaltaistaan paikallisesta skeittiparkistasi!” (video 5). Mielenkiintoisesti miesten huonoutta ja hyödyttömyyttä käsittelevät videot ovat ainoita, joiden kohdalla Chlapeckan tavallisesti pehmeä ja ”söpöilevä” äänensävy nousee voimakkaaksi, lähes huutamisen kaltaiseksi. Aihe vaikuttaa siis herättävän Chlapeckassa voimakkaita tunteita, tai ainakin hän esittää näin tapahtuvan. Chlapeckan videoilla esiintyvä miesten pilkkaaminen, kehotukset päästämään irti miehistä tai muistutukset siitä, että tämäkään mies ei ole katsojan ”elämän rakkaus” (video 5) saattavat olla Chlapeckan tapa osallistua mediassa paljon esillä olevaan diskurssiin, jonka mukaan varsinkaan naisten ei tulisi tyytyä romanttisissa suhteissa vähempään kuin he kokevat ansaitsevansa (ks. esim. Engle, 2017; Unwritten, 2020).

Aineistossa toistui lisäksi hätkähdyttävän usein kehotus miesten väkivaltaiseen tai alistavaan kohteluun esimerkiksi ”laittamalla heidät häkkiin” koiran lailla tai ”lyömällä eksää pesäpallomailalla” (video 3). Videolla 7 Chlapecka sanoo ainoan, mihin miehet kelpaavat, olevan ”raha ja jalkojen lepuuttaminen”. Kehotukset miesten jopa väkivaltaiseen kohteluun on luultavasti tarkoitettu humoristisiksi ja ne voivat olla yritys kohdistaa huomiota siihen, miten monilla naisilla on kokemuksia miesten heihin kohdistamasta hyväksikäytöstä ja väkivallasta (World Health Organization, 2021). Tämän huumorin voisi ajatella olevan niin sanottua ”punching up” -humoria, joka kohdistuu etuoikeutetussa asemassa olevan ryhmän edustajaan. Tämä tekee huumorista vähemmän loukkaavaa kuin silloin, jos se kohdistuisi etuoikeutettujen ryhmien toimesta heikommassa asemassa oleviin (Schwartz, 2016, s. 134, 136).

Miesten pilkkaaminen ja kehotus heidän kohtelemiseensa huonosti voisi olla esimerkiksi oikeuden tai tiedon kategoriamääre. Chlapecka saattaa ajatella, että hänellä on oikeus puhua miehistä tällä tavalla siksi, että hän on itse joutunut miesten huonosti kohtelemaksi (ks.

Lamantia, 2023). Miesten pilkkaaminen saattaa liittyä myös tiedon kategoriamääreeseen: Chlapecka saattaa ajatella tietävänsä kokemustensa perusteella, että miehet tulevat aina loppujen lopuksi pettämään romanttiset kumppaninsa tai kohtelevaan heitä huonosti.

4.6 Queer

Chlapecka on avoimesti biseksuaali (Kearns, 2021). Lisäksi hän käyttää *she/they* -persoonapronomineja ja sanoo, että hänen sukupuoleensa kuuluu ”useita liikkuvia kerroksia” eikä hän välttämättä koe itseään cissukupuoliseksi (Prager, 2023). Seksuaali- ja sukupuolivähemmistöön kuulumisen eli queeriys tulee vahvasti esille myös hänen videoillaan. Queeriyttä tuodaan esille melko vahvasti huumorin keinoin: Chlapecka saattaa sanoa esimerkiksi tahallisen kömpelöllä tavalla ”homo on okei”, antaa elämänohjeena ”Älä unohda myös olla homo! --- Tai biseksuaali” (video 4) tai sanoa: ”Bimbot ovat kuumia, queereja ja tietoisia ilmastosta” (video 7). Chlapecka saattaa pyrkiä hieman kömpelönkin huumorin avulla normalisoimaan queeriyttä. Edellä mainittujen esimerkkien lisäksi hauska tapa tuoda esiin queeriyttä ovat videot, joilla Chlapecka kutsuu ystäväänsä Griffin Maxwell Brooksia ”homopoikaystäväkseen” ja käyttää hänestä itse keksimäänsä uudistermiä *boythey/them* viitataksaan Brooksia muunsukupuolisuuteen (videot 6 ja 8). Lisäksi Chlapecka ja Brooks käyttäytyvät videoilla ikään kuin he olisivat oikea pariskunta. He ovat koko videoiden ajan lähempänä toisiaan kuin ystävät yleensä länsimaisessa kontekstissa. Chlapecka makaa videolla 6 Brooksia rinnalla ja he pitelevät toisiaan käsistä kiinni. Brooks silittelee Chlapeckan vatsaa ja koskettelee tämän rintaa videolla 8. Lisäksi Chlapecka puhuu Brooksille korostetun flirttaillevalla äänensävyllä erityisesti videolla 6. Chlapecka ja Brooks ovat vain ystäviä (Lee, 2022) joten tällainen humoristinen uudistermien käyttöönotto ja fyysinen läheisyys saattavat olla jopa keino haastaa vallitsevia ihmissuhdenormeja. Voidaan myös sanoa, että Chlapecka ja Brooks käyttävät sanaa ”girl” eli *tyttö* queerillä tavalla videolla 7. Girl-sanan queeristä käytöstä voisi olla esimerkki se, kun Brooks sanoo: ”Jos haluat pukeutua *jockstrapiin* mennessäsi hakemaan ajokorttia, tee se, tyttö!” *Tyttö* -sanon queeristä merkitystä voisi korostaa se, että *jockstrap* on peniksen peittämiseen tarkoitettu alusasua (Cambridge Dictionary, 2023), joten ainakaan cis-tytöt eivät pysty käyttämään tätä vaatekappaletta. Lisäksi Brooks sanoo: ”Jos haluat nostaa auton ilmaan, tee se, tyttö!” Tämä lausahdus luo hauskaalla tavalla kontrastia varsinkin bimbomaiseen tyttöyteen liitettyjen mielikuvien sekä miehiseen ”raakaan” voimaan liitetyn auton nostamisen välille.

Kategoriaominaisuutena queeriys on mielenkiintoinen. Vaikuttaa siltä, että Chlapecka pyrkii kehystämään queeriyden bimbojen ”luonnollisena” ominaisuutena: bimbot yksinkertaisesti

ovat queer. Tästä kertoo eniten Chlapeckan julistus videolla 7: ”Bimbot ovat --- queerejä ---”. Queeriyys saattaa Chlapeckan videoilla olla myös toimintaa sen myötä, miten Chlapeckan ja Brooksian humoristinen uudistermien luominen ja normeista poikkeava läheisyys normalisoi queeriyttä ja tekee siitä hauskaa. Lisäksi ”Älä unohda olla homo!” videolla 4 kehystää queeriyden tietoisena valintana ja toimintana, vaikka näenkin tämän lausahduksen muiden videoiden kontekstissa enemmän huumorina kuin kirjaimellisena kehotuksena. Queeriyden voisi nähdä aineistossani myös bimbojen oikeutena. Chlapecka raivaa humoristisilla lausunnoillaan queer-bimboille tilaa olla rohkeasti oma itsensä, ja kiinnittää huumorillaan huomiota siihen, miten yhdenvertaiset ihmisoikeudet eivät vieläkään toteudu seksuaali- ja sukupuolivähemmistöjen kohdalla.

5 Johtopäätökset ja pohdintaa

Millaisena TikTok-bimbon sosiaalinen kategoria siis näyttäytyy Chrissy Chlapeckan videoilla tulosteni perusteella? Tutkimustulosteni mukaan TikTok-bimbouteen liittyy Chlapeckan videoilla kuusi tärkeintä kategoriaominaisuutta. TikTok-bimbot ovat hauskoja, performatiivisesti tyhmiä, psykologisesti itsenäisiä ja queerejä. Lisäksi he käsittävät itsevarmuuden seksuaalisuutena sekä pilkkaavat miehiä ja kehottavat katsojiaan kohtelemaan heitä huonosti. Osa TikTok-bimbojen kategoriaominaisuuksista on samoja, joita AP Pierce on löytänyt tutkimuksessaan. Näitä ovat esimerkiksi itsevarmuuden ja seksuaalisuuden vaaliminen, humoristisuus sekä solidaarisuus queer-yhteisöille (Pierce, 2022, s. 204–205, 211). TikTok-bimbojen ominaisuuksia, joita Pierce ei artikkelissaan maininnut, ovat psykologisen itsenäisyyden korostaminen sekä miesten huonoon kohteluun kehottaminen. Nämä sain selville oman tutkimukseni perusteella.

Kaikkia Chlapeckan videoilta löytämiäni kategorioita voisi ajatella yhdistävän tietynlainen provosoivuus ja sosiaalisten normien haastaminen. Chlapeckan nokkela poliittinen huumori, häpeilemätön seksuaalisuus sekä kaunistelematon puhe miehistä venyttävät normatiivisuuden ja soveliaisuuden rajoja video kerrallaan. Provosoivuudessa ja normien haastamisessa on mielestäni paljon yhteyksiä poliittisuuteen, jonka AP Pierce mainitsi artikkelissaan bimbojen ominaispiirteenä (Pierce, 2022, s. 205). Poliittisuus tulee Chlapeckan videoilla esiin poliittisen huumorin lisäksi muilla, ”hienovaraisemmilla” tavoilla. Chlapeckan videoissa poliittisena voidaan pitää suoraviivaisen huumorin lisäksi esimerkiksi performatiivista tyhmyyttä. Performatiivisen tyhmyyden takana saattaa olla uusliberaalin psykopolitiikan normien haastamisen lisäksi myös Chlapeckan henkilökohtaista ideologiaa: Chlapecka on esimerkiksi kritisoinut haastatteluissa

akateemista portinvartijuutta aktivismin suhteen sekä korostanut eletyn kokemuksen merkitystä tiedonrakentumisessa (ks. esim. Robathan & Romagnoli, 2021). Lisäksi poliittisuuden hienovaraisina muotoina Chlapeckan videoilla voidaan pitää tämän rohkeaa seksuaalisuuden haltuunottoa ja seksuaalissävyytteisten haukkumasanojen uudelleenomimista. Poliittisena näyttäytyy myös anteeksipyytelemätön avoimuus sateenkaarevasta seksuaalisesta suuntautumisesta ja sukupuoli-identiteetistä.

Löytämieni kategoriamääreiden perusteella TikTok-bimbon sosiaalinen kategoria vaikuttaa jossakin määrin samanlaiselta ja jossakin määrin erilaiselta kuin se, millaisina bimbot käsitettiin aikaisemmin. Bimbon halventavasta sosiaalisesta kategoriasta muistuttavat 2020-luvun TikTok-bimbossa lähinnä tyhmyys ja seksuaalisuus. TikTok-bimbojen voidaan kuitenkin sanoa haastavan tyhmyyden ja seksuaalisuuden asemaa ”luonnollisina” ja essentialisoivina kategoriaominaisuuksina. Chlapeckan videoilla tyhmyyden asemaa ”luonnollisena” kategoriaominaisuutena haastaa eniten sen performatiivisuus. Chlapecka vaikuttaa liioitellun ”tyhmien” vitsien esimerkiksi kengän polttamisesta kylmässä vedessä sekä niiden yhteydessä esiintyvien liioiteltujen eleiden ja äänensävyjen avulla alleviivaavan sitä, että hänen tyhmyytensä on vain esitystä. Myös TikTok-bimbojen seksuaalisuus eroaa halventavassa merkityksessä bimboihin liitetystä seksuaalisuuden kategoriamääreestä. Bimbojen seksuaalisuutta käytettiin aikaisemmin aseena esimerkiksi häpäisemään naisia heidän tultuaan seksuaalisesti ahdistelluiksi (ks. Kray ym., 2018, s. 223) ja seksuaalisuus katsottiin yhteensopimattomaksi hyväksyttävän feminiinisyyden kanssa (ks. Pierce, 2022, s. 203). Chlapecka ottaa kuitenkin videoillaan seksuaalisuuden rohkeasti haltuun ylikorostamalla sitä humoristisesti sekä kehottamalla katsojiaan pukeutumaan seksuaalisesti itsevarmuuden merkinä. Lisäksi hän saattaa pyrkiä vähentämään seksuaalissävyytteiden haukkumasanojen voimaa käyttämällä niitä neutraalissa tai positiivisessa merkityksessä.

AP Piercen (2022, s. 201–202) käsittelemä disidentifikaation käsite on hyödyllinen tarkastellessa sitä, miten TikTok-bimbon sosiaalinen kategoria eroaa halventavasta bimbon sosiaalisesta kategoriasta. TikTok-bimbot vaikuttavat disidentifikaatiota mukaillen ”kierrättävän ja ajattelevan uudelleen” bimboihin liitettyjen tyhmyyden ja seksuaalisuuden merkityksiä haastaakseen niitä. TikTok-bimbot ”yliperformoivat” näitä ominaisuuksia niin paljon, että ne muuttuvat joksin ironiseksi ja camp-henkiseksi (ks. Pierce, 2022, s. 209). Koska disidentifikaatioon osallistuvat usein vähemmistösubjektit selviytyäkseen ulossulkevien kulttuuristen merkitysten keskellä (ks. Pierce 2022, s. 201–202), disidentifikaatio voi olla myös TikTok-bimboille selviyty-

mismekanismi. TikTokin bimbofikaatioon osallistuvia ihmisiä on esimerkiksi saatettu aikaisemmin haukkua bimboiksi halventavassa merkityksessä, johon he nyt reagoivat pyrkimällä ottamaan bimbo-sanana merkityksiä haltuun omista lähtökohdistaan. Varsinkin Chlapeckan kohdalla tätä tukisi se, että hän on kertonut tulleen aikaisemmin haukuttuksi bimboksi vasten tahtoaan (Robathan & Romagnoli, 2021; Kearns, 2021).

TikTok-bimbous on siis monipuolisempi ilmiö kuin saattaa ensisilmäykseltä vaikuttaa. Siihen liittyy myös yllättävän paljon poliittista potentiaalia. Lisäksi TikTok-bimbon sosiaalinen kategoria eroaa monelta osin aikaisemmasta, halventavasta bimbon sosiaalisesta kategoriasta. Jatkoon kannalta varsinkin sukupuolentutkimuksen näkökulmasta kiinnostavaa olisi tutkia TikTok-bimbouden ja feminismin välisiä yhteyksiä. Voidaanko TikTok-bimboutta pitää suoraviivaisesti feministisenä? TikTok-bimbouden ja feminismin välinen suhde vaikuttaa jakavan mielipiteitä. Tutkielman aiheesta kertoessani olen kirjaimellisesti kuullut molemmat lauseet feministeiksi itsensä luokittelevien ystäväni suusta: ”Rakastan bimbofeminismii” ja ”Vihaan bimbofeminismii”. TikTok-bimboutta voidaan lähestyä Audre Lorden kuuluisan lausahduksen kautta: ”Hallitsijan työkalut eivät koskaan tule hajottamaan hallitsijan taloa” (Lorde, 2018). Voidaan ajatella, että naiseuteen tai bimbouteen stereotyyppisesti liitettyjen ominaisuuksien ylikorostaminen ja niiden kanssa disidentifioituminen eivät riitä saamaan aikaan konkreettista muutosta alistavissa sukupuolirakenteissa. Toisaalta disidentifikaation poliittista potentiaalia voidaan korostaa yhdistämällä se esimerkiksi queer- ja rodullistettujen ihmisten yhteisöihin, joista se on lähtöisin (ks. Pierce, 2022, s. 201–202). Lisäksi TikToksissa tapahtuvan bimbouden kanssa disidentifikaation voimaa lisää sen kollektiivisuus. Kun disidentifikaatiota tekee kokonainen TikTok-”yhteisö” eli mediatutkimuksen termein verkottunut yleisö, kollektiivisen vaikutuksen voima nousee yksittäisten TikTok-videoiden yläpuolelle (ks. Pierce, 2022, s. 208). Olisi myös mielenkiintoista tutkia sitä, mitä bimbouden ja tyttöyden kollektiivinen haltuunotto populaarikulttuurissa viime vuosina kertoo laajemmista yhteiskunnallisista olosuhteistamme. *#BimboTokin* lisäksi tällainen haltuunotto on nimittäin näkynyt esimerkiksi *Barbie*-elokuvan suursuosiossa ja monien julkisuuden henkilöiden asuvalinnoissa (Rosenblatt & Tolentino, 2023; Hyland, 2022). Bimbofikaatio kehystetäänkin usein seuraavaksi valtavirtaisen feminismin muodoksi niin sanotusta *#girlboss*-feminismistä, joka korosti naisten yksilöllistä voimaantumista bisnesmaailmassa etenemisen kautta (Pierce, 2022, s. 204; Richards, 2022; Elliott, 2022). Ovatko kollektiivinen toiminta ja intersektionaalinen ajattelu, tai toisaalta disidentifikaation kaltaiset selviytymiskeinot, saamassa enemmän jalansijaa yhteiskunnallisten kriisien ja

nousevan anti-gender-liikkeen kontekstissa (Naisjärjestöjen Keskusliitto, 2022)? Näihin kysymyksiin en saanut omalla tutkimuksellani vastausta. Ehkä meidän on lopulta tärkeää vastustaa kiusausta luokitella *#BimboTokin* kaltaiset mediakulttuurin ilmiöt mustavalkoisesti pelkästään voimauttaviksi tai alistaviksi, kuten AP Pierce (2022, s. 212–213) toteaa artikkelissaan. Tutkimuskohteeni Chrissy Chlapeckan sanoin: ”Tyttöile menemään, pidä hauskaa! --- Älä ajattele sitä niin kovasti, rakas!” (Chlapecka, 2023e).

Lähteet

- Baker, P. & Adams, L. (23.2.1998). Clinton Team Picks Apart Jones's Life. *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/wp-srv/politics/special/clinton/stories/bennett022398.htm>
- Barrett, G., Carville, J., & Matalin, M. (2006). *Hatchet Jobs and Hardball: The Oxford Dictionary of American Political Slang*. Oxford University Press.
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/tampere/detail.action?docID=5763595&pq-origsite=primo>
- Bartram Scott, J. (2023). The Elle Woods effect: Being “girled” while reclaiming girliness. *Sexualities*. Julkaistu etukäteen verkossa. <https://doi.org/10.1177/13634607231164714>
- Berger, P. L. & Luckmann, T. (2011). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Open Road Integrated Media. (Alkuperäisteos julkaistu 1967).
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/tampere/detail.action?docID=1804796>
- Callahan, M. (2006). 3 Bimbos of the apocalypse – no clue, no cares, no underwear: Meet the party posse of the year. *New York Post*. <https://nypost.com/2006/11/29/3-bimbos-of-the-apocalypse-no-clue-no-cares-no-underwear-meet-the-party-posse-of-the-year/>
- Cambridge Dictionary. (ei pvm.) *Bimbo*.
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/bimbo>
- Cambridge Dictionary (ei pvm.) *Jockstrap*.
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/jockstrap>
- Chlapecka, C. [@chrissychlapecka]. (ei pvm.) [TikTok-profiili]. TikTok.
<https://www.tiktok.com/@chrissychlapecka>
- Chlapecka, C. [@chrissychlapecka]. (2023a). @GMB. TikTok.
<https://www.tiktok.com/@chrissychlapecka/video/7282849771880992031> (video 9)
- Chlapecka, C. [@chrissychlapecka]. (2023b). 3 years of bimbofication with @GMB ❤️. TikTok.
<https://www.tiktok.com/@chrissychlapecka/video/7283196686237764895> (video 7)
- Chlapecka, C. [@chrissychlapecka]. (2023c). 10 ways to be your best bimbo self 💜. TikTok.
<https://www.tiktok.com/@chrissychlapecka/video/7288393842968087851> (video 3)

- Chlapecka, C. [@chrissychlapecka]. (2023d). *ARE YOU AWARE ???? @GMB*. TikTok. <https://www.tiktok.com/@chrissychlapecka/video/7280213731970174251> (video 10)
- Chlapecka, C. [@chrissychlapecka]. (2023e). *cooking with ur fav bimbo popstar chrissy*. TikTok. <https://www.tiktok.com/@chrissychlapecka/video/7286961970207657258> (video 4)
- Chlapecka, C. [@chrissychlapecka]. (2023f). *HES LITERALLY JUST A GUY*. TikTok. <https://www.tiktok.com/@chrissychlapecka/video/7286230091791617322> (video 5)
- Chlapecka, C. [@chrissychlapecka]. (2023g). *HES LITERALLY JUST A GUY*. TikTok. <https://www.tiktok.com/@chrissychlapecka/video/7279847972374859051> (video 1)
- Chlapecka, C. [@chrissychlapecka]. (2023h). *i dont even know her*. TikTok. <https://www.tiktok.com/@chrissychlapecka/video/7277619401518599466> (video 2)
- Chlapecka, C. [@chrissychlapecka]. (2023i). *like????? @GMB*. TikTok. <https://www.tiktok.com/@chrissychlapecka/video/7282893949449162014> (video 8)
- Chlapecka, C. [@chrissychlapecka]. (2023j). *my gay theythemfriend @GMB*. TikTok. <https://www.tiktok.com/@chrissychlapecka/video/7283998385043066158> (video 6)
- Chlapecka, C. [@chrissychlapecka]. (2023k) *this is not me saying girls r dumb bc girls r so smart perfect amazing im just saying IM just a girl!*. TikTok. <https://www.tiktok.com/@chrissychlapecka/video/7267719178260385067>
- Clarke, M. (9.2.2021). 'Queer' history: A history of Queer. The National Archives. <https://blog.nationalarchives.gov.uk/queer-history-a-history-of-queer/>
- Elliott, S. (5.8.2022). Feminism after the girlboss: anxiety of the bimbo. *Harbinger's Magazine*. <https://harbingersmagazine.com/articles/feminism-after-the-girlboss-anxiety-of-the-bimbo/>
- Engle, G. (13.12.2017). 'Why I Refuse To Settle In A Relationship'. *Women's Health*. <https://www.womenshealthmag.com/relationships/a19974210/never-settle/>
- Fostekew, J. (23.3.2022). The bimbo is back – and as a feminist I couldn't be more delighted. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2022/mar/23/the-bimbo-is-back-and-as-a-feminist-i-couldnt-be-more-delighted>

Galinsky, A. D., Wang, C. S., Whitson, J. A., Anicich, E. M., Hugenberg, K., & Bodenhausen, G. V. (2013). The Reappropriation of Stigmatizing Labels: The Reciprocal Relationship Between Power and Self-Labeling. *Psychological Science*, 24(10), 2020-2029.

<https://doi-org.libproxy.tuni.fi/10.1177/0956797613482943>

Haigney, S. (15.6.2022). Opinion | Meet the Self-Described ‘Bimbos’ of TikTok. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2022/06/15/opinion/bimbo-tiktok-feminism.html>

Hartikainen, A. (2009). *Vapaaehtoiset vuodeosastolla – etnografinen tutkimus vanhusten ja vapaaehtoisten kohtaamisesta* [väitöskirja, Helsingin yliopisto]. Helda-julkaisuarkisto.

<https://helda.helsinki.fi/server/api/core/bitstreams/ee238e81-c758-436c-8666-099b67c65df7/content>

Hyland, V. (27.7.2022). What’s Behind Fashion’s Bimbo Moment? *Elle*.

<https://www.elle.com/fashion/a40709601/bimbo-fashion-trend-2022/>

Innocenti, B. & Miller, E. (2016). The Persuasive Force of Political Humor. *Journal of Communication*, 66(3), 366–385. <https://doi-org.libproxy.tuni.fi/10.1111/jcom.12231>

Juhila, K., Jokinen, A. & Suoninen, E. (2012a). Kategoria-analyysin juuret. Teoksessa A. Jokinen, K. Juhila & E. Suoninen (toim.), *Kategoriat, kulttuuri ja moraalit* (s. 12–31).

Vastapaino. <https://www.ellibslibrary.com/book/978-951-768-393-7>

Juhila, K., Jokinen, A. & Suoninen, E. (2012b). Kategoria-analyysin teesit. Teoksessa A. Jokinen, K. Juhila & E. Suoninen (toim.), *Kategoriat, kulttuuri ja moraalit* (s. 32–62).

Vastapaino. <https://www.ellibslibrary.com/book/978-951-768-393-7>

Jokela, S. (2023). *Visuaalinen analyysi* [videoluento]. Tampereen yliopisto.

Kagan, S. (22.4.2022). In a Manhattan nightclub, Griffin Maxwell Brooks comes alive. *The Daily Princetonian*. <https://www.dailyprincetonian.com/article/2022/04/queer-princeton-diving-griffin-maxwell-brooks-susanne-bartsch>

Kearns, S. (27.4.2021). TikTok’s Chrissy Chlapecka Is Redefining the Bimbo for Gen Z. *Lithium Magazine*. <https://lithiummagazine.com/2021/04/27/tiktoks-chrissy-chlapecka-is-redefining-the-bimbo-for-gen-z/>

Knowles, C. & Lopes, F. (2023). How to dress like a feminist: a relational ethics of non-complicity. *Inquiry*. Julkaistu etukäteen verkossa. <https://doi-org.libproxy.tuni.fi/10.1080/0020174X.2023.2233014>

Kray, C. A., Gillis, D. C., Carroll, T. W., Mandell, H., Stevenson, A., Uddin, A., Winslow, B., Boser, B. L., Liebler, C. M. & Reese, D. A. J. (2018). *Nasty women and bad hombres: Gender and race in the 2016 US presidential election*. University of Rochester Press.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/tampere/detail.action?docID=5640066&pq-origsite=primo>

Kosonen, M., Laaksonen, S., Terkamo-Moisio, A. & Rydenfelt, H. (2018). Sosiaalinen media ja tutkijan etiikka. *Etiikka.fi*. <https://etiikka.fi/tutkimusetiikka/sosiaalinen-media-ja-tutkijan-etiikka/>

Lamantia, B. (17.5.2023). Chrissy Chlapecka on going from BimboTok to pop star. *Nylon*. <https://www.nylon.com/entertainment/chrissy-chlapecka-tiktok-bimbo-alpha-music>

Lee, S. (11.2.2022). Chrissy Chlapecka Is TikTok's Biggest Bimbo. *Interview Magazine*. <https://www.interviewmagazine.com/culture/search-history-chrissy-chlapecka-is-tiktok-biggest-bimbo>

Lorde, A. (2018). *The Master's Tools Will Never Dismantle the Master's House*. Penguin. <https://www.penguin.co.uk/books/308596/the-masters-tools-will-never-dismantle-the-masters-house-by-lorde-audre/9780241339725>

MAP – Movement Advancement Project. (27.9.2016). *New report: Bisexual people face invisibility, isolation, and shocking rates of discrimination and violence*. <https://www.lgbtmap.org/news/invisible-majority-release>

Merriam-Webster Dictionary. (ei pvm.) *Bimbo*. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/bimbo>

Me Too. (ei pvm). *Me Too*. <https://metoomvmt.org/>

Morgan, L. (15.3.2022). Bimbofication is the empowering new trend that's reclaiming the power of hyper-femininity. *Glamour*. <https://www.glamourmagazine.co.uk/article/bimbofication>

Naisjärjestöjen Keskusliitto (ei pvm.) *Anti-gender-liikehdintä Suomessa ja EU:ssa -hanke*. <https://naisjarjestot.fi/hankkeet/anti-gender-liike/>

Nickerson, C. (20.4.2023). *Social Construction Of Reality*. Simply Sociology. <https://simplysociology.com/social-construction-of-reality.html>

Page, C. (27.9.1987). Dear Jessica Hahn: 'Bimbo' says it. *Chicago Tribune*.

<https://www.chicagotribune.com/news/ct-xpm-1987-09-27-8703130123-story.html>

Pierce, A. P. (2022). The Rise of Bimbo TikTok: Digital Sociality, Postfeminism and Disidentificatory Subjects. Teoksessa *Identities and Intimacies on Social Media*. Routledge.

<https://doi.org/10.4324/9781003250982>

Pitcher, L. (24.12.2021). The Reclamation of Bimbohood. *The Cut*.

<https://www.thecut.com/2021/12/reclaiming-bimbo-bimbotok.html>

Prager, S. (14.3.2023). Chrissy Chlapecka is the queer Elle Woods fighting the patriarchy.

Logo TV.

<https://web.archive.org/web/20230314221806/https://www.logotv.com/news/5ptq5a/chrissy-chlapecka-im-so-hot-tiktok>

Richards, A. (2.2.2022). Bimbofication is taking over. What does that mean for you? *Vice*.

<https://www.vice.com/en/article/4aw4kd/bimbofication-is-taking-over-what-does-that-mean-for-you>

Robathan, H. & Romagnoli, A. (9.8.2021). "Being a bimbo doesn't necessarily mean you're a dumbass": reclaiming Bimboism with Chrissy Chlapecka. *Shado*. [https://shado-](https://shado-mag.com/do/bimboism-chrissy-chlapecka/)

[mag.com/do/bimboism-chrissy-chlapecka/](https://shado-mag.com/do/bimboism-chrissy-chlapecka/)

Rosenblatt, K. & Tolentino, D. (20.7.2023). The 'Barbie' movie ushers bimbo feminism and hyperfemininity into the mainstream. *NBC News*. [https://www.nbcnews.com/pop-](https://www.nbcnews.com/pop-culture/barbie-movie-ushers-bimbo-feminism-hyperfemininity-mainstream-rcna94892)

[culture/barbie-movie-ushers-bimbo-feminism-hyperfemininity-mainstream-rcna94892](https://www.nbcnews.com/pop-culture/barbie-movie-ushers-bimbo-feminism-hyperfemininity-mainstream-rcna94892)

Sarpavaara, H. (2005). Naurettava sukupuoli – Koomisen rakentuminen Billys Pizza - mainoselokuvassa. *Media & viestintä* 28(4-5), 43-54.

Schwartz, B. (2016). Knock Yourself Out: "Punching up" in American comedy. *The Baffler*

(31), 134-146. [https://www-jstor-org.libproxy.tuni.fi/stable/43958952?read-](https://www-jstor-org.libproxy.tuni.fi/stable/43958952?read-now=1#page_scan_tab_contents)
[now=1#page_scan_tab_contents](https://www-jstor-org.libproxy.tuni.fi/stable/43958952?read-now=1#page_scan_tab_contents)

TikTok, 2023a: Mukautettujen hakujen hallinta. <https://www.tiktok.com/>

TikTok, 2023b: Terms of Service. (osa 7 Content):

<https://www.tiktok.com/legal/page/us/terms-of-service/en>

Unwritten (7.1.2020). Girl, You Need To Stop Settling For An 'Almost Relationship'. *Your Tango*. <https://www.yourtango.com/2020330705/dating-advice-why-women-should-never-settle-lower-their-standards-for-relationship>

Valenti, J. (3.6.2011). Opinion | SlutWalks and the future of feminism. *The Washington Post*. https://www.washingtonpost.com/opinions/slutwalks-and-the-future-of-feminism/2011/06/01/AGjB9LIH_story.html

Valima, I. & Mannila, T. (2023). *Bimbofikaatio*. Into Kustannus. <https://www.ellibslibrary.com/book/9789523932289>

World Health Organization (9.3.2021). *Violence against women*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/violence-against-women>