

# Tositarkoituksella

Tunnetyö ja kasvojen säilyttäminen nettideittiprofiileissa

Saara Kristiansson

Tampereen yliopisto

Yhteiskuntatieteiden tiedekunta

Yhteiskuntatutkimuksen tutkinto-ohjelma

Sosiologian Pro gradu -tutkielma

Huhtikuu 2018

TAMPEREEN YLIOPISTO

Yhteiskuntatieteiden tiedekunta

SAARA KRISTIANSSON: Tositarkoituksella: Tunnettyö ja kasvojen säilyttäminen nettideittiprofiileissa.

Pro gradu -tutkielma, 75 s.

Ohjaaja Semi Purhonen

Sosiologia

Huhtikuu 2018

---

## TIIVISTELMÄ

Tässä tutkielmassa tarkastelen deittiprofiileissa ilmenevää tunteiden ilmaisua ja niiden hallintaa. Deittiprofiilit ovat tekstejä, joissa internetin deittipalveluiden käyttäjät esittäytyvät muille käyttäjille. Tyypillisesti profiiliteksteissä keskitytään kuvailemaan itseä tai ihannekumppania. Itsensä esittämisen tavat deittiprofiileissa ovat yleensä tietoisia valintoja, joihin vaikuttavat deittipalveluissa vallitsevat sosiaaliset konventiot.

Tutkielmani aineistona käytän Deitti.net -palvelusta keräämiäni 25–30 -vuotiaiden heteroseksuaalisten käyttäjien profiileja. Profiileja on aineistossani 50, joista 25 on naisten ja 25 miesten. Aineistoani analysoin sisällönanalyysin keinoin. Analyysini pohjana käytän Arlie Hochschildin tunnetyön käsitettä sekä Erving Goffmanin kasvotyön käsitettä. Analyysia varten luokittelin aineiston tunneilmaisut kahteen luokkaan, toiveikkuuden ja kasvotyön luokkiin. Toiveikkuuden ilmentyminen on tässä aineistossa kasvotyötä yleisempää, mutta molempia esiintyy silti deittiprofiileissa runsaasti. Toiveikkuus näyttäisi olevan nettideittailun normi, jota käyttäjien tunneilmaisut ja deittipalvelun omat ohjeet vahvistavat. Toiveikkuudesta muodostuukin deittipalvelun institutionaalinen tunneideologia. Kasvotyön, eli epävarmuuden ilmaisut, puolestaan muodostavat tämän institutionalisoituneen toiveikkuuden vastavoiman.

Analysoin myös sukupuolten eroavaisuuksia näissä luokissa. Naisten profiileissa on miesten profiileja enemmän tunneilmaisuja molemmissa luokissa. Toiveikkuuden kohdalla naisten ilmaisuja on hieman enemmän kuin miesten. Naiset siis näyttävät tekevät miehiä enemmän tunnettyötä toiveikkuuden ja institutionaalisen tunneideologian puolesta. Kasvotyötä edustavia ilmaisuja puolestaan on naisten profiileissa selvästi enemmän kuin miesten. Naiset siis tekevät miehiä enemmän kasvotyötä ja suojelevat sillä paitsi omia kasvojaan, myös profiilia lukevan käyttäjän kasvoja. Nämä tulokset ovat linjassa myös aiemman tutkimuksen kanssa, jonka mukaan naiset ilmaisevat miehiä enemmän tunteitaan.

Deittipalvelun tunneideologian vaikuttavuus näkyy myös profiilien keskinäisenä samankaltaisuutena. Deittipalvelun näkökulmasta tämä helpottaa palvelun brändäämistä. Koska deittipalvelun tarjoaminen on liiketoimintaa ja deittiprofiilit käyttäjille tarjottavia hyödykkeitä, voidaan tunteiden ilmaisu nettideittailun kontekstissa tulkita myös emotionaaliseksi työksi, josta palvelun käyttäjät eivät tosin saa korvausta.

Avainsanat: nettideittailu, sisällönanalyysi, tunnettyö, kasvotyö

## Sisälllys

1. Johdanto.....	4
2. Tunteiden ilmaisu ja hallinta .....	8
2.1 Tunteet ja niiden määritelmä .....	8
2.2 Tunnetyö ja tunnesäännöt.....	10
2.3. Kasvotyö ja häpeä .....	14
3. Internet ja nettideittailu .....	19
3.1 Suhteet ja vuorovaikutus internetissä.....	19
3.2 Nettideittailun historia.....	23
3.3 Deittipalvelu kaupallisena ympäristönä .....	24
3.4 Itsensä esittäminen .....	27
3.5 Epävarmuus ja emotionaalinen riskinotto .....	31
4. Tutkimuskysymykset.....	33
5. Aineisto ja menetelmä.....	34
5.1 Deitti.netin kuvaus .....	34
5.2 Profiilit tutkimusaineistona.....	36
5.3 Tutkimusetiikka .....	38
5.4 Menetelmä .....	39
6. Analyysi.....	42
6.1 Toivon ilmentyminen deittiprofiileissa.....	42
6.1.1 Tunnustus.....	43
6.1.2 Osoitus .....	47
6.1.3 Visiointi.....	50
6.1.4. Toiveikkuuden ideologian rakentuminen.....	53
6.2 Kasvotyön ilmentyminen deittiprofiileissa.....	55
6.2.1 Suojautuminen.....	56
6.2.2 Vastuun siirtäminen .....	60
6.2.3 Joustavuus.....	62
6.2.4. Tunneideologian vastustaminen.....	64
7. Johtopäätökset ja pohdinta.....	66
Lähteet.....	71

# 1. Johdanto

Tässä Pro gradu -tutkielmassa käsittelen nettideittailua ja deittiprofiilien tunneilmaisuja. Nettideittailulla tarkoitetaan kumppanin etsimistä internetissä toimivan seuranhakupalvelun eli deittipalvelun avulla. Deittipalveluissa muille palvelun käyttäjille esittäydytään yleensä luomalla palveluun deittiprofiili, jossa käyttäjä tyypillisesti kertoo itsestään ja kuvailee, millaista kumppania etsii. Tässä tutkielmassa tarkastelen, millaisilla tavoilla tällaisissa deittiprofiileissa ilmaistaan ja hallitaan tunteita. Minua kiinnostaa, millaisilla tavoilla tunteet ilmenevät tilassa, jossa tavoitteena on herättää katsojan kiinnostus ja päämääränä on solmia romanttinen ja seksuaalinen suhde.

Internetiä on jo sen alusta alkaen käytetty suhteiden muodostamiseen ja ylläpitoon, joten luonnollisesti myös kumppanin etsiminen internetin avulla on ollut monille arkea jo parin vuosikymmenen ajan. Suuren yleisön keskuudessa nettideittailun yleistyminen on kuitenkin tapahtunut hitaammin ja sitä on leimannut hieman epäilyttävä maine. Suomessa nettideittailu nousi puheenaiheeksi viimeistään vuonna 2006 silloisen pääministerin Matti Vanhasen seurustelusuhteen myötä. Pian suhteen tultua julkisuuteen paljastui, että pariskunta oli tavannut toisensa Suomi24-deittipalvelussa. Viimeistään tämä mediassa paljon huomiota herättänyt suhde auttoi normalisoimaan nettideittailun yleisesti hyväksytyksi tavaksi etsiä kumppania. (Turtiainen 2009, 209.)

Mediassa nettideittailun käsittely on edelleenkin varsin yleistä, mikä osaltaan kertoo aiheen herättämästä kiinnostuksesta. Juttujen sävy on kuitenkin hiljalleen muuttunut. Nettideittailun alkuaikoina mediassa keskityttiin kuvailemaan uutta ilmiötä, toisinaan paheksuvaan tai uhkakuvia maalailevaan sävyyn (esim. Turtiainen 2009, 203). Nykyään nettideittailu kuvataan sen sijaan yleensä varsin neutraalisti yhtenä pariutumisen keinona (esim. HS 16.11.2017). Viime vuosina mediassa paljon tilaa on saanut vuonna 2012 julkaistu mobiilideittipalvelu Tinder, joka näyttää käyttäjälleen lähiseudun muut palveluun kirjautuneet käyttäjät. Palvelun käyttö perustuu muiden käyttäjien profiilien nopealle selailulle ja mieluisten profiilien "tykkäämiselle". Tinder on herättänyt myös voimakkaita vastareaktioita ja suoranaista huoltakin. Sovellusta on

arvosteltu ulkonäkökeskeisyydestä ja pinnallisuudesta ja sen luomaa maailmaa on pidetty raadollisena.

Älypuhelin ja mobiilideittipalveluiden yleistyessä myös perinteisemmät deittipalvelut ovat kehittäneet sivuistaan mobiiliversioita. Mobiilipalvelut tuovat deittikumppanit uudella tavalla mukana kulkeviksi ja keskustelua voi käydä kumppaniehdokkaiden kanssa esimerkiksi bussimatkoilla, kahvitaulla tai luentosaleissa. Näin nettideittailua voisikin verrata sosiaalisen median käyttöön.

Nettideittailu on sosiologisesti kiinnostava ilmiö ja sen tutkimusta voi perustella useilla eri tavoilla. Ensinnäkin romanttiset suhteet ylipäänsä ovat merkittäviä paitsi yksilön, myös yhteiskunnan kannalta. Tutkimusten mukaan romanttiset suhteet vaikuttavat merkittävästi yksilöiden hyvinvointiin ja onnellisuuteen (esim. Finkel et al. 2012, 5; Kontula 2013, 24). Yksilöiden hyvinvointi puolestaan on yhteiskunnallisestikin hyvin tärkeä kysymys.

Toiseksi nettideittailusta on tullut yleinen tapa löytää kumppani, ja yhä useammat pariskunnat tapaavatkin toisensa internetin kautta. Aiemmin pariskunnat tapasivat varsin usein ystävien ja perheenjäsenten välityksellä, mutta nykyään internet on kohtaamispaikkana jo ohittanut nämä perinteisemmät tapaamistavat. (Rosenfeld & Thomas 2012, 531.) Nettideittailun yleistymisestä hyötyvät etenkin ne, joille kumppanin löytäminen muilla tavoilla voi olla haastavaa potentiaalisten kumppanien pienen määrän vuoksi (Finkel et al. 2012, 5). Erityisesti seksuaali- ja sukupuolivähemmistöjen edustajilla ja keski-ikäisillä se on yleisin tapa löytää uusi kumppani (Rosenfeld & Thomas 2012, 544).

Kolmanneksi deittipalvelut ovat nykyään merkittävää liiketoimintaa, johon käyttäjät ovat valmiita sijoittamaan sekä rahaa että aikaa (Finkel et al. 2012, 5). Nettideittailussa toimivatkin rinnakkain sekä käyttäjien tunteet että deittipalveluiden taloudelliset intressit. Nämä asiat eivät välttämättä ole ristiriidassa keskenään, mutta liiketoiminnan realiteetit joka tapauksessa vaikuttavat palveluiden toimintalogiikkaan ja käyttömahdollisuuksiin. Ei siis ole merkityksetöntä, miten näitä palveluita käytetään ja miten ne toimivat.

Romanttiset suhteet ja niiden etsiminen ovat varsin keskeinen osa sosiaalista elämää. Onkin siis tärkeää ja kiinnostavaa tietää, millä tavoilla ihmiset löytävät romanttisia kumppaneita. Nykyään, kun parinetsintä on siirtynyt suurissa määrin internetiin, nettideittailun tutkiminen ja ymmärtäminen on sekä perusteltua että tärkeää. Olisi varsin mielenkiintoista pohtia, onko tämä parinetsinnän tavan muutos muuttanut sitä, millaisia asioita kumppanissa arvostamme ja mitä piirteitä parinvalinnassa korostamme. Tällaiseen vertailuun en tässä tutkielmassa mene, mutta pyrkimykseni on valottaa internetissä tapahtuvaa parinmuodostusta ja sen konventioita.

Nettideittailua on tutkittu paljon, mutta ei juuri tästä näkökulmasta ja enimmäkseen haastatteluaineistolla. Tunteet ovat kuitenkin varsin tärkeä osa ihmisen elämää ja erityisesti pariutuessa niiden merkitys on suuri. Onkin kiinnostavaa nähdä, miten tunteet ilmenevät teknologian välityksellä ja pelkän tekstin avulla. Teknologia ja tietokoneet on perinteisesti nähty ”kylminä” ja tunteettomina (Turtiainen 2009, 203), joten tämä ristiriita tunteisiin on mielenkiintoinen.

Tutkielmassani keskeisessä osassa on myös naisten ja miesten tunneilmaisujen vertaileminen. Aiemman tutkimuksen perusteella sukupuoli vaikuttaa tunteiden ilmaisuun, joten on kiinnostavaa nähdä, onko omassa aineistossani havaittavissa eroja sukupuolten välillä ja jos on, millaisia nämä erot ovat. Sukupuolen lisäksi myös muut tekijät, kuten ikä, luokka tai asuinpaikka voivat vaikuttaa deittipalveluiden käyttäjien itseilmaisuun ja sitä kautta myös tunneilmaisuihin, mutta tässä tutkielmassa keskityn sukupuoleen.

Käytän tutkielmassa termejä *nettideittailu*, *deittipalvelu* ja *deittiprofiili*. Termit ovat arkisia ja puhekielisiä, mutta ne ovat varsin yleisesti käytössä: niitä käytetään myös aineistossa ja suomenkielisessä tutkimuksessa (esim. Holappa 2013; Turtiainen 2009). Voi siis sanoa, että nettideittailu, deittipalvelu ja deittiprofiili ovat termeinä varsin vakiintuneita sekä arkikielessä että tutkimuskirjallisuudessa.

Aluksi esittelen aiheesta tehtyä aiempaa tieteellistä tutkimusta. Aloitan yleisellä esityksellä tunteiden sosiologisesta määrittelystä ja keskityn erityisesti Arlie Hochschildin teoriaan tunteista ja niiden hallinnasta sekä Erving Goffmanin teoriaan kasvojen säilyttämisestä. Toisessa teorialuvussa luon katsauksen nettideittailua

käsittelevään tutkimukseen. 4. luvussa esitän tutkimuskysymykseni. 5. luvussa esittelen aluksi aineistoni ja pohdin sen käyttöön liittyviä eettisiä kysymyksiä. Tämän jälkeen kuvailen käyttämäni tutkimusmenetelmää. 6. luvussa esittelen analyysini ja sen tulokset. Lopuksi 7. luvussa pohdin vielä tulosten merkitystä, suhteutan niitä aiempaan tutkimukseen ja pohdin tutkimuksen rajoitteita ja jatkotutkimuksen tarpeita.

## 2. Tunteiden ilmaisu ja hallinta

Tämän luvun alussa luon lyhyen katsauksen tunteiden sosiologiseen tutkimukseen. Tarkemmin esittelen Arlie Hochschildin ajatuksia tunteiden hallinnasta ja emotionaalisesta työstä sekä Erving Goffmanin teoriaa kasvotyöstä.

### 2.1 Tunteet ja niiden määritelmä

Tunteiden tutkimus on melko hajanainen kenttä, jossa on runsaasti erilaisia käytäntöjä tunteiden nimeämiseksi ja erilaisia käsityksiä siitä, kuinka paljon eri tunteita ylipäänsä on olemassa (Scheff 2015, 111). Myös siitä, kuinka suuri osa tunteiden kokemisesta ja ilmaisemisesta on peräisin biologiasta ja kuinka suuri osa kulttuurista, on monia toisistaan eroavia näkemyksiä. Niinpä on mahdotonta muodostaa selvää käsitystä siitä, miten tunteet yleensä tieteessä käsitetään.

Varsin yleisesti puhutaan kuitenkin perustunteista tai primääreistä tunteista. Perustunteiksi yleisimmin käsitetään pelko, viha, onnellisuus ja suru (Turner & Stets 2005, 11). Nämä tunteet ovat universaaleja. Niitä esiintyy kaikkialla ihmiskunnassa ja niillä on ollut ihmisen evoluution ja lajin säilymisen kannalta tärkeä tehtävä. Esimerkiksi pelon tehtävä on suojella vaaroilta. (Kemper 1987, 268–269.) Muut tunteet sijoittuvat sekundaaristen tunteiden kategoriaan. Sekundaariset tunteet ovat primäärejä enemmän sosiaalisesti rakentuneita, mutta niiden juuret ovat kuitenkin primääreissä tunteissa. Esimerkiksi syllisyys pohjautuu Kemperin mukaan pelkoon ja häpeä vihaan. (mt. 276.) Sekundaariset tunteet voivat olla myös yhdistelmiä eri primääritunteista (Turner & Stets 2005, 18–19).

Tunteet ovat siis olennainen osa ihmiselämää ja ne vaikuttavat ihmisten käyttäytymiseen ja päätöksentekoon. Tällä tavoin ne vaikuttavat siis myös yhteiskuntaan, joten niiden tutkiminen on myös yhteiskuntatieteissä varsin perusteltua. Sosiologiassa tunteista tuli kuitenkin oma varsinainen tutkimuskohteensa verrattain myöhään, vasta 1970-luvulla (Turner & Stets, 2005, 1). Sosiologisessa tutkimuksessa tunteet on yleensä ymmärretty sosiaalisesti rakentuneina. Tämän näkemyksen mukaan kulttuuri määrittelee, millaisia tunteita missäkin tilanteessa ilmaistaan ja millä tavoilla niitä ilmaistaan (mt. 2).



Vaikka tunteet ovatkin erottamaton osa ihmisyyttä ja niitä on sosiologiassa ja muissa tieteissä tutkittu jo jonkin aikaa, ei niiden määrittely kuitenkaan ole yksinkertaista. Turnerin ja Stetsin mukaan tunteiden voi katsoa sisältävän viisi elementtiä: 1) kehon *biologinen aktivoituminen*; 2) sosiaalisesti rakentuneet *kulttuuriset tavat kokea ja ilmaista tunteita*; 3) kulttuurin tarjoamien kielellisten merkkien kiinnittäminen sisäisiin kokemuksiin eli *tunteiden nimeäminen*; 4) *tunteiden ilmaisu* ilmeillä, äänellä ja eleillä; ja 5) tilannesidonnaisten objektien tai tapahtumien *havaitseminen ja arviointi* (Turner & Stets 2005, 9). Nämä elementit sisältävät tunteiden biologisen, kulttuurisen ja kognitiivisen puolen. Tunteita voi olla olemassa myös ilman näitä kaikkia elementtejä, esimerkiksi tiedostamattomien muistojen herättämät tunnereaktiot. Silloinkin, kun tunnereaktio sisältää kaikki elementit, niiden painoarvo voi vaihdella tapauskohtaisesti. Tunteita ei välttämättä joka tilanteessa kyetä nimeämään tai niiden syntysyytä ei tiedosteta. Myös tunteiden ilmaiseminen on tilannesidonnaista. (mt. 10.)

Jack Barbalet puolestaan kutsuu tunnetta ”osallisuuden kokemukseksi” (2002, 1). Ihmiset ovat jollain lailla osallisina johonkin tapahtumaan, olosuhteeseen tai ihmiseen. Tämä suhde voi olla positiivinen tai negatiivinen, vahva tai heikko, mutta sillä on kuitenkin merkitystä yksilölle. Yksilö välittää jostain ja rekisteröi sen. Tämä kokemus ja välitön kontakti maailman ja minän välillä on Barbaletin mukaan tunne. Paitsi että tunteet tarjoavat olosuhteiden välitöntä arviointia, ne myös vaikuttavat siihen, miten ihminen suhtautuu kyseisiin olosuhteisiin. Tunteiden voi siis sanoa yhdistävien rakenteen ja toimijan. (mt. 3.)

Sosiologinen näkökulma tunteisiin yhdistää tunteiden eri elementit ja mahdollistaa tunteiden tarkastelun biologiaan pohjautuvana ilmiönä, jolla on kuitenkin merkittäviä sosiaalisia ulottuvuuksia. Ihmisten toiminnan sosiaalisissa rakenteissa mahdollistaa kognitiivinen kyky havainnoida ja arvioida tilannetta sekä sen rakenteita ja kulttuuria, itseään objekteina, muita ihmisiä ja omia fysiologisia reaktioitaan. Tunteet heräävät kehon järjestelmien aktivoinnista. Tämä herääminen johtuu yleensä kognitiivisesta itsensä arvioinnista suhteessa toisiin, sosiaaliseen rakenteeseen ja kulttuuriin. Kun tunteet ovat aktivoituneet, niitä rajoittavat kognitiiviset prosessit ja kulttuuri. (Turner & Stets 2005, 10.)

Yksi tunteita rajoittavista tekijöistä on sukupuoli, joka vaikuttaa sekä tunteiden ilmaisemiseen että niiden kokemiseen. Naisten on havaittu ilmaisevan tunteitaan miehiä enemmän (Fischer & LaFrance 2015). Naisten ja miesten välillä on eroa myös siinä, millaisia tunteita ilmaistaan. Naiset ilmaisevat enemmän positiivisia tunteita, kuten iloa, ja miehet puolestaan aggressiivisia tunteita, kuten vihaa. On kuitenkin epäselvää, onko kyse biologisista eroista vai ovatko erot miesten ja naisten välillä kulttuurista johtuvia. Sosiaaliset normit ohjaavat sekä miesten että naisten tunteiden ilmaisua. Naisten usein odotetaan olevan tunteellisempia kuin miesten, ja toisaalta miesten voimakasta tunteiden ilmaisua pidetään usein epämaskuliinisena. Näin ollen kulttuuriset normit saattavat myös vaikuttaa siihen, millä tavoilla miehet ja naiset ilmaisevat tunteitaan. (mt. 23.)

Kulttuuriset normit ja stereotyyppiset käsitykset eri sukupuolille sopivista tunteiden ilmaisusta myös uusintavat sukupuolten välistä perinteistä työnjakoa, jossa naiset vastaavat hoivasta ja miehet elatuksesta (Brody 1999, 228). Naisilta odotetaan lämpöä ja empaattisuutta, miehiltä puolestaan kilpailuhenkisyttä ja aggressiivisuutta. Nämä ominaisuudet valmistavat perinteisten sukupuoliroolien mukaisiin tehtäviin paitsi perheissä ja henkilökohtaisessa elämässä, myös työelämässä ja laajemminkin yhteiskunnassa. (mt.) Tunteisiin ja niiden ilmaisuun liittyvillä sosiaalisilla normeilla on siis sukupuolirooleja ja niihin liittyviä valtarakenteita ylläpitävä tehtävä.

## 2.2 Tunnetyö ja tunnesäännöt

Seuraavaksi esittelen Arlie Hochschildin ajatuksia tunteiden hallinnasta ja tunnesäännöistä. Hochschild esittelee teoksessaan *The Managed Heart* (1983) omaa teoriaansa tunteista. Kirjassaan hän tarkastelee amerikkalaisia lentoemäntiä ja esittää ajatuksen emotionaalisesta työstä, joka vaatii työntekijöiltä henkilökohtaisten tunteiden hallintaa ja niiden valjastamista yrityksen kaupallisiin tarkoituksiin. Vaikka Hochschildin teoksessa kuvataankin kasvokkaista vuorovaikutusta, voi siinä esitettyjä ajatuksia kuitenkin soveltaa myös internetissä tapahtuvaan vuorovaikutukseen.

Hochschild avaa oman tunnekäsityksensä taustaa kuvaamalla kahta aiempaa tunteiden teoretisoinnin mallia, jotka hän nimeää organismiseksi ja vuorovaikutukselliseksi

malliksi (Hochschild 1983, 215–216). Organismisen mallin edustajiksi hän lukee Charles Darwinin, Sigmund Freudin ja William Jamesin. Tässä mallissa keskeistä on tunteiden käsittäminen ensisijaisesti universaaleiksi biologisiksi prosesseiksi ja tunteiden alkuperän selvittämisen tärkeys. Vuorovaikutuksellisessa mallissa, jota Hochschildin mukaan edustavat esimerkiksi C. Wright Mills ja Erving Goffman, keskeistä on tunneprosessien merkitys ja tunteiden sosiaalinen luonne. (mt.) Hochschild yhdistää piirteitä molemmista malleista näiden eroavaisuuksista huolimatta ja luo oman teoriansa, jossa yhdistyvät sekä tunteiden biologinen että sosiaalinen ulottuvuus. Hochschild määrittelee tunteen biologisesti määräytyväksi aistiksi, joka on elintärkeä ihmisten selviytymiselle. Kuten muutkin aistit, tunne on keino tiedostaa suhteemme maailmaan. Tunne on ainutlaatuinen aisti, koska se on yhteydessä paitsi toimintaan, myös kognitioon. (mt. 229.)

Tunteiden teoretisoinnin lisäksi Hochschild on kiinnostunut tunteiden esittämiseen liittyvistä tunnesäännöistä (*feeling rules*). Hän valaisee tunnesääntöjä kahden tutun sosiaalisen tilanteen, häiden ja hautajaisten, avulla. Sekä häissä että hautajaisissa vallitsee kaikkien osallistujien kesken ymmärrys siitä, millaisia tunteita niissä tulisi tuntea ja ilmaista. Hääparilta odotetaan onnellisuutta ja hautajaisvierailta surua. Ristiriitoja syntyy, jos odotukset ja todelliset tunteet eivät kohtaa. Esimerkkinä Hochschild kuvaa morsianta, joka hääpäivänään häiriintyy järjestelyiden kaoottisuudesta eikä pysty tuntemaan odottamaansa onnellisuutta, vaan ainoastaan hermostuneisuutta ja pettymystä. Morsiamen ratkaisu on onnellisuuden näytteleminen, paitsi itsensä ja sulhasensa, myös häihin saapuneiden vieraiden vuoksi, jotka odottavat tällaista tunteiden ilmaisua. Mukautuakseen häiden emotionaalisiin konventioihin morsian kokee siis onnellisuuden ilmaisun velvollisuudekseen. (Hochschild 1983, 59–63.) Häiden emotionaalinen koodisto sisältää tunnesääntöjä, jotka morsian on sisäistänyt ja joita hän pyrkii osin tiedostamattaan noudattamaan hallitsemalla omia tunteitaan ja sovittamalla ne vallitseviin konventioihin.

Tunnesäännöt ohjaavat tunteiden hallintaa luomalla oikeuksia tai velvollisuuksia, jotka hallitsevat tunteiden vaihtoa. Tunnesäännöt voivat olla tiedostettuja tai tiedostamattomia. Ihminen tunnistaa tunnesäännön arvioimalla omia tunteitaan ja arvioimalla muiden arvioita omien tunteidensa ilmaisusta sekä sanktioista, jotka

lähtevät sekä meistä itsestämme että muista ihmisistä. Sanktioita ovat esimerkiksi nuhtelu, kiusoittelu ja suostuttelu palaamaan konventioiden pariin. (mt. 56–59).

Tunnesäännöt, niiden sitovuus ja niihin liittyvät sanktiot riippuvat siis ympäristöstä ja sen sosiaalisista konventioista. Tunnesäännöt ilmenevät myös sääntömuistutusten avulla. Muistutuksia ovat esimerkiksi tilanteet, joissa toiset ihmiset huomaavat jonkun rikkovan sääntöä ja osoittavat sääntöjen rikkojalle, että säännöistä on lipsuttu ja tilanne olisi syytä korjata. Muistutuksella pyritään korjaamaan tilanne, jotta sosiaalisia konventioita ei rikottaisi. (mt. 51.)

Tunnesäännöt ovat sosiaalisesti jaettuina, mutta usein piileviä: ne huomataan yleensä vasta, kun niitä rikotaan (Hochschild 1979, 563). Tunnesäännöillä on ideologinen tausta (mt. 567). Tunneideologioita opitaan sosialisoinnin kautta, ja tunneideologioista muodostuu tunnekulttuuri (Turner & Stets 2005, 36). Tunnesäännöt koskevat tunteiden vahvuutta, suuntautumista positiivisesti tai negatiivisesti sekä kestoja (mt. 36) (Hochschild 1990, 122).

Hochschild antaa konventioiden lisäksi kaksi muutakin selitystä tunteiden hallinnan tarpeellisuudelle. Ensimmäinen on tuskan välttäminen. Esimerkin morsian saattaa valita onnellisuuden esittämisen, koska vaihtoehtona on negatiivisten tunteiden, kuten surun, vihan ja pettymyksen, kokeminen. Onnellisten tunteiden ilmaiseminen voi lopulta johtaa myös niiden sisäiseen tuntemiseen, joten tuskan välttämiseksi voi olla järkevää esittää onnellista. Toinen selitys on hyödyn tavoittelu. Morsian saattaa pyrkiä saavuttamaan sosiaalista hyötyä, esimerkiksi sukulaisten arvostusta tai ystävien kateutta, esiintymällä onnellisena. (Hochschild 1983, 62.)

Toisin kuin tunteiden biologista alkuperää korostavat tutkijat esittävät, tunteita voidaan myös muuttaa (mt. 27). Tunne ei ole pelkästään biologisesti määräytyvä, tahdosta riippumaton reaktio, vaan tunteita voidaan myös tietoisesti muodostaa ja hallita. Näitä hallinnan keinoja Hochschild havainnollistaa termeillä *surface acting* ja *deep acting*, jotka voi suomentaa pinnalliseksi ja syväksi näyttelemiseksi. Pinnallisessa näyttelemisessä ihminen teeskentelee tuntevansa jotain muuta kuin oikeasti tuntee. Esimerkkinä pinnallisesta näyttelemisestä käy edellä kuvatun morsiamen toiminta. Syvässä näyttelemisessä ihminen sen sijaan pyrkii oikeasti

muuttamaan tunteitaan saadakseen aikaan vakuuttavamman vaikutelman. Syvästä näyttelemisestä Hochschild kuvaa esimerkkinä lentoemäntien koulutusta, jossa lentoemännät opettelevat kohtaamaan huonosti käyttäytyviä asiakkaita. Aggressiivisenkaan asiakkaan kanssa ei saa menettää hermojaan, joten asiakkaiden kanssa selviämiseen on tarjolla erilaisia keinoja, joilla muuttaa tunteet paremmin lentoemännälle ja lentoyhtiölle sopivaksi. Lentoemäntä voi muuttaa suhtautumistaan asiakkaaseen esimerkiksi kuvittelemalla asiakkaan lapsen kaltaiseksi, tai ajatella huonon käytöksen johtuvan lentopelosta. Tällöin huonokin käytös on paremmin siedettävissä, sillä rinnastus lapsen kiukutteluun tai lentopelkoon todennäköisesti herättää lentoemännässä sääliä ja myötätuntoa. Tunteita voi muuttaa myös kehon sääntelyllä, esimerkiksi syvään hengittämällä ja niskan ja hartioiden rentouttamisella. Voisikin sanoa, että pintapuolisessa näyttelemisessä petetään muita, syvässä myös itseä. (mt. 33.) Pintapuolinen näytteleminen on käytöksen hallintaa, syvä puolestaan sisäisten tunteiden hallintaa ja muuttamista.

Tunteiden hallinnasta, josta sekä pinnallinen että syvä näytteleminen ovat esimerkkejä, Hochschild käyttää nimitystä *tunnetyö* (*emotion work*). Tunnetyö tarkoittaa tunteen asteen tai laadun muuttamista. Se tarkoittaa siis paitsi tunteiden hallintaa, myös niiden synnyttämistä, tukahduttamista ja muokkaamista. (Hochschild 1979, 561.) Tunnetyötä tehdään esimerkiksi silloin, kun sopeudutaan tunnesääntöihin.

Tunnetyötä tehdään paitsi muiden vuoksi, myös muiden puolesta. Hochschildin mukaan erityisesti keskiluokkaisten naisten rooli perhe-elämässä on usein huolehtia tunnetyöstä, jolla vahvistetaan muiden, esimerkiksi puolison ja lasten, hyvinvointia (Hochschild 1983, 165). Tunnetyö on naisten keino korvata puutteita esimerkiksi taloudellisten resurssien suhteen. Tunteista tulee siis naisille tärkeä resurssi, jota voi hyödyntää myös työelämässä.

Tunteita hallitaan myös instituutioiden toimesta (mt. 49–52). Jotkut instituutiot, esimerkiksi koulut, sairaalat ja yritykset, pystyvät ohjaamaan vaikutusvaltansa alla olevien ihmisten tunteita erilaisten sääntöjen ja konventioiden avulla. Institutionaalisella hallinnalla ei tarkoiteta ainoastaan ihmisten käyttäytymisen ohjaamista toivottuun suuntaan, vaan myös tunteiden ja niiden hallinnan ohjaamista. Instituutiot voivat ohjata, mitä ihmiset niistä näkevät ja sitä kautta vaikuttaa ihmisten

tunteisiin. Hochschild kuvaa esimerkkinä lentoyhtiöiden tapoja vaikuttaa matkustajien tunnetilaan. Lentokoneessa kuuluva musiikki, koneiden sisustus, tarjottavat virvokkeet ja hymyilevät lentoemännät luovat kulissit, joissa matkustajat virittyvät sopivaan tunnetilaan. Jopa toiset matkustajat ovat lavasteita, jotka vaikuttavat matkustajan kokemukseen. Päämäärä on tarjota asiakkaalle kokemus, joka halutaan toistaa. Tyytyväisyys palveluun saa asiakkaan todennäköisesti jatkossakin käyttämään saman lentoyhtiön palveluita. Näin asiakkaan tunteet tuottavat yritykselle voittoa. (mt. 49–52.)

Kun ulkoinen instituutio kontrolloi työntekijän tunteita ja tunteiden ilmaisua taloudellisten tavoitteiden vuoksi, voidaan sanoa työntekijän tekevän *emotionaalista työtä* (*emotional labor*). Emotionaalisessa työssä tunteet siirtyvät yksityiseltä alueelta julkiseen käyttöön. Työntekijän tunteet saavat rahallisen arvon ja niiden tuottama hyöty jää työnantajalle. Hochschildin mukaan henkilökohtaisten tunteiden valjastaminen palkkatyön ja instituution palvelukseen voi vieraannuttaa työntekijän omista tunteistaan ja aiheuttaa omien tunteiden häviämisen. Tunteiden välineellistyminen voi myös johtaa työntekijän stressiin ja uupumukseen. (mt. 105.)

Emotionaalinen työ on paljon yleisempää naisten kuin miesten keskuudessa, mikä voi johtua paitsi naisten heikommasta asemasta työmarkkinoilla, myös kulttuurisista oletuksista, joiden mukaan naiset ovat sopeutuvaisempia ja yhteistyökykyisempiä kuin miehet (mt. 163). Esimerkiksi hoivatyö on tyypillinen esimerkki emotionaalisesta työstä, jota tehdään varsin naisvaltaisella alalla ja jota perinteisesti on pidetty paremmin naisille kuin miehille "sopivana". Emotionaalisen työn yleisyys naisten keskuudessa on yhteydessä myös naisten tekemään tunnetyöhön työelämän ulkopuolella. Molempien takana ovat sosiaaliset konventiot ja ahtaat roolit, joihin naisia ja miehiä asetetaan sukupuolen perusteella.

### 2.3. Kasvotyö ja häpeä

Seuraavaksi esittelen lyhyesti Erving Goffmanin ajatuksia kasvotyöstä. Goffman on tunnettu erityisesti sosiaalisen vuorovaikutuksen kuvaajana. Tunnetuimmassa teoksessaan *The Presentation of Self in Everyday Life* vuodelta 1959 hän keskittyy

kuvaamaan minuutta sosiaalisessa vuorovaikutuksessa. Ihmisten välistä vuorovaikutusta hän kuvaa teatterimaailmasta tutuilla metaforilla puhuen esittämisestä ja näyttämöistä. Myös minuus ilmenee vuorovaikutuksessa itsensä esittämisenä. (Goffman 1959.)

Varsin keskeinen asia vuorovaikutuksen ja itsensä esittämisen yhteydessä on kasvot ja kasvotyö. Henkilön kasvot määrittävät sosiaalisen kanssakäymisen *linjan* mukaisesti. Linjalla Goffman tarkoittaa sanallisia ja sanattomia tekoja, joilla osapuolet ilmaisevat näkemyksensä tilanteesta ja arviointinsa itsestään sekä tilanteen muista osanottajista. (Goffman 2012, 23.) Linjat ovat yleensä luonteeltaan institutionalisoituja, eikä yksilöllä ole kovinkaan paljon valtaa siihen, millaisen linjan hän valitsee (mt. 24–25). Linjavalinta, oli se sitten tietoinen tai tiedostamaton, vaikuttaa kuitenkin muiden tilanteen osapuolten näkemykseen henkilöstä.

Oletetun linjan perusteella syntyy yksilön positiivinen sosiaalinen arvo, *kasvot*. Goffman määrittelee kasvot hyväksytyjen sosiaalisten määreiden myötä syntyväksi kuvaksi minästä, jonka myös muut voivat jakaa. (mt. 23.) Goffmanille kasvot eivät siis ole yhtä kuin ruumiilliset, konkreettiset kasvot, vaan sosiaalisten suhteiden ja tilanteiden mukaan rakentuva, muutoksille altis arvo (mt. 24).

Ihmiset yleensä kiinnittävät kasvoihinsa tunteita (mt. 24). Minuus on Goffmanin sanoin "pyhä objekti" ja ihminen "rituaalisesti pyhä objekti" (mt. 49). Pyhyys ei rajoitu ainoastaan yksilön omiin kasvoihin, vaan myös muiden kasvot ovat yhtä lailla pyhiä. Tämän vuoksi ihmisillä voi olla tunteita myös muiden kasvoja kohtaan, minkä seurauksena sosiaalisissa tilanteissa ihmiset usein pyrkivät suojelemaan myös muiden kasvoja. Tästä johtuen kanssakäyminen muiden kanssa sisältää aina sitoutumisen. Ihmiset luottavat siihen, että toiset esiintyvät oikeilla kasvoillaan, mutta pyrkivät myös ylläpitämään muiden kasvoja. Tämä näkyy esimerkiksi siinä, että monet kömmähdykset jätetään huomioitta. Voisikin ajatella, että taustalla on kunnioitus paitsi muita ihmisiä, myös sosiaalista tilannetta kohtaan, ja halu sen etenemisestä mahdollisimman sujuvasti. Sosiaalinen tilanne toisaalta asettaa velvollisuuden myös muiden kasvotyön suojelemiselle. Kasvojen säilyttäminen on onnistuneen vuorovaikutuksen ehto. (mt. 24–30.)

Sekä omien että muiden kasvojen suojelemiseen tähtäävää toimintaa kutsutaan kasvotyöksi (mt. 31). Kasvotyön perusmuotoja ovat välttely ja korjaaminen. Välttelyllä tarkoitetaan sekä keinoja, joita ihmiset käyttävät välttääkseen kokonaan kasvojen menetyksen riskin sisältämää kohtaamista että keinoja, joilla voi kohtaamisessa välttää kasvojen menetyksiä. Kasvojen menettämistä voi suojautua esimerkiksi välttämällä vuorovaikutustilanteissa omien tunteidensa paljastamista ennen muiden linjan selvittämistä. Välttääkseen kasvojensa menetyksen ihmiset saattavat esimerkiksi toisinaan esiintyä vaatimattomasti, vähätellä itseään ja laskea leikkiä itsestään. Tämä on suojautumiskeino muiden arviointeja vastaan: valitsemalla tällaisen strategian henkilö luo minän, jota mahdolliset epäonnistumiset eivät voi vahingoittaa. Muiden mahdolliselta vähättelyltä tai henkilön kustannuksella nauramiselta putoaa pohja, jos henkilö ehtii tehdä saman ensin itse. (mt. 34.)

Korjaamista puolestaan tarvitaan tilanteissa, joissa vahinko on jo tapahtunut ja kasvojen säilyminen on vaarassa. Vuorovaikutustilanne on tällöin joutunut rituaaliseen epätasapainoon, minkä vuoksi se on korjattava. Korjaaminen etenee tyypillisesti vaiheittain. Ensin osanottajat huomioivat epäsovivan käytöksen, minkä jälkeen epätasapainon aiheuttajalle annetaan mahdollisuus korjata virheensä. Jos toiset osapuolet hyväksyvät korjauksen, epätasapainon aiheuttaja huomioi muiden anteeksiannon kiitoksella. Korjauksen tavoitteena on tasapainon palauttaminen sellaisilla keinoilla, että kaikki osapuolet voivat poistua tilanteesta menettämättä lopullisesti kasvojaan. (mt. 37–41.)

Kasvotyöllä pyritään kunnioittamaan muiden osapuolten tunteita ja tekemään vuorovaikutuksesta mahdollisimman sujuvaa. Onnistunut kasvotyö vaatiikin yhteistyötä muiden kanssa. Kasvotyön merkitystä sosiaalisessa kanssakäymisessä havainnollistavat arkipuheessakin käytetyt ilmaisut kasvojen säilyttämisestä tai menettämisestä. Ilmaisujen arkipäiväisyys kielii niiden tarpeellisuudesta arkielämässä: sosiaalisiin suhteisiin liittyvä kasvotyö on luultavasti tuttua useimmille ihmisille.

Kasvotyöhön liittyy olennaisesti häpeän tunne. Pyrkiessään säilyttämään kasvonsa ihminen pyrkii suojautumaan häpeältä, joka kasvojen menettämisestä seuraisi. Goffman itse tosin puhuu lähinnä nolostumisesta (*embarrassment*), mutta esimerkeissään hän kuvaa lievää nolostumista vahvempia häpeän reaktioita. Myös



Scheff (2003) toteaa häpeän olevan olennainen, joskin hieman piilevä osa Goffmanin analyysia.

Häpeä on erityislaatuinen tunne, sillä häpeällä on enemmän funktioita kuin muilla tunteilla (Scheff 2003). Ensinnäkin häpeällä on moraalinen perusta. Häpeätunne on omatunnon ja moraalisuuden keskeinen osa, joka viestii moraalista rikkomuksista. Toiseksi häpeä on seuraus sosiaaliseen sidokseen kohdistuvasta uhasta (Scheff 2003, 254). Häpeä onkin tunteista sosiaalisimpia, sillä siihen liittyy aina toisten ihmisten arvioinnin kohteeksi joutuminen (Barbalet 1998, 103–104). Kolmanneksi häpeä säätelee muiden tunteiden ilmaisua ja niiden tiedostamista. Häpeätunne saattaa lieventää tunteiden ilmaisun voimakkuutta tai kokonaan tukahduttaa ne (Scheff 2003, 254.)

Goffmanin kasvotyöllä ja Hochschildin tunnetyöllä on tiettyjä yhteneväisyyksiä, muutenkin kuin termien tasolla. Tämä ei varsinaisesti ole yllättävää, sillä Hochschild itse viittaa runsaasti Goffmanin teoksiin ja on myös ottanut vaikutteita Goffmanin ajatuksista (Korvajärvi 2001, 207). Sekä Goffmanin että Hochschildin ajattelulle yhteistä on sosiaaliseen vuorovaikutukseen liittyvä runsas säännöstö. Näiden sääntöjen valvomiseen on olemassa sosiaalinen kontrollijärjestelmä, ja niiden rikkomisella on sosiaalisia seurauksia. Sekä tunnetyö että kasvotyö vaativat siis onnistuakseen osallistujien välistä yhteistoimintaa ja jaettua ymmärrystä tilanteen sosiaalisista säännöistä.

Sekä tunnetyö että kasvotyö perustuvat sosiaalisen järjestyksen ja vuorovaikutuksen ylläpitämiselle. Tämä järjestys on luonteeltaan hauras, sillä se on etenkin Goffmanin mukaan jatkuvasti uhattuna. Sekä tunnetyö että kasvotyö sisältävät sitoutumisen. Niiden piirissä toimivat ihmiset sitoutuvat toimimaan sosiaalisten konventioiden mukaisesti. Tunnetyön ja kasvotyön voikin katsoa perustuvan pitkälti ihmisten keskinäiselle luottamukselle. Ihmisillä on siis sosiaalinen velvollisuus pitää yllä tiettyjä konventioita. Konventioiden noudattaminen on konventioiden kunnioittamista ja muiden niiden piirissä olevien ihmisten kunnioittamista.

Sekä tunnetyö että kasvotyö ilmenevät sosiaalisessa vuorovaikutuksessa ja etenkin sen ristiriitatilanteissa. Tunnetyö on kuitenkin nimensä mukaisesti laajemmin

vuorovaikutuksessa ilmenevät tunteet huomioivaa. Kasvotyöllä ja tunnetyöllä on samankaltainen päämäärä, varmistaa sujuva vuorovaikutus estämällä ja välttämällä ristiriitatilanteita, mutta niiden keinojen laajuudessa on eroa. Tunnetyötä voidaan tehdä kaikkien tunteiden piirissä, mutta kasvotyö keskittyy lähinnä häpeän estämiseen. Voisikin siis ajatella, että kasvotyö on yksi tunnetyön muoto.

### 3. Internet ja nettideittailu

Tässä luvussa esittelen nettideittailua koskevaa tutkimusta. Aloitan esittelemällä internetissä syntyviä suhteita ja niihin liittyvää vuorovaikutusta. Seuraavaksi luon katsauksen nettideittailun historiaan. Tämän jälkeen esittelen deittipalveluita kaupallisena ympäristönä, jonka jälkeen siirryn nettideittailussa ilmenevään itsensä esittämiseen. Lopuksi käsittelen vielä nettideittailuun liittyvää epävarmuutta ja emotionaalista riskinottoa.

#### 3.1 Suhteet ja vuorovaikutus internetissä

Internet on vaikuttanut merkittävästi sosiaaliseen kanssakäymiseen. Se on tehnyt olemassa olevien sosiaalisten suhteiden ylläpidosta entistä helpompaa ja tehokkaampaa. Internetin käytön yleistymisen mullistavin vaikutus on kuitenkin ollut uusien sosiaalisten suhteiden syntymisessä. Internetissä voi varsin helposti tutustua uusiin ihmisiin ja solmia näiden kanssa suhteita. (Rosenfeld & Thomas 2012, 524.) Teknologian kehittämisellä voi siis olla suuri vaikutus myös ihmisten sosiaaliseen elämään.

Uusiin teknologioihin sopeutuminen vie kuitenkin aina aikansa, eivätkä reaktiot ole pelkästään myönteisiä. Nancy K. Baym (2010) esittelee kolme keskeistä puhetapaa, joiden avulla uutta teknologiaa käsitellään: teknologinen determinismi, teknologian sosiaalinen rakentuminen ja teknologian sosiaalinen muovautuminen. Teknologinen determinismi tarkoittaa puhetapaa, jonka mukaan teknologia muuttaa ihmistä ja yhteiskuntaa pysyvästi. Teknologia nähdään ulkoisena toimijana ja sen käyttäjät passiivisina vastaanottajina, jotka eivät pysty kamppailemaan teknologian ylivaltaa vastaan. Tähän diskurssiin liittyy yleensä epäluuloisuus uutta teknologiaa kohtaan ja huoli siitä, että teknologia muuttaa pysyvästi yhteiskuntaa. (mt. 24–27.) Teknologian sosiaalinen rakentuminen tarkoittaa puhetapaa, jossa teknologiat nousevat ja kehittyvät sosiaalisten prosessin avulla. Sosiaalisilla prosesseilla viitataan sekä yksilöihin, kuten teknologian kehittäjiin ja niiden käyttäjiin, että laajempiin sosiaalisiin rakenteisiin kuten yrityksiin, valtioihin ja markkinoihin, joilla on valtaa siihen, kuinka helposti teknologia on ihmisten saatavilla. Tässä lähestymistavassa korostetaan siis ihmisten merkitystä teknologioiden kehityksessä. (mt. 39–40.)

Teknologian sosiaalinen muovautuminen tarkoittaa puhetapaa, joka asettuu kahden edellisen väliin. Tässä puhetavassa tunnustetaan teknologian vaikutus yhteiskuntaan, mutta torjutaan deterministinen käsitys käyttäjistä passiivisina vastaanottajina. Teknologian seuraukset johtuvat sekä teknologioista itsestään että tavoista, joilla ihmiset niitä käyttävät. (mt. 44–45.)

Baym toteaa, että edellä esitetyt puhetavat kuvaavat internetin lisäksi myös muista teknologioista käytyä keskustelua. Esimerkiksi puhelimen, radion ja television yleistymisen aiheutti monissa samankaltaista epäluuloa kuin internet (mt. 28–30). Kehitystä, jossa uudesta teknologiasta tulee yleisesti hyväksytty ja korvaamaton osa yhteiskuntaa voidaan kutsua teknologian kotouttamiseksi (mt. 45). Internetin kohdalla teknologian kotoutuminen näkyy esimerkiksi nettisuhteiden yleistymisenä.

Aaron Ben-Ze'ev (2004, 4-5) tarkastelee teoksessaan *Love Online* (2004) internetissä muodostuvia suhteita ja vuorovaikutusta erityisesti nettirakkauden ja nettiseksiin avulla. Nettirakkaudella viitataan suhteeseen, joka koostuu enimmäkseen tietokonevälitteisestä kommunikaatiosta. Osapuolet voivat olla fyysisesti etäällä toisistaan ja tiettyyn rajaan asti anonyymeja, mutta rakkauden tunne voidaan silti kokea yhtä vahvana kuin perinteisessäkin rakkaussuhteessa. Nettiseksillä puolestaan voidaan Ben-Ze'evin mukaan viitata kaikkiin seksuaalisiin toimintoihin, joita internetissä on tarjolla. Tämän käsityksen mukaan myös esimerkiksi pornoa voidaan pitää yhtenä nettiseksiin muotona. Ben-Ze'ev kuitenkin keskittyy niihin nettiseksiin muotoihin, joihin liittyy ihmisten välistä vuorovaikutusta, esimerkiksi pikaviestien tai webkameran välityksellä tapahtuva seksuaalinen kommunikaatio. (mt. 5.)

Internet-suhteet perustuvat pitkälti mielikuvitukselle, mutta niihin liittyy kuitenkin aitoja tunteita. Netissä keskustelukumppanista on yleensä tarjolla vähemmän tietoa kuin kasvokkaisessa kohtaamisessa, etenkin negatiivisista piirteistä. Tässä kohtaa mielikuvitus astuu esiin ja täydentää kuvaa keskustelukumppanista saatujen vihjeiden avulla. Vihjeitä ovat esimerkiksi sanavalinnat, vastausnopeus ja viestien määrä. (mt. 31.) Vaikka negatiivisten piirteiden salailun ja häivyttämisen mahdollisuus onkin yleensä tiedossa, keskustelukumppania saatetaan silti idealisoida. Tämän vuoksi on mahdollista muodostaa vahvoja tunteita keskustelukumppania kohtaan. Kumppani on oikeastaan vain konstruktio ihmisestä, jota ei välttämättä ole edes olemassa. (mt. 80.)

Internetin houkuttelevuudelle seuran hakemisessa on useita syitä. Ensimmäinen on mielikuvituksen käyttö, jonka avulla voi idealisoida toisen osapuolen ja häivyttää tämän mahdolliset epämiellyttävät piirteet. Toinen on interaktiivisuus ja vastavuoroisuus, jota nettisuhteet rajoituksistaan huolimatta tarjoavat. Kolmas syy on saavutettavuus. Internet on helppo, nopea ja halpa vaihtoehto monille muille tavoille tavata ihmisiä. Neljäs syy on internetin anonyymius, joka vähentää riskejä, haavoittuvaisuutta ja sosiaalisten normien painoa. (mt. 19–20.)

Internet on ainakin näennäisesti tasa-arvoinen tila: anonyymiyden taakse piiloutumalla voi häivyttää esimerkiksi sukupuolen, seksuaalisuuden, iän ja etnisyyden. Internet on myös varsin laajasti saatavilla ja nykyään edullinen käyttää ainakin länsimaissa. (mt. 17.) Tällöin vuorovaikutus internetissä on ainakin teoreettisesti vapaa kaikista ulkoisista ja sosiaalisista ominaisuuksista, jotka internetin ulkopuolella vaikuttavat kommunikointiin. Nettideittailuun tämä ei kuitenkaan täysin päde: profiileissa ei yleensä häivytetä näitä ominaisuuksia vaan usein niitä nimenomaan korostetaan, sillä tavoitteena on yleensä romanttinen suhde netin ulkopuolella (esim. Whitty 2008). Vuorovaikutuksen motiiveilla on siis merkitystä. Jos tavoitteena on ainoastaan internetissä pysyvä suhde, ominaisuuksilla kuten ikä, sukupuoli ja etnisyys ei välttämättä ole merkitystä.

Internetissä muodostuva suhde koetaan usein vajavaiseksi, sillä se perustuu suurelta osin mielikuvitukselle (Ben-Ze'ev 2004, 134). Nettisuhteessa elävät ihmiset kokevat yleensä jotain puuttuvan. Tämän vuoksi monet haluavat tavata myös internetin ulkopuolella, jotta suhde voisi siirtyä kuvitelmista reaali maailmaan. Nettisuhteiden vajavaisuus ruokkii tunteiden intensiivisyyttä, sillä tällaisiin suhteisiin kuuluva olennaisesti nopeat muutokset ja epävakaisuus (mt. 137).

Tunteiden epävakaus ja jännittävyys onkin todennäköisesti yksi tärkeimmistä syistä siihen, että ihmiset ylipäänsä ryhtyvät nettisuhteisiin. Internet tarjoaa reaali maailmaan verrattuna suuremman määrän kumppanivaihtoehtoja, ja toisaalta internet itsessäänkin on vaihtoehto monille perinteisemmille seuranhakutavoille. Tämän vuoksi tunne on intensiivisempi mutta epävakaampi kuin reaali maailmassa. (mt. 62.) Tunteisiin liittyy myös tietoisuus siitä, että internetissä potentiaalisia kumppaneita on tarjolla runsaasti

(Whitty 2008, 1715). Ihminen ei siis ole sidottu vain yhteen kumppaniin eikä joudu tyytymään siihen, mitä läheltä sattuu löytymään. Kuitenkin sitoutuminen nettisuhteeseen voi olla heikkoa, koska uuden suhteen löytäminen on melko helppoa. (Ben-Ze'ev 2004, 62.) Internetissä muutos ja epävakaisuus ovat yleisempiä kuin reaali maailmassa, mikä vaikuttaa tunteiden intensiivisyyteen. Mysteerin säilyttäminen sekä ajalliset ja tilalliset rajoitteet voivat kuitenkin estää suhteen viemistä netin ulkopuolelle. (mt. 76.)

Internetissä ihmiset tekevät usein asioita, joita he eivät ehkä muuten tekisi. Tämä näkyy esimerkiksi nettiseksissä. Internet tilana kiihdyttää mielikuvitusta ja luo tilan, jossa kaikki on mahdollista. Ennen kasvokkaista tapaamista kumppanista voi ajatella mitä tahansa ja idealisoida hänet täysin. Tämä auttaa fantasian luomisessa ja ylläpitämisessä. (mt. 80.) Internetin moraal säännöt ovat joustavampia kuin reaali maailman, eikä siellä anonyymiydestä johtuen ole samanlaista sosiaalista painetta. Tämän vuoksi usein moraalittomiksi koettujen tunteiden, kuten vihan ja himon, ilmaiseminen on internetissä helpompaa ja yleisempää kuin internetin ulkopuolella. Sen sijaan häpeä on Ben-Ze'evin mukaan internetissä harvinaisempaa kuin sen ulkopuolella. (mt. 115–116.) Tämä todennäköisesti johtuu internetin sosiaalisten paineiden vähäisyydestä verrattuna reaali maailmaan sekä internetin tarjoamasta anonyymiteetistä. Internetin löyhät moraaliset sidokset ovat etenkin internetin yleistymisen aikoihin aiheuttaneet myös voimakasta paheksuntaa (Turtiainen 2009, 209).

Sukupuoli vaikuttaa internetissä tapahtuvaan vuorovaikutukseen (Baym 2010, 66–68). Arkielämästä tuttujen sukupuolen esittämisen tapojen on havaittu toistuvan myös internetissä. Naisten viestit ovat yleensä miesten viestejä pidempiä ja kuvailevampia ja sisältävät enemmän tunneilmaisuja. Miesten viestit puolestaan ovat yleensä lyhyempiä ja keskittyvät enemmän faktojen ilmaisuun. Miehet myös käyttävät enemmän aggressiivisia ilmaisuja (mt.) Sukupuolten tavat osallistua vuorovaikutukseen ja ilmaista tunteitaan internetissä vaikuttavat siis vastaavan miesten ja naisten tapoja ilmaista tunteita internetin ulkopuolella (Fischer & LaFrance 2015, 23).

### 3.2 Nettideittailun historia

Seuraavaksi esittelen lyhyesti nettideittailun historiaa. Vaikka nettideittailun historia onkin melko lyhyt, siihen mahtuu useampi vaihe. Nettideittailun edeltäjänä voidaan pitää sanomalehtien seuranhakupalstoja, joita Suomessa on tutkinut esimerkiksi Tarja Lotvonen. Artikkelissaan (1996) hän kuvailee Helsingin Sanomien Henkilökohtaista-ilmoitusten muutosta vuosina 1950, 1970 ja 1990 niissä käytettyjen sekä omaa itseä että ihannekumppania kuvaavien adjektiivien kautta. Lotvosen mukaan 1950-luvun ilmoituksissa korostuivat perushyveet, kuten kunnollisuus, joiden rinnalle tuli 1970-luvulla ulkonäköä kuvaavat adjektiivit ja 1990-luvulla aktiivisuuden ja vapaa-ajan kuvaukset (mt. 62).

1990-luvulle tultaessa internet alkoi kuitenkin vallata seuranhakupalstojen tehtävää. Finkel et al. (2012, 10–11) hahmottelevat yhdysvaltalaisen nettideittailun historian kolme aaltoa. Nettideittailun varsinaisen alun he sijoittavat 1990-luvun puoliväliin, jolloin yhdysvaltalainen Match.com aloitti toimintansa. Ensimmäiset palvelut tarjosivat yleensä laajan valikoiman profiileja, joita saattoi vapaasti selailta. Seuraava aalto 2000-luvun alussa toi mukanaan palvelut, jotka ehdottavat käyttäjille sopivia profiileja yhteensopivuuden perusteella. Profiilien vapaa selailu ei välttämättä ole näissä palveluissa mahdollista. Tällaiset palvelut, esimerkiksi yhdysvaltalainen eHarmony, keräävät käyttäjiltään rekisteröitymisvaiheessa paljon tietoa ja käyttävät itse kehittämiään algoritmeja löytääkseen käyttäjien joukosta yhteensopivia pareja. Tällaiset palvelut kuvaavat yleensä itseään tieteseen perustuviksi ja ne veloittavat tyypillisesti jäsenyydestään korkeampaa hintaa kuin ensimmäisen aallon palvelut. Nettideittailun kolmannen aallon katsotaan alkaneen älypuhelimien ja mobiilisovellusten yleistyessä. Sovellukset mahdollistivat sijaintiin perustuvat deittipalvelut, joista Tinder on tällä hetkellä tunnetuin. (mt.)

Suomi seurasi nopeasti perässä ja ensimmäiset deittipalvelut rantautuivatkin tänne jo 1990-luvun puolivälissä (Turtiainen 2009, 200). Suomalaisista palveluista ensimmäisenä aloitti Cityn omistama Deitti.net, joka on edelleen toiminnassa. Se on melko tyypillinen ensimmäisen aallon palvelu, sillä siinä pystyy vapaasti selailemaan suuria määriä profiileja eikä palvelu itse puutu parien muodostumiseen. Alkuaikoina suomalaisissa palveluissa oli miehiä neljä kertaa enemmän kuin naisia, mutta nykyään

erot sukupuolten määrässä ovat tasoittuneet. Nettideittailun alkuaikoina kumppanin etsimistä internetistä pidettiin usein hieman nolona, mutta nykyään tämä leima on poistunut. (mt. ) Nettideittailusta onkin tullut kahdenkymmenen vuoden aikana arkea ja varsin tavallinen tapa löytää kumppani.

Myös Suomessa deittipalveluiden kehitys on kulkenut yhdysvaltalaisen palveluiden viitoittamaa tietä. Ensimmäisen aallon jälkeen myös Suomessa perustettiin palveluita, joissa palvelut ehdottivat käyttäjilleen yhteensopivia profiileja (Turtiainen 2009, 206–208). Myös mobiilideittipalvelut ovat lyöneet Suomessa läpi. Oman mausteensa deittipalveluiden tarjontaan luovat globaalisti toimivat markkinat: yhdysvaltalaisista suosituista deittipalveluista esimerkiksi Match.com ja OKCupid toimivat myös Suomessa, samoin kuin mobiilipalvelu Tinder. Nähtäväksi jääkin, kuinka hyvin suomalaiset deittipalvelut pystyvät kilpailemaan globaaleiden toimijoiden kanssa.

### 3.3 Deittipalvelu kaupallisena ympäristönä

Deittipalvelut muodostavat sosiaalisen tilan, jonka säännöt ja konventiot vaikuttavat siihen, miten palveluiden käyttäjät niissä toimivat. Deittipalveluilla on myös omia intressejä käyttäjien tuottamalle sisällölle. Deittipalveluiden tarjoaminen on liiketoimintaa, ja monissa tapauksissa varsin menestyksestä sellaista (Finkel et al. 2012, 5). Palveluiden tuottajat asettavat käyttäjilleen sääntöjä ja tarjoavat ohjeita, joita noudattamalla käyttäjät tuottavat kaupallisesti hyödynnettävää sisältöä.

Parisuhteiden muodostaminen onkin deittipalveluille ansaintamahdollisuus (Roscoe & Chillas 2014). Palvelut luovat ympäristön, jossa käyttäjät voivat ”shoppailla” mahdollisia kumppaneita. Potentiaaliset kumppanit ovat hyödykkeitä, joita voidaan vertailla ja kuluttaa, ja palvelun tehtävä on tarjota asiakkaiden vaatimusten mukaisia tuotteita. Pitääkseen yllä palvelun ”laatua” palvelut tarjoavat valtavasti ohjausta profiilien rakentamiseen (Arvidsson 2006, 679). Internetin tulo parisuhdemarkkinoille saattaa muuttaa radikaalisti parisuhteiden syntyä ja muodostumista (Roscoe & Chillas 2014, 814).



Myös deittipalveluiden käyttäjät ovat sisäistäneet nettideittailua koskevan markkinadiskurssin ja käyttävät sitä käsitteellistämään kumppaninetsintäänsä (Heino, Ellison & Gibbs 2010). Tällöin deittipalvelu nähdään markkinapaikkana, jossa käyttäjät voivat arvioida muita käyttäjiä ennalta määriteltyjen kriteereiden perusteella ja "shoppailla" ominaisuuksiltaan ihanteellisia kumppaniehdokkaita. Potentiaalisten kumppaneiden "markkina-arvo" määräytyy profiileissa näkyvien ominaisuuksien, kuten ulkonäön, iän ja ammatin perusteella. Nettideittailun markkinoilla käyttäjät ovat varsin tietoisia myös omasta markkina-arvostaan, jota voi mitata esimerkiksi saatujen viestien määrällä. (mt. 436–437.) Useimmat deittipalveluiden käyttäjät kokevat muiden arvion omasta markkina-arvostaan itsetuntoa kohottavana. Joillekin käyttäjille oman markkina-arvon toteaminen voi kuitenkin olla myös negatiivinen kokemus, etenkin jos he kokevat markkina-arvonsa alhaiseksi. Markkinametaforan käyttäminen pariutumisen puhuttaessa saattaa myös vaikuttaa ihmisten käsityksiin parisuhteista ja tunteista ja siihen, miten kumppanin etsimistä toteutetaan. Tuloksena saattaa olla oman itsen ja muiden kommodifikaatio, jolloin käyttäjät alkavat nähdä itsensä ja muut käyttäjät kulutushyödykkeinä, joita voidaan ostaa, myydä ja heittää pois. (mt. 443.)

Deittipalveluiden taloudellinen menestys perustuu siis romantiikan, mielikuvituksen ja fantasian tuotteistamiselle (Arvidsson 2006, 678). Käyttäjille on tarjolla loputtomasti profiileja, joiden avulla he voivat fantasioida potentiaalisesta suhteesta ja täydellisestä kumppanista. Arvidssonin analyysi Match.com-palvelusta osoittaa, että kyseinen palvelu on brändännyt itsensä "laatusinkkujen" tarjoajaksi. "Laatusinkkuutta" tuotetaan profiilien tarkalla rakentamisella, johon on tarjolla valtavasti ohjausta ja neuvoja. Sivuston ohjeiden ja palvelun sosiaalisen kulttuurin johdosta profiilit muistuttavat paljon toisiaan ja rakentavat käsitystä siitä, mitä "laatusinkkuus" on. Palvelu auttaa luomaan käyttäjille käsikirjoituksen, jonka mukaan edetä suhteiden solmimisessa. Samalla "laatusinkkuuden" diskurssi rakentaa myös palvelun omaa brändiä. (mt. 685.)

Deittipalveluiden käyttäjät ovatkin paitsi palvelun kuluttajia, myös sisällön tuottajia. Tällaisesta kuluttajan ja tuottajan yhdistelmästä käytetään termiä *prosumer* (yhdistelmä sanoista *producer* ja *consumer*). Vaikka tuotanto ja kulutus ovat liittyneet toisiinsa jo teollisesta vallankumouksesta lähtien, internetin uudet palvelut ovat luoneet näiden välille uudenlaisen suhteen (Ritzer & Jurgenson 2010, 21). Sisällön

tuottaminen jää näissä palveluissa suurimmaksi osaksi kuluttajien vastuulle. He tuottavat ilmaiseksi sisältöä toisille kuluttajille ja itse puolestaan kuluttavat toisten kuluttajien tuottamaa sisältöä. Palvelun omistaja tarjoaa sisällölle puitteet ja pyrkii tekemään voittoa palvelunsa brändäämisen avulla. Voiton tekeminen tällä logiikalla ei ole itsestäänselvyys, vaan moni yritys epäonnistuu (mt. 28), mutta nettideittailu on osoittautunut menestykselliseksi liiketoiminnaksi (Finkel et al 2012, 10). Useimmat *prosumption*-logiikalla (sanoista *production* ja *consumption*) toimivat palvelut (esim. Facebook, YouTube) ovat käyttäjilleen ilmaisia, mutta monet deittipalvelut ovat onnistuneet houkuttelemaan käyttäjiä palvelun maksullisuudesta huolimatta. Nettideittailun ohella porno on yksi harvoista internetin sisällöntuotannon aloista, joka on menestynyt myös maksullisina palveluina (Nikunen, Paasonen & Saarenmaa 2005, 11). Näiden kahden alan taloudellinen menestys ei välttämättä ole yllättävää, sillä molemmat vetoavat varsin perustavanlaatuisiin inhimillisiin tarpeisiin ja vietteihin.

Prosumption-logiikalla toimivia palveluja on kritisoitu tuottajiensa hyväksikäytöstä, sillä sisällön varsinaiset tuottajat eivät yleensä saa toiminnastaan taloudellista hyötyä, vaan sen korjaa taustalla oleva palvelu. Tämän on katsottu johtavan palkattoman työn yleistymiseen (Ritzer & Jurgenson 2010, 27). Toisaalta prosumption-malli perustuu pitkälti siihen, että käyttäjät tuottavat sisältöä omaksi ilokseen, eivätkä tietoisesti palvelun omistajan hyödyksi. Käyttäjät saavat tuottamalleen sisällölle jotain muuta vastinetta, esimerkiksi deittipalveluiden käyttäjät mahdollisuuden tutustua potentiaalisiiin kumppaneihin. Käyttäjien tunteet siis valjastetaan yritysten taloudellisten intressien palvelemiseen.

Deittipalveluilla on kaksi tavoitetta, jotka ovat käytännössä keskenään ristiriitaisia: saada käyttäjät pariutumaan ja toisaalta pitää käyttäjämäärät korkeina. Jos käyttäjä onnistuu löytämään kumppanin, hän ei enää tarvitse palvelua ja todennäköisesti lopettaa sen käytön. Sitouttaakseen käyttäjät palveluun mahdollisimman pitkäksi aikaa palvelun pyrkivät vetoamaan käyttäjiensä tunteisiin. Henrik Fürst (2014, 106) toteaa, että deittipalvelut luovat sivujensa teksteillä, kuvilla ja markkinoinnilla toivon tunnetta. Vaikka kumppanin löytymisen epävarmuus tunnustettaisiin, palvelut pyrkivät ensisijaisesti pitämään yllä toiveikasta ilmapiiriä: sopiva kumppani voi

löytyä jo seuraavan profiilin takaa (mt.). Niin kauan kun käyttäjä on toiveikas, hän todennäköisesti myös sitoutuu palveluun.

### 3.4 Itsensä esittäminen

Nettideittailua ja deittiprofiileja tarkastellessa tutkijoiden huomio on usein kiinnittynyt deittiprofiileissa ilmenevään itsensä esittämiseen. Tämä ei ole mikään ihme, sillä profiilitekstit ja -kuvat tarjoavat varsin rikasta aineistoa tämältyyppiseen tutkimukseen. Itsensä esittämiseen liittyvät kysymykset ovatkin olennainen osa nettideittailun tutkimusta, ja seuraavaksi esittelen hieman itsensä esittämiseen nettideittailun kontekstissa keskittyvää tutkimusta.

Deittiprofiileihin sisältyy yleensä teksti, jossa käyttäjä kuvailee itseään vapaasti. Deittipalveluiden käyttäjät miettivät yleensä tarkkaan, millaiselle yleisölle profiiliteksti kirjoitetaan (Tomlinson 2013, 125). Strategioita on yleensä kaksi. Ensimmäinen vaihtoehto on, että profiili kirjoitetaan kiinnostamaan juuri tietynlaista ihmistä eli käyttäjän ideaalikumppania. Tällä tavalla kaikista profiilin lukijoista seuloutuu rajallinen määrä kumppaniehdokkaita. Toinen vaihtoehto on pyrkiä herättämään kiinnostusta mahdollisimman monessa palvelun käyttäjässä, mikä mahdollistaa suuren määrän potentiaalisia kumppaneita. Koska lukijoiden kiinnostuksen herättäminen on nettideittailun kontekstissa erittäin tärkeää, profiilin kirjoittamiseen panostetaan yleensä paljon. Omaa profiilia verrataan muiden käyttäjien profiileihin ja omaa tekstiä muokataan niiden ja muilta käyttäjiltä saadun palautteen mukaisesti. (mt. 125.)

Deittipalvelu asettaa ympäristönä rajoituksia itsensä esittämislle (Whitty 2008, 1713). Profiilissa minäesityksen keinoista puuttuvat kasvokkaisen vuorovaikutuksen keinot, kuten ilmeet, eleet ja ääni. Itseään pitää esittää tekstin ja valokuvan keinoin, jolloin keinovalikoima on suppeampi. Käyttäjät etsivätkin teksteistä hienovaraisia vihjeitä, joiden avulla voi tulkita profiilin esittämää ihmistä. Tällaisia vihjeitä ovat esimerkiksi oikeakielisuus, kirjautumisajankohta, viestien pituus, sähköpostien lähetysaika ja käytetty sanasto. (Ellison et al 2006, 424–425.) Palvelussa voi olla käytössä myös suljettuja kysymyksiä, esimerkiksi kysymys unelmatreffeistä, joihin valitaan vastaus annetuista vaihtoehdoista. Jos mikään vaihtoehto ei sovi, valitaan vähiten epäsojiva. Nämä vastaukset kuitenkin näkyvät käyttäjän profiilissa ja ovat osa

käyttäjän minäesitystä. (mt. 428.) Profiilien antamaan tietoa käyttäjästä voidaankin pitää enemmän vihjeinä kuin totuutena (Arvidsson 2006, 679).

Miesten ja naisten on havaittu esittävän itseään eri tavoilla deittiprofiileissa. Esimerkiksi Anne Holappa (2013) on analysoinut sekä miesten että naisten deittiprofiileissaan käyttämiä adjektiiveja. Hän jakaa adjektiivit kuuteen ryhmään: 1) luonnetta kuvaavat; 2) ulkonäköä kuvaavat; 3) harrastuksia kuvaavat; 4) koulutusta, työelämää ja ammattia kuvaavat; 5) parisuhdestatusta määrittelevät ja 6) ikää määrittelevät tai luonnehtivat. Holapan aineistossa huumorintajuisuus nousee keskeisimmäksi adjektiiviksi sekä miesten että naisten profiileissa. Muiden adjektiivien kohdalla sukupuolet kuitenkin eroavat toisistaan: miehet toivovat naisilta profiileissaan useammin hyvää ulkonäköä kuin naiset miehiltä, ja naiset toisaalta myös kuvaavat ulkonäköään miehiä enemmän. Naiset myös käyttävät monipuolisemmin eri adjektiiveja kuvatessaan omaa ulkonäköään kuin miehet. Osaa profiileissa käytetyistä adjektiiveista käytetään kuvaamaan ainoastaan toista sukupuolta: esimerkiksi karismaattinen ja turvallinen esiintyvät ainoastaan miesten kuvauksissa ja lempeä ja pirtsakka ainoastaan naisten. Holappa toteaaakin, että deitt ilmoituksissa on nähtävissä kaikuja perinteisistä sukupuolirooleista. (mt. 13.)

Aiemmissä tutkimuksissa on havaittu, että useimmat käyttäjät kiinnittävät deittiprofiileissa ensimmäisenä huomiota ulkonäköön ja myös pitävät ulkonäköä tärkeimpänä yksittäisenä tekijänä arvioidessaan profiilin kiinnostavuutta (Whitty 2008, 1714). Monica Whitty haastatteli 60 australialaisen deittipalvelun käyttäjää, jotka kertoivat panostavansa omaan profiilikuvaansa ja kokivat ulkonäön kuvaamisen tärkeäksi. Lähes yhtä tärkeinä asioina omassa profiilissa pidettiin harrastusten, kiinnostuksenkohteiden ja persoonallisuuden kuvaamista. Lisäksi monet käyttäjät pyrkivät näyttämään profiilissaan huumorintajua ja älykkyyttä. (mt. 1713.)

Kun haastateltavilta kysyttiin, mitkä asiat saivat heidät kiinnostumaan toisten käyttäjien profiileista, ulkonäkö sai eniten mainintoja. Lähes yhtä tärkeinä asioina pidettiin kuitenkin yhteisiä kiinnostuksenkohteita, sosioekonomista taustaa, persoonallisuutta sekä aitoutta ja rehellisyyttä. (mt. 1717.) Aitouden ja rehellisyyden vaatimus on kiinnostava, sillä palvelun käyttäjillä ei ole käytännössä mitään mahdollisuutta tietää, onko toisen profiili todenmukainen. Kyse onkin siis aitouden ja

rehellisyyden vaikutelmasta. Profiilin uskottavuuden lisäämiseen on kuitenkin erilaisia keinoja. Ellison et al. (2006, 429–430) toteavat, että profiilin uskottavuutta lisäävät rehellisten, tarpeeksi uusien valokuvien käyttö sekä tarinat omasta itsestä, jotka osoittavat profiilin kuvauksen itsestä todeksi.

Profiilien lukijat käyttävät kielellisiä vihjeitä arvioidakseen kirjoittajan persoonallisuutta, mutta arvioinnin onnistumisesta ei ole takeita. Weidman et al. (2015) suorittivat kokeen, jossa koehenkilöt saivat oikeita deittiprofiileita luettavakseen ja arvioivat niissä käytetyn kielen perusteella käyttäjien ulospäinsuuntautuneisuutta, neuroottisuutta, tunnollisuutta, miellyttävyyttä ja avoimuutta kokemuksille. Tutkijat vertasivat koehenkilöiden arvioita profiilien kirjoittajien oikeisiin persoonallisuustesteihin. Tuloksena oli, että koehenkilöt osasivat arvioida ainoastaan kirjoittajien ulospäinsuuntautuneisuutta luotettavasti. Muiden piirteiden arvioinnissa onnistuminen oli vähäistä. (mt. 599.) Tulosta voi tulkita kahdella tavalla: joko persoonallisuuden arvioiminen on deittiprofiilin kaltaisesta tekstistä vaikeaa, tai oman persoonallisuuden kuvaaminen on niin vaikeaa, ettei sen perusteella pysty luomaan luotettavaa esitystä itsestään.

Kuitenkin myös minäesityksen kaunistelu ja vääristely on ilmeisen yleistä deittipalveluiden profiileissa. Whitty (2008, 1717) haastattelemat deittipalveluiden käyttäjät kertoivat kaunistelewansa profiilissaan seuraavia asioita: ulkonäkö, parisuhde/perhetilanne, ikä, paino, sosioekonominen tausta ja kiinnostuksenkohteet. Haastateltavat kokivat, että kaunistelun tarkoitus ei kuitenkaan ollut johtaa muita harhaan, vaan herättää vastapuolella kiinnostusta. Useimmat haastateltavat eivät pitäneetkään näitä varsinaisesti valheina, vaan liioitteluna. (mt. 1714–1715.) Deittiprofiileissa onkin nähtävissä pyrkimys sekä rehellisyyteen että haluttavuuteen. Näiden välistä mahdollista ristiriitaa korjataan ideaaliminän esityksellä, joka näyttää millainen käyttäjä haluaisi olla ja millaisena hän itsensä haluaisi nähdä. (Ellison et al. 2006, 426.)

Haastateltavat kertoivat kohdanneensa muiden profiileissa valehtelua tai kaunistelua eniten ulkonäön suhteen. Tyypillisiä tapoja kaunistella ulkonäköä olivat vanhojen valokuvien käyttäminen sekä pituuden ja painon valehtelu. (Whitty 2008, 1717.)

Muita deittipalveluiden käyttäjien yleisesti kohtaamia vääristelyjä ovat epärehellisyys iästä, tuloista, siviilisäädystä ja suhteen odotuksista (Gibbs et al. 2006, 169–170).

Käyttäjien tavoite vaikuttaa minäesityksen rehellisyyteen. Käyttäjät, joiden päämäärä oli pitkäaikainen tosielämän suhde, olivat rehellisempiä, paljastivat enemmän henkilökohtaista tietoa ja tekivät paljastuksia itsestään tietoisemmin. Henkilökohtaiset paljastukset eivät myöskään olleet pelkästään positiivisia, vaan käyttäjien pyrkimys oli esittää itsestään totuudenmukainen kuva, johon kuuluivat myös minän kielteiset piirteet. Käyttäjät, jotka kuvasivat omaa minäesitystään rehelliseksi, kokivat kuitenkin, ettei heidän minäesityksensä ollut yhtä menestyksekkäs kuin kaunistellumpien profiilien minäesitykset. (Gibbs et al 2006, 169.)

Deittipalvelussa toteutetun itsensä esittämisen ja siitä alkavan yhteydenpidon päämääränä on yleensä aina reaali maailmassa jatkuva suhde. Walther ja Parks (2002, 550) käyttävät deittipalveluissa solmituista suhteista termiä *mixed-mode relationships*. Termi viittaa tilanteeseen, jossa ensikohtaaminen tapahtuu internetissä, mutta itse suhde jatkuu sen ulkopuolella. Tällä tavoin se eroaa olennaisesti monissa muissa verkkoympäristöissä solmituista suhteista, jotka eivät välttämättä koskaan johda tapaamiseen reaali maailmassa (esim. Ben-Ze'ev 2004, 134). Toisaalta suhteen alku on kuitenkin erilainen kuin perinteisesti kasvokkaisessa vuorovaikutuksessa alkaneilla suhteilla.

Whittyn (2008, 1715) haastateltavista yli puolet pyrki tapaamaan kiinnostavan kumppaniehdokkaan viikon tai kahden sisällä ensimmäisestä yhteydenotosta. Lisäksi 10, 3 % haastateltavista kertoi tapaavansa kumppaniehdokkaat kuukauden sisällä ensiviestistä. Haastateltavien mukaan ennen tapaamista vaihdettujen viestien ja mahdollisten puheluiden tarkoitus oli lähinnä varmistaa kiinnostavan ihmisen tiedot ja sopia tapaaminen. Haastateltavien mukaan ensimmäinen tapaaminen määritteli sen, oliko suhteella mahdollisuutta. (mt. 1715–1716.)

Deittipalvelun tarkoitus näyttäisi siis olevan lähinnä potentiaalisten kumppaneiden kohtaaminen ja heidän kanssaan tapaamisen sopiminen. Tämä tukee jo aiemmin esitettyä käsitystä siitä, että pitkää suhdetta toivovat käyttäjät pyrkivät esittämään itsensä todenmukaisesti profiileissaan. Kasvokkaisessa kohtaamisessa selvät ristiriidat

profiilin ja todellisen minän välillä paljastuvat nopeasti, joten profiilissa valehtelu ei yleensä kannata. Toisaalta myös käyttäjien kokemukset valehtelusta ja minäesitysten vääristelystä voivat nopeuttaa tapaamista: vasta tapaamalla selviää, pitääkö profiilin minäesitys lainkaan paikkansa.

### 3.5 Epävarmuus ja emotionaalinen riskinotto

Aiemman tutkimuksen perusteella voidaan siis sanoa, että deittipalveluiden käyttäjät pyrkivät profiileillaan herättämään lukijan kiinnostuksen (esim. Gibbs et al 2006; Tomlinson 2013). Käyttäjät ovat tietoisia nettideittailun konventioista ja heillä on käsitys siitä, millaiset profiilit herättävät yleisössä kiinnostusta. Käyttäjät ovat myös selvästi tietoisia siitä, millainen internet on vuorovaikutuksen tilana ja millä tavoilla tässä tilassa on tarkoitus käyttäytyä.

Whitty (2008, 1715) toteaa, että deittipalveluissa seuraa etsiville on tarjolla moninkertainen määrä potentiaalisia kumppaneita verrattuna moniin internetin ulkopuolisiin paikkoihin. Tämä saa monet palvelun käyttäjistä nostamaan rimaa ja toivomaan kumppanilta paljon. (mt.) Omat odotukset muita kohtaan heijastuvat kuitenkin myös siihen, miten itse toimii. Käyttäjät tiedostavat asettavansa itsensä alttiiksi samanlaiselle katseelle, jolla he itse arvioivat muiden profiileja. (Tomlinson 2013, 126.)

Fürst (2014, 108) puhuu nettideittailun yhteydessä emotionaalisesta sosialisatiosta, jolla tarkoitetaan toiveiden ja odotusten sopeuttamista ja sääntelyä. Käyttäjät eivät anna odotustensa nousta liian korkealle, sillä he tiedostavat, että suurin osa kontakteista ei johda suhteeseen. Koska suuret odotukset ovat henkisesti uuvuttavia ja aiheuttavat pettymyksiä, käyttäjät suojaavat itseään pettymyksiltä omaksumalla välinpitämättömän asenteen deittailua kohtaan ja tietoisesti tukahduttamalla liialliset toiveet. Toiveisiin ei kannata sitoutua liikaa, jos niille ei vielä ole reaali maailman vastakaikua. (mt.)

Internet-suhteen muuttaminen internetin ulkopuoliseksi suhteeksi ei siis ole helppoa, vaan siihen sisältyy aina emotionaalinen riski (Ben-Ze'ev 2004, 135). Kasvokkainen tapaaminen saattaa tuhota suhteen, joka on internetissä tuntunut täydelliseltä. Pelko

olemassa olevan suhteen menettämisestä saattaa estää tapaamisen, vaikka se saattaisi johtaa syvempään suhteeseen. Menetyksen ja häpeän pelko on usein suurempi kuin toivo tulevaisuudesta, sillä ihmisillä on taipumusta tehdä valintoja, jotka minimoivat lyhyen aikavälin katumusta. Näihin valintoihin liittyy usein riskien välttäminen. Ben-Ze'ev huomauttaa, että riskien välttäminen lyhyellä aikavälillä saattaa kuitenkin johtaa katumukseen pitkällä aikavälillä, sillä riskien välttäminen saattaa estää ihmisiä tarttumasta kokemuksiin. Pitkän aikavälin katumusta aiheuttavat yleensä tekemättä jääneet asiat, lyhyen aikavälin katumusta puolestaan tehdyt asiat. Tunteiden syvyys kuitenkin lisää riskinoton todennäköisyyttä, sillä rakastuminen ja mahdollinen suhde saattaa tuntua riskin arvoiselta. Sen sijaan nettiystävän kasvokkainen tapaaminen ei edellytä yhtä suurta riskinottoa, ja toisaalta ystävyysuhde kestääkin yleensä paremmin myös pelkkänä nettisuhteena. (mt.)

Riskien tiedostaminen on varsin rationaalinen tapa toimia ympäristössä, joka toisaalta herättää käyttäjissä toivoa kumppanin löytymisestä mutta toisaalta aiheuttaa pelkoa pettymyksistä. Deittipalveluiden käyttäjät ottavat profiilin tehdessään tietoisesti emotionaalisen riskin: asettamalla itsensä julkiseen tilaan muiden käyttäjien arvioitavaksi lopputuloksena voi olla toiveiden mukainen parisuhde tai torjutuksi tuleminen ja pettymyksen kokemukset. Pettymystä voi yrittää torjua panostamalla profiilin kirjoittamiseen ja esittämällä itsensä houkuttelevassa valossa, mutta silti pelko ja epävarmuus ovat toivon lisäksi jatkuvasti läsnä nettideittailun maailmassa.



## 4. Tutkimuskysymykset

Aiemman tutkimuskirjallisuuden pohjalta olen muodostanut tutkimuskysymykseni seuraaviksi:

1. Millaisilla keinoilla nettideittiprofiileissa tehdään tunnetyötä ja kasvotyötä?
2. Miten sukupuoli vaikuttaa nettideittiprofiilien tunnetyöhön ja kasvutyöhön?

Päädyin esittämään kaksi tutkimuskysymystä, koska halusin tarkastella tunnetyön ja kasvutyön ilmentymisen lisäksi vielä niiden jakautumista sukupuolen mukaan.

Tutkimuskysymyksiini vastaan sisällönanalyysin keinoin. Analyysissäni pyrin operationalisoimaan tunnetyön ja kasvutyön käsitteet. Loin analyysiani varten kaksitasoisen luokittelurungon, jonka avulla luokittelin aineiston näiden kahden käsitteen alle.

Odotan löytäväni aineistosta erilaisia keinoja hallita tunteiden ilmaisua eli tehdä tunnetyötä ja kasvotyötä. On osoitettu, että nettideittailuun liittyy paljon sosiaalisia konventioita (esim. Arvidsson 2006; Fürst 2014; Whitty 2008). Voisi olettaa, että myös tunteiden ilmaisuun liittyy vastaavanlaisia konventioita ja tunnesääntöjä. Silloin niihin sopeutuminen vaatii tunnetyötä (Hochschild 1979, 561). Nettideittailuun kuuluu olennaisesti myös emotionaalinen riskinotto (Ben-Ze'ev 2004, 135) ja deittailuun kohdistettujen toiveiden sääntely (Fürst 2014, 108). Nämä puolestaan edellyttävät profiilien kirjoittajilta kasvutyön tekemistä.

Oletan myös, että analyysini osoittaa selviä eroja miesten ja naisten välillä. Sukupuolten välillä on havaittu selkeitä eroja tunnetyön tekemisessä (Hochschild 1983, 165) ja yleisemminkin tunteiden ilmaisussa ja kokemisessa (Fischer & LaFrance 2015). Uskon siis, että oma analyysini vahvistaa käsitystä sukupuolten eroista tunteiden ilmaisemisen suhteen.

## 5. Aineisto ja menetelmä

Seuraavaksi esittelen tutkimusaineistoani ja käyttämäni menetelmää. Aluksi esittelen tarkemmin Deitti.netin, eli sivuston, josta olen aineistoni kerännyt. Sen jälkeen kuvailen aineistona käyttämiäni profiileja. Tämän jälkeen käsittelen lyhyesti valitsemaani aineistoon liittyviä tutkimuseettisiä kysymyksiä. Lopuksi esittelen vielä analyysimenetelmäni.

### 5.1 Deitti.netin kuvaus

Aineistona käytän Deitti.net-palvelun profiileja. Deitti.net on suomalainen seuranhakupalvelu, joka on toiminut vuodesta 1997 lähtien. Palvelu on alun perin lanseerattu osana City-lehden verkkosivuja ja se kuuluu nykyään City Digital-mediaperheeseen. Palveluun rekisteröityminen ja profiilien selaaminen on ilmaista, mutta rajaton yksityisviestien lähettäminen muille käyttäjille on maksullisen Deluxe-jäsenyyden takana. ([www.deitti.net/tuki/ohjeet/](http://www.deitti.net/tuki/ohjeet/))

Tutkimusaineistoksi sopivia profiileja olisi ollut tarjolla myös muissa deittipalveluissa, sillä havaitsin eri palveluihin tutustuessani, että deittiprofiilien tekstit ovat varsin samankaltaisia palvelusta riippumatta. Myös tutkimuskirjallisuus tuki havaintoani. Deitti.net-palvelun profiilit valikoituivat kuitenkin aineistokseni erityisesti kahdesta syystä. Ensinnäkin kyseisessä palvelussa on mahdollista selailla profiileja vapaasti ilman palveluun rekisteröitymistä. Tämän vuoksi aineiston kerääminen palvelusta oli paitsi helppo toteuttaa, myös tutkimuseettisesti yksinkertaisempaa kuin rekisteröitymistä vaativien palveluiden käyttäminen aineistona (kts. luku 5.3). Toiseksi kyseisen palvelun käyttäjissä on paljon nuoria ihmisiä, mikä myös teki siitä tutkielmani aineistoksi sopivan, sillä olin jo varhaisessa vaiheessa päättänyt keskittyä nuoriin nettideittailijoihin.

Palvelun etusivulla ylimpänä on isokokoinen kuva, jossa nuori mies ja nuori nainen makaavat sängyssä mahallaan yläruumis kohotettuna kyynärpäiden varaan. Päällään heillä on valkoinen peitto. Molemmat nojaavat päätään toiseen käteensä ja katsovat toisiaan silmiin huulet liioitellun töröllään, kuin valmiina suudelmaan. Kuvan vieressä on otsikkona *ALETAANKO OLEE? <3* ja sen alla teksti: *Deitti.net on vuodesta 1997 lähtien toiminut täysin kotimainen seuranhakupalvelu. Jo 319 000 suomalaista on*

*hankkinut parempaa seuraa Deitti.netistä. Hyppää mukaan ja löydä elämäsi rakkaus  
– tai jotain ihan muuta...*

Kuvan alla näkyy 16 viimeksi kirjautuneen käyttäjän profiilikuva, pikahaku otsikolla Mitä saisi olla? jossa voi hakea profiileja sukupuolen, iän ja sijainnin mukaan (tarkennetussa haussa hakukriteerejä on enemmän) ja linkit palvelun ohjeisiin profiilin luomiseksi ("Deitti.netin kymmenen käskyä") ja onnistuneisiin käyttäjäkokemuksiin ("Rakkaustarinat"). Näiden alla näkyy vielä 16 käyttäjän profiilikuva otsikolla Kiinnostavia profiileja, jotka ilmeisesti valikoituvat sen mukaan, millaisia profiileja käyttäjä on aiemmin selannut.

Palvelun kohderyhmästä annetaan viitteitä jo etusivulla. Etusivun kuvan mies ja nainen ovat nuoria ja konventionaalisesti viehättäviä. Kuva uusintaa heteroseksuaalista parisuhdekuvastoa, mutta toisaalta yliampuudessaan myös ironisoi sitä. Myös otsikko ALETAANKO OLEE? <3 on ironinen. Ohjeet profiilin laatijalle eli "Kymmenen käskyä" on kirjoitettu humoristiseen sävyyn, kuten alla olevista esimerkeistä voi huomata.

**Liitä vähintään yksi kuva**

Kuva. Kuva. Kuva. Ihan totta. Kuvalliset profiilit saavat 24 % enemmän vastauksia kuin kuvattomat. Teho kasvaa, jos profiilissasi on useampi kuva. Sanotaan vielä yhdessä: Kuva!

**Erotu joukosta**

Sano jotain, jota muut eivät sano. *"Ystävällinen ja huumorintajuinen, muut huomioonottava rapumies"*. Booring. Ja hiton lapsellinen.

**Ole positiivinen**

Useimmat ihmiset eivät halua viiltää ranteitaan auki. Eivät edes sinun kanssasi.

([www.deitti.net/tuki/ohjeet/kymmenen-kaskya](http://www.deitti.net/tuki/ohjeet/kymmenen-kaskya))

Palvelu pyrkii siis vetoamaan kohderyhmäänsä myös huumorin avulla.

Etusivun tekstissä esitetään myös lukuna palvelun avulla seuraa löytäneiden määrä. Luku toimii eräänlaisena laadun takeena: sadat tuhannet ilmeisen tyytyväiset käyttäjät eivät voi olla väärässä. Jos niin moni muukin on onnistunut löytämään kumppanin palvelun avulla, sama voi odottaa myös sivulla ensimmäistä kertaa vierailevaa.

Deitti.net käyttää markkinoinnissaan palvelusta löytyviä käyttäjien aitoja profiileja. Tämä tuodaan esille palvelun käyttöehdoissa, ja käyttäjällä on mahdollisuus itse vaikuttaa, suostuuko hän oman profiilinsa markkinointikäyttöön. Käyttäjät, joiden profiilia käytetään markkinoinnissa, saavat määrääjäksi ilmaisen Deluxe-jäsenyyden. ([www.deitti.net/tuki/ohjeet/kayttoehdot](http://www.deitti.net/tuki/ohjeet/kayttoehdot).) Deitti.net pyrkii siis houkuttelemaan uusia käyttäjiä paitsi nuorekkaalla ulkoasulla ja humoristisilla ilmaisuilla, myös valikoimalla käyttäjiensä profiileista houkuttelevimmat ja nostamalla ne mainonnassaan esimerkiksi palvelun tarjonnasta.

## 5.2 Profiilit tutkimusaineistona

Palvelun profiilisivun ylälaudassa näkyy käyttäjän nimimerkki, ikä, paikkakunta ja se, mitä käyttäjä etsii (esimerkiksi nainen etsii miestä). Profiilissa on yleensä suurikokoinen kuva, jonka yllä on otsikko. Kuva esittää yleensä oletetusti käyttäjää itseään jossain melko arkisessa ympäristössä. Kuvia voi lisätä profiiliin useita. Palvelu määrittää käyttöehdoissaan, että vähintään yhden kuvan tulee olla omakuva, mutta käyttäjän ei tarvitse olla tunnistettavissa. Palvelussa näkyikin jonkin verran kuvia, joissa kasvot ovat ainakin osittain peitossa. Myös sukuelinten ja julkisuuden henkilöiden kuvien käyttö on palvelussa kielletty. Palvelun käyttöehtojen mukaan profiili ei saa sisältää puhelinnumeroita, sähköpostiosoitteita tai mitään muita yhteystietoja, henkilöiden nimiä, www-osoitteita tai mitään kaupalliseen tai maksulliseen toimintaan viittaavaa. Profiileissa tulee käyttää joko suomen, ruotsin tai englannin kieltä. Palvelun alaikäraja on 16 vuotta. ([www.deitti.net/tuki/ohjeet/profiili](http://www.deitti.net/tuki/ohjeet/profiili)).

Kuvan yllä olevassa otsikossa lukee yleensä muutamalla sanalla se, mitä käyttäjä etsii tai millainen käyttäjä on. Toisinaan otsikko on vain tervehdys, yleensä Hei! tai Moi! Kuvan alla on käyttäjän itsensä kirjoittama kuvaus omasta itsestään ja siitä, mitä etsii. Kuvauksen kirjoittamiseen annetaan kyllä palvelussa ohjeita, mutta sen saa kirjoittaa vapaasti. Tekstien pituus vaihtelee muutaman lauseen mittaisista kuvauksista useiden tuhansien merkkien mittaisiin. Myös tekstien sisältö vaihtelee: jotkut käyttäjät

keskittyvät kuvaamaan omaa itseään, kun taas toiset puolestaan käyttävät enemmän tilaa unelmien kumppanin kuvailuun.

Kuvan alla näkyy palvelun määrittämiä perustietoja käyttäjästä. Tiedoissa näkyy uudestaan ikä, sukupuoli, kaupunki ja mitä etsii, sekä näiden lisäksi Millä mielellä-  
luokitus (Tositarkoituksella, Seikkailu, Ystävää etsimässä, Matkaseura ja Etsintäkuulutus tai Ei luokitusta), asumistilanne (yksin tai kaverin/kumppanin kanssa), seksuaalinen suuntautuminen, varaustilanne (sinkku/varattu) sekä haluaako lapsia.

Deitti.net-palvelussa voi selata käyttäjien profiileja eri hakuehdoilla. Pakollisiksi hakuehdoiksi palvelu asettaa sen, onko hakija mies, nainen vai pari ja sen, hakeeko miestä, naista vai paria. Haun kohteina voi olla useampikin kuin vain yksi näistä. Näiden pakollisten hakuehtojen lisäksi hakua voi rajata iän, alueen ja profiilin kuvallisuuden perusteella. Lisäksi hakuehtona on vielä käyttäjän profiililleen asettama luokitus. Luokituksia on viisi: Tositarkoituksella, Seikkailu, Ystävää etsimässä, Matkaseura ja Etsintäkuulutus. Luokitusta ei ole pakko valita, jolloin luokitukseksi tulee Ei luokitusta. Hakutulosten näyttämisyjärjestyksen voi valita kirjautumisajankohdan, profiilin uutuuden tai profiilin viimeisimmän muokkauksen mukaan.

Aineistoni kuuluu 50 25–30-vuotiaiden heteroseksuaalisten miesten ja naisten kuvallista profiilia, joiden luokitus on Tositarkoituksella. Profiileista 25 on naisten profiileja ja 25 miesten. Aineiston keräsin 15.2.2016. Profiilit valikoin Tampereen ja Helsingin alueilta. Profiilit valitsin selaamalla Tampereen ja Helsingin profiileja kirjautumisajankohdan mukaan ja valikoimalla molemmista kaupungeista tasaisen määrän profiileja. Selatessa jätin aineistosta pois profiilit, joissa ei ollut kirjoittajan omaa kuvausta itsestään tai kuvauksena oli vain lause tai yksittäisiä sanoja. Aineistoni profiilien kuvauksen pituus vaihtelee muutamista lauseista yli 3000 merkin mittaisiin teksteihin, mutta suurimmassa osassa kuvaus on pituudeltaan 500 ja 2000 merkin välillä.

Päätin keskittyä profiileihin, joiden luokituksena on Tositarkoituksella, koska kiinnostuin nimenomaan romanttisten parisuhteiden syntymisestä ja etsimisestä.

Aiempi tutkimus osoittaa, että pitkää suhdetta etsivät pyrkivät minäesityksissään useammin totuudenmukaiseen kuvaan kuin lyhyttä suhdetta hakevat (Gibbs et al 2006, 169). Ikärajaukseen päädyin, koska palvelun käyttäjistä suurin osa on melko nuoria. Esimerkiksi yli 35-vuotiaita käyttäjiä on palvelussa huomattavasti vähemmän kuin alle 35-vuotiaita. Tämän vuoksi tuntui luontevalta keskittyä melko nuorten käyttäjien profiileihin. 25–30-vuotiaat käyttäjät valikoituivat aineistoksi myös siksi, että tässä ikävaiheessa todennäköisesti kumppania etsitään jo vakavammalla tarkoituksella kuin nuorempina. Kuvien merkitys nettideittailun kentällä on suuri (esim. Whitty 2008), mutta jätän niiden analysoinnin tutkielmasta pois.

Miesten ja naisten profiilien analysointi tarjoaa mahdollisuuden sukupuolten väliselle vertailulle. Uskon, että miesten ja naisten tavassa ilmaista tunteita profiiliteksteissä on havaittavissa eroja. Tätä tukevat aiemmassa tutkimuksessa esitetyt havainnot sukupuolten välisistä eroista niin deittiprofiilien itserepresentaatiossa (Holappa 2013) kuin tunteiden ilmaisussa ja kokemisessakin (Fischer & LaFrance 2015).

### 5.3 Tutkimusetiikka

Valitsemani aineiston käyttöön liittyy joitakin tutkimuseettisiä kysymyksiä, joita olen pohtinut Turtiaisen ja Östmanin (2013) artikkelin pohjalta. Artikkelissaan he hahmottelevat eettiset ohjeet verkkoympäristön tutkimukselle. Tärkeimmäksi kysymykseksi heidän mukaansa nousee se, miten julkinen aineisto todellisuudessa on. Verkkoon tuotettua materiaalia pidetään yleensä lähtökohtaisesti julkisena, jolloin sitä voi hyödyntää tutkimuksessa varsin vapaasti. Kuitenkin esimerkiksi rekisteröitymistä vaativilla sivustoilla olevan materiaalin julkisuutta on pohdittava tarkkaan, sillä niiden käyttäjät saattavat kokea tilan yksityiseksi ja toimia tavoilla, joilla eivät julkisiksi mieltämissään tiloissa toimisi. (mt. 56.) Oma aineistoni on kerätty Deitti.net-palvelusta, jossa profiileja voi selailla vapaasti rekisteröitymättä itse palveluun. Vaikka palvelun käyttö sinänsä vaatii rekisteröinnin, profiileja voi kuitenkin selata kuka tahansa.

Profiilin voi myös halutessaan asettaa yksityiseksi, jolloin sitä pääsevät katsomaan ainoastaan kirjautuneet käyttäjät. Käyttäjillä on siis mahdollisuus valita julkisen ja

yksityisen profiilin välillä. Myös julkisissa profiileissa julkisuuden aste vaihtelee sen mukaan, onko profiiliin liitetty käyttäjän kuva vai ei. Palvelun ohjeissa kuvan käyttöön rohkaistaan, mutta sen voi yhtä hyvin jättää myös laittamatta. Kyse on siis tietoisesta valinnasta. Valitsin aineistooni ainoastaan kuvallisia profiileja, sillä näissä julkisuuden aste on käyttäjien omien valintojen johdosta korkein. Käyttäjien voidaan siis katsoa olevan tietoisia profiileidensa julkisuudesta, minkä vuoksi tulkitseen aineiston julkiseksi.

Vaikka aineisto onkin julkisesti näkyvässä Deitti.net-palvelussa, olen poistanut aineistosta tiedot, joiden avulla käyttäjät voitaisiin tunnistaa. Profiilitekstin lisäksi kirjoittajista on tiedossa ainoastaan sukupuoli, ikä ja paikkakunta. Profiileissa olevaa kuvaa tai nimimerkkiä en käytä analyysissä. En ole myöskään säilyttänyt itselläni näitä käyttäjien tunnistamista mahdollistavia tietoja. Vaikka aineistoa voikin pitää julkisena, analysoitavat tekstit ovat kuitenkin aiheeltaan intiimejä ja mahdollisesti kirjoittajilleen arkaluontoisia. Myös Turtiainen ja Östman peräänkuuluttavat tutkittavien ihmisten ja heidän tuottamiensa sisältöjen kunnioittamista (mt. 64).

#### 5.4 Menetelmä

Analyysimenetelmänä käytän sisällönanalyysia. Sisällönanalyysilla tarkoitetaan lyhyesti sanottuna aineiston koodaamista, mikä mahdollistaa toistuvien teemojen, tyylien ja elementtien erittelyn (Paasonen 2013, 40). Analyysini pohjautuu Hochschildin tunnetyön ja Goffmanin kasvotyön käsitteille. Analyysimenetelmäni voisikin kutsua Tuomea ja Sarajärveä lainaten teoriaohjautuvaksi sisällönanalyysiksi (Tuomi & Sarajärvi 2008, 96.) Tässä analyysitavassa keskeistä on, että aiempi teoreettinen tieto ohjaa analyysia. Tarkoitus ei kuitenkaan ole testata aiempaa tietoa, vaan tuottaa uutta. (mt. 96–97.)

Analyysiani ohjaa tutkimuskirjallisuudesta saamani käsitys siitä, että nettideittailuun liittyy olennaisesti sekä toivo kumppanin löytymisestä että pelko mahdollisista pettymyksistä ja tähän liittyvä häpeä. Myös alustava aineiston lukeminen tuki tätä käsitystä. Tämän vuoksi lähdinkin analyysissani liikkeelle näistä kahdesta tunteesta, toivosta ja häpeästä.

Aloitin analyysini erittelemällä profiileissa esiintyviä tunteenilmaisuja. Ensimmäisenä kiinnitin huomioita sanavalintoihin. Useissa profiileissa esiintyi romantiikkaan ja parisuhteisiin liittyviä sanoja, joiden tulkitsin ilmaisevan toiveikkuutta. Häpeän tulkinta aineistosta osoittautui haastavammaksi kuin toivon. Toisin kuin toivoa, häpeää ei ilmaista yleensä suoraan. Häpeä esiintyykin rivien välissä, yleensä piilotettuna. Tulkitsin häpeän ilmentyvän tunteiden hallintana. Aineistossa tunteiden hallinta näkyy esimerkiksi toivon ilmaisuja hillitsevinä sanoina. Halu hillitä toivoa kumppanin löytymisestä juontaa juurensa pettymyksen pelosta.

Sama ilmaisu saattaa kuulua sekä toiveikkuuden että kasvotyön luokkaan. Tämä johtuu siitä, että kasvotyötä esiintyy paljon toiveikkaissa ilmaisuissa, joita yritetään jollain toisella ilmaisulla lieventää. Tämä kertoo myös aineiston kerroksellisuudesta. Pintapuolisesti toiveikas lause saattaa sisältää epävarmuuden ilmauksen, joka saattaa lukijan tulkinnasta riippuen muuttaa lauseen merkityksen. Tämä tekee aineiston analysoimisesta haastavaa: tulkinnan kohteena oleva ilmaisu ei välttämättä ole joko tai, vaan usein sekä että. ”Puhtaiden” toivon tai kasvotyön ilmaisujen etsintä aineistosta ei kuitenkaan ole mielekäästä, sillä aineistossa nämä sekoittuvat ja kerrostuvat, ja analyysi kuvastaa sitä. Pohdin pitkään, miten nämä ilmaisut olisi paras analysissa esittää. Päädyin lopulta esittämään toiveikkuuden ja kasvotyön alkuperäisen suunnitelmani mukaisesti erillisinä teemoina selkeyden vuoksi.

Analyysi rakentuu hahmottelemani kaksitasoisen luokittelurungon varaan. Aluksi luokittelin aineiston toiveikkuuden ja kasvotyön ilmentymien mukaan. Merkitsin jokaisen profiilin lauseet, jotka tulkintani mukaan ilmensivät jompaakumpaa luokkaa. Tämä aineiston pääluokittelu pohjautuu tutkimuskirjallisuuteen. Tämän alustavan luokittelun jälkeen keskityin kumpaankin luokkaan erikseen. Lukiessani aineistoa kiinnitin huomiota toistuviin ilmaisutapoihin ja aloin luokitella samankaltaisia ilmaisuja samaan luokkaan. Näin syntyivät analyysin alaluokat. Tämä luokittelu on lähtöisin aineistosta. Alaluokkien sisällä tein vielä tyypittelyn, joka perustui aineistoon. Näitä tyyppisiä tuli alaluokkiin epätasainen määrä. Esitän analyysissa esimerkkejä jokaisesta tyyppistä.



Luokittelun jälkeen laskin eri luokkiin kuuluvien ilmaisujen määrän. Laskin eri luokkien esiintymisen yleisyyden sukupuolen mukaan, jotta voisin analyysissä tarkastella myös sukupuolten välisiä eroavaisuuksia. Määrät eivät sinänsä ole analyysini kannalta kovinkaan merkittäviä, sillä aineiston koon ja käyttämäni laadullisen tutkimusotteen vuoksi aineistosta ei ole mahdollista tehdä yleistyksiä. Tutkielmani tavoite onkin käsittelemäni ilmiön ymmärtämisessä eikä tulosten yleistettävyydessä. Luokkien koon laskeminen niihin kuuluvien ilmaisujen määrän mukaan kuitenkin helpotti omaa työskentelyäni. Määrien laskemisella sain myös varmistuksen luokittelurungon toimivuudesta, sillä jokaiseen luokkaan tuli useita ilmaisuja.

Käyttämäni menetelmä muovautui analyysin tarpeiden mukaisesti. En siis noudattanut menetelmäni osalta mitään valmista mallia, vaan testasin erilaisia luokittelun tapoja ja lopulliseksi luokitteluksi päättyi se, minkä koin parhaiten sopivan tutkielmani tarkoitukseen.

## 6. Analyysi

Tässä luvussa esittelen analyysini ja sen tulokset. Analyysi etenee teemoittain. Ensimmäisessä alaluvussa esittelen toiveikkuuden ilmentymisen eri tapoja ja peilaan löydöksiäni tutkimuskirjallisuuteen. Toiveikkuuden jälkeen esittelen kasvotyön ilmentymistä, ja myös tässä alaluvussa esittelen erilaisia aineistossa esiintyviä tapoja tehdä kasvotyötä. Jokaisen alaluokan analyysin kohdalla käsittelen lyhyesti myös ilmaisujen jakautumista sukupuolen mukaan kyseisessä luokassa. Vertailu sukupuolten välillä kulkee siis mukana koko analyysin ajan.

Analyysini tueksi esitän jokaisen luokan yhteydessä aineistostani tekstikatkelmia esimerkkeinä. Aineistokatkelmien tekstit esitän siinä muodossa, kuin ne ovat aineistossakin. Ainoastaan kursivoinnin olen lisännyt niiden erottamiseksi muusta tekstistä.

### 6.1 Toivon ilmentyminen deittiprofiileissa

Tässä luvussa analysoin aineistossani ilmeneviä toiveikkaita ilmaisuja. Tähän luokkaan kuuluviksi tulkitseen ilmaisut, joissa kumppanin etsimisestä ja omista tunteista puhutaan toiveikkaalla ja positiivisella sävyllä. Niihin kuuluvat abstraktit tunneilmaisut, kuten ”uskon rakkauteen”, mutta myös konkreettisemmat ilmaisut kuten ”etsin oikeaa parisuhdetta”. Tähän luokkaan kuuluvat myös tekstit, joissa puhutellaan suoraan profiilitekstin lukijaa toiveikkaaseen sävyyn, sekä tekstit, joissa visioidaan tulevaisuutta kumppanin kanssa, esimerkiksi mahdollista perhe-elämää tai harrastuksia kumppanin kanssa. Toiveikkuuden ilmentymien alaluokat ovat nimeltään Tunnustus, Osoitus ja Visiointi.

Toiveikkuus on nettideittailun vallitseva diskurssi. Tämä tulee esille tutkimuskirjallisuudessa (esim. Arvidsson 2006; Fürst 2014) ja myös tässä aineistossa. Toiveikkuutta on löydettävissä suurimmasta osasta profiileja. Toivo on nettideittailun ja kaiken muunkin kumppaninetsimisen liikkeellepaneva voima. Todennäköisesti kaikkien aineiston profiilien taustalla on toiveikkuutta: ilman sitä kirjoittaja tuskin olisi vaivautunut liittymään deittipalveluun ja paljastanut muille käyttäjille omalla

kuvallaan etsivänsä kumppania. Toivon voisi siis tunteena lähtökohtaisesti olettaa olevan osa jokaista aineiston profiilia, vaikka sitä ei sanallisesti ilmaistaisikaan.

Useimmissa profiileissa toivo kuitenkin sanallistetaan, toisinaan hyvinkin suoraan. Aineistona käyttämästäni 50 profiilista 43 sisälsi toivonilmaisuja. Naisten profiileja näistä oli 22 ja miesten 21. Toiveikkaaksi luokittelemiani ilmaisuja aineistosta löytyy yhteensä 71, joista 39 naisten ja 32 miesten. Toiveikkuus on tässä aineistossa kasvotyöstä yleisempää. Tämä ei ole yllättävää, sillä toiveikkaan suhtautumisen kumppanin löytymiseen voidaan olettaa löytyvän jokaisen profiilin taustalta.

Taulukko 1. Toiveikkuuden ilmentyminen sukupuolen mukaan

	Tunnustus	Osoitus	Visiointi
Naiset	15	17	7
Miehet	16	9	7
Yhteensä	31	26	14

#### 6.1.1 Tunnustus

Yleisin toiveikkuuden ilmaisun luokka aineistossa on Tunnustus. Tunnustuksella viitataan ilmaisutapoihin, joilla kirjoittaja ilmaisee romanttisia toiveita. Niissä siis ikään kuin tunnustetaan epäröimättä rakkaudenkaipuu, eikä lukijan tarvitse arvailla kirjoittajan tarkoitusperiä. Näiden ilmaisujen sävy on positiivinen. Vaikka teksteissä saatetaankin ilmaista kaipuuta, rakkaus ja parisuhde päämääränä näyttäytyvät kuitenkin lähtökohtaisesti positiivisina ja toivottavina.

Kaikkein suorinta toiveikkuutta edustavat ilmaisut, joissa kirjoittaja suoraan kertoo etsivänsä kumppania tai haluavansa parisuhteen.

*Uskon rakkauteen ja siihen että meillä kaikilla on se toinen puolisko tuolla jossakin.*

*Nainen, 29*

*Haluan tavata jonkun, jonka kanssa jakaa elämää.*

*Nainen, 25*

*Etsin sielunkumppania jakamaan elämän seikkailut iloineen ja suruineen.*

*Mies, 28*

Näissä ilmauksissa kirjoittajat asettavat kaiken peliin. Lukijalle ei jää epäselväksi, että kirjoittajat ovat liikkeellä profiilien luokituksen mukaisesti Tositarkoituksella. Tämänkaltaiset ilmaisut antavat kirjoittajastaan avoimen ja toisaalta myös rohkean vaikutelman, sillä kirjoittaja asettaa itsensä alttiiksi pettymyksille. Pettymyksen mahdollisuutta ei näissä teksteissä kuitenkaan tuoda esiin, vaan sävy on kauttaaltaan toiveikas ja positiivinen.

Esimerkeissä käytetyt ilmaisut ovat lyhyitä ja napakoita. Perusmuotoiset verbit *uskon*, *haluan* ja *etsin* eivät sisällä epäröintiä, vaan ilmaisevat kiertelemättä kirjoittajansa toiveita. Avoimuuden lisäksi ilmaisut antavat vaikutelman aktiivisuudesta ja määrätietoisuudesta. Kirjoittajat vaikuttavat tietävän, mitä deittipalvelusta haluavat, eivätkä pelkää ilmaista sitä suoraan.

Huomio kiinnittyy myös ilmaisujen sanavalintoihin. ”*Se toinen puolisko*”, ”*jakaa elämä*” ja ”*sielunkumppani*” ovat kaikki romanttisen rakkauden yhteydessä usein käytettyjä ilmaisuja, jotka ovat varmasti myös lukijalle tuttuja. Näiden ilmaisuja käyttäessään kirjoittajat osoittavat sisäistäneensä romanttisen toiveikkuuden puhettavan. Tämä puhetapa rakentaa rakkaudesta ja parisuhteesta kuvan, jonka lukijat todennäköisesti tunnistavat.

Suorien tunnustusten lisäksi profiileissa käytetään paljon myös epäsuoria toiveikkuuden tunnustuksia. Näissä ilmauksissa toiveikkuutta ei osoiteta aivan yhtä suoraan, mutta se on kuitenkin ilmaisujen keskeinen sisältö. Myös näissä ilmauksissa kirjoittajan motiivit seuranhauille näyttäytyvät varsin selkeinä.

*kaiken kiireen keskellä havahtuu välillä miettimään miten ihanaa olisi kun olisi se joku ihminen vieressä kuka ois täällä mua varten.*

*Nainen, 25*

*Olen jo pitempään miettinyt, että olisi hyvä löytää joku kumppani rinnalleni jakamaan elämän ilot ja murheet ja siksi tänne kirjoittelenkin :)*

*Mies, 30*

*Tykkään ihmisistä, ja koukuttun hyviin tunteisiin. Kaikenkaikkiaan eläminen tuntuisi kovin ilottomalta jos ei voisi kokea sitä, kuinka hyvältä tuntuu kun kaksi ihmistä haluaa olla toisilleen hyvä. Olen sen kokenut, mutta valitettavasti mikään ei kestä ikuisesti ja annetuista hetkistä vain pitää nauttia. Haluan nauttia niistä hetkistä vielä uudestaan jonkun kanssa.*

*Mies, 28*

Näissä ilmauksissa ei näy suorien tunnustusten kaltaista avoimuutta, mutta toiveikkuus on kuitenkin implisiittisesti läsnä. Esimerkkiteksteissä kirjoittajat toteavat aluksi, *miten ihanaa olisi, että olisi hyvä* ja *miten eläminen tuntuisi kovin ilottomalta*, joiden jälkeen he ilmaisevat samanlaisia romanttisia toiveita kuin suoria tunnustuksia käyttävät kirjoittajat. Epäsuoruus pehmentää ilmaisujen tunnustuksellisuutta, mutta ei kuitenkaan peitä niissä olevaa toiveikkuutta.

Epäsuorina tunnustuksina voi pitää myös ilmaisuja, joissa keskitytään luomaan romanttista ilmapiiriä. Myös näissä ilmauksissa kirjoittajat paljastavat romanttiset haaveensa eivätkä jätä tarkoitusperiään epäselviksi.

*Unelmoin omasta puutarhasta. Aamun teehetkestä omenapuun alla. Unelmoin siitä, että osaan kutoa villasukat. Unelmoin talvipäivistä takan ääressä itse keitetyn kaakaon kera. Hellästä halauksesta ohimennen silloin, kun tuntuu että kaaos ja hälinä helähtää ovesta sisään. ---*

*--- Unelmoin puutalosta ja jonkinlaisesta idyllistä. Ei mitään suurta eikä hohdokasta. Jotain tavallista.*

*Nainen, 25*

*Vaan olisi kiva jos sarjakuvassa olisi sidekickkikin. Siis Fallout Boy Radio Active Manille, Sancho Panza Don Quijotelle. Ja olisi kiva jos siitä tulisi joskus toinen päähenkilö joka lähtisi tämän kanssa tutkimaan hylättyjä taloja*

*ja maailman eri kolkkia, väittelemään asioista ja välillä hyppelemään vesilätäköihinkin.*

*Mies, 29*

*"Kävelen illalla kotikulmillani Kalliossa ja vastaan kulkee onnellisia pariskuntia kaupungin pimentyessä yöhön. Hymyilen heille ja lausun hiljaa toiveeni ilmoille:' Olisinpa minäkin teidän kaltainen - pariskunta eikä vain minä, vaikka yksinkin osaan olla, käyttää poraa, koota IKEA-kalusteet, keittää perunat jne. Olisi joku, jolle olla se päivänpaiste, pieni ilo ja piriste arkeen'."*

*Nainen, 29*

Näillä ilmauksilla luodaan romanttista ilmapiiriä ja tarjotaan rakennusaineita lukijan mielikuvitukselle. Teksteissä toistuu runollinen tyyli. Ensimmäisessä katkelmassa kirjoittaja maalaa tulevaisuudenhaaveistaan seesteisen ja omien sanojensakin mukaan idyllisen kuvan, johon kuuluvat teehetket omenapuun alla ja talvipäivät takan edessä. Seuraavassa katkelmassa kirjoittaja puolestaan vertaa parisuhdetta seikkailuretkeen ja kuvaa toiveitaan parisuhteen yhteenkuuluvuudesta populaarikulttuurista tutuilla parivaljakoilla. Viimeisen katkelman maailma on arkisempi IKEA-kalusteinen ja perunankeittämisineen, mutta siinäkin tunnelmoidaan pimenevässä kaupungin yössä.

Nämä tekstit perustuvat ilmaisujen tunnistettavuudelle. Kirjoittajat käyttävät romanttisia kliseitä ja viittauksia populaarikulttuuriin, joilla he kuvittavat omat romanttiset toiveensa. Lopputuloksena syntyy romanttinen fantasia, jonka lukijat todennäköisesti osaavat myös tulkita sellaiseksi ilmaisujen tuttuuden vuoksi.

Vaikka esimerkkitekstien romanttisessa tyyliässä on yhtäläisyyksiä, ovat ne kuitenkin keskenään erilaisia. Kirjoittajat ovat selvästi pyrkineet ilmauksissaan persoonallisuuteen ja erottuvuuteen. Tässä he ovat myös onnistuneet, sillä nämä tekstit erottuvat muusta aineistosta. Erottuvuudesta on kumppaninetsinnässä hyötyä, sillä deittipalveluissa käyttäjiä on paljon, eikä yhden profiilin lukemiseen välttämättä käytetä kovinkaan paljon aikaa (esim. Whitty 2008, 1715). Tämän vuoksi persoonallisten ilmaisujen käyttäminen on myös rationaalista. Näiden esimerkkien kohdalla lukija saa lyhyidenkin katkelmien perusteella vihjeitä kirjoittajan persoonallisuudesta.

Miesten ja naisten profiileista on löydettävissä tasaisesti tunnustukseksi luokiteltavia ilmaisia, mutta luokan sisällä sukupuolten välillä on eroja. Naisten profiileissa suorat ja epäsuorat ilmaiset ovat lähes yhtä yleisiä, mutta miesten profiileissa epäsuoria ilmaisia esiintyy paljon suoraa enemmän.

#### 6.1.2 Osoitus

Seuraava toiveikkuuden ilmaisujen luokka on Osoitus. Tähän luokkaan laskin ilmaiset, joissa puhutellaan suoraan lukijaa. Tekstin osoittaminen lukijalle kertoo siitä, että kirjoittajat tiedostavat kirjoittavansa yleisölle. Vaikka yksittäisellä profiilitekstillä voi olla tuhansia lukijoita, teksti osoitetaan kuitenkin vain yhdelle lukijalle, ”sinulle”.

Useissa profiileissa kirjoittajat puhuttelevat suoraan ihannekumppaniaan. Näissä puhutteluissa myös listataan ominaisuuksia, joita tällä ihannekumppanilla toivotaan olevan.

*Unelmoin sinusta, joka et pelkää vaikeita tilanteita. Unelmoin sinusta, joka ottaa tilanteen haltuun kun sitä tarvitaan. Sinusta, joka seisot rinnallani vaan et minussa kiinni tai edessäni.*

*Olen ihana ihminen ja etsin sinua joka olet myös.*

*Nainen, 25*

*Oletko sinä se huumorintajuinen ja urheilullinen mies jonka kainaloon voisin käpertyä? Toivottavasti saisit minut nauramaan, sinulla olisi tavoitteita ja päämääriä, mutta et kuitenkaan ottaisi elämää liian vakavasti. Pitäisit matkustelusta, urheilusta eikä kiinnostus kulttuuria kohtaan olisi pahitteeksi.*

*Nainen, 26*

*Tärkeintä, että olet aito ja hyväksyt muut ihmiset omana itsenään.*

*Mies, 29*

*Entäs sinä? Toivoisin, että olisit itsenäinen ja haluaa tasavertaisen suhteen, jossa kummallakin saa olla omat jutut. Sillä jos kemiat toimii, niin toiselle kyllä löytää aikaa arjen keskellä. Pidän siitä, että olet innokas lähtemään tekemään ekstempore, sinun tai minun keksimänä. Mitä hullumpi idea, niin sitä varmemmin minut saa mukaan. Elämä on yksi seikkailujen yhdistelmä. Pystyn tilanteen vaatiessa pitämään jalkani maassa ja osaan hallita elämäni. Samaa toivon puoliskoltani.*

*Mies, 28*

Tämänkaltainen lukijan suora puhuttelu on profiileissa melko yleinen tehokeino. Se tuottaa tekstiin illuusion henkilökohtaisuudesta ja lukijan voi olla helpompi kuvitella itsensä kirjoittajan haaveiden kohteeksi. Kirjoittaja ikään kuin tarjoaa lukijalle valmiin roolin romanttisten haaveiden toteuttajana. Esimerkkiteksteissä kirjoittajat kuvailevat ihannekumppaninsa ominaisuuksia, mutta osoittamalla tekstinsä suoraan "sinulle" he samalla asettavat lukijan ihannekumppanikseen.

Lukijan suora puhuttelu profiilissa voi olla tietoinen strategia. Tietoisuuden puolesta puhuu se, että deittipalveluiden käyttäjät miettivät yleensä hyvin tarkkaan, millaiselle yleisölle profiiliteksti kirjoitetaan (Tomlinson 2013, 125). Näissä esimerkeissä kirjoittajat ovat valinneet strategiakseen osoittaa tekstinsä juuri tietynlaiselle lukijalle. Osoituksena tästä kirjoittajat kuvailevat lukijalleen osoitettuja toiveita varsin tarkasti. Tämä lukija on kirjoittajan kuvitteleva ideaalikumppani.

Tekstin osoittaminen ideaalikumppanille rajaa väistämättä osan lukijoista ulkopuolelle. Mitä tarkemmat rajat ideaalikumppanilleen asettaa, sitä pienempi on potentiaalisten kumppaneiden joukko. Tämän vuoksi esimerkkitekstien kirjoittajat vaikuttavat paitsi toiveikkailta, myös rohkeilta ja itsevarmoilta. Sen sijaan, että he pelaisivat varman päälle houkuttelemalla mahdollisimman suurta määrää kumppaniehdokkaita, he ilmaisevat suoraan, millaisia ominaisuuksia kumppaniltaan toivovat.

Idealikumppanin kuvailu on myös tapa valottaa epäsuorasti omaa persoonaa. Kertomalla, mitä kumppanissa arvostavat, kirjoittajat tulevat samalla kertoneeksi yleisemminkin siitä, millaisia asioita he arvostavat. Esimerkiksi tekstissä, jossa todetaan "*Toivoisin, että olisit itsenäinen ja haluaa tasavertaisen suhteen, jossa*



*kummallakin saa olla omat jutut*" kirjoittaja kertoo samalla toiveistaan parisuhteen ajankäytön ja itsenäisyyden suhteen.

Varsin moni profiili päättyy ilmaukseen, jossa kehoitetaan lukijaa ottamaan yhteyttä. Tällaiset ilmaisut esiintyvät profiileissa tyypillisesti viimeisenä lauseena.

*Eli jos olet 22-30v mies joka ohittaa minut pituudellaan, ja täyttää edes jollain tapaa em kriteerit, postia tulemaan ;)*

*Nainen, 28*

*Kirjoita ja kerro niin jutellaan ja tavataan.*

*Nainen, 26*

*Jos samat asiat tuntuvat sinua kiinnostavan niin älä epäröi ottaa yhteyttä!*

*Mies, 30*

*Jos luulet että tultaisiin juttuun, laita ihmeessä viestiä!*

*Mies, 26*

Kehotus ottaa yhteyttä profiilitekstin lopussa toimii toiveikkaana lopetuksena. Sen käyttämistä voi pitää paitsi rationaalisenä, myös strategisena valintana, sillä kehotuksen avulla profiilitekstin lopetus ja viimeinen luettava lause on sävyltään positiivinen. Näin lukijalle jäävä mielikuva profiilista on todennäköisesti myös positiivinen. Yhteydenottokehotuksen voi tulkita lupauksena lukijalle: jos lukija täyttää kirjoittajan kumppanille asettamat toiveet, voi lopputuloksena olla romanttinen suhde. Toisaalta yhteydenottokehotuksen voi tulkita myös yrityksenä säilyttää kasvot. Tähän palaan tarkemmin luvussa 6.2.2.

Joka tapauksessa yhteydenottokehotuksiin liittyy tyypillisesti jonkinlainen ehto. Tämä on näkyvissä esimerkiksi ilmauksessa "*Jos luulet että tultaisiin juttuun, laita ihmeessä viestiä!*". Kirjoittaja siis asettaa ehdon yhteydenotolle, mutta jättää ehdon täyttymisen arvioinnin lukijan vastuulle. Näin väljä ehto varmistaa, että iso osa lukijoista todennäköisesti kokee profiilin kiinnostavaksi ja kirjoittajan itselleen sopivaksi.

Tässä luokassa naisten ja miesten käyttämät ilmaisut eroavat toisistaan. Sekä naiset että miehet käyttävät profiileissaan lukijaa suoraan puhuttelevia ilmaisuja, mutta

naisten profiileissa niitä esiintyy lähes kaksi kertaa enemmän kuin miesten. Naiset siis käyttävät osoitusta edustavia ilmaisuja selvästi miehiä enemmän.

### 6.1.3 Visiointi

Viimeinen toiveikkuuden luokka on Visiointi. Visioinnilla viitataan ilmaisuihin, joissa kuvitellaan tulevaisuutta potentiaalisen kumppanin kanssa. Tulevaisuudesta haaveilu ja sen sanallinen ilmaisu on sävyltään varsin positiivista ja toiveikasta.

Konkreettisella tasolla visiointi näkyy aineistossa treffien visiointina.

*Etsin seuraa lenkille, leffaan tai vaikka kahville.*

*Nainen, 29*

*Olisi kiva että löytyisi joku mukava tyyppi johon voisi tutustua esimerkiksi kahvilla, bissellä, leffassa tai vaikka hyvän ruoan parissa.*

*Nainen, 26*

*Etsin mukavaa, luotettavaa ja huumorintajuista tyttöä, kenet viedä kahville/kaljalle/keikalle/leffaan/lenkille.*

*Mies, 29*

*Käydään kahvilla tai piipahdetaan hyvälle kävely lenkille! Matka ja etäisyys ei ole este, saatikka hidaste jos oikein hyvin sattuu!*

*Mies, 27*

Kirjoittajat tarjoavat lukijalle konkreettisen mielikuvan siitä, mitä heidän kanssaan voisi ensimmäisellä tapaamisella tehdä. Tällaisiin konkreettisiin mielikuviin lukijan on varsin helppo kiinnittää omat haaveensa. Samalla kirjoittajat myös ikään kuin auttavat lukijaa alkuun: jos lukija päättää ottaa kirjoittajaan yhteyttä, tämän ei tarvitse keksiä itse mahdollista treffitekemistä vaan hän voi vain seurata kirjoittajan ohjeistusta.

Kirjoittajat myös tarjoavat treffitekemiselle useita vaihtoehtoja, kuten yllä olevissa esimerkeissäkin näkyy. Vaihtoehtoiksi tarjotaan esimerkiksi lenkkeilyä, kahvittelua ja elokuvissa käyntiä, ja lukija voi päättää, mikä näistä eniten kiinnostaisi. Vaihtoehtojen laajuus tuskin on sattumaa, vaan strateginen valinta. Tarjoamalla useita vaihtoehtoja kirjoittaja voi vedota mahdollisimman moneen lukijaan ja siten tehdä profiilistaan kiinnostavamman.

Konkreettisten treffi-ideoiden kertominen myös antaa vihjeitä ihmisestä profiilin takana. Lukija voikin halutessaan pyrkiä tulkitsemaan näiden vihjeiden avulla kirjoittajan persoonallisuutta. Tämäkin voi osaltaan lisätä profiilin kiinnostavuutta.

Aineistosta löytyy myös profiileja, joissa kirjoittajat visioivat yhteistä tulevaisuutta potentiaalisen kumppanin kanssa ensitreffejä pidemmälle.

*Rakastan viettää aikaa kotona, ihaninta se olisi oman kullon kainalossa, sohvalla leffoja katsellen tai koiran kanssa ulkoillen.*

*Matkustella tykkäisin kyllä jos olisi seuraa kenen kanssa lähteä, esimerkiksi Thaimaa ja Australia ovat matkahaaveissa jonakin päivänä.*

*Omia lapsia minulla ei vielä ole, mutta ehdottomasti niitä jonain päivänä haluan. Tämän asian toivon myös kumppanini jakavan.*

*Oma pieni tupa, ja siellä lapset ja lemmikit sulassa sovussa temmeltämässä, kulta kainalossa sohvalla touhua seuraamassa. Siinä se mitä onni minulle on :)*

*Nainen, 29*

*Vapaa-ajalla käyn leffassa, teatterissa yms. missä voin saada uusia elämyksiä ja mikäpä sen mukavampaa kuin kumppani, joka voi tehdä tätä kaikkea kanssani ja toisi miusta parhaimman ulos.*

*Nainen, 28*

*Tampere on tullut tutuksi ja varsinkin Hervannan luontopolut miellyttävät minua suuresti. Tietenkin olisi vielä parempi jos joku tulisi sinne seuraksi!*

*Kokkailukin onnistuu... hyvässä seurassa :).*

*Lähiaikoina on tullut myös harrastettua matkustelua ja tähänkin tarvisi jonkun kumppanin!*

*Mies, 30*

*Oli sitten pianon soittoa naurun kanssa, kauhuleffaa kauhistellessa, ulkona urheillessa tai Lieksassa järven rannalla käen kukkumista kuunnellessa.*

*Maailmassa on niin paljon kaikkea koettavaa ja tehtävää!*

*Mies, 27*

Näissä esimerkeissä korostuu fantasian rakentaminen. Kirjoittajat päästävät oman mielikuvituksensa valloilleen ja kuvailevat tulevaisuutta unelmien kumppanin kanssa. Kuten treffiehdotusten kohdalla, myös näillä ilmauksilla kirjoittajat tarjoavat lukijoille fantasian, johon tämä voi kiinnittää omat toiveensa. Lähettämällä kirjoittajalle viestin lukija voi päästä osalliseksi profiilin kuvaamasta fantasiasta. Näissä ilmauksissa näkyy varsin selvästi profiilien luokitus Tositarkoituksella. Satunnaisempaa seuraa etsiessä tuskin kannattaa profiilissa puhua esimerkiksi lapsihaaveistaan.

Omien tulevaisuudentoiveiden avoin paljastaminen antaa kirjoittajista rohkean vaikutelman. Teksteissä paljastetaan intiimejä haaveita, joiden toteutuminen esitetään riippuvaisena kumppanin löytymisestä. Tästä huolimatta näissä esimerkeissä ei näy merkkejä epäröinnistä tai pyrkimyksiä piilottaa tunteita. Päinvastoin omat intiimit tunteet ja haaveet tuodaan näkyviksi julkisessa profiilissa omalla kuvalla esiintyen. Ilmaisujen sävy on kauttaaltaan luottavainen. Vaikka kirjoittajat todennäköisesti tiedostavatkin nettideittailuun liittyvät emotionaaliset riskit, se ei estä heitä haaveilemasta ja toisaalta uskomasta, että nämä haaveet voivat hyvinkin toteutua.

Visiointi on aineistossa toiveikkuuden luokista harvinaisin. Naisten ja miesten profiileissa sitä kuitenkin esiintyy yhtä paljon. Naisten profiileissa kuitenkin esiintyy tulevaisuuden visiointia treffihaaveita enemmän, kun taas miesten profiileissa puolestaan nämä kaksi visioinnin tyyppiä ovat yhtä yleisiä.

#### 6.1.4. Toiveikkuuden ideologian rakentuminen

Toiveikkuuden voidaan sanoa olevan nettideittailun liikelle-paneva voima. Ilman toivoa kumppanin löytymisestä deittipalveluille ei olisi tilausta. Palveluiden suuri lukumäärä ja suosio kuitenkin todistavat, että näin ei ole. Deittipalveluiden suosio kertoo myös siitä, että ihmiset uskovat niiden käytön olevan hyödyllistä ja auttavan kumppanin löytymisessä. Tätä uskoa palvelut itsekin pyrkivät pitämään yllä esimerkiksi käyttämällä markkinoinnissaan palvelun kautta pariutuneiden käyttäjien tarinoita. Esimerkiksi Deitti.net -palvelussa on osio Rakkaustarinat, johon on kerätty palvelun kautta tutustuneiden pariskuntien tarinoita ([www.deitti.net/rakkaustarinat](http://www.deitti.net/rakkaustarinat)).

Deittipalveluiden ulkoasu, ohjeet ja markkinointi rakentuvat toivolle. Ne kutsuvat käyttäjät unelmoimaan ja myös ohjaavat esittämään itsensä positiivisessa valossa. Deittipalvelut pyrkivät siis kaupallistamaan toivon (Fürst 2014, 106). Myös käyttäjien profiileissaan käyttämät toivon ilmaisut ovat deittipalveluille hyödyllisiä. Ne tarjoavat lukijalle fantasian, johon kiinnittää mielikuvituksensa kutsumalla lukijan kuvittelemaan tulevaisuutta kirjoittajan kanssa ja tarjoamalla siihen konkreettisia välineitä. Toivon ilmaisut edustavat deittipalveluiden tunneideologiaa. Institutionalisoitunut tunneideologia ja sen esitykset profiileissa ja palvelun ulkoasussa, markkinoinnissa ja ohjeissa luovat palvelun tunneympäristön.

Tunneideologia synnyttää myös palveluun tunnesäännöt. Tunneideologian mukainen tunnesääntö tarkoittaa, että palvelun käyttäjien kesken vallitsee ymmärrys siitä, millaisia tunteita siellä tulisi tuntea ja ilmaista (Hochschild 1983, 57). Deitti.netin tunneideologia käy ilmi myös palvelun käyttäjilleen suuntaamista ohjeista, jotka on nimetty Kymmeneksi käskyksi. Yksi näistä käskyistä on "Ole positiivinen!". ([www.deitti.net/tuki/ohjeet/kymmenen-kaskya](http://www.deitti.net/tuki/ohjeet/kymmenen-kaskya)) Tällä tavalla palvelu suoraan ilmaisee, millaisia tunneilmaisuja se käyttäjiltään toivoo ja asettaa varsin konkreettisen tunnesäännön.

Käyttäjien tunneilmaisut ovat tunneideologian kannalta tärkeitä, sillä ne sekä rakentavat että vahvistavat sitä. Deittipalvelun kannalta kyse on myös siitä, millaista palvelua se pystyy tarjoamaan asiakkailleen eli palvelun käyttäjille. Kyse on siis

palvelun brändäämisestä (Arvidsson 2006, 685), joka tapahtuu korostamalla palvelun tunneideologiaa ja houkuttelemalla sen avulla uusia käyttäjiä.

Toiveikkuuden korostuminen deittiprofiileissa voikin olla pyrkimys vastata palveluiden ja muiden käyttäjien ylläpitämään tunneideologiaan ja sopeutua tunnesääntöihin. Käyttäjät tekevät profiileissaan tunnetyötä korostamalla toiveikkuutta ja sopeutumalla vallitsevaan tunneideologiaan. Samalla käyttäjät myös omalta osaltaan rakentavat tämän ideologian mukaista tunneympäristöä ja näin vaikuttavat muiden käyttäjien profiiliteksteihin. Tunneympäristön rakentaminen ja tunnetyön tekeminen muiden puolesta näkyy kaikissa analyysiluokissa: Tunnustuksessa enemmän piilossa yleisen tunneympäristön ja fantasian rakentamisena, mutta osoituksessa ja visioinnissa konkreettisemmin. Näissä molemmissa lasketaan lukijan kynnystä ottaa yhteyttä.

Toiveikkuuden ilmaiseminen on naisten profiileissa hieman yleisempää, ja naisten profiileissa toivon ilmaisuja on myös määrällisesti enemmän. Miesten ja naisten ilmaisut jakautuvat analyysin luokkien kesken muuten melko tasaisesti, mutta Osoitus on aineistossa yleisempää naisten keskuudessa. Etenkin lukijan suora puhuttelu on yleisempää naisten profiileissa, miesten profiileissa sitä esiintyy ainoastaan yhdessä. Muutenkin analyysiluokkien sisällä on havaittavissa eroja sukupuolten välillä. Naisten profiileissa esiintyy myös enemmän suoraa toiveikkuutta ja tulevaisuuden visiointia kuin miesten profiileissa. Miesten profiileissa puolestaan esiintyy naisten profiileja enemmän epäsuoria toiveikkuuden ilmaisuja.

Toiveikkuuden ilmaisujen analyysin perusteella voi siis sanoa, että naiset näyttävät ilmaisevan toiveikkuutta enemmän ja suuremmin kuin miehet. Naiset myös osoittavat tekstinsä miehiä useammin suoraan lukijalle ja huomioivat näin myös lukijan tunteet. Tämä tulos noudattelee Hochschildin näkemystä siitä, että naiset tekevät miehiä enemmän tunnetyötä (Hochschild 1983, 165). Naiset ilmaisevat yleensäkin tunteitaan miehiä enemmän ja keskittyvät ilmaisussaan miehiä enemmän positiivisten tunteiden ilmaisuun (Fischer & LaFrance 2015). Tässä aineistossa sukupuolten ero tunnetyön tekemisessä ja tunteiden ilmaisussa näkyy siten, että naiset näkevät enemmän vaivaa fantasian luomisessa. Naiset myös ottavat miehiä enemmän vastuuta deittipalvelun positiivisen tunneympäristön ja tunneideologian säilyttämisestä.

Toiveikkuuden ilmaisemisen kääntöpuoli on kuitenkin omien haavoittuvien tunteiden paljastaminen ja häpeälle altistuminen. Siksi toiveikkuuden ilmaisujen vastapainoksi deittiprofiileissa on varsin yleistä pyrkiä säilyttämään kasvot. Tähän keskityn seuraavassa luvussa.

## 6.2 Kasvotyön ilmentyminen deittiprofiileissa

Seuraavaksi analysoin kasvotyön ilmentymistä aineistossa. Tähän luokkaan kuuluvat ilmaisut, joilla pyritään säilyttämään sekä omia että muiden kasvoja. Kasvotyötä tehdään aineistossa useilla eri tavoilla, joita olen tässä luvussa eritellyt ja analysoinut.

Tähän luokkaan lasken kuuluvaksi ilmaisut, joissa puhutaan tunteista varautuneella sävyllä. Varautuneisuus näkyy esimerkiksi konditionaalina käyttönä ja ehdollisuutta ja epävarmuutta ilmaisevina sanavalintoina. Tulkitsen tähän luokkaan kuuluviksi myös tekstit, joissa tiedostetaan nettideittailun emotionaaliset riskit. Näissä teksteissä kirjoittajat ilmaisevat toiveitaan melko varovaisesti tai suoraan tuovat esille epäilyksensä nettideittailua kohtaan. Kirjoittajat ikään kuin varautuvat jo ennakolta mahdollisiin pettymyksiin. Kirjoittajat tekevät profiileissa kasvotyötä myös muiden puolesta. Tämä näkyy ainakin teksteissä, joissa kehoitetaan ottamaan yhteyttä tai vähätellään omaa itseä. Tällä lasketaan vastapuolen kynnystä lähettää viesti. Analyysin alaluokat ovat nimeltään Suojautuminen, Vastuun siirtäminen ja Joustavuus.

Aineistona käyttämästäni 50 profiilista 35 sisälsi kasvotyöksi luokittelimiani ilmaisuja. Naisten profiileja näistä oli 19 ja miesten 16. Kasvotyöksi luokittelimiani ilmaisuja aineistosta löytyy yhteensä 55, joista 36 naisten ja 19 miesten.

Taulukko 2. Kasvotyön ilmentyminen sukupuolen mukaan

	Suojautuminen	Vastuun siirtäminen	Joustavuus
Naiset	18	11	7
Miehet	11	6	2
Yhteensä	29	17	9

### 6.2.1 Suojautuminen

Yleisin aineistossa esiintyvä kasvotyön luokka on Suojautuminen. Suojautumisella viitataan keinoihin, joilla kirjoittajat pyrkivät välttämään liian suoraa tunteiden ilmaisua ja näin ollen myös suojautumaan kasvojensa menettämiseltä.

Useissa profiileissa suojaudutaan käyttämällä ehdollisia ilmaisuja ja verbien konditionaalimuotoa.

*Olen 21.vuotias nainen Tre:ltä, joka haluaisi löytää miehen, joka osaa laittaa ruokaa,tykkäisi käydä vaikka teatterissa tai olla vaan kotona ja katsoa vaikka hyvän leffan.*

Nainen, 27

*Nauran ja puhun mielelläni, joten olisi kiva, jos sinäkin puhuisit ja ehkä jopa naurattaisit minua joskus. Oikeasti usein!*

Nainen, 29

*Elämässä on tapahtunut kaikenlaista ja nyt olisi aika löytää se tärkeä ihminen viereen ehkäpä jopa loppuelämäksikin.*

Mies, 30

Konditionaalimuoto ilmaisee ehdollisuutta ja haaveita, joita ei ehkä haluta sanoa suoraan. Ehdollisuudella tarkoitan sitä, että kirjoittaja ilmaisee tekstissään jonkinlaista ehtoa, esimerkiksi *naurattaisit minua joskus*. Kumppanuushaaveet voivat toteutua ainoastaan, jos nämä ehdot, olivat ne sitten profiilitekstiin kirjoitettuja tai vain kirjoittajan omassa mielessä, täyttyvät.

Ehdollisuuden ilmaisut edustavat odotusten hallintaa. Odotusten hallinta toimii näissä profiiliteksteissä kaksisuuntaisesti: niiden tarkoitus on hallita sekä kirjoittajan että lukijan odotuksia. Kirjoittaja suojaa siis paitsi omia kasvojaan, myös lukijan kasvoja. Teksteissä näkyy tulevaisuudesta haaveilua ja potentiaalisen kumppanin idealisointia, mutta konditionaali tarjoaa myös mahdollisuuden peräännyä näistä ideaaleista.



Ehdollisuus näkyy myös muissa sanavalinnoissa, esimerkiksi ilmauksessa *ehkä jopa loppuelämäksikin*. Tällaisilla sanavalinnoilla ilmaistaan kumppaninetsinnän epävarmuutta. Loppuelämän kestävä parisuhde näyttäytyy tässä esimerkissä haaveena, jota sanat *ehkä* ja *jopa* kuitenkin lieventävät. Niiden käyttö estää kirjoittajaa ilmaisemasta haaveitaan kumppanuudesta liian suoraan. Yhdessä konditionaalimuodon kanssa tällaiset sanavalinnat suojaavat siis kirjoittajan kasvoja.

Seuraava osoitus suojautumisesta on "jarrun painaminen" eli teksti, jossa korostetaan, että kumppanin kanssa halutaan edetä hitaasti ja rauhassa.

*Olisi mukava vain tutustua rauhassa ja katsoa mitä siitä tulee.*

Mies, 29

*Olen liikkeellä kuitenkin avoimin mielin ja seurailen rauhassa, mihin elämä vie.*

Nainen, 28

*Toiveena täältä olisi löytää mielenkiintoisia tuttavuuksia, joiden kanssa voi viettää aikaa ja tutustua rauhassa. Olen tällainen hitaasti syttyvä pohjoisen ihminen ;)*

Mies, 29

Kirjoittajat vaikuttavat näissä esimerkeissä varovaisilta ja pidättyväsiltä. Spontaaneja tunteenpurkauksia tai romanttista haaveilua ei näissä ilmaisuihin ole. Tällaiset ilmaisut näyttäytyvät myös varsin realistisina. Kirjoittajat tiedostavat, että lupaavasti alkanut viestittely tai tapailu voi päättyä yhtä nopeasti kuin alkaakin, eivätkä ehkä siksi halua vaikuttaa liian innokkailta (esim. Fürst 2014). Hitaan etenemisen korostaminen toimii siis suojautumiskeinona kirjoittajalle.

Ilmauksissa *katsoa mitä siitä tulee* ja *mihin elämä vie* kumppaninhaku näyttäytyy asiana, jonka onnistumiseen kirjoittaja ei itse juurikaan voi vaikuttaa. Vaikka kirjoittajan toiveissa olisi parisuhde ja hän aktiivisesti sitä deittipalvelusta etsisi, kumppanin löytymisen varaan ei voi laskea. Näissä ilmauksissa näkyikin pyrkimys

sopeutua nettideittailun epävarmuuteen ja säilyttää siitä huolimatta positiivinen asenne sitä kohtaan.

Aineistosta löytyy myös ilmaisia, joissa kirjoittajat vähättelevät itseään.

*kysyä saa mitä haluaa,veikkaan et oon ihan tutustumisen arvonen tyyppi.*

Nainen, 25

*Tämmöinen höpsö ja tavallinen tallaja.*

Nainen, 29

*en osaa tän kiinnostavampi olla*

Mies, 29

Vähättely on klassinen kasvojen säilyttämisen keino, jota Goffmankin käyttää esimerkkinä kasvotyöstä (Goffman 2012, 34). Käyttäjä vähättelee itseään ennen kuin muut ehtivät ja ikään kuin riisuu vastapuolen aseista. Vähättelemällä itseään kirjoittaja antaa itsestään vaatimattoman vaikutelman ja välttää liian ylpeältä ja itsevarmalta kuulostamiselta. Vähättelyllä voi siis myös hallita vastapuolen odotuksia ja estää niitä nousemasta liian korkealle. Esimerkiksi tekstissä "*veikkaan et oon ihan tutustumisen arvoinen tyyppi*" kirjoittaja antaa varsin vaatimattoman arvion itsestään. Kirjoittajan tavoite on todennäköisesti herättää lukijassa kiinnostusta, mutta toisaalta esiintymällä vaatimattomasti kirjoittaja pystyy hallitsemaan lukijan odotuksia. Vähättelevillä ilmaisuilla kirjoittajat tekevät siis kasvotyötä sekä itsensä että profiilin lukijoiden puolesta.

Profiileissa esiintyy jonkin verran myös suoraa epäilyä nettideittailun toimivuutta kohtaan.

*Suhtaudun hieman skeptisesti tähän nettideittailuun, mutta kaikkea pitää kokeilla, niin miksei?!*

Nainen, 29

*kai se on tämä talvi kun saa ihmisen tekemään tälläistä..*

Ilmaisemalla epäilystä nettideittailun toimivuutta kohtaan kirjoittajat tunnustavat sekä kumppaninetsimistilanteen vaikeuden että yleiset ennakkoluulot nettideittailua kohtaan. Ennakkoluulot nettideittailua kohtaan voivat johtua sen tiedostamisesta, että kumppanin löytäminen voi olla yrityksestä huolimatta hankalaa, mutta taustalla voi olla myös häpeän tunne. Omalla kuvalla varustetun deittiprofiilin tekeminen ja julkaiseminen asettaa kirjoittajan väistämättä tilanteeseen, jonka lopputuloksena voi olla kumppanin löytymisen sijasta häpeä ja kasvojen menetys.

Epäilevät ilmaiset toimivat myös vähättelynä. Oman itsen sijasta vähättely kohdistetaan kuitenkin nettideittailuun ja seuranhakuun yleensä. Kirjoittajat ikään kuin tuovat esille nettideittailun hävettävän puolen ja ehtivät näin varautua muiden mahdolliseen negatiiviseen "tuomioon". Asettamalla itsensä nettideittailun kaltaiseen tilanteeseen kirjoittaja altistaa itsensä kasvojen menettämiselle, mutta kasvojaan voi pyrkiä säilyttämään ilmaisemalla ymmärtävänsä tilanteen sosiaaliset riskit ennen kuin hänelle niistä ehditään huomauttaa.

Nettideittailun vähättely voi myös toimia lukijan houkuttelukeinona. Nettideittailuun liittyvän häpeän tunnistava lukija voi tuntea samanhenkisyyttä kirjoittajan kanssa ja rohkaistua ottamaan yhteyttä. Ristiriitaista tässä suhtautumisessa on se, että sekä profiilien kirjoittajat että niitä lukevat käyttäjät toimivat kuitenkin deittipalvelun suojissa. Häpeä ei siis ole estänyt heitä kuitenkin yrittämästä nettideittailua.

Kasvotyötä ilmentävät myös tekstit, joissa kerrotaan elämän olevan muuten mukavaa, mutta kumppani vain puuttuu.

*Olen vastikään muuttanut Helsinkiin ja kirjoittelen graduani. Haluaisin jo kovasti työelämään kiinni, joten pidän opintojeni loppuun saattamista tärkeänä. Tästä huolimatta kaipaen elämäni arjen ja kirjoittamisen lisäksi sitä jotain, joka saa minut hymyilemään ja jonka minä saisin hymyilemään.*

*Olen äiti neljälle lapselle. Kaksi heistä on kotona. Yksi vatsassa. Yksi taivaassa. Olen onnekas ja nautin elämästäni heidän kanssaan. Joskus unelmoin silti sinusta, joka unelmoit minusta.*

Nainen, 25

*Tanssiminen onkin vienyt täysin tämän naisen sydämen ja usein viikonloppuna suunnataankin lavoille. Elämässä olisi silti yhden miehen mentävä aukko.*

Nainen, 26

*Yksin on hyvä olla, mut kai se on myönnettävä, et täydennämmeimme toisiamme parhaimmillamme.*

Mies, 30

Näissä teksteissä kirjoittajat haluavat osoittaa, että kumppanin etsiminen ei ole elämän päätarkoitus vaan myös sinkkuna elämä voi olla tyydyttävää. Tällä voi osoittaa lukijalle, että oma elämä on tasapainossa, mutta toisaalta varautua itse myös siihen, että kumppania ei löydy. Tekstin lukijan näkökulmasta tällaiset ilmaisut voivat myös madaltaa kynnystä ottaa yhteyttä, sillä näissä teksteissä kumppanin ei odoteta täyttävän koko elämää vaan tulevan jo valmiiksi hyvän elämän lisäksi.

Suojautumista esiintyy sekä miesten että naisten profiileissa. Naisten profiileissa se on kuitenkin hieman yleisempää. Ero ei ole kovinkaan suuri, mutta naiset näyttävät tekevän profiileissaan enemmän suojautuvaa kasvotyötä.

### 6.2.2 Vastuun siirtäminen

Seuraava kasvotyön luokka on profiiliteksteissä esiintyvät kehotukset ottaa yhteyttä eli Vastuun siirtäminen. Ne on lähes jokaisessa profiilissa sijoitettu aivan loppuun, yleensä viimeiseksi lauseeksi.

*Jos siis kenties kiinnostuit niin pistä viestiä tulemaan ja kertoillaan toisistamme lisää.. :)*

Nainen, 27

*Jos kiinnostuit, niin ota rohkeasti yhteyttä!!*

Nainen, 30

*Jos yhtään kiinnostaa, otapa yhteyttä! Ei se pelaa, joka pelkää! :)*

Nainen, 27

*Jos samat asiat tuntuvat sinua kiinnostavan niin älä epäröi ottaa yhteyttä!*

Mies, 30

*Jos luulet että tultaisiin juttuun, laita ihmeessä viestiä!*

Mies, 26

Kehotukseen liittyy lähes aina jokin ehto. Lukijaa kehoitetaan ottamaan yhteyttä sillä ehdolla että tämä kokee profiilin kiinnostavana. Näissä esimerkeissä paitsi rohkaistaan epäröivää lukijaa, myös siirretään tälle vastuu: ikään kuin suhteen eteneminen olisi lukijan päätöksestä kiinni. Tekstin kirjoittaja on kuin palkinto, joka on mahdollista voittaa ainoastaan ottamalla emotionaalinen riski. Kirjoittaja asettaa itsensä sinänsä haavoittuvaan asemaan paljastamalla etsivänsä seuraa, mutta jättää yhteydenoton ja siihen sisältyvät riskit lukijan harteille. Toimijuus siirtyy siis lukijalle.

Toisaalta kehottamalla lukijaa ottamaan yhteyttä kirjoittaja tekee myös kasvotyötä lukijan puolesta. Kirjoittaja ymmärtää lukijan asemaan liittyvät emotionaaliset riskit ja pyrkii minimoimaan niitä asettamalla yhteydenoton kynnyksen mahdollisimman matalaksi. Tätä korostavat vielä yhteydenottokehotusten sanavalinnat, kuten "*jos siis kenties kiinnostuit*" ja "*ota rohkeasti yhteyttä*". Puhumalla yhteydenottokehotuksen yhteydessä rohkeudesta kirjoittaja tunnustaa kasvojen menettämisen vaikeuden ja tekee kasvotyötä ennakkoon vihjaamalla lukijan olevan rohkea, jos tämä ottaa yhteyttä. Tämä kertoo kirjoittajan sitoutumisesta tilanteeseen ja tunteista muiden käyttäjien kasvoja kohtaan.

Käsittelin profiilien yhteydenottokehotuksia myös luvussa 6.1.2 toiveikkuuden ilmaisuina. Päädyin tähän ratkaisuun, koska koin yhteydenottokehotusten ilmentävän sekä toiveikkuutta että kasvotyötä. Tämä kuvastaa aineiston kerroksellisuutta: joitain

aineiston ilmaisia on vaikea sijoittaa tiukasti jompaankumpaan luokkaan, vaan niissä ilmenevät nettideittailun molemmat puolet.

Tässä luokassa naisten ilmaiset ovat lähes kaksi kertaa yleisempiä kuin miesten. Tämä on linjassa edellisen luvun kanssa, jossa totesin naisten osoittavan tekstinsä suoraan lukijalle miehiä useammin.

### 6.2.3 Joustavuus

Viimeinen kasvotyön ilmentymisen tapa on Joustavuus. Joustavuudella viitataan ilmaisuihin, joissa kirjoittajat osoittavat joustavuutta omissa parisuhdetoiveissaan.

Vaikka aineiston profiilien luokitus onkin Tositarkoituksella, useissa teksteissä ilmaistaan myös vähemmän vakavan tapailun sopivan kirjoittajalle.

*Etsitkö kenties itsellesi mukavaa ja rentoa treffiseuraa vai kenties tositarkoituksella tulevaa kumppania?*

Nainen, 27

*Haen kaikkea kavereista tositarkoitukseen.*

Nainen, 28

Näissä esimerkeissä kirjoittajat käyttävät ilmaisua "*tositarkoituksella*" ja tällä ikään kuin tunnustavat tämän olevan yleinen ja usein ensisijainen motiivi seuranhauulle. Samalla he kuitenkin tarjoavat laajemminkin vaihtoehtoja. Ensimmäisessä katkelmassa kirjoittaja asettaa vastakkain mukavan ja rennon treffiseuran ja tositarkoituksen ja ilmaisee molempien vaihtoehtojen olevan itselleen sopivia. Seuraavassa tekstissä kirjoittaja puolestaan ilmaisee suoraan hakevansa kaikkea kavereista vakavaan kumppaniin.

Vaihtoehtojen tarjoaminen tekee kyseisistä profiileista helpommin lähestyttäviä lukijalle, minkä vuoksi ne saattavat näyttäytyä suorasukaisempia profiileita houkuttelevampina. Tämä on varmasti ainakin osasy syy tällaisten ilmaisujen käyttämiseen. Kirjoittajan kannalta kyse on kuitenkin myös kasvojen säilyttämisestä.

Ilmaisemalla joustavuutta suhteen vakavuuden suhteen kirjoittaja väistää mahdollisuuden vaikuttaa liian epätoivoiselta tai tunteelliselta.

Useissa profiiliteksteissä kirjoittajat myös korostavat tapailun ja uusiin ihmisiin tutustumisen olevan jo itsessään tavoiteltava päämäärä.

*Etsin mukavaa seuraa ja uusia tuttavuuksia tapailumielessä tai jos hyvin sattuisi käymään ja natsaamaan, niin miksipä ei myös jotain vakavampaa.*

Nainen, 28

*Olisi kiva alkaa taas tapailla ehkä tosi mielellä, ehkä vaan leikkisästi, katsotaan mitä tästä tulee....*

Nainen, 26

*Ylipäätään olisi hauskaa tutustua uusiin tyyppeihin , mutta ei mua haittaisi vaikka löytyisi joku jonka kanssa jutut natsaisi paremminkin.*

Nainen, 26

*Ja jos kemiat eivät kohtaa, niin mukavahan jos täältä löytäisi vaikka uuden ystäväydenkin..*

Nainen, 27

Vakavan kumppanin löytyminen näyttäytyy teksteissä onnekkana sattumana, jota kyllä toivotaan mutta jonka toteutumiseen ei voi täysin luottaa. Toivetta vakavammasta suhteesta ei ilmaista suoraan, vaan se piilotetaan rivien väliin, esimerkiksi ilmaisussa ”*miksipä ei myös jotain vakavampaa*”. Tällaisten ilmaisujen taustalla voi olla halu välttää haavoittuvuuden vaikutelmaa. Nettideittailuun ei kannata suhtautua liian vakavasti, vaan käytössä on välinpitämätön asenne (Fürst 2014, 108), joka ilmaistaan profiiliteksteissä. Tällöin pettymystenkin sattuessa nettideittailijan kasvot säilyvät. Jos kirjoittaja ilmaisee liian vakavia toiveita, kasvot ovat uhattuna.

Joustavuus voi pitää myös esimerkkinä välttelystä. Tunnustamalla toiveikkaat tunteensa ja romanttiset haaveensa kirjoittaja asettaa itsensä alttiiksi pettymyksille ja

häpeälle. Joustava suhtautuminen omiin toiveisiin ja odotuksiin puolestaan vapauttaa tästä. Kirjoittajat ikään kuin ilmaisevat pitävänsä kaikki vaihtoehdot avoinna.

Joustavuus on kasvotyötä paitsi kirjoittajan itsensä, myös lukijan puolesta. Ystävyydestä ja kevyestä tapailusta puhuminen voi vähentää lukijan paineita ottaa yhteyttä kirjoittajaan. Kyse on odotusten hallinnasta ja yhteydenoton kynnyksen laskemisesta.

Joustavuutta edustavia ilmaisia löytyy selvästi enemmän naisten kuin miesten profiileista. Aivan kuin muissakin kasvotyön luokissa, myös joustavuudessa naiset näyttävät siis ottavat enemmän vastuuta kasvotyöstä.

#### 6.2.4. Tunneideologian vastustaminen

Deittipalveluiden käyttäjien tarve suojella kasvojaan todistaa, että kirjoittajilla on tunteita pelissä. Jos kirjoittajilla ei olisi tunteita ja toiveita nettideittailua kohtaan, ei heillä olisi myöskään tarvetta suojella kasvojaan. Näin ei kuitenkaan ole, vaan kirjoittajat käyttävät profiileissaan monia erilaisia keinoja kasvojensa säilyttämiseen.

Aineistossani ilmenevä kasvotyö on luonteeltaan välttelyä. Goffmanin mukaan välttelyllä tarkoitetaan sekä keinoja, joita ihmiset käyttävät välttääkseen kokonaan kasvojen menetyksen riskin sisältämää kohtaamista että keinoja, joilla voi kohtaamisessa välttää kasvojen menetystä (Goffman 2012, 31). Käsitän tässä tutkielmassa profiilitekstin kohtaamisena. Vaikka kyseessä ei olekaan kasvokkainen eikä reaaliaikainen kohtaaminen, eräänlainen kohtaaminen tapahtuu, kun toinen käyttäjä lukee tekstin ja tekee siitä tulkintoja. Profiilitekstiä kirjoittaessa myös tuleva kohtaaminen on tiedossa ja teksti kohdistetaan harkitusti lukijalle. Tällä tavoin siinä tehdään kasvotyötä kuten kasvokkaisissakin kohtaamisissa, tosin hieman erilaisilla keinoilla.

Kasvotyötä tekemällä käyttäjät tunnustavat emotionaaliset riskit, joita kohtaamiseen liittyy. Tällä tavalla kasvotyön tekeminen poikkeakin deittipalveluiden institutionaalisesta tunneideologiasta, joka korostaa toiveikkuutta. Profiileissa ilmenevää kasvotyötä voikin pitää tämän tunneideologian vastustamisena. Käyttäjät



tiedostavat deittipalvelussa vallitsevan ideologian ja sen ristiriitaisuuden reaali maailman kanssa, sillä todellisuudessa romanttisen suhteen etsiminen kuitenkin altistaa pettymyksille ja häpeälle. Tunneideologia ei tunnista tätä haavoittuvaisuutta, vaan keskittyy toivoon. Deittiprofiilien kasvotyö onkin neuvottelua tämän tunneideologian ja reaali maailman emotionaalisten riskien välillä. Tämän neuvottelun tuloksena deittipalvelun käyttäjät ilmaisevat profiileissaan esimerkiksi välinpitämätöntä asennetta deittailua kohtaan, jolla pyritään hallitsemaan sekä omia että toisen odotuksia (Fürst, 2014, 108).

Naisten profiileissa on huomattavasti enemmän kasvotyöksi luokittelemiani ilmaisia kuin miesten profiileissa, lähes kaksinkertaisesti. Naisten ilmaiset ovat enemmistönä kaikissa analyysiluokissa. Suojautumisessa sukupuolten ero on pienin, mutta silti näkyvä. Vastuun siirtämisessä ja Joustavuudessa naisten ilmaisia on selvästi enemmän kuin miesten. Naiset tekevät siis profiileissaan selvästi miehiä enemmän kasvotyötä.

Tämä tulos on linjassa toiveikkuuden ilmentymisen kanssa. Jo aiemmin toiveikkuuden ilmaisia analysoidessani totesin, että naiset tekevät profiileissaan miehiä enemmän tunnetyötä ja näkevät enemmän vaivaa tunneympäristön luomisessa ja ylläpitämisessä. Muutenkin naisten on havaittu ilmaisevan tunteitaan enemmän kuin miesten (esim. Fischer & LaFrance 2015). Sama näyttää pätevän myös kasvutyöhön. Koska Hochschildin tunnetyöllä ja Goffmanin kasvutyöllä on tiettyjä yhtäläisyyksiä, tämä analyysin tulos ei ole yllättävä. Vaikka Goffman ei itse käsittelekään sukupuolta kasvutyön yhteydessä, voisi tunnetyön tekemisen sukupuolierojen ajatella pätevän myös kasvutyössä.

## 7. Johtopäätökset ja pohdinta

Tässä tutkielmassa olen tarkastellut nettideittailua, deittiprofiilien tunneilmaisua ja niihin liittyviä sosiaalisia konventioita. Nettideittailu näyttää muun sosiaalisen elämän tavoin olevan järjestelmä, jota ylläpitävät sen piirissä olevien ihmisten sitoutuminen tilanteeseen ja luottamus siihen, että muut toimivat samoin.

Deittipalvelun tunneilmaisua säätelevien sosiaalisten normien takana on palvelun tunneideologia. Palvelun tunneideologia ohjaa, millaisen linjan käyttäjät valitsevat itseilmaisussaan ja vuorovaikutuksessaan toisten käyttäjien kanssa. Linjaa voi luonnehtia sanallisiksi ja sanattomiksi teoiksi, joilla osapuolet ilmaisevat näkemyksensä tilanteesta sekä arviointinsa itsestään ja tilanteen muista osanottajista. Linjat ovat yleensä luonteeltaan institutionalisoituja, eikä yksilö siten voi juurikaan vaikuttaa siihen, millaisen linjan valitsee. (Goffman 2012, 23–25.)

Deittipalvelu ohjeistaa käyttäjiään linjavalinnassa luomalla tunnesäännöt. Palvelu tarjoaa suoria ohjeita profiilien luomiseen, mutta antaa myös hienovaraisempia vihjeitä toivottavasta ja soveliaasta käytöksestä. Tällä tavalla palvelu tuottaa tunteita ja itsensä esittämistä koskevia konventioita. Ohjaamalla käyttäjiensä tunteiden ilmaisua ne harjoittavat institutionaalista tunteiden hallintaa. Kun instituutio hallitsee yksilön tunteita, se tapahtuu tunnesääntöjen kautta. Profiilien tunteiden ilmaisu noudattaa siis deittipalvelun asettamia sääntöjä siitä, millaisia tunteita tässä ympäristössä tulisi tuntea ja miten niitä tulisi ilmaista.

Deittipalvelu ei kuitenkaan ole ainoa taho, joka sääntöjä asettaa, vaan myös muiden käyttäjien toiminta ohjaa tunteiden ilmaisua. Palvelu ja käyttäjät siis yhdessä luovat konventiot ja kulttuurin, joiden mukaisesti tässä ympäristössä on soveliaista toimia. Deittipalveluiden käyttäjät tiedostavat yleensä varsin hyvin nettideittailun konventiot ja sen, millaisilla profiileilla seuranhaku on menestyksekkäintä (esim. Gibbs et al 2006). Voidaan myös sanoa, että deittipalveluiden käyttäjät ovat yleisesti ottaen hyvin tietoisia siitä, millaista tunteiden ilmaisua ja itsensä esittämistä profiileilta odotetaan. Voisi siis olettaa, että tämänkin tutkielman aineistona olevia tekstejä on myös hiottu muilta käyttäjiltä tulleen palautteen, esimerkiksi saatujen viestien lukumäärän, perusteella. Käyttäjät ovat siis todenneet tällaiset tunneilmaisut hyödyllisiksi.

Myös muiden käyttäjien profiileilla on vaikutusta. Jos muut käyttävät profiileissaan toiveikkaita tunneilmaisuja, ne luovat omalta osaltaan palvelun tunneilmaisuuden konventioita, joita uusien käyttäjien on helppo seurata. On siis olemassa kulttuurisia konventioita koskien sitä, millaisia deittiprofiilien tulisi olla ja millaisia tunteita niissä tulisi ilmaista. Käyttäjät toimivat näiden konventioiden mukaisesti ja siten vahvistavat näitä konventioita.

Käyttäjät, palvelu ja molempia ohjaavat konventiot muodostavat siis palveluun emotionaalisen kulttuurin. Kulttuurin ylläpitäminen edellyttää sen kunnioittamista ja siihen kuuluvien sosiaalisten velvollisuuksien ja sääntöjen noudattamista sekä luottamusta siihen, että myös muut käyttäjät sitoutuvat kulttuurin ylläpitämiseen. Kulttuuri on kuitenkin aina hauras, sillä se perustuu neuvotteluille ja sen sääntöjä voidaan helposti rikkoa. Sen noudattaminen ja tunnustaminen perustuu vapaaehtoisuuteen, ja jos käyttäjät hylkäävät kulttuurin säännöt, se voi lakata olemasta. Tilalle saattaa tulla uusi kulttuuri, joka on yhtä altis hylkäämiselle kuin edellinenkin.

Deittipalvelun tunneympäristöön näyttäisi kuuluvan kaksi vastakkaista linjaa. Ensimmäinen on palvelun itsensä institutionalisoimaa tunneideologiaa noudatteleva, toiveikkuutta ja romanttisen fantasian luomista korostava linja, jonka ylläpitämiseen myös käyttäjät osallistuvat. Toinen on käyttäjien ylläpitämä, nettideittailun epävarmuutta korostava linja, jota voi pitää vastareaktiona ensimmäiselle. Käytännössä nämä linjat kuitenkin eroistaan huolimatta risteävät ja menevät osittain päällekkäin. Esimerkiksi tästä käyvät aineistossa toistuvat ilmaisut, joissa kehoitetaan lukijaa ottamaan yhteyttä. Niiden voi tulkita edustavan kumpaakin linjaa, kuten analyysissäni teinkin.

Toiveikkuuden ilmaisut ovat aineistossani kasvotyön ilmaisuja yleisempiä. Tämä kertoo siitä, että deittipalvelun institutionalisoitunut tunneideologia on käyttäjien keskuudessa menestyksekkäämpi kuin sitä vastustava linja. Vaikka tunneideologiaa vastustava kasvotyö onkin melko yleistä aineistossa, on toiveikkuus institutionalisoitunut palvelun ensisijaiseksi tunneilmaisuksi.

Deittipalvelun tunneideologian vaikuttavuus näkyy myös siinä, että aineiston profiilit ovat keskenään varsin samanlaisia. Niissä toistuu samankaltainen rakenne ja tyyli. Myös tunteiden ilmaisut ovat varsin samankaltaisia, ja niitä löytyy suurimmasta osasta aineiston profiileja. Tämä samankaltaisuus johtuu sekä palvelun ohjeista että palvelussa vallitsevasta kulttuurista (Arvidsson 2006, 678). Deittipalveluiden tunneideologian seurauksena syntyy siis standardisoituja profiileja ja tunteiden ilmaisuja. Standardisoinnin taustalla vaikuttanevat markkinat: palvelun näkökulmasta taloudelliset markkinat, joilla palvelu pyrkii menestymään ja erottumaan kilpailijoistaan, ja käyttäjien näkökulmasta parisuhdemarkkinat, joilta he pyrkivät löytämään kumppanin.

Standardisoinnin voisi ajatella hyödyttävän siis molempia osapuolia, sekä palvelua että käyttäjiä. Se myös tekee käyttäjien välisestä vuorovaikutuksesta ennustettavampaa. Ennustettavuus voi olla tärkeää ympäristössä, joka ruokkii epävarmuutta ja johon liittyy suuria emotionaalisia riskejä. Piiloutumalla standardisoidun tunneilmaisun taakse käyttäjä suojaa itseään ja kasvojaan häpeältä ja pettymyksiltä.

Standardisoitu tunneilmaisu hyödyttää kuitenkin myös deittipalvelua, joka kerää käyttäjiensä tuottamasta sisällöstä taloudellisen hyödyn. Palvelun käyttäjien profiileissaan tekemän tunnetyön voikin katsoa muuntuvan emotionaaliseksi työksi. Hochschild tarkoittaa emotionaalisella työllä perinteistä palkkatyötä, jossa työntekijöiden tunteet valjastetaan työnantajan käyttöön (Hochschild 1983, 105). Kuitenkin internetin aikakaudella ja prosumption-logiikkaa hyödyntävien palveluiden yleistyessä työn käsite on näissä yhteyksissä hämärtynyt. Olennaista on se, että instituutio, tässä tapauksessa deittipalvelu, kontrolloi käyttäjien tunteita ja tunteiden ilmaisua taloudellisten tavoitteiden vuoksi ja käyttäjien tunteet siirtyvät yksityiseltä alueelta julkiseen käyttöön. Deittipalveluiden kontekstissa käyttäjien tunteista tulee siis hyödykkeitä.

Tunneilmaisujen lisäksi myös muista profiilien tiedoista, kuten kuvista, henkilötiedoista ja kiinnostuksenkohteista tulee hyödykkeitä. Palvelut nostavat markkinoinnissaan esille profiileja tai niiden osia, kuten profiilikuvia, esimerkkeinä valikoimasta, jota palvelu tarjoaa seuranhakijoille. Tämän vuoksi palvelulle on

tärkeää, että profiilit noudattavat niiden asettamia kriteerejä "laatusinkkuudesta". Valikoiman laadukkuus on palvelun taloudelliselle menestykselle olennaisen tärkeää, sillä sen avulla se voi houkutella uusia käyttäjiä ja saada olemassa olevat käyttäjät pysymään palvelun käyttäjinä.

Asetin tutkielmani alussa kaksi tutkimuskysymystä, joihin olen analyysissäni pyrkinyt vastaamaan. Ensimmäinen tutkimuskysymykseni oli: Millaisilla keinoilla nettideittiprofiileissa tehdään tunnettyötä ja kasvotyötä? Vastausta tähän kysymykseen olen eritellyt analyysissäni. Tunnettyön tekeminen deittiprofiileissa koostuu tässä aineistossa toiveikkuuden ilmaisemisesta. Keinoja tähän ilmaisuun ovat romanttisten haaveiden tunnustaminen, tekstin osoittaminen ihannekumppanille ja visiointi tulevaisuudesta kumppanin kanssa. Kasvotyötä profiileissa puolestaan tehdään ilmaisemalla epävarmuutta. Näiden ilmaisujen keinoja ovat häpeältä suojautuminen, vastuun siirtäminen lukijalle ja joustavuuden ilmaiseminen parisuhdehaaveista puhuttaessa.

Toiveikkuus on tässä aineistossa kasvotyötä yleisempää. Tämä ei ole yllättävää, sillä toiveikkaan suhtautumisen kumppanin löytymiseen voidaan olettaa löytyvän jokaisen profiilin taustalta. Toivo onkin elintärkeää deittipalveluille, sillä ilman sitä niillä ei ole asiakkaita.

Toinen tutkimuskysymykseni oli: Miten sukupuoli vaikuttaa nettideittiprofiilien tunnettyöhön ja kasvotyöhön? Tähän kysymykseen pyrin vastaamaan erittelemällä sukupuolten eroja tunnettyön ja kasvotyön ilmentymisessä. Vastaus tähän kysymykseen on varsin selvä: naiset ilmaisevat deittiprofiileissaan miehiä enemmän tunteitaan ja käyttävät sekä toiveikkuutta rakentavaa tunnettyötä että riskitietoista kasvotyötä.

Sukupuolten erosta huolimatta täytyy kuitenkin muistaa, että myös miehet tekevät profiiliteksteissään sekä tunnettyötä että kasvotyötä. Institutionaalinen tunneideologia ja siihen liittyvät sosiaaliset konventiot ovat deittipalvelussa vahvasti näkyvissä. Tämä vaikuttaa myös kaikkien käyttäjien profiileihin, sekä miesten että naisten.

Tutkimusprosessin alussa päätin rajata tutkielmani aineiston melko tarkasti. Aineistoon kuuluu vain nuorten, kaupunkilaisten ja heteroseksuaalisten käyttäjien profiileja. Nämä rajaukset syntyivät oman kiinnostukseni pohjalta: olin alusta asti kiinnostunut nimenomaan nuorten kaupunkilaisten deittiprofiileista. Heteroseksuaalisten käyttäjien profiileihin keskityin, koska ei-heteroseksuaalisten käyttäjien kriteerini täyttäviä profiileja oli Deitti.net-palvelussa vain vähän. Lisäksi oletin, että mahdolliset sukupuolten väliset erot saattaisivat tulla selkeämmin esille heteroseksuaalisten käyttäjien profiileissa. Nämä tutkimusasetelmaani liittyvät rajoitteet on hyvä pitää mielessä analyysia ja sen tuloksia tarkastellessa. Analyysin tulokset voisivat olla erilaisia, jos aineistossa olisi mukana monipuolisemmin erikäisiä, eri alueilla asuvia ja ei-heteroseksuaalisia käyttäjiä. Myös laajempi aineisto saattaisi vaikuttaa tuloksiin. Koin kuitenkin 50 deittiprofiilin aineiston riittäväksi, sillä siinä tulivat selkeästi esille tunnetyön ja kasvotyön tekemisen keinot ja sukupuolten väliset erot.

Tutkielmani tulokset ja niiden pohdinta ovat herättäneet ajatuksia mahdollisista jatkotutkimuksen aiheista ja tarpeesta. Olisi esimerkiksi mielenkiintoista nähdä, millaisia tuloksia deittiprofiilien tunneilmaisista saisi laajemmalla ja moninaisemmalla aineistolla. Esimerkiksi tutkimalla deittipalvelun käyttäjien keskinäistä viestittelyä voitaisiin saada kiinnostavaa tietoa nettideittailun tunneilmaisista deittiprofiilia pidemmälle. Kiinnostavaa olisi myös nähdä tutkimusta sekä deittipalveluiden että muidenkin nettipalveluiden tunneideologioiden rakentumisesta ja syvempää analyysia eri nettipalveluiden käyttäjien tuottaman intiimin sisällön kaupallisesta hyödyntämisestä.

Tämän tutkielman tarkoitus on ollut luoda katsaus nettideittailuun sosiaalisena ilmiönä, lisätä ymmärrystä tästä ilmiöstä ja valottaa tunteiden merkitystä nettideittailun kentällä. Tunteilla ja niiden ilmaisulla on nettideittailussa selvä sosiaalinen funktionsa, mutta niillä näyttää olevan myös taloudellista merkitystä. Tunteilla ja niiden ilmaisulla näyttäisi siis olevan moninaisia vaikutuksia aina yksityisen elämän piiristä yhteiskunnalliseen merkittävyyteen saakka.

## Lähteet

Arvidsson, Adam (2006) *Quality Singles: Internet Dating and the Work of Fantasy*. *New Media & Society* 8:4, 671–690.

Barbalet, J.M. (1998) *Emotion, Social Theory and Social Structure: A Macrosociological Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.

Barbalet, Jack (toim.) (2002) *Emotions and Sociology*. Blackwell Publishing.

Baym, Nancy K. (2010) *Personal Connections in the Digital Age*. Polity Press.

Ben-Ze'ev, Aaron (2004) *Love Online. Emotions on the Internet*. Cambridge University Press.

Brody, Leslie (1999) *Gender, Emotions and the Family*. Harvard University Press.

[www.deitti.net](http://www.deitti.net)

Ellison, N., Heino, R. & Gibbs, J. (2006) *Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment*. *Journal of Computer-mediated Communication* 11:2, 415–441.

Ellison, Nicole B., Hancock, Jeffrey T. & Toma, Catalina L. (2011) *Profile as promise: A framework for conceptualizing veracity in online dating self-presentations*. *New Media & Society* 14:1, 45-62.

Fischer, Agneta & LaFrance, Marianne (2015) *What Drives the Smile and the Tear: Why Women Are More Emotionally Expressive Than Men*. *Emotion Review* 7:1, 22–29.

Finkel, Eli J., Eastwick, Paul W., Karney, Benjamin R., Reis, Harry T. & Sprecher, Susan (2012) Online Dating: A Critical Analysis From the Perspective of Psychological Science. *Psychological Science in the Public Interest* 13:1, 3–66.

Fürst, Henrik (2014) Emotional Socialization on a Swedish Internet Dating Site: The Search and Hope for Happiness. Teoksessa Tova Benski & Eran Fisher (toim.) *Internet and Emotions*. New York: Routledge, 99–112.

Gibbs, J. L., Ellison, N. B., & Heino, R. D. (2006) Self-presentation in online personals: The role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in Internet dating. *Communication Research* 33:2, 1–26.

Goffman, Erving (2012) *Vuorovaikutuksen sosiologia*. Tampere: Vastapaino. Suom. Kaisa Koskinen.

Goffman, Erving (1959) *The Presentation of Self in Everyday Life*. Harmondsworth: Penguin.

Heino, Rebecca D., Ellison, Nicole B., & Gibbs, Jennifer L. (2010) Relationshopping: Investigating the Market Metaphor in Online Dating. *Journal of Social and Personal Relationships* 27:4, 427–447.

Helsingin Sanomat 16.11.2017. Deittailijalla voi olla liikaakin vaihtoehtoja, eivätkä nettipalvelut välttämättä johda sattumaa parempiin tuloksiin – Viisi kiinnostavaa faktaa nettideittailusta.

Hochschild, Arlie Russell (1979) *Emotion Work, Feeling Rules, and Social Structure*. *American Journal of Sociology* 85:3, 551–575.

Hochschild, Arlie Russell (1983) *The Managed Heart. Commercialization of Human Feeling*. Berkeley: University of California Press.



Hochschild, Arlie Russell (1990) Ideology and Emotion Management: A Perspective and Path for Future Research. Teoksessa T.D. Kemper (toim.) Research Agendas in the Sociology of Emotions. Albany: State University of New York Press, 117–142.

Holappa, Anne (2013) Adjektiivien räiskettä. Ideaalinen kumppani internetin deitti-ilmoituksissa. WiderScreen 2-3/2013.

Kemper, Theodore D. (1987) How Many Emotions Are There? Wedding the Social and the Autonomic Components. American Journal of Sociology 93:2, 263–289.

Kontula, Osmo: Yhdessä vai erikseen? Tutkimus suomalaisten parisuhteiden vahvuuksista, ristiriidoista ja erojen syistä. Väestöliiton Perhebarometri 2013. Väestöliitto, Väestöntutkimuslaitos Katsauksia E 47/2013.

Korvajärvi, Päivi (2001) Arlie Russel Hochschild. Emotionaalinen työ, sukupuoli ja aika. Teoksessa Sosiaalipsykologian suunnannäyttäjiä. Toim. Vilma Hänninen, Jukka Partanen & Oili-Helena Ylijoki. Tampere: Vastapaino, 201–222.

Lotvonen, Tarja (1996) Etsin sinua! Henkilökohtaista-ilmoitukset vuosina 1950, 1970 ja 1990. Teoksessa Vitsistä videoon. Uusia kirjoituksia nykyperinteestä. Toim. Eeva-Liisa Kinnunen, Kaarina Koski, Riikka Penttilä ja Minttu Pietilä. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 53–63.

Nikunen, Kaarina, Paasonen, Susanna & Saarenmaa, Laura (2005) Anna meille tänä päivänä meidän... Eli kuinka porno työntyi osaksi arkea. Teoksessa Jokapäiväinen pornomme. Media, seksuaalisuus ja populaarikulttuuri. Toim. Kaarina Nikunen, Susanna Paasonen & Laura Saarenmaa. Tampere: Vastapaino, 7–29.

Paasonen, Susanna (2013) Ihmisiä, kuvia, tekstejä ja teknologioita. Teoksessa Salla-Maaria Laaksonen, Janne Matikainen & Minttu Tikka (toim.) Otteita verkosta. Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät. Tampere: Vastapaino, 34–48.

Ritzer, George & Jurgenson, Nathan (2010) Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the Age of the Digital “Prosumer”. *Journal of Consumer Culture* 10:1, 13–36.

Roscoe, Philip & Chillias, Shiona (2014) The state of affairs: Critical performativity and the online dating industry. *Organization* 21:6, 797–820.

Rosenfeld, Michael J. & Thomas, Reuben J. (2012) Searching for a Mate: The Rise of the Internet as a Social Intermediary. *American Sociological Review* 77:4, 523–547.

Scheff, Thomas (2015) Toward Defining Basic Emotions. *Qualitative Inquiry* 21:2, 111–121.

Scheff, Thomas (2003) Shame in Self and Society. *Symbolic Interaction* 26:2, 239–262.

Tomlinson, Elizabeth C. (2013) The Role of Invention in Digital Dating Site Profile Composition. *Computers and Composition* 30:2, 115–128.

Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli (2009) *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.

Turner, Jonathan H. & Stets, Jan E. (2005) *The Sociology of Emotions*. Cambridge: Cambridge University Press.

Turtiainen, Riikka (2009) Tunne netissä. Teoksessa Petri Saarikoski, Jaakko Suominen, Riikka Turtiainen & Sari Östman (toim.) *Funetista Facebookiin. Internetin kulttuurihistoria*. Helsinki: Gaudeamus, 193–233.

Turtiainen, Riikka & Östman, Sari (2013) Verkkotutkimuksen eettiset haasteet: Armi ja anoreksia. Teoksessa Salla-Maaria Laaksonen, Janne Matikainen & Minttu Tikka (toim.) *Otteita verkosta. Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät*. Tampere: Vastapaino, 49–67.

Walther, J. B., & Parks, M. R. (2002). Cues filtered out, cues filtered in: Computer-mediated communication and relationships. Teoksessa M. L. Knapp & J. A. Daly (toim.) *Handbook of Interpersonal Communication*. Thousand Oaks, CA: Sage, 529–563.

Weidman, Aaron C., Cheng, Joey T., Chisholm, Chandra & Tracy, Jessica L. (2015) Is she the one? Personality judgments from online personal advertisements. *Personal Relationships* 22:4, 591–603.

Whitty, Monica T. (2008) Revealing the ‘real’ me, searching for the ‘actual’ you: Presentations of self on an internet dating site. *Computers in Human Behavior* 24:4, 1707–1723.