

TAMPEREEN YLIOPISTO

Reeta Vilhu

NUORET JA NAISTENLEHDET

Naiskuvan manipuloiminen lukiolaisten silmin

Tiedotusopin pro gradu -tutkielma

Helmikuu 2011

## TAMPEREEN YLIOPISTO

Tiedotusopin laitos

VILHU, REETA: Nuoret ja naistenlehdet. Naiskuvan manipuloiminen lukiolaisten silmin

Pro gradu -tutkielma, 71 sivua, 1 liitesivu.

Tiedotusoppi

Helmikuu 2011

---

Tutkin kahden lukion oppilaita saadakseni selville heidän suhtautumisensa naistenlehtien kuva-aineistoon. Tutkimus toteutettiin esseinä, jotka tutkittavat kirjoittivat lukion äidinkielen tunnilla. Tutkittavina oli 48 tyttöä ja 48 poikaa. Esseitä tulkitsin semioottisin menetelmin ja konnotatiivisen luennan avulla. Laskin myös tiettyjä asioita ainekirjoituksista, joten tutkimustapa on paitsi kvalitatiivinen myös kvantitatiivinen.

Tärkein kiinnostuksen kohde oli tietää, miten nuoriin ja heidän itsetuntoonsa vaikuttaa naistenlehtien kuva-aineisto. Tutkin, onko kuvien vaikutus nuoriin positiivinen vai negatiivinen. Olin kiinnostunut tietämään myös, miten nuoret tulkitsevat kuvia ja mitä he ajattelevat kuvamanipulaatiosta.

Tulokseksi sain, että nuoret melko yleisesti ajattelivat median luovan heille paineita. Muita paineiden aiheuttajia olivat lähipiirin ihmiset sekä kyseinen ihminen itse omilla tavoitteillaan. Suurin osa tytöistä (48 %) ajatteli, että naistenlehtien kuvat veivät heidän ajatuksensa itsestä kielteisempään suuntaan ja 62 % piti mediaa ulkonäköpaineiden aiheuttajana. Pojilla sen sijaan ulkonäköpaineita oli paljon vähemmän. Täysin ilman paineita oli peräti yli puolet pojista.

Tutkimustulosteni perusteella kannattaisi tiedostaa naistenlehtien tarjoama ”naisen malli” ja ymmärtää, että paitsi ympäristö, myös itse voi yrittää vaikuttaa kunkin yksilön naiskuvaan. Haastattelututkimukseni johtopäätös on että median tulisi välttää kuvamanipulaatiota ja kiinnittää huomiota tarjoamaansa naisen malliin. Jokaisen naisen on myös tiedostettava, että yksilökin itse pystyy tekemään valintoja, jotka vaikuttavat hänen elämäänsä.

## Sisällysluettelo

|                                                                                   |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. JOHDANTO: Tutkimuksen tarkoitus ja konteksti – ulkonäköpaineet ja pahaolo..... | 4  |
| 1.1 Kuvamanipulaatiosta varoittaminen.....                                        | 5  |
| 1.2 Kuvankäsittelyn tarpeellisuus.....                                            | 6  |
| 1.3 Historiaa.....                                                                | 8  |
| 1.4 Naistenlehtien naiskuva.....                                                  | 8  |
| 1.5 Ruumis ja media.....                                                          | 9  |
| <br>                                                                              |    |
| 2. TUTKIMUKSEEN LIITTYVÄT TEOREETTISET KÄSITTEET.....                             | 13 |
| 2.1 Visuaalinen järjestys.....                                                    | 13 |
| 2.2 Binääriset vastakohtaparit.....                                               | 15 |
| 2.3 Representaatiot.....                                                          | 16 |
| 2.4 Hegemonia.....                                                                | 18 |
| 2.5 Lääkeruisku- ja kultivaatioteoria.....                                        | 20 |
| <br>                                                                              |    |
| 3. NAISTENLEHDET JA FEMINISTINEN MEDIATUTKIMUS.....                               | 22 |
| <br>                                                                              |    |
| 4. OMA TUTKIMUS.....                                                              | 27 |
| 4.1 Metodi.....                                                                   | 28 |
| 4.2 Materiaali.....                                                               | 31 |
| 4.3 Tutkimustuloksia.....                                                         | 34 |
| <br>                                                                              |    |
| 5. POHDISKELUA: Tutkimuksia ja mielipiteitä.....                                  | 51 |
| 5.1 Kauneuden myyttisyys.....                                                     | 51 |
| 5.2 Naistenlehtien pinnallinen naiskuva.....                                      | 60 |
| 5.3 Itsetunto & kaupallisuus.....                                                 | 63 |
| <br>                                                                              |    |
| 6. YHTEENVETO.....                                                                | 64 |
| LÄHTEET.....                                                                      | 66 |
| SÄHKÖISET LÄHTEET.....                                                            | 71 |
| LIITE 1 .....                                                                     | 72 |

## **1. Johdanto: Tutkimuksen tarkoitus ja konteksti – ulkonäköpaineet ja pahaolo**

”Mallarmé, 1800-luvun esteeteistä johdonmukaisin, sanoi että maailmassa kaikki on olemassa vain päätyäkseen kirjaan. Tänään kaikki on olemassa päätyäkseen valokuvaan.” (Sontag 1984, 29)

Teini-ikäisille maailma on ”uusi” ja täynnä kysymyksiä. Pro Gradu -tutkielmassani keskityn naistenlehtien kuvien analysoimiseen ja siihen, millä tavalla lukiolaistytöt ja -pojat tulkitsevat naistenlehtien kuvia. Lähtökohtana ja aineistona ovat manipuloidut kuvat, mutta ne johtavat yleisempiin pohdintoihin naistenlehtien kuvista. Manipuloidut kuvat ovat tutkimuksessani ikkuna laajempaan problematiikkaan naiskuvasta. Media on keskeinen tekijä keskustelussa, jossa naiseus ja miehisuus määritellään. Olemme olleet osa kulttuuria, jossa sukupuoli on vahvasti määritellyt sen, miten elämä tulee meitä kohtelemaan. Nykyään roolit ovat muuttuneet.

**Etsin pro gradu –työssäni vastauksia seuraaviin kysymyksiin:**

**1. Miten nuoriin vaikuttaa naistenlehtien kuva-aineisto ja kiinnittävätkö he paljon huomiota siihen? 2. Kokevatko he, että heidän itsetuntonsa saa vahvistuksen kuvia katsoessa vai iskeekö heihin riittämättömyyden tunne? 3. Millaisia kuvia he katsoisivat mieluiten lehdistä ja huomaavatko he kuvamanipuloinnin? 4. Miten nuoret tulkitsevat kuvia?**

Naistenlehtien kuvia ei ole tutkittu läheskään yhtä paljon kuin naistenlehtien tekstejä. On kuitenkin mielestäni tärkeätä tutkia myös kuvia, sillä valokuvan osaksi on tullut olla ”luonnon sivellin”, erehtymättömän koneen jäljennös tietystä hetkestä. Todellisuudessa kuvia on kuitenkin muokattu niin, että luonnollisuus on niistä kaukana. Monesti keskustellaan siitä millä tavalla jokin joukkoviestin vaikuttaa vastaanottajiinsa ja päivitetään nuorten pahaa oloa nyky-yhteiskunnassa. Tuntuu siltä että varsinkin nuorilta naisilta vaaditaan paljon suoriutumista, oli kyse opinnoista, ulkonäöstä, ihmissuhteista tai työstä. Nuoret eivät jaksaa, jos heillä ei esimerkiksi ole hyvää suhdetta vanhempiin ja kavereihin. Nuorilla tytöillä on paljon paineita aikuisuutta ja naiseutta kohtaan ja heidän elämän todellisuutensa saattaa olla

rankkaa. Reaalimaailman konteksti saattaa tässä mielessä olla kauhea. Lehdet ovat täynnä otsikoita, joissa kauneus liitetään menestymiseen ja onneen. Naisen kannattaisi oman etunsa vuoksi menestyä työssä tai opiskeluissa, kotona sekä ulkonäkönsä suhteen.

### 1.1 Kuvamanipulaatiosta varoittaminen

Marraskuussa 2009 julkaistiin Helsingin Sanomissa lehti uutinen, jossa kerrottiin, että syksyllä 2009 Ranskassa 60 kansanedustajaa allekirjoitti aloitteen, jonka mukaan kaikki muokatut kuvat pitäisi varustaa varoitustekstillä kuvankäsittelystä. Aloitteen teki kansanedustaja Valérie Boyer. Boyer haluaisi sisällyttää lakiin mainoskuvien lisäksi uutiskuvat ja jopa taidekuvat. Varoitusteksti kuuluisi seuraavasti: "Kuvassa näkyvän henkilön ulkonäköä on muutettu kuvankäsittelyllä." Ajattelin heti, että tämä oli todella hyvä asia, sillä olin aina kiinnittänyt huomiota muun muassa naistenlehtien epärealistisiin, liian kauniisiin kuviin. Tästä uutisesta virisi aihe graduuni ja se herätti paljon kysymyksiä. Pystyvätkö nuoret naiset "lukemaan" naistenlehtien kuvia kriittisesti? Ahdistuvatko he kuvista? Vai pystyvätkö he ajattelemaan, että tämä on vain kuva ja minun ei tarvitse hakea siitä mitään "naisen mallia". Miten nuoret naiset suhtautuvat kuviin? Entä nuoret miehet? Huomaavatko nuoret kuvankäsittelyn aiheuttamat muutokset mallissa ja mitä mieltä nuoret ovat kuvankäsittelyn eettisestä puolesta? Aiheesta innostuneena päätin ottaa kohderyhmäkseni lukiota käyviä nuoria. Halusin tietää, millaisia merkityksiä he saavat kuvista sekä miten kuvat nuoriin vaikuttavat eli yksinkertaistettuna, miten lukiolaiset tulkitsevat kuvia. Yksi minua kiinnostava asia oli myös nuorten identiteetin ja itsetunnon muotoutuminen naistenlehtiä lukemalla.

Omasta mielestäni voisi olla hyvä asia, jos manipulaatiosta kerrotaisiin erikseen erityisellä varoitustekstillä. Tämä saa silti miettimään taiteellisessa tarkoituksessa tehtyjä kuvamanipulaatioita. Pitäisikö niihin suhtautua eri tavalla? Jotkut mainokset saattavat olla todella yliampuvia. Eikö kuvia sitten saisi muokata ollenkaan? Manipulaatiota voi kuitenkin omasta mielestäni periaatteessa käyttää taiteellisen vaikutelman aikaansaamiseksi. Toisaalta voisi mielestäni olla hyvä, jos mainoksissa ja lehtikuvissa manipulaatiosta kerrotaisiin. Se voisi palauttaa monen samanlaisesta ulkonäöstä haaveilevan maan pinnalle.

## 1.2 Kuvankäsittelyn tarpeellisuus

Jenni Mäenpää käsitteli tutkimuksessaan *Muokkausta ja manipulaatiota – Digitaalisen kuvankäsittelyn rajat suomalaisissa sanoma- ja aikakauslehdissä* (2008), esimerkiksi sitä, miten muun muassa sanoma- ja aikakauslehtien ammattilaiset suhtautuvat kuvankäsittelytoimenpiteisiin. Tutkimuksesta kävi ilmi, että ammattilaiset suhtautuvat eri tavalla uutiskuvien käsittelyyn kuin esimerkiksi naistenlehtien kuvien käsittelyyn. Uutiskuvaa pidettiin koskemattomampana, ehkä jopa pyhänä, joten sen manipuloinnin katsotaan olevan väärempää kuin naistenlehtien kuvien manipuloinnin. Uutiskuvaa pidetään perinteisesti myös ”todisteena” tapahtuneesta, kun taas naistenlehtikuvilla on enemmän ”hömppäviihteen” leima ja ne ovat paremminkin kuvituskuvia.

Mäenpään tutkimuksessa osallistujille näytettiin kuvapareja, joissa ensimmäistä kuvaa ei ollut käsitelty ja jälkimmäistä oli. Yhtenä esimerkkinä Mäenpään tutkimuksessa oli ihonkorjailukuva, jossa ihon epätasaisuudet ja tummat silmäalukset on korjattu pehmentämällä. Ihon, silmien, huulten ja hiusten väriä oli korostettu ja häiritsevät hiussuortuvat poistettu. Mäenpää kirjoittaa, että ihonkorjailukuvaan suhtauduttiin kriittisimmin dokumentaarisisissa kuvatyypeissä, joihin kuvat eivät aiheensa ja taustansa irrottamisen takia monen vastaajan mielestä edes sopineet. Moni oli sitä mieltä, että uutiskuvassa tällainen käsittely vääristäisi todellisuutta. Suurin osa vastaajista näki kuvan featurekuvan genreen kuuluvaksi henkilökuvaksi tai naistenlehtien kauneuskuvaksi. Näissä kuvatyypeissä kuvan värilämpötilan säätö hyväksyttiin teknisenä korjaamisena, joka muuttaa kasvojen värisävyt paremmin ihmissilmän havaintoa vastaavaksi. Huulten, silmien, hiusten ja ihon värittämisestä puolestaan esiintyi eri mielipiteitä. Osa vastaajista oli sitä mieltä, että käsittelyä oli liikaa, koska kuvattava ei näytä enää itsensä näköiseltä. Osa piti taas tällaista käsittelyä jokapäiväisenä.

Käsittelyä puoltavissa perusteluissa vedottiin kuvattavan oikeuteen esiintyä kuvassa edukseen. Kuvattavan oikeutena pidettiin myös sitä, että hänellä on mahdollisuus hyväksyä tai hylätä tehdyt muutokset. Tässä yhteydessä tehtiin eroa myös siinä, onko kuvan henkilö malli vai ”tavallinen ihminen”. Yhden vastaajan mukaan ”tavalliselta ihmiseltä” ei voi

esimerkiksi poistaa kokonaan luomia samoin kuin kansikuvamallien tapauksessa saatetaan tehdä. Toinen vastaaja muotoili asian seuraavasti: ”Tämä on tyypillistä naistenlehtien kauneuskuvissa, jossa kohteena on malli ja jutussa esim. opetetaan jonkun tietyn meikin tekoa tms. Mutta jos kohde olisi ”oikea” ihminen eli yksityinen henkilö, jota on meikattu ja laitettu juttua varten, kyseiset muutokset olisivat mielestäni väärin. Yleensä tosin noin radikaalit sävyjen korjailut kertovat siitä, että alkuperäinen valokuva on räikeästi epäonnistunut (Mäenpää 2008, 90-91).

Aikakauslehtitoimittajat suhtautuivat henkilökuvien tai kauneuskuvien manipulointiin myönteisimmin ja esimerkiksi uutiskuvan käsittelyyn suhtauduttiin kielteisemmin kuin kuvituskuvien käsittelyyn. Moni oli Mäenpään tutkimuksessa sitä mieltä, että uutiskuvissa ihon korjailu ei ollut niin hyväksyttävää ja kuitenkin kuvituskuvassa ihon korjailu taas nähtiin erittäin hyväksyttävänä. Toimittajat suhtautuivat kuvankäsittelyyn seuraavanlaisesti: 12 prosenttia sanoma- ja aikakauslehtitoimittajista hyväksyi uutiskuvankäsittelyn. 29 prosenttia toimittajista hyväksyi reportaasikuvan käsittelyn. 73 prosenttia toimittajista hyväksyi featurekuvan käsittelyn ja 89 prosenttia toimittajista hyväksyi kuvituskuvan käsittelyn.

Kuvan manipulaatiosta esimerkkinä kerrottakoon, että superlaiha huippumalli Lesley ”Twiggy” Lawson oli 1960-luvulla muoti-ikoni ja hänen sanotaankin olevan maailman ensimmäinen huippumalli. Lempinimen Twig (tikku) hän on saanut hoikasta kehostaan. Nykyään hän on 60-vuotias eikä ollut tehnyt mainoskampanjaa 25 vuoteen, kunnes hän teki mainoksen silmänympärysoiteelle nimeltä Olay Definity. Britannian markkinatuomioistuin päätti kuitenkin kieltää mainoksen, koska Twiggyyn kuvaa oli käsitelty. Twiggylla oli kuvassa siis liian vähän ryppyjä ikäänsä nähden.

### 1.3 Historiaa

Mielestäni on tärkeää peilata asioita historian valossa, joten tässä hieman valokuvauksen historiaa. Daguerrotypiaa pidettiin ensimmäisenä käyttökelpoisena valokuvausmenetelmänä ja esimerkiksi Suomessa daguerrotypiakuva asetettiin esille vajaa puoli vuotta Pariisissa tapahtuneesta julkistamisesta. Suomeen ensimmäinen daguerrotyyppi tuotiin jo loppuvuodesta 1839 (Saraste 1996, 31-32). Nopeita tapahtumia lukuunottamatta lehtikuvaus olisi teknisesti ollut mahdollista jo 1800-luvun puolivälissä. Kuvajournalismista voidaan kuitenkin puhua jo 1920-luvulta alkaen. Huomattavaa on, että lehtikuvaus saattoi kehittyä kuvajournalismiksi vain tiettyjen yhteiskunnallisten edellytysten vallitessa ja tärkeää oli varsinaisten kuvalehtien syntyminen hiljalleen vuosina 1830-1930. Yleisön laajenemisen ohella taustana oli teollisen tavaratuotannon kasvun aiheuttama paine uusien markkinointikanavien kehittämiseen ja mainonta oli kuvalehtien tärkeä rakenneos ja maksoi ratkaisevan osuuden sen kuluista (Saraste 1996, 93).

Digikuvauksen kehittyminen 1990-luvulta lähtien toi muutoksen lehtitaloihin. Nyt oli mahdollista saada kuvat lehteen nopeammin ja edullisemmin. Kuvankäsittelyn kehittyminen myös sitä ennen sai aikaan kuvien parantamisen Photoshop-ohjelmalla. Aikaisemmin kuvia oli käsitelty jonkin verran kyllä pimiössä, mutta tällaista kuvankäsittelyä ei kuitenkaan ole koettu niin ongelmalliseksi.

### 1.4 Naistenlehtien naiskuva

Aihepiiri kiinnostaa minua, koska olen itsekin "naistenlehtimaailmassa" kasvanut, eli olen lukenut naistenlehtiä oikeastaan lapsesta saakka. Ihan pienenä ihailin näistä lehdistä kauniina pidettyjen naisten kuten missien kuvia, mutta muistan myös, että myöhemmin kriittisenä teininä en pitänyt naistenlehtien naiskuvasta ollenkaan. Lapsuudestani muistan yrittäneeni matkia ylilaihojen mallien poseerausasentoja, mutta hemaisevan tyylin sijasta minulle tulikin vain tyhmä olo ja huono ryhti.

Kukapa itseään etsivä teini ei olisi joskus ottanut mallia kauneuskuvien eteerisistä naisista,



jollaisia ehkä salaa halusi olla ja joita ihaili. Omat lukunsa ovat tietenkin muun muassa Lady Gagan ja Madonnan tyylliset tähdet, jotka käyttävät julkisuutta hyväkseen ja pyörittävät mediaa omilla julkisuustempuillaan. He nyt tuskin ovat ”alistuneen” naisen perikuvia – toisaalta en usko, että hekään aivan immuuneja ulkonäkökeskeisen kulttuurin paineille ovat. Toisaalta, onhan yleisesti tiedossa, että usein juuri julkkikset käyttävät kauneuskirurgian palveluita eivätkä muun muassa Madonnan kuntoiluohjelmatkaan ole salaisuuksia. Lady Gaga myös herättelee julkisuutta ulkonäöllään enemmän kuin musiikillaan. Madonnan kuvia on myös käsitelty julkisuutta varten paljon, jotta 5-kymppisen tähden todellinen ryppyjen määrä ei paljastuisi faneille. Tällaista ei ole pidetty ongelmallisena, sillä pop-tähdet ja heidän tuotantokoneistonsa haluavat kuvankäsittelyä tehdäkseen idoleista nuoremman ja paremman näköisiä.

### 1.5 Ruumis ja media

Omistin osan gradustani ruumiin painon normaaliuden pohtimiseen, koska nykyään lähes jokainen nainen ja todennäköisesti mieskin on joutunut todennäköisesti pohtimaan oman vartalonsa kokoa. Kirjassa *Sukupuolishow – johdatus feministiseen mediatutkimukseen* Katariina Kyrölä (2006) kirjoittaa mediassa esiintyvistä hoikasta naisihanteesta:

”Yleensä oletetaan, että mediassa esitetyt ruumiit ovat tosielämän naisruumiita hoikempia ja kiinteämpiä ja että ne siksi houkuttavat tai jopa pakottavat naisia laihduttamaan. Mediakuvien kapea ruumisihanne estää erilaisuuden näkemisen hyväksyttävänä ja ihailtavana. Tämä näkökulma on usein kritisoitu, niin kutsuttu viestinnän lääkeruiskumalli, jonka mukaan representaatioilla on suora vaikutus yleisönsä niin kuin annetulla lääkkeellä potilaaseen.” (Kyrölä 2006, 107)

Palaan lääkeruiskumalliin vielä myöhemmin. Anoreksiasta ja bulimiasta puhutaan nykyään loputtomasti mediassa. Syömishäiriöiden lisäksi oman osansa painokeskusteluun ovat tuoneet liikalihavuudesta kertovat televisio-ohjelmat, joissa ylipainoiset amerikkalaiset yrittävät laihduttaa mahdollisimman paljon vastatakseen nykyaikaisia kauneusihanteita. Eniten laihduttanut voittaa koko kilpailun. Ainahan kauneusihanteet eivät ole olleet nykyisen

kaltaisia. Muotia on ollut myös jos nainen on pyöreä, koska se on kertonut perheen varallisuudesta – että on rahaa syödä. Taidemaalari Rubensin (1577 – 1640) teoksien alastomat, nykykäsityksen mukaan ylipainoiset naiset ovat vallan toista maata kuin nykyajan ihanne rasvattomasta mutta isorintaisesta naisesta. Toisaalta nykyäänkin laulaja Beth Ditton kaltaiset julkkiset luovat myös esikuvaa uudesta, lihavamasta naisesta. Aika näyttää, millainen tulevaisuuden naiskuva tulee olemaan.

Käsite ”ruumiinkuva” kietoutuu yksilön ja yhteiskunnan, ruumiillisen kokemuksen sekä kulttuuristen puhe- ja esitystapojen suhteeseen. Sillä voidaan tarkoittaa kokemusta oman ruumiin koosta, muodosta ja viehättävyydestä, mikä ei aina ole yhteneväinen muiden ihmisten käsitysten kanssa. Median ruumisihanteet ja -normit muokkaavat kuvaa siitä, millainen ruumis on ”hyvä”, toimiva tai parempi kuin toiset. Suurin osa normatiivista kokoa koskevaa feminististä mediatutkimusta on keskittynyt syömishäiriöksi nimettyyn käytökseen, kuten anoreksiaan ja bulimiaan, sekä siihen, miten hoikkuus rakentuu ihanteeksi mediassa ja millainen yhteys hoikkuusihanteella on naisruumiiden ja syömisestä kontrollointiin. Huomattavasti vähemmän on tarkasteltu sitä, mikä suljetaan länsimaisessa kulttuurissa ihanteen ulkopuolelle, lihavaa ruumiillisuutta. Voidaan sanoa, että feministinen tutkimus on itsekin syyllistynyt hoikan ruumisnormin korostamiseen ottamalla hoikan tai anorektisen ruumiin lähtökohdaksi ja jättämällä sivuun lihavaksi nimetyn ruumiin joka ylittää normin rajat (Kyrölä 2006, 108).

Hannele Harjunen ja Katariina Kyrölä pohtivat lihavuutta toimittamassaan kirjassa *Koolla on väliä – Lihavuus, ruumisnormit ja sukupuoli* (2007). Kirjansa johdannossa he toteavat, että feministinen tutkimus ei juurikaan ole tarkastellut lihavuutta, vaikka lihavuus on todennäköisesti yleisempää kuin syömishäiriöt ja merkitykseltään varsin sukupuolittunutta ja vaikka ruumiillisuus on ollut feministisessä tutkimuksessa keskeinen tema.

”Niin kutsuttu toisen aallon, 1960- ja 1970 -lukujen naisliike ei ylipäätään ottanut riittävästi huomioon naisten välisiä eroja. Voisi ehkä sanoa, että valkoisen keskiluokkaisen naisen feminismiksi kutsuttu toisen aallon naisliike oli myös valkoisen hoikan naisen feminismiä.” (Harjunen & Kyrölä, 2007, 24)

Useissa feministisissä teoksissa 1970-luvun lopulla ja 1980-luvun alussa vastustettiin naisten pakonomaista laihduttamista ja haettiin syytä sille, miksi niin monet naiset vieroksuvat ruumistaan. Syömishäiriöitä sekä lihavuutta tarkasteltiin ruumiillisina oireina psyykkisestä pahoinvoinnista, jonka patriarkaaliset kauneusihanteet tuottavat. Yksi tunnettu aihetta tarkastellut kirjoittaja on Kim Chernin (1981). Hänen *Womansize*-teoksensa lähtökohta on kirjoittajan henkilökohtainen kokemus syömishäiriöstä. Kirjan voi luokitella feministiseksi elämänhallintaoppaaksi siinä mielessä, että siinä käytetään yleistajuista ja tunteisiin vetoavaa kieltä sekä pyritään auttamaan muita naisia, jotka kärsivät samankaltaisista oireista kuin kirjoittaja ja hänen haastattelemansa naiset. Chernin pitää sekä pakonomaista laihduttamista että pakonomaista syömistä oireena siitä, että patriarkaalinen kulttuuri ja sen rakentama kuva naisesta vääristävät naisen suhteen omaan ruumiiseensa. Cherninin mukaan naisten tulisi oppia hyväksymään aito, naisellinen kokonsa ja muotonsa irtautumalla patriarkalisesta kontrolloidun hoikkuuden vaatimuksesta, jonka tarkoitus on rajata naisten tilaa ja kasvua sekä yhteiskunnallisesti, symbolisesti ja konkreettisen ruumiillisesti. Hänen mielestään naisruumiin kyky tuottaa uutta elämää, paisua ja kutistua raskauksien myötä sekä tuntee seksuaalista halua uhkaa patriarkaalista järjestystä, jossa pyritään torjumaan aito naisruumiillisuus.

Oli sitten ihminen anorektisen laiha tai todella ylipainoinen, saattaa lopputuloksena olla ongelma. Kuitenkaan kaikki ihmiset eivät ole sairaalloisen ylipainoisia tai sairaalloisen laihoja. Miksi normaalikokoisia naisia ei esimerkiksi näy niin paljon naistenlehtien kuvissa? Jos julkisuudessa esiintyvä näyttelijätär esimerkiksi on normaalipainoinen, häntä aletaan pitää heti lihavana. Laihat mallit ovat niin normaali näky catwalkeilla, muotinäytösten näyttämöillä, että normaalit naiset alkavat heti näyttää lihavilta. Toisaalta poikkeuksiakin on – esimerkiksi mainokset, joissa mainostetaan vaatteita, jotka on tehty nimenomaan xl-kokoisille naisille.

Normin ja poikkeaman raja ei kuitenkaan pysy paikallaan vaan siirtyy jatkuvasti ja useimmiten niin, että poikkeavasta tulee normaalia (Fiske 1992, 133). Miksi laihuus on normi, josta lihavuus on poikkeama? Edustaako lihavuus jotain sellaista jota ei ole

kontrolloitu? Konkreettisen logiikkaa on esimerkiksi se, että abstrakteja, yleistettyjä ja kulttuurisidonnaisia käsitteitä tehdään ymmärrettäviksi käsitteillä, jotka näyttävät kuuluvan luontoon, eli jotka vastaavat likeisesti havaintojamme konkreettisesta todellisuudesta. Ranskalainen antropologi ja filosofi Claude Lévi-Strauss väitti, että kaikki yhteiskunnat tekevät keskeisiä abstraktioitaan upottamalla ne metaforien avulla arkikokemukseen (Fiske 1992, 126).

Metaforin ja konkreettisen logiikalla ajateltuna kontrolloimalla ruumistaan voi kontrolloida myös elämäänsä. Ihmiset tahtovat esimerkiksi kontrolloida elämäänsä. Laihduttavat, jopa anorektiset naiset saattavat ajatella, että elämän kontrolloiminen on hyväksyttävä asia. Naiset yhdistävät elämän kontrolloimisen ruumiin kontrolloimiseen ja saattavat ajatella olevansa hyviä elämässä kun he kontrolloivat ruumistaan hyvin. Elämää on kuitenkin vaikea kontrolloida täysin, joten konkreettisempi ruumis tuntuu helpommin hallittavalta. Ja painon kontrollointi jatkuu. Edellä mainittu metafora on esimerkki Lévi-Straussin ”konkreettisen logiikaksi” kutsumasta seikasta (Fiske 1992, 126). Siten esimerkiksi ”painon hallinta” voi muuttua ihmisten ajatuksissa ”elämän hallinnaksi”.

Lihavuudessa korostuvat feminiiniseksi ymmärretty muodokkuus, pehmeys ja lihallisuus. Lihavuus tällaisena ultrafeminiinisyytenä ei kuitenkaan yleensä määrity viehättäväksi, vaan usein pikemminkin yliseksuaaliseksi, joskus jopa irvokkaaksi.

”Myös lihava miesruumis näyttäytyy kahtalaisena sukupuolittumisensa suhteen. Se on sekä epämaskuliininen pehmeytensä, löysyytensä ja mahdollisten rintojensa takia että supermaskuliininen suuren, tilaa hallitsevan ja hoikkaa naista suuremman kokonsa vuoksi. Keskeinen syy lihavuuden sosiaaliseen ja kulttuuriseen stigmatisointiin on varmasti se, että lihavuus potentiaalisesti hämärtää sukupuolitettuja ruumiin rajoja.” (Kyrölä 2005, 106-107)

Naiseuden ”arvo” on pienestä pitäen erilainen kuin miehuuden ”arvo”, eri sukupuolilla on erilaiset ”mittarit”: ulkonäön ajattelu työillä alkaa jo kehossa. Tytöt puetaan vaaleanpunaisiin, ja neuvolan tädit ovat enemmän huolissaan siitä, että tyttölasten napa paranee ”nätiksi”. Karin Ekman, journalisti, kirjoittaa artikkelissaan ”Alituinen seuralaiseni

– syömishäiriöstä ” tyttöjen ja poikien erilaisesta kohtelusta:

”Kun lapsi menee kouluun, luokan suosituin poika on se, joka on paras jalkapallossa. Suosituin tyttö ei ole se, joka on hyvä jalkapallossa, vaan se, joka on kaikkein suloisin. Jogurttipurkin kyljestä tyttö voi opetella tekemään kevyitä kastikkeita, ja joka viikko hänen tilaamansa aikakauslehti tykittää otsikoita, kuten "Laihdu kymmenen kiloa kolmessa viikossa" ja "Mikä sytyttää kundan – 100 vinkkiä". Kun tyttö on vaateostoksilla, mallinukkien säätimet ovat ohuempia kuin hänen käsivartensa, ja joka kerta kun hän avaa television, hän saa tietää, mitkä voiteet pysäyttävät hänen akuutin vanhenemisensa. Kaikki nämä kehotukset antavat ymmärtää, että otteen irtoaminen on hiuskarvan varassa ja että naisen on koko ajan osoitettava, että hän on naiseutensa arvoinen.” (Ekman 2003, 31)

Marianne Grabruker on länsisaksalainen juristi, joka kirjoitti tyttärensä kolmen ensimmäisen elinvuoden aikana päiväkirjamaisen kirjan (Grabruker 1991) tyttären kasvatuksesta ja huomioista arjen jokapäiväisissä tilanteissa lapsen kanssa. Hän huomasi, että tyttöjä palkitaan jo hyvin pienestä pitäen ulkonäöstä ja vaatteista.

## **2. Tutkimukseen liittyvät teoreettiset käsitteet**

Tutkimukseen liittyy useita teoreettisia työkaluja, joita esitellään tässä kappaleessa.

### 2.1 Visuaalinen järjestys

Janne Seppäsen käsite visuaalinen järjestys (2004) kuvaa niitä vakiintuneita tapoja, joita kulttuurissamme käytetään kuvaamaan esimerkiksi sukupuolta. Näin ollen käsite on hedelmällinen omassa tutkimuksessanikin tuodessaan esiin asioita, joita emme ole kenties aikaisemmin tiedostaneet ympäröivästä maailmasta. Asiat saattavat nimittäin vaikuttaa itsestäänselvyyksiltä.

Seppäsen mukaan (2004) hyvin tärkeät visuaaliset järjestykset liittyvät esimerkiksi siihen, millä tavoin sukupuolta, etnisiä vähemmistöjä tai vaikkapa vieraita maita esitetään. Hänen

mukaansa visuaalinen järjestys voi viitata vaikkapa elinympäristön esinemaailmaan, sen vakiintuneisiin piirteisiin ja niiden merkityksiin. Visuaaliset järjestykset käsittävät vakiintuneita ja jaettuja kulttuurisia merkityksiä. Median naiskuvassa on paljon visuaalisia järjestyksiä, joita saatamme pitää hyvinkin itsestäänselvyyksinä. Seppänen kirjoittaa:

”Vaikka näkyvyys on olennaista vallan toimivuuden kannalta, näkymättömyys on yhtä tärkeä. Samalla tavoin kuin kielellisessä vuorovaikutuksessa ei sanota, visuaalisessa vuorovaikutuksessa ja esityksissä tärkeää on se mitä ei nähdä. Näkymättömyys on poissulkemista visuaalisen järjestyksen piiristä. Lehdissä on suhteellisen harvoin kuvia yhteiskunnallisiin marginaaleihin – esimerkiksi vammaisiin tai seksuaalisiin ja etnisiin vähemmistöihin – kuuluvista ihmisistä. Yksi tapa marginalisoida näitä ihmisiä on juuri tehdä heidät tavalla tai toisella näkymättömiksi. Näin kuvasto rakentaa pois sulkemisen kautta normaalin ja tavoiteltavan ihmisyyden normia ja sitä ylläpitävää visuaalista järjestystä.” (Seppänen 2004, 44)

Voidaan ajatella, että paradigman ”kaunis nainen” -joukkoon kuuluvat kaikki maailman kauniit julkkisnaiset, joita on kuvattu naistenlehdissä. Siten naistenlehdissä ei voi olla muita naisia kuvattuna. ”Ruma nainen” paradigmaan kuuluu myös naisia, mutta he ovat sellaisia, joita ei näkyisi lehdissä. Oikeastaan ruma ja nainen eivät sovi yhteen ollenkaan, koska sellaista ei katsota olevan olemassa ollenkaan. Ainakaan mediassa. Kaunis ja nainen kuuluvat ”luonnollisesti” yhteen. Myytin mukaan naiset ovat kauniina onnellisia.

Manipulaatiolla saadaan naisista kauniimpia, ainakin nykyisten kauneuskäsitysten mukaan. Eikö valokuvan totuudellisuus ole enää tärkeätä?

Seppänen on kirjassaan *Katseen voima – Kohti visuaalista lukutaitoa* (2004) selventänyt paradigman käsitystä. Paradigmaattiset valinnat liittyvät valokuvan tuottamiin visuaalisiin järjestyksiin. Kyse on tällöin esimerkiksi siitä, millä tavoin kuvaaja valitsee tietystä ihmisjoukosta kuvattavat tai pikemminkin millä perustein hän jättää toiset valitsematta. Pääsevätkö mukaan vain kuvaukselliset – usein siis perinteisessä mielessä kauniit – ihmiset, vai saavatko armon myös kauneuteen liitettyjä visuaalisia järjestyksiä rikkovat kuvattavat? Paradigmaattisilla valinnoilla voidaan vahvistaa joitain merkityksiä toisten kustannuksella,

ne voivat pitää yllä tai rikkoa vallitsevia visuaalisia järjestyksiä (Seppänen 2004, 182).

## 2.2 Binääriset vastakohtaparit

Koska tutkimuksessani etsittiin vastauksia kysymyksiin, kuten hyvä-huono, kaunis-ruma positiivinen-negatiivinen ja lihava-laiha, niin binääriset vastakohtaparit ovat tutkimuksen kannalta relevantteja käsitteitä. Claude Lévi-Strauss painotti kielen paradigmaattista ulottuvuutta, kieltä luokittelujärjestelmänä (Fiske 1992, 152). Lévi-Straussin mielestä käsitteellisten luokittelujärjestelmien luominen on ratkaisevaa saatettaessa maailmaa ymmärrettäväksi. Tämän prosessin ytimen muodostaa rakenne, jota hän kutsuu binääriseksi vastakohtapariksi. Kyse on kahden toisiinsa suhteessa olevan luokan järjestelmästä, joka puhtaimmassa muodossaan sisältää maailmankaikkeuden. Ymmärrämme maailmaa tällaisten kehikkojen kautta. Niinpä luokka A ei ole olemassa itsestään, vaan sen olemassaolo edellyttää rakenteellista suhdetta luokkaan B. A voidaan ymmärtää vain siksi, ettei se ole B. Luokan B olemassaolo piirtää luokalle A rajan, jota ilman sitä ei luokkana olisi (Fiske 1992, 152). Mies ja nainen voivat esimerkiksi edustaa näitä luokkia A ja B.

Ranskalaiset filosofit Hélène Cixous ja Catherine Clément (1993) esittävät, että länsimainen kulttuuri, joka sisältää muun muassa käsitykset perheestä, kielestä, uskonnosta, taiteesta, kirjallisuudesta ja filosofiasta nojautuu binääriseen ajattelutapaan, vastakohtaisiin, hierarkiseen järjestelmään. Ajattelutavassa keskeistä ovat sen vastakohtaparit, joista keskeisimmän parisuhteen muodostaa vastakohtapari mies/nainen. Hierarkiassa nainen on passiivinen puolisko ja mies aktiivinen. Tässä ajattelussa mies on normi ja nainen siitä poikkeama. Cixous ja Clément argumentoivat myös, että joko nainen on passiivinen, tai hän ei ole ollenkaan olemassa (Cixous ja Clément 1993, 64).

Binääristen vastakohtaparien avulla saadaan esimerkiksi seuraavanlaisia vastakohtapariasetelmiä:

nainen-mies

lihava-laiha

ruma-kaunis

muut-me

ulkomaalainen-suomalainen

heikko-vahva

koti-kaupunki

objekti-subjekti

### 2.3 Representaatiot

Representaatioilla tarkoitetaan jonkin ryhmän tai asian esittämistä ja edustamista kuvassa tai tekstissä. Representaatiot eivät kuitenkaan esitä ja heijasta todellisuutta, vaan myös omalta osaltaan tuottavat todellisuutta (Laiho & Ruoho toim. 2005, 8-9). Naistenlehtien naismallit siis edustetaan aina tiettyjen representaatioiden mukaan. Jos naisia on naistenlehdissä, heidät representoidaan usein tietyn kaavan mukaan. He ovat usein keskimääräistä paremman näköisiä, keskimääräistä hoikempia ja keskimääräistä nuorempia. Naiset muodostavat joukkion ”me”, jotka edustavat naistenlehtien lukijoita (hyviä) vastaan ”he”, jotka ovat muita (huonoja). Naistenlehtien naiset eivät ole miehiä, he eivät ole vanhoja, he eivät ole ”luusereita” vaan he ovat elämässä menestyneitä. Naistenlehtien edustamat naiset näytetään haluttavina ja heidän olemuksensa esitellään niin, että se näyttää tavoiteltavalta.

Päivi Punkka (2004) on tutkinut pro gradu -työssään maskuliinisuuden representaatioita *Cosmopolitan*-lehdessä ja keskittyi miehen representaatioiden analyysiin. Punkkan mukaan ennen 1980-lukua populaarikulttuurissa on harvoin näkynyt puolialastonta valkoista miestä mutta nykyään myös miehet ovat katseen kohteina mediassa. Tämä muuttanee miehen roolia mediassa. *Cosmopolitan* on nuorille naisille suunnattu lehti, ja siinä miehet ovat katseen kohteita. Eri asia tietenkin on, katsovatko kuvien miehet yleisöään, heitä ihailevia lukijoita kohti (Punkka 2004, 28).

Richard Dyer on kirjassaan *Älä katso! Seksuaalisuus ja rotu viihteen kuvastossa* (2002) pohtinut lukijan ja kuvatun suhdetta seuraavasti:



”Mutta jopa hyvätapaisinkin miesmalli tuijottaa yhä yleisöään. Jopa Paul Newmanin suorasukainen kasvoista-kasvoihin poseeraus tai Oh Boy! kansikuvapojan kaipaava katse tuntuvat yhä tavoittelevan jotain kuvarajauksen tuolta puolen, kuvaushetkestä, aivan kuin hän haluaisi ulottaa ja tunkeutua toiselle puolelle ja määrittää itsensä. Naismallin katse pysähtyy rajalle, miehen katse tunkeutuu suoraan sen läpi.” (Dyer 2002, 105)

Kyse ei ole siitä, katsooko myös malli katsojaansa vaan miten hän sen tekee. Niissä tapauksissa, joissa malli ei katso, naismalli tyypillisesti kääntää katseensa ilmaisten siveyttä, kärsivällisyyttä ja kiinnostuksen puutetta kaikkeen ulkopuoliseen, mutta miesmalli katsoo sivulle tai ylös (Dyer 2002, 104). Dyer kirjoittaa myös, että miesmallitkin kun saattavat katsoa yleisöään ikään kuin kameran linssin läpi.

Punkka arveli, että mediamaailman maskuliinisuuden representaatiot saattaisivat olla yritys säilyttää rippeet aikaisemmin itsestään selvänä pidetystä patriarkaatin vallasta ja ylemmydestä. ”Vaikka todellisen maailman miehet muuttuvat, mediamaailman supermiehet näyttävät loppujen lopuksi pysyvän sankarimaisina, heteroseksuaaleina ja voimakkaina.” (Punkka 2004, 128)

Punkan mielestä Cosmopolitan edustaa naisellista maailmaa. Naiset ovat mieskeskeisen maailman toisia, mutta naisellisen maailman Cosmopolitanissa asiat taitavat olla toisin.

Punkka huomasi nimittäin, että Cosmopolitanissa taas maskuliiniset piirteet esitetään negaatioina tai vastakohtina feminiinisille piirteille. Valta lehdessä oli kuitenkin naisilla, vain lehdessä, ei muualla. Median yksipuolisen maailmankuvan ongelmat ovat paljon syvemmällä kuin jonkun epäterveellisen alipainoisen mallin muille naisille mahdollisesti aiheuttamissa ulkonäköpaineissa. Punkka ehdottaa, että metroseksuaalit kuten David Beckham saattaisivat osaltaan myös olla murtamassa nykyisen hegemonisen maskuliinisuusmallin mukaista miesihannetta ja perinteistä jakoa maskulisuusuteen ja femininisyyteen. Joidenkin määrittelyjen mukaan metroseksuaali on ulkonäöstään paljon kiinnostunut mies, joka ei välttämättä ole homoseksuaali (Punkka 2004, 125-129).

## 2.4 Hegemonia

Antonio Gramscin hegemonia-käsitteellä viitataan poliittiseen, sosiaaliseen ja kulttuuriseen ylivaltaan. Feministisessä ajattelussa hegemonian käsitteellä kuvataan yhteiskunnallista tilaa, jossa vallitseva sukupuoli-ideologia hyväksytään yleisesti. Esimerkiksi naistenlehtien voidaan ajatella pitävän yllä hegemonista käsitystä sukupuolista. Eli sitä, että miehillä on yliote.

Gramscin mukaan hegemonia toteutuu nimenomaan alistettujen myötävaikutuksella. Hegemonia on prosessi, jossa alistetut myöntävät ja kannattavat heitä alistavaa järjestelmää. He pitävät tilannetta luonnollisena ja näkevät, että systeemin tukeminen on heidän kannaltaan hyödyllisempää kuin sen vastustaminen (mm. Gramsci 1992, 155-156; Nikunen 1996, 14). Gramscin hegemonia-käsite merkitsee myös mahdollisuutta vastarintaan ja muutokseen. Vaikka hegemonia pyrkii aina luomaan yhtenäisyyttä ja eheyttä, se epäonnistuu väistämättä tässä yrityksessään (emt.). Käsite hegemoniasta liittyy ideologian käsitteeseen, eli hegemonian voidaan ajatella olevan ideologian kamppailua. Hegemonia pysyy yllä vain, jos järjestelmän alistama enemmistö saadaan jatkuvasti suostumaan siihen (Fiske 1992, 230).

Fiske huomauttaa, että hegemonian on paiskittava lujasti töitä, koska alistettujen ryhmien – olipa kyse luokka-, sukupuoli-, rotu- tai ikäryhmästä tai vastaavasta – yhteiskunnallinen kokemus sotii jatkuvasti sitä kuvaa vastaan, jonka hallitseva ideologia piirtää heistä ja heidän yhteiskunnallisista suhteistaan. Eli toisin sanoen, vaikka naiset eivät koe olevansa heikkoja sukupuoleltaan, niin esimerkiksi median naiskuva, blondivitsit, seikkailuelokuvien pelastettavat sankarittaret ja naisten ulkonäön erityiskorostus maalaa naisista kuvaa heikompana ja turhamaisena sukupuolena. Naisten alistaminen ”arkijärjessä” näkyy sillä tavoin, että naisia esimerkiksi pidetään turhamaisina, kun he meikkaavat ja pukeutuvat esimerkiksi paljastavasti. Tällainen arkijärjellä ajattelu juontuu siitä ideologiasta, että naiset ovat ”luonnostaan tällaisia – kauneutta tavoittelevia, hieman erikoisia luontokappaleita”. Mutta kuitenkin pukeutuminen ja meikkaaminen kannattaa feministiteoreetikoiden mukaan järjestelmää, joka ei vastaa naisten etua, vaan keskiluokkaisten miesten. Kuitenkin meikkaava ja ulkomuodostaan huolehtiva nainen saattaa saada etuja, joita meikkaamaton ja

huolimattomasti pukeutuva ei saisi.

”Hegemonia ei kuitenkaan ole aina taattu. Arkielämän ristiriitojen vuoksi taistelu käy ratkaisemattomaksi. Ideologia toimii myyttien kautta. Myyttien mukaan naiset ovat esimerkiksi luonnostaan hoivaavia, kauneudentavoittelijoita. Mutta viime kädessä myytit palvelevat patriarkaalista kapitalistista järjestelmää. Myytit tekevät historiasta ja yhteiskunnasta luontoa.” (Fiske 1992, 240-241)

Naiseuden kauneudesta tulee helposti ”arkijärkeä”. Kauneutta tavoittelematonta naista pidetään epäluonnollisena. Naisen tulee tavoitella kauneutta, kaikessa mitä tekeekin. Esimerkiksi on myös luonnollista, että naisen koti on siisti. Miehen koti sitä vastoin saa perinteisen ajattelutavan mukaan olla sotkuinen. Saatetaan ajatella, että jos nainen on kaunis, kaikki häneen liittyvä on kaunista, ja yksi hänen töistään, kodin kauniina pito, sujuu luonnostaan. Tavallaan tällaista ajattelua, että nainen ”luonnostaan” pitää kodin kauniina voi pitää Marxin mukaan vääränä tietoisuutena (Fiske 1992, 226).

Feministisessä keskustelussa on kritisoitu naisellisten piirteiden esittämistä luonnollisena. Esimerkiksi kauneudenhoitoa on pidetty naisille luonteenomaisena feminiinisenä piirteenä, vaikka se on aina rajoittanut naisia sekä fyysisesti (jalkojen kasvun työstäminen, kureliivit, ihmedieetit) että henkisesti (ulkoisen kauneuden on ajateltu korvaavan heikkoa ajattelukykyä, esimerkiksi juuri tyhmät blondit) (Nikunen 1996, 13).

Tiedotusvälineiden naiskuva on ollut feministien huomion kohteena kolmisenkymmentä vuotta. Mediassa ja mainonnassa nainen on usein kärjistetyn perinteisessä tai seksuaalisessa roolissa. Uutiskuvissa nainen on tyypillisesti ollut äiti tai onnettomuuden uhri siinä missä mies on aktiivinen toimija. 1980-luvulta lähtien naiset ovat päässeet perinteisten roolien lisäksi esille useammin muun muassa johtajina ja asiantuntijoina (Viinikka 2003, 196).

David Morley on tutkinut televisio-ohjelmien käyttöä perheissä ja pannut merkille, että perheen isä oli se henkilö, joka useimmiten teki päätöksen mitä katsotaan, tai mitkä ohjelmat olivat arvostettavia (Morley 1986). Usein naiset katsoivat itselleen mieluisia saippuasarjoja

silloin, kun miehet eivät olleet kotona, tai naisystäviensä kanssa. Miehet sitä vastoin katsoivat suosimiaan asiaohjelmia heidän kumppaniensakin ollessa kotona.

Huomattavaa oli se syyllisyys, jota naiset tunsivat katsomistaan ohjelmista. Naistenkin mielestä heidän katsomansa saippuasarjat olivat ”roskaa” tai ”jonninjoutavaa”. Tällainen ajattelutapa osoittaa, että naiset ovat omaksuneet heitä alistavan maskuliinisen hegemonian, joka määrittelee heidän pitämänsä ohjelmat alhaisiksi statukseltaan. Koska naiset ovat sisäistäneet tällaisen ajattelun, he eivät osaa enää pitää puoliaan television katsomisessa konfliktitilanteissa, sillä he ajattelevat miesten katsomien ohjelmien olevan parempia. Naisten mieltymysten vähättely on yksi tapa alistaa naisia sosiaalisesti – naiset sisäistävät miehiset arvot ja osallistuvat heitä itseä alistavaan ideologiaan omaksumalla heitä alistavan maskuliinisen hegemonian (Morley 1986, 161).

## 2.5 Lääkeruisku- ja kultivaatioteoria

Ajatus viestinnästä sanomien siirtona nousi esiin 1800-1900 -luvun vaihteessa. 1930-luvulla syntyi Mass Communication Research -suuntaus (MCR), jolle antoi potkua sidon viestintäteollisuuden ja kaupalliseen tutkimukseen. Koulukunta määrittelee viestinnän prosessiksi, jossa siirretään sanomia lähettäjältä vastaanottajalle (Shannon & Weaver 1947) ja (Shannon ja Weaver 1947; Puustisen, Mäkelän ja Ruohon mukaan, 2006, 23). Useat feministiset järjestöt ovat kritisoineet mediaa lääkeruiskumallin mukaisesti. Yksinkertaistaen: oletetaan, että mainoskuvat laihoista malleista tekevät tytöistä anorektikkoja, että iltapäivälehtien kansien povekkaat mallit saavat tavalliset naiset häpeämään rintojaan ja että kaapelikanavilta pornoa katselevat nuoret pojat pakottavat tyttöystävänsä seksiin. Edellä kuvattua näkemystä on kritisoitu nimittämällä sitä muun muassa lääkeruiskumalliksi, koska siinä viestin oletetaan siirtyvän lähettäjältä passiiviselle vastaanottajalle niin kuin lääke siirtyy neulasta potilaan suoneen. Vaikka tutkimus ei sellaisenaan tue näitä oletuksia, niiden avulla voi nostaa tärkeitä aiheita yhteiskunnalliseen keskusteluun (Mäkelä, Puustinen, Ruoho, 2006, 24-26).

Media vaikuttaa nuorten arkeen ja asenteisiin, nykyään lapset ja nuoret käyttävät paljon aikaa eri joukkoviestinten parissa. Television katsominen on huolestuttanut vanhempia ja kasvattajia Suomessakin aina 60-luvulta lähtien (Hietala 2002, 83). Mediakasvatuksen historiaa on myös leimannut näkemys, jonka mukaan lapsia ja nuoria on suojeltava median vaaroilta ja vaikutuksilta (Masterman 1989).

Ajatusta siitä, että naistenlehtien kauneuskäsitykset siirtyvät teineihin suoraan lääkeruiskun tavoin voi siis kritisoida ajatellen, että se on lukijoiden aliarvioimista. Vaikka uskon osittain siihen, että ”lääkeruiskuteoria” ei ole täysin tuulesta temmattu, asetelma on monimutkaisempi. Ihmisten mieliin vaikuttavat muutkin asiat.

Kiinnostavampi tapa tulkita median vaikutuksia nuoriin on kultivaatioteoria (Gerbner 1992). Kultivaatioteoria syntyi 1970-luvulla ja se painottaa esimerkiksi mediaväkivallan aggressiovaikutusten sijaan pelko- ja ahdistusvaikutuksia. Media luo esimerkiksi kuvan nuorisosta väkivaltaisena, jolloin epäluottamus nuorisoa kohtaan lisääntyy. Media myös luo sosiaalisia pelkoja, kuten elokuvissa ja sarjoissa esitetty väkivalta luo pimeässä yksin kävelemisen pelkoja. Täten kauniiden naisten kuvat lehdissä saattavat aiheuttaa ahdistusta ihmisissä ja aiheuttaa myös normaalielämässä ihmisillä paineita ulkoisesta olemuksesta. Arkielämäelämä kopioi mediaa ja toisin päin. Kultivaatioteoria on yksi pisimpään jatkuneista joukkoviestinnän vaikutuksia selvitelleistä suuntauksista. Kultivaatioteorian mukaan joukkoviestinnän vaikutukset ovat pitkäaikaisia, kasautuvia, kiistämättömiä ja yhteiskunnallisesti merkittäviä. Teorian mukaan television aikakaudella ei voida enää puhua viestien valikoimisesta: ihmiset kasvavat ja elävät television kanssa, televisiota katsotaan tiettyyn aikaan. Näin kaikki ihmiset altistuvat yhä enemmän samanlaiselle ohjelmistolle (Kunelius, 2003, 145).

Eli vapaasti mukaillen: kultivaatioteorian mukaan siis naistenlehtien kuvat vaikuttavat yleisesti ihmisten altistumiseen samanlaiselle kuvien tulvalle. Tätä teoriaa tukee se havainto, että riippumatta siitä, ilmoittivatko nuoret tutkimuksessani lukevansa naistenlehtiä tai eivät – kokivat he silti saavansa paineita naistenlehtien kuva-aineistosta.

Kultivaatioteorian avulla on tutkittu muun muassa etenkin television väkivaltaohjelmistoa,

mutta olen soveltanut sitä nyt tässä omassa tutkimuksessani naistenlehtikuviin. Eli kun naistenlehtien kuvia, joissa on kauniita naisia on joka puolella, merkitsee se elämistä ”kauniiden naisten symboliympäristössä”.

Kultivaatioteorian mukaan kysymyksessä ei ole vain median vaikutus ihmisten joihinkin asenteisiin, vaan heidän koko maailmankuvaansa. Media vahvistaa valtavirran lailla ajattelevien maailmankuvaa ja vaivihkaa manipuloi vastaan pullikoitsijoita (Kunelius 2003, 146). Vaikuttamalla ihmisten käsitykseen yhteisestä todellisuudesta televisio vaikuttaa koko yhteiskuntaan. Kultivaatioteoria pyrkii muuttamaan todellisuutta, ei vain havainnoimaan ja kuvaamaan sitä. Teoria pyrkiikin avoimesti vaikuttamaan viestintäpolitiikkaan, jotta esimerkiksi ohjelmien väkivaltaisuutta voitaisiin esimerkiksi lainsäädännöllä rajoittaa (Kunelius 2003, 147). Ihmiset eivät elä ”tynnyrissä”, vaan kulttuurisessa ympäristössä, jossa kaikki vaikuttaa kaikkeen.

### **3. Naistenlehdet ja feministinen mediatutkimus**

Tutkimuksen tarkoitus oli tutkia naistenlehtien vaikutusta nuoriin, joten kyseisten lehtien esittely on tarpeen. Samoin lehtien antamiin roolimalleihin kriittisesti suhtautuva feministinen mediatutkimus on myös relevantti tässä yhteydessä. Feministiteoreetikot kritisoivat mediassa esitettyjä roolimalleja. Mediassa esitettyjen roolimallien kritisointi näkyy esimerkiksi huolena siitä, että nuoret tytöt sisäistävät vääristyneen kuvan, sosiaalistuvat siihen ja alkavat käyttäytyä mallien mukaisesti.

Wikipedian mukaan naistenlehti on ”naisten asioita käsittelevä aikakauslehti”.

Naistenlehdistä voi puhua yhtenä lajityyppinä, genrenä, jota voi eritellä alalajeihin. Naistenlehdet ovat lajityyppi, jonka tutkimista ei ole arvostettu viestinnän saralla. Esimerkiksi ensimmäinen naistenlehdistä tehty väitöskirja, Maija Töyryn *Varhaiset naistenlehdet ja naisten elämän ristiriidat. Neuvotteluja lukijasopimuksesta* ilmestyi vasta vuonna 2005.

Töyryn mukaan naistenlehtitutkimuksessa on pitkään pohdittu lehtien ideologista tapaa puhutella lukijaansa, minkä vuoksi koko lajityyppiä on kritisoitu: sen on katsottu yksipuolisesti vain alentavan naisia. Vähä vähältä 1960-luvulta periytyneestä torjuntavaiheesta on siirrytty tutkimaan lehtien ja lukijoiden suhdetta ja ennen kaikkea naisten erilaisia tapoja kuluttaa lehtiä ja käyttää niitä jokapäiväisistä asioista selviytymiseen, nautintoon ja jopa tiedon hakuun. Painotuseroista huolimatta useimmat tutkijat ovat ajatelleet, että naistenlehdet sisältävät yleensä neuvottelua naiseudesta ja että niiden sisältö on ristiriitainen. Samassa numerossa voidaan ohjata lukijaa uhrautumaan ja hillitsemään nautintoja sekä kehottaa häntä nautiskelemaan vaikkapa ostoksista tai ruoasta. Töyryn mukaan naistenlehtien toimituspolitiikalle on ominaista, että sekä yksittäinen lehti että koko lajityyppi reagoi yleisön mielipiteiden ja erityisesti sukupuolijärjestelmän muutoksiin. Naistenlehtien konseptit ovat olleet enemmän tai vähemmän herkkiä sukupuolijärjestelmän muutoksille. Lukijasuhteen syntymisen edistämiseksi naistenlehdet pyrkivät luomaan yhteisön, jossa lehden tekijät pitävät lukijoidensa puolta. Keinona on esimerkiksi lukijaa puhutteleva teksti: lehti puhuttelee häntä ajassa ja paikassa vaihtelevasti naisena, siveellisenä neitona, äitinä, kodin hengettärenä, puolisona, kosmetiikan ja muodin kuluttajana, sisustajana tai seksuaalisena olentona (Töyry 2006, 223-224).

Kirjassa *Sukupuolishow – johdatus feministiseen mediatutkimukseen* (2006) Anna Mäkelä, Liina Puustinen ja Iris Ruoho määrittelevät median roolin seuraavasti: Media on keskeinen kulttuurin alue, jolla rakennetaan käsitystä sukupuolesta. Media on kuin suuri ”sukupuolishow”, kuvien ja esitysten kavalkadi, joka jatkuu ja jatkuu (7).

Naiseutta luodaan naistenlehdissä jatkuvasti. Naiseus näyttää mielestäni naistenlehtien mukaan epästabiililta olotilalta, jota muka tarvitsee parannella. Sitä vastoin lehdet antavat ymmärtää, että miehisyys on sen sijaan pysyvä ja kelpo ominaisuus, jota ei tarvitse parannella.

Mäkelä, Puustinen ja Ruoho toteavat myös, että jos uutiset ovat olleet miesten torni, naistenlehdet ovat olleet naisten oma huone – ja feministisen mediatutkimuksen lempilajityyppi. Heidän mukaansa tutkijat ovat kuitenkin suhtautuneet niihin, niiden

vaikutuksiin ja niiden kuluttajiin ristiriitaisesti ja jopa vähätellen. Lukijoita aliarvostava kysymys ”mitä naistenlehdet tekevät naisille” on kuitenkin muuttunut aikaa myöten muotoon ”mitä naiset tekevät naistenlehdille” (12).

Omassa tutkimuksessani eräs 17-vuotias tyttö kirjoitti kuvamanipulaatiosta, naistenlehdistä ja niiden kuvista:

”Vaikka suurin osa ihmisistä tietääkin, että kuvat on muokattu, niiden jatkuva katselu mainoksissa ympäri kaupunkia, lehtiä yms. johtaa siihen, että ajattelee helposti, että tuolta naisen pitäisikin näyttää, kuviin ikään kuin turtuu ja niistä tulee osa todellista elämää ja todellista naiskuvaa. Siksi onkin mielestäni outoa, että näitä kuvia oikein kylvetään naistenlehdet täyteen, vaikka luulisi niiden haluavan ajaa naisten etuja.”

(Tyttö, 17 vuotta)

Vastaaja oli siis myös samaa mieltä siitä, että naistenlehdet luovat naiseutta – kuinka kukaan voisikaan olla immuuni ympäristöllemme. Vastaaja myös ihmetteli, kenen etuja naistenlehdet oikein ajavat. Feministiteoreetikkojen mukaan ne ajavat etupäässä valtaapitävien keskiluokkaisten miesten etuja, sillä kulttuuri toimii mediassa ja ylläpitää vallitsevaa käsitystä miehuudesta ja naiseudesta. Vaikka voisi ajatella, että naistenlehdet palvelisivat naisten etua, niiden syvin olemus kuitenkin näyttää palvelevan miesten etuja, koska kulttuuri ja yhteiskunta on rakennettu pitkälti miesten ehdoilla.

Feministisen mediatutkimuksen oppihistoria ulottuu noin 30-40 vuoden päähän (Liljeström 1996, 111). Feministinen mediatutkimus ei ole yhtenäinen tieteenhaara tai suuntaus vaan pikemminkin näkökulma. Muun naistutkimuksen tavoin se pyrkii tekemään sukupuolen näkyväksi ja tarkastelemaan jatkuvasti muuttuvia valtasuhteita (Koivunen & Liljeström 1996, 25 ; Mäkelän, Puustisen ja Ruohon mukaan , 2006, 7). Feministisessä mediatutkimuksessa pohditaan, miten maailma sukupuolittuu niin median tuotannossa, esityksissä kuin vastaanotossakin.



”Mainontaa voikin pitää ”sukupuolitehtaana”, jossa mainoskuvien ja mainostekstien tuottajien lisäksi myös katsoja uurastaa työläisenä.” (Rossi 2006, 63). Eräs tapa hahmottaa feminististä mediatutkimusta on kiinnittää se yleisen viestinnän tutkimuksen suuntauksiin ja vaiheisiin. Kolme eri koulukuntaa näkevät viestinnän joko sanomien siirtona, merkityksellistämisenä tai yhteisyytenä (Puustinen, Mäkelä ja Ruoho, 2006, 23).

Kommunikaatio voidaan määritellä synteettisesti niin, että viestintä on sekä ”näkyvää” tapahtumista (siirtoa, vaihtoa), merkityksenantoa (koodausta, dekadausta) että tietynlaista sosiaalista organisoitumista. Näin viestinnän käsitteessä on analyttisesti erotettavissa kolme puolta, koulukuntaa, jotka reaalisessa viestintätapahtumassa ovat samanaikaisesti läsnä (Ridell 1994, 49).

Feministisen viestinnän tutkimuksen määrällinen perinne on vahvimmillaan mediarepresentaatioiden ja median ihmiskuvan tarkastelussa. Myöhempi kulttuuritutkimus ja sen korostama populaarikulttuuri on useasti kumonnut 1960- ja 1970-lukujen siirtomallin eli näkemyksen mediasisältöjen arvomaailman siirtymisestä suoraan elävään elämään. Silti naisten esittämistä ja stereotyyppejä käsittelevä, usein määrällinen tutkimus on luonut perustan hienosyiselle ymmärrykselle sukupuolen rakentumisesta ja rakentamisesta. Jo 1970-luvulla esimerkiksi Gaye Tuchmanin (1978) naiskuvatutkimus todisti, että naiset ovat mediassa aliedustettuina. Naiset esitetään usein stereotyyppisesti passiivisissa rooleissa, ja siten he ovat harvemmin auktoriteetteja.

Usein naiset pääsevätkin mediajulkisuuteen ulkonäkönsä ansiosta (Puustinen, Mäkelä ja Ruoho, 2006, 50).

Viestinnän ja mediatutkimuksen kirjallisuutta lukiessa törmää nykyään toistuvasti sellaisiin käsitteisiin kuin merkitys, representaatio, diskurssi, intertekstuaalisuus tai genre. Ne kertovat siitä, miten kielen ja tekstien tutkimisesta on tullut tärkeä media-analyysin kohde (Väliverronen 1998, 14). Viestinnän tutkimuksen historiassa tekstien tutkiminen ei ole toki millään tapaa uutta. Sitä on harrastettu myös sisällön erittelyn tai sisällönanalyysin nimellä (emt, 15). Laajimmillaan diskurssin käsitteellä tarkoitetaan kaikkea puhuttua ja kirjoitettua kieltä sekä usein myös visuaalisia ja audiovisuaalisia merkitysten tuottamisen muotoja. Kielitieteestä peräisin olevan määritelmän mukaan diskurssi tarkoittaa lausetta suurempia

tekstikokonaisuuksia (Väliverronen 1998, 21). Niinpä myös visuaalinen kulttuuri on muuttunut mediatutkijoiden tutkimuksissa ”teksteiksi”.

Yksi näkökulma kuvien tulkintaan on brittiläisen nykykulttuurin tutkimusyksikön mediaryhmään kuuluneen Stuart Hallin (1992) viestintämalli. Hallin mallin mukaan sekä viestien koodaaminen sisään (lähettäminen) että ulos (vastaanottaminen) ovat aktiivista tekemistä. Ne ovat merkityksiä luovaa toimintaa ja merkitysten kierrättämistä tai jakamista. Hallin eri luentatapojen mukaan valokuvia tai sanomia voi esimerkiksi koodata hallitsevan järjestelmän mukaisesti, hallitsevaa järjestelmää neuvotellen tai hallitsevaa järjestelmää vastustavasti (Hall, 1992, 145-148). Koodeja voi kutsua myös nimillä hallitseva koodi, neuvoteltu koodi ja vastustava koodi (Fiske 1992, 147-148).

Hallitsevan järjestelmän mukainen luentatapa olisi sellainen, joka hyväksyisi naistenlehtien kuvamaailman sen arvoineen valittamatta. Tämä luenta päätty antamaan valokuvalla lain ja järjestyksen perinteisten arvojen piiriin sijoittuvan merkityksen, mutta se ei rohkene pohtimaan merkitystä, johon sisältyisi ajatus yhteiskunnallisen rakenteen vääryydestä ja siitä, että se olisi kumottava (Fiske 1992, 146-147). Ensimmäinen hypoteettinen asema on hallitseva eli hegemoninen asema. Kun katsoja ottaa vaikkapa tv-uutisten tai ajankohtaisohjelman konnotoiman merkityksen täydestä kuin väärän rahan ja koodaa sanoman ulos sitä viitekoodia käyttäen, jonka avulla se on sisäänkoodattu, hänen voidaan sanoa toimivan hallitsevan koodin sisällä. Ammatillinen koodi toimii hallitsevan koodin hegemonian rajoissa (Hall 1992, 145).

Neuvotteleva luentatapa taas olisi sellainen, jossa lukija ei täysin hyväksyisi naistenlehtien maailmaa, mutta esimerkiksi ajattelisi, että kuvia ja juttuja voi käyttää muun muassa rentoutumiseen ja hyvänä viihteenä. Neuvotteleva uloskoodaus on sekoitus sopeutuvista ja vastustavista aineksista: Siinä hegemoniset määrittelyt saavat oikeuden vastata laajoista merkityksenannoista (abstraktisti) kun taas rajoitetummalla, paikallisemmalla tasolla neuvotteleva koodi laatii itse omat perussääntönsä – sen toiminta perustuu poikkeuksiin säännöstä (Hall 1992, 146-147).

On myös mahdollista, että katsoja tunnistaa niin diskurssin kirjaimellisen kuin sen

konnotatiivisenkin jäsennyksen, mutta koodaa sanoman ulos silti kokonaan vastakkaisella tavalla, eli hän hajottaa sanoman etusijalle asettuvan koodin mukaisena kokonaisuutena ja rakentaa sen uudeksi kokonaisuudeksi jonkin vaihtoehdoisen viitekehyksen pohjalta (Hall 1992, 147). Tällainen, hallitsevan järjestelmän vastustava luentatapa on sellainen, jossa lukija tuomitsisi naistenlehtikuvat täytenä roskana ja naisia alistavina lehtinä.

Teinit ja ihmiset ylipäättään voivat antaa varsin erilaisia merkityksiä kauneuskuville. Kuvien tulkitseminen on aktiivista puuhaa. Kukin lehden lukija tuo lukemiseen oman persoonansa. On perusteltua tutkia valokuvien vastaanottoa vastaanottajan näkökulmasta, koska sitä ei ole tutkittu yhtä paljon kuin tutkijan näkökulmaa. Kuvien ”vastaanottaminen” ei ole passiivista vaan hyvin aktiivista toimintaa.

Semiotiikka on merkityksen muodostumista ja merkkijärjestelmiä tutkiva filosofinen tiede. John Fiske pohtii kirjassaan *Merkkien kieli* kuvien ”lukemista”: Semiotiikassa vastaanottajan tai lukijan rooli ymmärretään aktiivisemmaksi kuin useimmissa prosessimalleissa. Semiotiikka käyttää mieluummin termiä ”lukija” kuin ”vastaanottaja” (jopa kun kyseessä on valokuva tai maalaus), koska se viittaa suurempaan aktiivisuuteen. Sitä paitsi lukemaan opitaan. Siten sitä määrää lukijan kulttuurinen kokemus. Lukija auttaa luomaan tekstille merkitystä tuomalla tapahtumaan mukaan omat kokemuksensa, asenteensa ja tuntemuksensa (Fiske, 1992, 62).

#### **4. Oma tutkimus**

Koska erityisesti nuoret ovat erityisen alttiita median vaikutuksille ja ulkonäköpaineille minua kiinnosti tutkimuksen teon alussa tietää, mikä vaikutus muotikuvilla on nuoriin tyttöihin. Tutkimuksen edetessä otin mukaan myös pojat, sillä on tärkeitä tutkia myös heitä. Nuorten alttiutta ulkonäköpaineille on tutkittu muun muassa myös Trendi-lehden ja Suomen Mielenterveysseuran ulkonäköpaineita tutkineesta Ihan mielelön -kyselyssä. Tutkimuksessa selvisi esimerkiksi, että jopa 79 % vastaajista on sitä mieltä että, ulkonäöllä on suuri vaikutus henkiseen hyvinvointiin.(Trendi 10/2010). Tässä tutkimuksessa kävi ilmi myös, että 91 % prosenttia haluaisi muuttaa jotain puolta ulkonäössään. Nettikyselyyn vastasi yhteensä 4541 16-34 -vuotiasta naista. Melko samanlaisia tuloksia sain itsekin omassa tutkimuksessani.

Yllättävää oli minusta, kuinka kielteisesti Trendi-lehden tutkimuksessa ja omassa tutkimuksessani nuoret naiset suhtautuivat ulkomuotoonsa.

#### 4.1 Metodi

Toteutin tutkimuksen hieman samalla tapaa kuten Janne Seppänen artikkelissaan ”Nuoret, tutkijat ja Benetton: kilpatulkintoja mainoskuvasta”, joka on julkaistu *Tiedotustutkimus*-lehdessä 2/2000 (Seppänen 2000). Janne Seppänen käytti materiaalina vuoden 1997 ylioppilaskokelaiden aineita, joissa kokelaat saivat analysoida Benettonin mainoskuvia ja aineistona tässä tutkimuksessa oli 59 kappaletta 17-19 -vuotiaiden nuorten tekstejä. Tiedotustutkimus-lehden artikkelissa Seppänen pohti oikeastaan ainoastaan yhtä asiaa: mikä suhde tutkijatulkintoilla on nuorten kuvista tekemiin tulkintoihin. Janne Seppäsen sanoin kysymys on siitä, miten teoreettinen tulkinta mediatekstistä suhtautuu yleisön siitä tekemiin tulkintoihin (emt, 21).

Seppäsen mukaan yhteiskunnallisesti suuntautuneen valokuvatutkimuksen parissa ei ole tehty lainkaan kuvan vastaanottotutkimusta. Poikkeuksena Seppänen mainitsee Pauliina Aarvan väitöskirjan *Terveysvalistuksen kuvia ja mielikuvia* (1991). Laajemmasta viestinnän tutkimuksen horisontista katsottuna erilaisten mediatekstien vastaanottoa on tutkittu jo pitkään. Mutta sielläkään ei ilmeisesti ole viritetty vertailuasemaa samaa mediatekstiä koskevan tutkija- ja maallikkotulkinnan välille (emt, 21). Seppäsen tutkimus painottuu tutkijoiden ja kokelaiden tulkintaerojen pohdiskeluun. Seppänen ei käytä tutkijoiden oivalluksia selittämään vain nuorten tulkintoja, vaan myös nuorten kirjoitukset luovat tekstuaalisen kentän, jota vasten voi tarkastella tutkijoiden tulkintoja. Nuorten suhtautuminen mainontaan, sukupuoleen ja rasismiin jätetään kuitenkin huomiotta.

Omassa tutkimuksessani annoin nuorille tehtäväksi kirjoittaa aineen viidestä kauniita naisia esittävästä kuvasta. Yksi kuvista oli näkyvästi manipuloitu. Esseen sai otsikoida vapaasti. Vastaajat saivat kirjoittaa vapaasti kuvista, jotka heille annettiin, mutta he saivat myös kirjoittaa yleisesti ajatuksistaan naistenlehtien kuvia kohtaan. Mihinkään kysymykseen ei ollut pakko vastata. Otin mukaan tutkimukseeni kahden lukion oppilaita, Keravan lukion

sekä vantaalaisen Lumon lukion oppilaita. He olivat kaikki lukion ensimmäisellä tai toisella luokalla, iältään 16-19 -vuotiaita. Heistä tyttöjä oli 48 ja poikia saman verran eli sain yhteensä 96 ainekirjoitusta. Nuoret tuntuivat myös helposti erottavan, mikä oli manipuloitu kuva ja mikä ei.

Ainekirjoitusmetodi oli onnistunut ja säästi aikaa ja vaivaa, kun materiaalia ei tarvinnut litteroida, vaan kaikki materiaali oli jo valmiiksi tekstin muodossa – nuorten itse kirjoittamana. Hyvää myös oli, että vastaajat saivat vapaasti kirjoittaa ajatuksistaan, mitä heillä kuvia katsoessa heräsi. Huono puoli metodissa oli, että siinä ei voinut samalla tapaa ohjata keskustelun kulkua, kuten esimerkiksi teemahaastattelussa. Ohjasin esseiden sisältöä siten, että mietin tarkoin kysymykset, joihin halusin saada vastaukset aineiston kautta ja joita nuoret saivat käyttää tukenaan esseitä kirjoittaessaan. Toisaalta halusin, että esheet kirjoitetaan vapaasti, että mihinkään kysymykseen nuorten ei ollut pakko vastata kirjoituksissaan. Kuvia oli viisi, joista ensimmäinen oli kuvapari ja kolme muuta tyypillisiä naistenlehtien kuvia. Kuvaparista ensimmäinen kuva oli käsittelemätön kuva ja jälkimmäinen käsitelty Photoshop-ohjelmalla.

### **Tutkimukseni kysymykset ja tehtävänanto ovat liitteessä 1.**

Koska ainekirjoitustehtävä toteutettiin lukion äidinkielen tunnilla, ongelmaksi olisi voinut myös muodostua se, että tutkittavat oppilaat olisivat alkaneet kirjoittaa aineita opettajaa miellyttääkseen. Toisin sanoen pohdin sitä, kirjoittivatko nuoret miten he oikeasti ajattelevat, vai miten heidän "kuuluisi" ajatella – vaikka en uskonut että nuoret suoranaisesti valehtelisivatkaan. Mutta koska opettaja ei käyttänyt materiaalia arvostelua varten eivätkä nuoret saaneet kirjoituksista numeroa, ei liikaa miellyttämisen vaaraa ollut. Yhtäältä miellyttäminen oli hyväkin asia, ehkäpä se patisti jotkut nuoret tekemään töitä tosissaan. Toisaalta, nimettömänä ja ainekirjoitustehtävässä ihmiset saattavat avautua paremmin, koska ei tarvitse kohdata haastateltavaa silmästä silmään – voi vain uskoutua paperille. Mielestäni oppilaat kirjoittivat aineet loppujen lopuksi melko rehellisesti ja asiallisesti.

Liiallisen miellyttämisen ongelmista voi valaista Peter Dahlgrenin artikkeli *Tiedotustutkimus-*lehdessä (Dahlgren 1987). Dahlgren huomasi tehdessään vastaanoton tutkimustaan, että

ihmisillä oli taipumus puhua erityisellä tavalla tv-uutisista. Dahlgren huomasi, että ihmisten puheen muodoissa eli diskursseissa oli sellainen niitä yhtenäistävä ominaisuus, jota vastaajat pitivät tilanteessa asianmukaisena. Dahlgren huomasi myös, että haastattelun päätyttyä oli havaittavissa selvä muutos vastaajan koko esiintymisessä ja puhettavassa (Dahlgren 1987, 9).

Dahlgren luonnehtii puhetapoja termeillä virallinen ja henkilökohtainen diskurssi. Dahlgren huomasi virallista diskurssia syntyvän tilanteissa, jotka ihmiset määrittelivät tavalla tai toisella julkisiksi. Vastaajat puhuivat Dahlgrenille, ammattitutkijalle, ikään kuin olisivat tunteneet olevansa ”näyttämöllä” kansalaisen roolissaan. Toisinaan Dahlgrenin haastattelussa saattoi kuitenkin vilahtaa näkyviin henkilökohtainen diskurssi. Dahlgren huomasi, että (tv-uutisia koskevaa) virallista diskurssia saattoi ilmetä muissakin, ei-tutkimuksellisissa tilanteissa. Myös ne olivat tavallaan julkisia, ei siksi että paikalla olisi ollut muitakin ihmisiä, vaan siksi että vastaajalle asianmukainen rooli oli vakavan ja velvollisuudentuntoisen kansalaisen rooli. Dahlgren hylkäsi ajan mittaan muodollisen vastaanottotutkimuksen ja omaksui vähemmän tunkeilevia menetelmiä. Hän muun muassa alkoi tehdä pelkästään muistiinpanoja itselleen keskusteluista ja jutteluista monenlaisissa sosiaalisissa tilanteissa, kuten päivällisillä, busseissa jne. Dahlgren koetti ohjata puheen tv-uutisiin, mutta ”luonnollisesti”. Aina Dahlgren ei onnistunut, mutta sai kuitenkin tarpeeksi materiaalia tv-uutisia koskevan puheen alustavan tyypittelyn kehittämiseksi. En kuitenkaan käsittele tätä tutkimusta tässä tämän enempää.

Menetelmänä käytin laadullisen tutkimuksen työskentelytapoja, lähinnä kontekstuaalista luentaa: kiinnitin kuvien tai tekstin tulkinnassa riittävää huomiota siihen ympäristöön, jossa kuva tai teksti esiintyy. Huomattavaa on, että ympäristöstä riippuen kuvat voivat saada hyvinkin erilaisia merkityksiä. Käytin semioottisia välineitä, konnotaatiota (mielleyhtymä) ja denotaatiota (sanakirjamerkitys). Vastausten sisältöä analysoin laskemalla, erittelemällä ja yhdistelemällä. Aihe oli mielenkiintoinen ja siinä riitti tutkimussarkkaa: vaikka aihetta oli tutkittu jo jonkin verran, ei juuri tämänkaltaista tutkimusta ollut ennen tehty.

## 4.2 Materiaali

Otin tutkimustani varten viisi lukiolaisille näytettävää kuvaa internetistä. Ensimmäinen kuva (Kuva 1) oli näyttelijä Keira Knightleysta. Kuvaa ei ollut käsitelty ja kuva paljasti Knightleyn hoikan, rinnattoman olemuksen. Toinen kuva (Kuva 2) sitä vastoin oli käsitelty, ja yllättäen Knightley olikin saanut itselleen muun muassa rinnat, tuuheammat hiukset sekä kontrastia ja lämpöä kuvan sävyihin. Tämän kuvan yhteydessä kerrottiin, että kuva oli käsitelty. Muiden kuvien kohdalla tätä ei kerrottu, vaan oppilaat saivat itse päätellä, olivatko kuvat käsiteltyjä vai ei. Kolmas kuva (Kuva 3) oli näyttelijä Inara Serrasta, joka näytteli australialaisessa tv-sarjassa nimeltä Firefly. Neljäs kuva (Kuva 4) oli yhdysvaltalaisen Redbook-lehden kansikuva. Redbook on naistenlehti, jossa on muun muassa juttuja urasta, perheestä sekä kauneushoidosta. Viides kuva (Kuva 5) oli ranskalaisen taitelijan (internetissä nimimerkki AirDesign 06) käsittelemä kuva. Kuva voisi hyvin olla jostain mainoksesta.



**Kuva1. Keira Knightley  
ennen kuvankäsittelyä**



**Kuva 2. Keira Knightley  
kuvankäsittelyn jälkeen**



**Kuva 3. Inara Serra**



**Kuva 4. Redbook-lehden kansi**





**Kuva 5. AirDesign06**

Ajattelin, että ehkäpä nuoret intoutuisivat kaikissa kuvissa pohtimaan myös kuvamanipulaation merkitystä. Tehtävänannossa oli myös mukana kysymyksiä, joihin nuoret saivat vastata – vastaamisen pakkoa ei kuitenkaan ollut. Halusin, että he kirjoittaisivat vapaasti ajatuksistaan ja tunteistaan, joita kuvat herättivät. Halusin etsiä tutkimuksessani merkityksiä, joita vastaajat kuvista saavat. Olin kiinnostunut siitä, mikä osa naistenlehtien kuvilla oli ollut heidän identiteettiensä ja todellisuuden rakentamisessa. Vai olivatko he tarpeeksi "järkeviä", että eivät rakennelleet maailmojaan muotikuvien perusteella? Halusin ottaa selville vaikuttiko naistenlehtien naiskuva nuoriin.

Minua kiinnostavat nuoret naistenlehtien lukijoina, sillä oletan, että he ovat vaikutuksille vielä alttiimpia kuin vanhemmat ihmiset. Minkälaista maailmaa kuvien naiset nuorille edustavat ja pitävätkö he siitä maailmasta? Millaiseen minäkuvaan naistenlehtien kuvat tyttöjä "kasvattavat"? Torjuvatko tytöt kuvat? Neuvottelevatko he kuvista jonkin itselleen sopivan kuvien luentamallin? Vai, ovatko he jopa ihastuneita naistenlehtien kuvien maailmaan ja alkavat kopioida kuvia melkein pä kritiikittömästi? Hakevatko he roolimalleja kuvista? Hain nuorten ajatuksia ja tunteita kuvista, joita he saivat vapaasti kertoa aineissaan. Tulos on ainakin minusta mielenkiintoinen ja merkittäväkin, sillä vastaavanlaisia tutkimuksia ei yliopistomaailmassa ole paljon ennen tehty – aikaisemmin ei tietääkseni ole tutkittu millä

tavalla nimenomaan nuoret naiset lukevat kuvia: sen sijaan on lähinnä annettu sijaa tutkijan äänelle. Näissä graduissa tutkija on itse analysoinut kuvia, eikä ole kysynyt lehden lukijoilta mitään. Halusinkin gradussani tuoda julki naistenlehden lukijoiden, tässä tapauksessa nuorten, äänen. Minun piti ennalta pohtia kysymyksiä, joihin haluan saada vastauksen aineiston kautta. Tutkimuksen päämääränä oli löytää vastauksia kysymykseen, miten media vaikuttaa nuoren ihmisen itsetuntoon ja identiteettiin, vai vaikuttaako olleenkaan.

Tampereen yliopistossakin on tehty paljon graduja naistenlehtien naiskuvasta ja lukuisia kirjoja on kirjoitettu median naiskuvasta ja valokuvauksesta – mutta ymmärtääkseni nämä ovat sellaisia tuotoksia, missä tutkija analysoi itse kuvia omasta tutkijan kammiostaan. Sen sijaan vastauksia ei ole etsitty lukijoista. Yleensä tiedotusopin alaan kuuluvat pro gradu -työt keskittyvät tutkimaan pääasiassa tekstejä. Hanna Juntto on sitä vastoin tehnyt Pro Gradu -työnsä Turun yliopistolle, mediatutkimuksen laitokselle toukokuussa 2007. Hänen kiinnostuksen kohteena olivat naiskauneuden kuvat ja naisille suunnattujen lehtien visuaalinen kehitys kuvallisen aineiston osalta. Junton hypoteesina oli, että kuvat valtaavat alati tilaa naistenlehtien journalistiselta sisällöltä. Toisen hypoteesinsa mukaisesti tuotesittelymaisten juttujen määrä on kasvanut lehdissä rajusti. Junton mielestä tämä oli omiaan vahvistamaan vaikutelmaa, että naistenlehtien mukaan naiset ovat pitkälti sitä miltä he näyttävät. Junton mukaan vielä 1950-luvulla patriarkaalinen ideologia saneli tavan, jolla nainen naistenlehdissä kuvattiin, mutta nykyaikaa voi luonnehtia tavaramaailman määrittelyksi.

#### 4.3 Tutkimustuloksia

Tutkimuksestani kävi ilmi, että ainakin melkein jokaisella tytöllä ja pojalla oli mielipide asiasta. Vastaajista yhtäältä suurin osa otti tehtävän vakavasti ja kirjoitti pitkiä esseitä ja oli suureksi hyödyksi tutkimukselle – toisaalta oli myös heitä, jotka vastasivat tehtävään muutamalla virkkeellä ja joiden vastauksista ei täten ollut paljoakaan hyötyä. Tutkimuksessani vain muutama miespuolinen "tunnusti" lukevansa naistenlehtiä.

Ennalta uskoin, että vastaukset tulisivat olemaan kriittisiä eikä lehtien naiskuvaa ihailevia sekä uskoin kuvien vaikuttavan jollain tavalla nuoriin.

Suurin osa nuorista ei pitänyt naistenlehtien kuvien naiskuvasta, vaikka useimmat myönsivät myös nauttivansa kuvien katselusta: huomasin myös, että pojat nauttivat enemmän naisten kuvien katselemisesta kuin tytöt. Tässä piilikin ristiriita. Monet pojat kirjoittivat, että oli kiva katsella hyvännäköisiä naisia lehdistä, mutta kirjoittivat silti haluavansa, että omalla tyttöystävällä olisi mieluummin miellyttävä luonne kuin korea ulkonäkö.

”Kiinnitän huomiota naisten kuviin kuten kuka tahansa muu mies. On miellyttävää katsoa kaunista kuvaa, enkä kiistä nauttivani siitä. Kuitenkin tahtoisin, että oma kumppanini olisi mieluummin henkisellä tasolla miellyttävä, kuin ulkonäöllisesti. Kauniita kuvia käytetäänkin vain huomion saamiseen, ei niinkään sisällön tuottamiseen.”

(Poika, 18 vuotta, lukee Mikrobittiä)

Moni tyttö myös myönsi hyötyvänsä lehdistä ja hakevansa niistä erilaisia vinkkejä esimerkiksi meikkaamiseen. Pojista suurin osa vakuutteli, että ei ottanut paineita ulkonäöstä. Pojat eivät yleensä lukeneet naistenlehtiä, vaikka naistenlehtiä lukeviakin löytyi. Otin pojat mukaan tutkimukseen, koska on tärkeitä tietää tasa-arvon nimissä myös heidän mielipiteensä. Oikeastaan kukaan nuori ei tutkimuksessani myöntänyt pitävänsä naistenlehtien lukemisesta tai kertonut arvostavansa niitä. Tietenkin voi aina miettiä, johtuuko tämä siitä että nuoret eivät ”kehtaa” tunnustaa lukevansa naistenlehtiä, koska ne ovat maineeltaan ehkä ”alempiarvoisia” lehtiä kuin esimerkiksi kovat uutiset, joiden seuraamista ei tarvitse puolustella, selitellä eikä hävetä. Uutisia pidetäänkin miehekkäinä. Miehekkäitä asioita taas perinteisesti arvostetaan kulttuurissamme, vaikka nykyajan tunteelliset metroseksuaalimiehet alkavat jo yleistyä.

Ennen tutkimukseni tekoa minulla oli paljon ennakko-olettamuksia siitä, millaisia tuloksia kuvittelin saavani. Ne eivät sitten aina toteutuneetkaan. Ajattelin aluksi monen muun tapaan, että ”sen kyllä tietää, mitä sen ikäiset pojat kirjoittavat ja millaisia ajatuksia heillä naisista on”. Onneksi tämä luulo osoittautui vääräksi. Päinvastoin, moni poika kirjoitti tuntevansa huolta lehtien vääristyneen naiskuvan vuoksi – ja siitä, miten se vaikutti samanikäisiin

tyttöihin. Pyysin myös nuoria kirjoittamaan vastauspapereihinsa ikänsä, sukupuolensa ja sen, mitä lehtiä he lukevat. Pojilla suosituin lehti oli Aku Ankka ja tytöillä Cosmopolitan.

Ajattelin ennen tutkimuksen tekemistä, että ehkäpä naistenlehtikuvat vaikuttivat negatiivisesti niihin nuoriin, jotka lukivat naistenlehtiä eli jotka katselivat naistenlehtikuvia myös eniten. Näin ei kuitenkaan ollut – paineita kokivat yhtä lailla he, jotka lukivat naistenlehtiä ja he, jotka eivät lukeneet niitä. Aiemmin käsitelty kultivaatioteoriahan painotti, että väkivallan pelkoa kokivat myös ne ihmiset, jotka eivät katsoneet väkivaltaisista ohjelmia. Väkivaltaelokuvat ovat massakulttuuria, jotka vaikuttavat kaikkiin ihmisiin. Näin ollen kauniiden naisten kuvat lehdissä saattavat aiheuttaa ahdistusta ihmisissä ja aiheuttaa myös normaalielämässä ihmisillä paineita ulkoisesta olemuksesta. Paineita kauneudesta saattavat kokea kaikki naiset, vaikka juuri he eivät lehtiä lukisi tai kuvia katselisi.

Oletin, että nuoret olisivat ottaneet kantaa kuvamanipulaatioon enemmän ja perusteellisemmin. Näin ei kuitenkaan käynyt. Kuvamanipulaatio kuitenkin tuomittiin yleisesti vääränä, mutta ei niin paljon kuin luulin ennalta. Ehkäpä nuoret ovat sitä ”photoshop-sukupolvea”, joka osaa käsitellä kuvia itse ja siksi ei kiinnitä kuvanmuokkauksiin niin paljon huomiota. Ajattelin myös ennen tutkimuksen tekoa, että saattaisivathan tytöt kokea kaikenlaiset lehtien edustamat naismallit positiivisesti eikä negatiivisesti. Tällaista näkökulmaa ei sitten tullutkaan. Suurin osa tytöistä koki, että naistenlehtien kuvista tuli paineita – eikä lainkaan positiivisia kokemuksia. Ajattelin ennen tutkimuksen tekoa, että tytöt saattaisivat kokea erilaiset lehtien muuttumisleikit nautittavina, eikä ollenkaan orjuuttavina. Näin ei kuitenkaan ollut. Oikeastaan kukaan tyttö ei kirjoittanut, että nauttisi kuvien katselusta, vaan enemmänkin ne koettiin itsetuntoa latistavina.

Ennalta uskoin, että vastaukset tulisivat olemaan kriittisiä eikä lehtien naiskuva ihailevia sekä uskoin kuvien vaikuttavan jollain tavalla nuoriin. Teoriani oli, että naistenlehtikuvat vaikuttaisivat tyttöihin negatiivisesti. Olinkin osittain oikeassa. Pelotti hieman myös, että käytännön ongelmaksi voisi muodostua, mistä löytää tarpeeksi osallistujia. Osallistujia oli kuitenkin helppo löytää kotini läheltä sijaitsevista kahdesta lukiosta. Olin oikeassa siinä, että suurin osa vastaajista suhtautui melko kriittisesti kuviin. Olin väärässä siinä, että he olisivat

kirjoittaneet samalla tavalla kuin tutkijat. Taisin välillä unohtaa, että he todellakin olivat vasta 16-19 -vuotiaita. Oletin myös, että teinit ottavat ”väärää” roolimalleja mediasta, eikä väite aivan vääräksi osoittautunutkaan. Osa nuorista tosin kirjoitti, että heihin eivät naistenlehtien kuvien laihat naismallit vaikuttaneet negatiivisesti. Oletin, että kuvat vaikuttaisivat jollain tavalla nuoriin ja oletin nimenomaan, että naistenlehtien naiskuva vaikutti nuoriin tyttöihin negatiivisella tavalla. Huomasin vastauksia lukiessani, että olin eksynyt aika kauas totuudesta kuvitelmissani siitä, millä tavalla teini-ikäiset nuoret lukevat lehtiä. Akateemiseen diskurssiin tottunut graduvaiheessa oleva opiskelija vain olikin tirkistellyt maailmaa teorioiden norsunluutornista. Ei nuorilla ollutkaan valmiina samanlaisia yhtä hienoja teorioita, kuin itse olin kirjoista lukenut. Mutta toisaalta heillä oli paljon mielenkiintoisia ajatuksia, vieläpä tuoreita sellaisia.

”Miesten kauneuskuvilla” tarkoitin tehtävänasettelussa kuvia miehistä, joita on otettu mainostarkoituksessa, ja joissa kaupataan vaatteita, tuoksuja tms. tai kuvia, tai jotka on otettu lehteä varten kuvittamaan jotakin artikkelia ja joissa pääosassa on mieshenkilö, yleensä kyseessä on muotokuvamaisesti kuvattu sekä lavastettu otos:

”Omasta mielestäni kuvat (naistenlehtien) ovat kauniita, eivätkä onneksi alenna naista samalla tavalla kuin esimerkiksi pornolehdet. Miehisyyteeni kuvat eivät vaikuta juuri ollenkaan, mutta koska olen feministi, minulle tulee paha olo juuri kaikista niistä kuvista tai jopa teksteistä, jotka alentavat naista ja naisen asemaa.

Miesten kauneuskuviin törmää harvemmin, kuin yhteiskunnan raiskaamiin naisten kuviin. Naisista on tehty helpommin objekteja kuin miehistä, ja sitten puhutaan tasa-arvosta... hoh. Kaikilla varmaan on ulkonäköpaineita. Minulla myös. Käytännön paineet tulevat kiusaamisesta, syrjinnästä, hyväksynnästä ja muista sosiaalisista asioista.” (Poika, 18 vuotta, lukee Helsingin Sanomia ja Liberoa)

Toinen oppilas kritisoi naistenlehtikuvien pinnallista naiskuvaa ja kuvien manipulaatiota:

”Mainoskuvista huomaa selvästi, kuinka niitä on muokattu kuvanmuokkausohjelmilla. Naisten iho, rinnat, peppu, hiukset, silmät, kasvot, siis aivan kaikki näyttää kuvissa täydelliseltä. Kuva 2 (Keira Knightleyn kuva) on todella hyvä esimerkki. Kuvien muokkauksen tarkoitusperä tosin hämärtyy kun oikein ajattelee. Kuvat upeista naisista luovat lehteä lukeville naisille ulkonäköpaineita, kun taas miehille kuvat puolialastomista naisista ovat pelkkää silmänruokaa. Kun miehet katselevat kuvia kaiket päivät, tahattomastikin, sillä mainoksia on kaikkialla, ei osata enää arvosta naisten luonnollista kauneutta vaan miehistä tulee ulkonäön suhteen pinnallisia. ”Tuolla on pienet rinnat, katso kuinka lihava, hyi kun on läski, tuolla on käyrä nenä.” Ihannekuva naisesta on muuttunut. Mielestäni oma tyttöystäväni on kauneimmillaan juuri heränneenä sängystä ilman meikkiä ja tukka sekaisin, kasvoilla sellainen heräämisen jälkeinen pöllämystynyt ilme. Miesten kauneuskuvat ovat nähtävissä vain oikeastaan vain Dieselin, CK:n, Hugo Bossin ja muiden sen tasoisten vaatevalmistajien kuvissa, joissa miehillä on naurettavan sopusuhtaiset lihakset ja kuvat ovat juuri sellaisia, jotka esiintyvät naisten päiväunissa. Komeita miehiä siis.” (Poika, 17 vuotta, lukee Cosmopolitania ja Keski-Uusimaata)

Vain muutamat pojat myönsivät lukevansa naistenlehtiä mutta suurempi osa myönsi kuitenkin katselevansa kuvia:

”En itse asiassa tiedä, mitä varten naistenlehtiä on olemassa. Mielestäni ne ovat aivan täyttä roskaa, joka johtaa ihmisen huomion toisarvoisiin asioihin. Totta kai naistenlehdissä näkyvät viehättävät naisten kuvat kiinnittävät huomioni, ja silmänruokaahan ne pääasiassa ovat. Kuvat palvelevat luultavasti valtavirtoja ja rahamaailman

johtajia, jotka tekevät rahaa roskalehdillä. Kuvat edustavat kauniita, menestyviä, yläluokkalaisia naisia, jotka eivät elä reaali maailmassa, ja ei heihin varmaan siellä törmääkään.” (Poika, 17 vuotta, lukee Helsingin Sanomia)

Tutkimusmetodissani käytin semioottisia analyysimenetelmiä ja sisällönanalyysiä sekä kontekstuaalista luentaa. Laskin aineistostani, kuinka monta kertaa nuoret mainitsivat tiettyjä asioita esseissään ja miten he tiettyihin asioihin suhtautuivat. Kävi ilmi, että media oli suurin nuorten ulkonäköpaineiden aiheuttaja. Peräti 62 prosenttia tytöistä (36 vastannutta) ja 45 prosenttia pojista (17 vastannutta) oli sitä mieltä, että etupäässä media aiheuttaa heille ulkonäköpaineita. Naistenlehtien kuvien malleja kuitenkin matkitaan ja heitä ihailaan ja kadehditaan. Samalla tiedostetaan, että ei ole oikein, että yhä monelle nuorelle tytölle ”tie huipulle” alkaa missi- tai mallikilpailun kautta. Tällainen kävi ilmi monista vastauksista. Onhan huippumallin ammatti yksi niistä harvoista, missä nainen ansaitsee menestyessään enemmän kuin mies. Mieshuippumalleja on myös – mutta kuka heitä nyt muistaa nimeltä?

Toiseksi eniten ulkonäköpaineita nuorissa naisissa aiheuttivat kaverit, muut ihmiset, perhe ja koulu: tytöistä 13 vastannutta oli tätä mieltä. Pojista seitsemän oli sitä mieltä, että kaverit, muut ihmiset ja ”sosiaaliset asiat” aiheuttivat toiseksi eniten paineita. Tutkimuksessani jotkut vastanneet kirjoittivat tosin myös ylipainostaan kertoen, että heitä oli esimerkiksi kiusattu sen vuoksi.

Tytöistä 48 prosenttia (23 naista) oli sitä mieltä, että naistenlehtien kuvat vaikuttivat heihin negatiivisesti (Kuva 6). Negatiiviseksi vaikuttamiseksi laskin vastaukset, joista pystyi hyvin tulkitsemaan, että vastaajan käsitys itsestä muuttui kuvia katseltuaan kielteisempään suuntaan. Tällaisia vastauksia edustivat muun muassa seuraavanlaiset vastaukset:

”Murrosiän ollessa pahimmillaan, mietti miksei itse voisi olla yhtä laiha tai kaunis”. (Tyttö, lukee naistenlehtiä)

”Kuvien naiset edustavat hoikkaa naiskuvaa. He ovat langanlaihoja ja kauniita. Näkisin heidät arjessakin samanlaisina ”tälläytyjinä”, enkä esim. luonnonkauniina. Kuvat vaikuttavat minuun siten, että tulee sellainen tunne, että täytyisi olla yhtä laiha ja yhtä kaunis kuin kuvan naiset. Sen vuoksi kuvat myös heikentävät hieman omaa itsetuntoa.” (Tyttö, lukee naistenlehtiä, kuten Me Naisia ja Anna-lehteä)

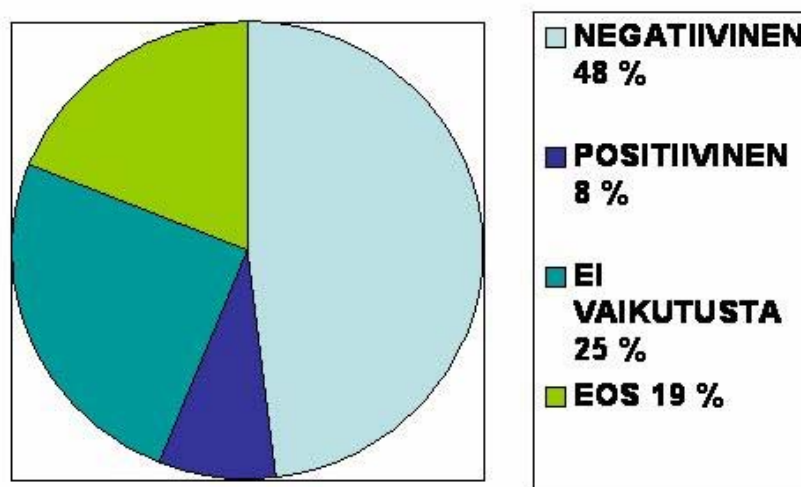
”Joskus joudun pysähtymään yhteen kuvaan ja miettimään miksi joku haluaa olla noin laiha. Tällaiset kuvat eivät mielestäni palvele ketään, tai no miehiä lukuun ottamatta. Kyllähän kuvista saa hyviä vinkkejä pukeutumiseen, mutta siihen ne hyvät asiat jäävätkin. Tällaiset kuvat mielestäni väärentävät rajusti nuorten tyttöjen kuvaa naisista ja saa ihmiset laihduttamaan itsensä hangenvaarallisen laihoiksi.” (Tyttö, 18 vuotta, lukee Vogueta, Elleä ja Cosmopolitania)

Naisista 25 prosenttia (12 naista) oli sitä mieltä, että naistenlehtien kuvat eivät vaikuttaneet heihin ollenkaan. Vain neljä naista eli kahdeksan prosenttia naisista oli sitä mieltä, että naistenlehtien kuvat vaikuttivat heihin positiivisesti. Positiivisella vaikuttamisella tarkoitan vastauksia, joissa kirjoittajat kertoivat itsetuntonsa nousseen kuvia katsottuaan. Positiiviseksi vaikuttamiseksi laskin muun muassa seuraavanlaisen kommentin:

”Kyllähän se jollain asteella nostaa itsetuntoa kun huomaa että omaa isommat tissit kuin Keira Knightley.” (Tyttö, 18 vuotta, lukee Metroa ja City-lehteä)



Seuraavassa graafissa näkyy, millä tavalla naistenlehtien kuvat vaikuttavat tyttöihin (Kuva 6).



**Kuva 6. Naistenlehtien kuvien vaikutus tyttöihin.**

Edellä kuvattujen tulosten valossa onkin hyvä pohtia, miksi (nuoret) naiset lukevat ollenkaan naistenlehtiä, jos vaikutus heihin on todetun negatiivinen? Eikö parempia ole tarjolla? Olisi myös mielenkiintoista tutkia, minkälaiset lehdet puolestaan nostaisivat tyttöjen itsetuntoa. Vai onko niitä?

”Kukaan ei varmaan myönnä sitä, mutta naistenlehtien kuvat ovat miesten silmille iloa ja naisille ulkonäköpaineita. Myös miehistä löytyy ihanteita. Hyvät lihakset, jäntevä ja komea. Joten on se miehille yhtä hankalaa”. (Tyttö, 16 vuotta, lukee JapanPop -lehteä)

Kuvat herättivät vastaajissa paljon huomiota: kaikki vastanneet tytöt kirjoittivat kiinnittävänsä huomiota naistenlehtien kuviin – 60 prosenttia kiinnitti huomiota kuviin jonkin verran ja 33 prosenttia kiinnitti paljon huomiota kuviin. Kolme tyttöä ei ottanut kantaa väitteeseen. Suurin osa tytöistä oli kiinnittänyt huomiota kuvamanipulointiin. Ainoastaan viisi vastannutta tyttöä ei ottanut kantaa kuvamanipuloinnin merkitykseen tai ei ollut kiinnittänyt siihen mitään huomiota, joten noin 90 prosenttia tytöistä oli kiinnittänyt huomiota kuvamanipulointiin. Peräti 40 prosenttia vastanneista tytöistä kirjoitti, että ei halunnut matkia naistenlehtien kuvien naiskuva, mutta kuitenkin noin 38 prosenttia tytöistä kirjoitti, että halusi matkia jonkin verran tai paljon naistenlehtien kuvien naiskuva. Loput eivät ottaneet asiaan kantaa.

”Itse ainakin kiinnitän paljon huomiota naistenlehtien kuviin, koska kuvat ovat kauniita. Niitä katsoessa tulee sellainen olo, että haluaisi itsekkin olla yhtä kaunis, kuin nainen kuvassa. Se heikentää osittain itsetuntoa ja luo kovat ulkonäköpaineet. Aina pitäisi olla hyvännäköinen ja huoliteltu. En kuitenkaan ota mallia naistenlehtien ”täydellisistä” naisista, vaan yritän vain hyväksyä itseni sellaisena kuin olen. Monet kuitenkin ottavat mallia näistä naisista ja alkavat muokkaamaan omaa kehoaan. Kaikki kun eivät näytä ymmärtävän, että kuvia on manipuloitu.” (Tyttö, 16 vuotta)

Suurin osa vastanneista tytöistä pohti myös kuvaparia näyttelijä Keira Knightleystä (kuvaparista ensimmäinen kuva oli tavallinen, käsittelemätön kuva ja toinen kuva käsitelty). Noin 51 prosenttia tytöistä vastasi, että kuvankäsittely aiheutti heissä kielteisiä tunteita ja vain noin kymmenen prosenttia eli viisi vastaajaa oli sitä mieltä, että kyseisestä manipuloidusta kuvasta tai manipuloiduista kuvista ylipäättään aiheutui myönteisiä tunteita. Loput vastanneista eivät ottaneet kantaa asiaan tai heille asia oli yhdentekevää.

”Kaikki mainoskuviissa olevat naiset ovat hiuksen laihoja, mutta hyvin kauniita. Ne luovat hyvin helposti kuvan siitä, millainen on täydellinen vartalo. Tämä on todella masentavaa. Vain pieni osa maailman naisista on tällaisia, kuin nämä mainosten naiset, niin minkä takia kuviin ei voi ottaa normaalia, sopusuhtaista naista? Juuri tämä kuvasarja, jossa toista kuvaa on manipuloitu, osoittaa tämän ”täydellinen vartalo” -mielikuvan todeksi. Alkuperäistä kuvaa on muunneltu, jotta se olisi kiinnostavampi ja miellyttävämpi katsojalle.”  
(Tyttö, 18 vuotta, lukee Cosmopolitania)

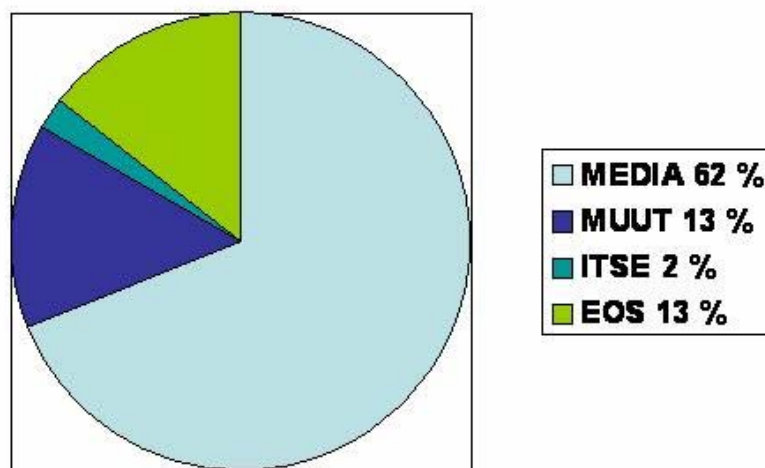
Esseissään tytöt pohtivat myös sitä, kuinka kuvat vaikuttavat heidän itsetuntoonsa. Edellä mainitsinkin, että suurin osa tytöistä ajatteli, että kuvat vaikuttivat heihin negatiivisesti eikä positiivisesti. Itsetuntokysymyksessä 42 prosenttia tytöistä oli kuitenkin sitä mieltä, että kuvat eivät vaikuttaneet heidän itsetuntoonsa ollenkaan, mutta melkein yhtä paljon eli 40 prosenttia tytöistä oli sitä mieltä, että kuvat heikensivät heidän itsetuntoaan. Eräs tyttö ajatteli kuvien erityisesti vahvistavan hänen itsetuntoansa. Loput vastanneista eivät osanneet määrittellä tunteitaan.

Noin 54 prosenttia tytöistä oli sitä mieltä, että kuvat ylipäätään saivat heissä aikaan ulkonäköpaineita. Toisaalta kuitenkin noin 33 prosenttia tytöistä vastasi, että kuvat eivät aiheuttaneet heille ollenkaan ulkonäköpaineita. Loput eivät vastanneet kysymykseen tai eivät vain osanneet nimetä, millaisia ajatuksia kuvat heissä aiheuttivat. Vastajat pohtivat yleisesti myös naisten ulkonäköpaineiden yleisyyttä ja noin 60 prosenttia vastanneista olikin sitä mieltä, että naisilla on ulkonäköpaineita. Noin 40 prosenttia vastanneista ei osannut vastata kysymykseen tai jätti vastaamatta kysymykseen. Kaikki niistä, jotka kysymystä käsitelivät, olivat siis sitä mieltä, että naisilla on ulkonäköpaineita. Suurin osa kysymykseen vastanneista tytöistä tarkoitti ulkonäköpaineilla ylipainoa, alipainoa tai yleensä muita vartalon ”ongelmia”, kuten ”vääränlaisia” muotoja (46 prosenttia). Suurin osa heistä valitti olevansa liian lihava, vain muutama uskoi olevansa liian laiha. Noin 12 prosenttia eli kymmenen vastaajaa eli noin 12 prosenttia oli tyytymätön naisellisiin muotoihinsa, kuten rintoihinsa. 11 prosenttia valitteli hiuksiaan, 20 prosenttia valitteli väärää ihon väriään tai meikkejään. Loput

valittelivat paineidensa johtuvan "kauneudesta", mitä se sitten itse kullakin tarkoittaakaan.

”Itseeni kuvat eivät juurikaan vaikuta. Tuntuu, että olen jo niin turtunut näkemään näitä kuvia, että sivuutan ne vilkaisulla ja turhia ajattelematta. Nuorempana kuvista tuli vähän sellainen olo, että riittääkö jos on vain tavallinen. Nykyään arvostan itseäni ja osaan ajatella syvällisemmin. Jos kaikki arvostaisivat itseään sellaisina kuin ovat, kuvista ei olisi kenellekään haittaa. Myös miehistä on kauneuskuvia ja uskon, että myös miehet kohtaavat ulkonäköpaineita sen takia. Useimmat ulkonäköpaineet ovat median aiheuttamia.”  
(Tyttö, 17 vuotta, lukee Demiä, Kodin Kuvalehteä, Cosmopolitania ja Me Naisia)

Seuraava graafi selventää, mitkä tahot luovat tytöille paineita (kuva 2), joista media oli suurin aiheuttaja (62 %), muut ihmiset toisena (13 %) ja kolmantena ihminen itse (2 %).



**Kuva 7. Mikä taho luo tytöille paineita. Suurin paineiden aiheuttaja on media.**

Kuten arvata saattoi, lukiolaisten mielestä suurin ulkonäköpaineiden aiheuttaja on media. Peräti 62 prosenttia vastanneista tytöistä oli sitä mieltä, että joukkoviestintävälineet olivat syyllisiä heidän ulkonäköpaineisiinsa. Kaverit aiheuttivat taas viiden kirjoittajan (9 prosenttia vastanneista) ulkonäköpaineet. Perheen ja vanhemmat aiheuttivat kahden vastaajan ulkonäköpaineet ja kaksi vastaajaa ilmoitti vain muiden ihmisten aiheuttavan paineet. ”Peili” oli syyllinen yhden vastaajan ulkonäköpaineisiin. Koulu oli taas kolmen henkilön mielestä syyllinen heidän paineisiinsa. Toistakin mieltä oltiin:

”Mielestäni naisten- ja muotilehtien hoikkien ja vähäpukeisten naisten kuvia kritisoidaan aivan liikaa. Miksei kauniita kuvia kauniista naisista saisi olla? Omakuvani ei ole koskaan kärsinyt, vaikka ymmärrän, etten ole samaa tasoa kuvien naisten kanssa.

Kiihkofeministien asenne ärsyttää, jos nainen haluaa olla vähissä vaatteissa seksikkäänä niin eikö se ole naiseuden ylistämistä parhaimmillaan.” (Tyttö, 18 vuotta, lukee British Voguea, Elleä, Trendiä, Cosmopolitania ja Me Naisia)

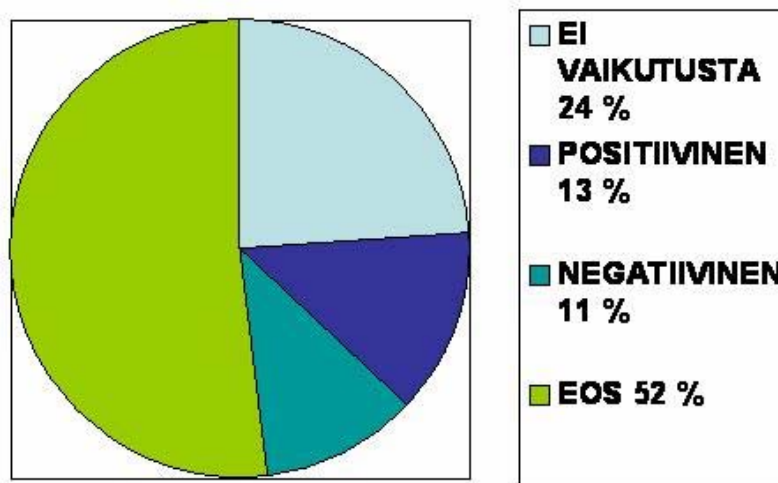
Teinipojat saivat aineissaan pohtia samoja kysymyksiä kuin teinitytöt.

Muutamassa saamissani vastauksessa myös jotkut pojat olivat huolissaan tyttöjen kauneusihanteista, ja kertoivat olevansa huolissaan siitä, että heidän tuttavansa oli sairastunut syömishäiriöön. Tutkimuksessani jotkut pojat kirjoittivat, että miesten kuvien katselu lisäsi heidän haluaan käydä punttisalilla lihaksia kehittämässä.

Pojista noin 40 prosenttia uskoi, että naistenlehtien kuvat vaikuttivat naisiin jollain tavalla, mutta negatiivisesti. Ainoastaan kolme poikaa uskoi, että kuvat vaikuttivat tyttöihin positiivisesti (seitsemän prosenttia). Loput pojista eivät ottaneet kantaa kysymykseen ollenkaan. Realistisia käsityksiäkin oli:

”Tottahan se on, että kuvissa pyritään käyttämään naiskauneutta hyväksi, mutta onhan se ihan ymmärrettävää. Kukapa nyt lehden kanteen jonkun ylipainoisen maalaismummun valitsisikaan. Valitaanhan sitä hedelmätiskillä ne kiiltävimmät omenat ja jätetään ne kolhuisimmat muille. Kuvanmuokkaukset ovat sitten asia erikseen.” (Poika, 17 vuotta, lukee Aku Ankkaa, Tieteen kuvalehteä, Digikuvaa, Ilta-Sanomia ja Iltalehteä)

Pojista myös noin 24 prosenttia uskoi, että naistenlehtien kuvat eivät vaikuttaneet heihin ollenkaan (Kuva 8). Noin 11 prosenttia pojista oli sitä mieltä, että naistenlehtien kuvat vaikuttivat heihin negatiivisesti tai he olivat kriittisiä kuvia kohtaan. Noin 13 prosenttia pojista taas oli sitä mieltä, että kuvat vaikuttivat/vaikuttavat heihin positiivisesti. Loput eivät ottaneet kantaa asiaan ollenkaan.



**Kuva 8. Naistenlehtien kuvien vaikutus poikiin.**

Onko nuorilla miehillä ulkonäköpaineita? Ainoastaan noin 13 prosentilla pojista oli paljon tai jonkin verran ulkonäköpaineita ja täysin ilman ulkonäköpaineita kertoi elävänsä peräti noin 54 prosenttia pojista. Loput vastanneista eivät ottaneet kantaa tähän asiaan. Onko nuorilla naisilla ulkonäköpaineita? Tähän kysymykseen nuoret miehet saivat arvuutella, miten vastakkainen sukupuoli elää. Pojista noin 31 prosenttia oli sitä mieltä, että naisilla oli ulkonäköpaineita. Loput vastanneista eivät edes ottaneet kantaa tähän seikkaan. Kukaan ei kuitenkaan vastannut, että tytöillä ei olisi ulkonäköpaineita ollenkaan.

”Nykypäivän naisten- ja muissakin lehdissä esitetään petollisesti kuvia, joita on manipuloitu, ilmoittamatta manipuloinnista erikseen. Naiset, varsinkin nuoret, saavat tästä mielikuvan, että tällaiset virheet ovat pakolliset, jotta heistä kiinnostuttaisiin.

Tuloksena anoreksiaa, itsetunto-ongelmia ja hyväksynnän hakua ulkonäön kautta – hyvästi terve yhteiskunta, tervetuloa nuken näköiset muotissa painatetut silikoniblondit”. (Poika, 18 vuotta, lukee Helsingin Sanomia ja Mikrobittiä)

Noin 30 prosenttia vastanneista pojista oli sitä mieltä, että kuvilla ei ollut vaikutusta heidän itsetuntoonsa. Kaksi vastannutta arveli kuitenkin, että kuvat jopa vahvistivat heidän itsetuntoaan. Loput vastanneista eivät ottaneet kantaa tähän asiaan. Suurin osa pojista oli sitä mieltä, että jos jostain syystä heille ulkonäköpaineita tulee, niin sitten se on nimenomaan media, joka tekee pojille paineita (42 prosenttia). Noin 14 prosenttia vastanneista pojista oli sitä mieltä, että muut ihmiset ja kaverit luovat heille paineita. Haja-ääniä saivat myös ”muoti” ja ”kauneuskäsitykset”.

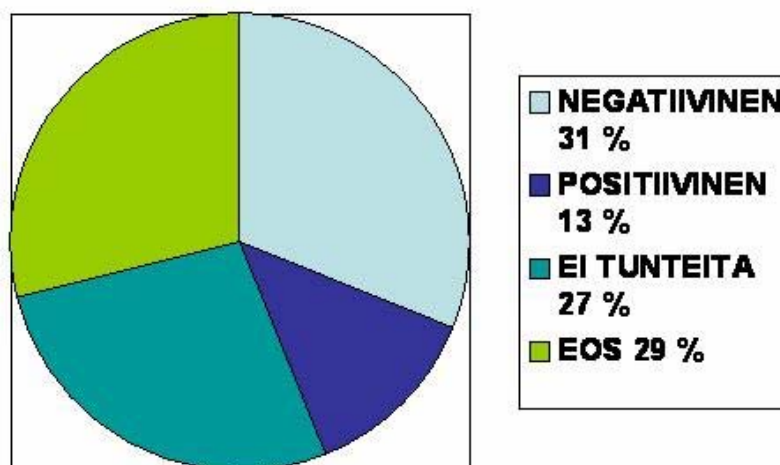
”Itseäni nämä kuvat eivät hetkauta. En tunne huonoa itsetuntoa, vaikka Brad Pitt komeileekin lehden kannessa.” (Poika, 17 vuotta, lukee aikakauslehtiä, Helsingin Sanomia, Iltalehteä ja Ilta- Sanomia)

Suurin osa pojista koki ulkonäköpaineiden kohdistuvan heidän vartaloonsa (14 prosenttia). Haja-ääniä saivat kasvot ja hiukset. Suurin osa ei kuitenkaan määritellyt, mihin paineet kohdistuivat. Pojista 65 prosenttia kertoi huomaavansa aina kuvien manipuloinnin. Loput eivät vastanneet tai eivät osanneet vastata kysymykseen.

”Naistenlehdet tuovat usein esille vain laihat naiset ja joiden kuvat muokataan vielä laihemmiksi. Se on tärkeää useimpien lehtien kannalta, sillä sillä voi kasvattaa myyntiä hurjasti. Kuvissa huonoa on, että moni saa niin vääristyneen kuvan niistä ihmisistä oikeassa elinympäristössään ja täten luovat kateutta varsinkin teini-ikäisille tytöille. Itse en ota paineita ulkonäöstä, annan muiden ajatella mitä haluavat. Jos ulkonäköni ei miellytä, niin katsokoon toiseen suuntaa tai pitäköön silmänsä kiinni.” (Poika, 18 vuotta, lukee Aku Ankkaa, Metroa, Iltalehteä ja välillä Seiskaa)



Pojista 31 prosenttia kertoi manipuloitujen kuvien herättävän heissä negatiivisia reaktioita ja 13 prosenttia kertoi manipuloitujen kuvien herättävän heissä positiivisia reaktioita. Tunteettomasti ja neutraalisti kuviin suhtautui noin 27 prosenttia vastanneista pojista. Noin 29 prosenttia pojista ei ottanut kantaa tähän seikkaan (Kuva 9).



**Kuva 9. Poikien tunteet kuvamanipulaatiota kohtaan.**

Pojista 44 prosenttia kertoi katselevansa naistenlehdistä naisten kuvia ja 20 prosenttia taas kielsi koskaan harrastavansa tällaista toimintaa. Loput vastanneista pojista eivät ottaneet kantaa tähän asiaan.

”Mielestäni naistenlehdet ylistävät ja painottavat liikaa naiskauneutta, kauniita kasvoja ja hyvää kroppaa, mikä luo taas paljon

ulkonäköpaineita. Kuvia katsellessa herää usein kysymyksiä, esim. siitä, mitä varten niitä muokataan? Eivätkö suuret lehdet myisi, jos kannessa olisi muokatun missineidin sijaan normaali tytöntyllerö? Myös miehistä toki on paljon tällaisia kuvia, joissa edustetaan ihanteellisia mieskasvoja – hyvin hoidettuja, ruskettuneita, särmikkäitä – ja muokattuja. Tosin tämä mielletään useammin metroseksuaalisuudeksi, kuin kauneudeksi.” (Poika, 17 vuotta, lukee Cosmopolitania)

Pojista vain yksi vastannut kertoi, että matki naistenlehtien kuvien mieskuvaa. 26 prosenttia sanoi, että ei koskaan matkinut mieskuvaa ja peräti 72 prosenttia ei ottanut tähän asiaan kantaa. Onkohan komeus sitten yhä miehille yhdentekevää? Miten miesten kauneuskuvat vaikuttivat sitten poikiin? Peräti 44 prosenttia kertoi, että ei mitenkään. Vain yksi vastaaja oli sitä mieltä, että negatiivisesti, mutta kaksi vastaajaa eli viisi prosenttia oli sitä mieltä että positiivisesti. Loput eivät ottaneet kantaa tähän asiaan.

”Kuvat saattavat heikentää etenkin nuorten naisten itsetuntoa, koska näkevät itsensä tavallisena eikä kauniina. Miesten kauneuskuva painottuu enemmän lihaksikkaaseen kroppaan mutta myös miehille sileät kasvot ovat tärkeitä. Vaikka itse olen melko tarkka ulkonäöstä, ei minulla ole minkäänlaisia ulkonäköpaineita, enkä anna ulkoisten tekijöiden vaikuttaa siihen.” (Poika, 18 vuotta, lukee Probodyä)

## 5. Pohdiskelua: tutkimuksia ja mielipiteitä

Tässä kappaleessa pohdiskelen kauneuden myyttisyyttä, naistenlehtien pinnallista naiskuvaa sekä nuorten itsetuntoa ja kaupallisuutta tutkimustulosteni valossa.

### 5.1 Kauneuden myyttisyys

Toimittaja Naomi Wolfin (1996) mukaan kauneudesta on tullut naisen kolmas työ.

”Nainen on supernainen, joka ei käsittänyt myytin kaikkia seuraamuksia, vaan joutui lisäämään ammattitehtäviinsä vaativan "kaunistautumistyön". Naisen uusi tehtävä muuttui aina vain rankemmaksi ja hänen oli sijoitettava ulkomuotoonsa niin paljon rahaa, aikaa ja voimavaroja, että samanlaista panosta vaadittiin aikaisemmin – ennen naisten murtautumista valtarakenteeseen – vain ammattikaunottarilta, joille esiintyminen oli työtä. Naiset ottivat kerralla harteilleen täysipäiväisen kotiäidin, täysipäiväisen uranaisen ja täysipäiväisen kaunottaren roolit.” (Wolf 1996, 30)

Naomi Wolf on analysoinut kirjassaan Kauneuden myytti – kuinka mielikuvilla hallitaan naista, kauneuden roolia nykyaikaisen naisen elämässä:

”Tekeekö nainen työn ja kodinhoidon lisäksi ”kolmatta vuoroa” – kauneutensa hyväksi? Onko naisesta tullut sen mielikuvamanipulaation uhri, että ainoastaan kaunis, nuori ja laiha nainen pärjää? Mikä on viime aikoina räjähdysmäisesti levinneen anoreksian syy?” (Wolf 1996)

Tavallaan vapauduttuaan kodin kahleista, naiset ovat saaneet suoritettavakseen vielä enemmän työtä, ja ulkonäkö on yksi niistä.

”Kun naiset vapauttivat itsensä kotielämän naisellisesta mystiikasta, kauneuden myytti valtasi menetetyn alueen ja laajeni sitä mukaa kuin kotielämän mystiikan mahti sosiaalisen kontrollin välineenä hiipui.” (Wolf, 1996, 9)

Wolfen mukaan ylemmällä tasolla, keskijohdossa, naiset hyväksytään sillä ehdolla, että heillä on miesidentiteetti eivätkä naiset kurkota liian ponnekkaisesti kohti lasikattoa. Hierarkian huipulle päässeet harvalukuiset naiset ovat käyttökelpoisia edellyttäen, että he ovat tyystin luopuneet naistraditiosta. Kauneuden myytti on viimeinen ja paras menetelmä tuottaa tällaista työvoimaa. Se teettää naisilla kaiken yllä kuvatun jo työpäivän aikana ja lisää vielä heidän vapaa-aikaansa kolmannen työvuoron.

Edellä mainittu Wolfen teksti todentuu alla olevassa 17-vuotiaan tytön aineessa:

”Kuvien naiset ovat laihoja, kauniita ja ”täydellisiä”. En usko, että he olisivat arjessa ilman meikkausta ja poseeraamista samannäköisiä kuin kuvissa. Kuvien naiset saattavat edustaa jotakin osaa naisista, mutta tuskin suurinta osaa. Tällaiset kuvat saavat toivomaan joskus, että olisinpa tuollainen, mutta useimmiten ne saavat vain toteamaan, että onpa hieno kuva tai muuta sellaista. Kuvat eivät mielestäni vaikuta itsetuntooni, vaikka en useinkaan ole samanlainen kuin naiset kuvissa. Olisi kylläkin kiva, jos olisi enemmän kuvia ”tavallisista” naisista, ettei aina tarvitsisi olla kokoa nolla tai hymyillä paksun pakkeliherroksen alta. Mielestäni on ok, että kuvaa 2 on manipuloitu niin, että taustaa on muutettu ja kontrasteja vahvistettu, sillä se tuo kuvaan dramatiikkaa. Ärsyttävää on se, että naisen rintoja on suurennettu, vartaloa kiinteitetty ja hiuksia tuuhennettu. Tästä voi päätellä, että ollakseen levitykseen kelpaava kuva, sankarittaren täytyy olla rintava, treenattu ja muutenkin kauneusihanteiden mukainen. Hyvä kysymys on, että kuka tällaiset ihanteet on keksinyt. Hollywood? Media? Vai naiset itse? Onko oikein, että toiset määräävät, mikä on kauneutta? Ja kuitenkin ”makuasioista ei sovi kiistellä”. Minulla ei suoranaisesti ole ulkonäköpaineita, mutta haluan, että näyttäisin laihalta. Tämä johtuu siitä, että pienenä minua haukuttiin läskiksi. Vaikka nykyään en ole lihava, haluaisin olla

laihempi.” (Tyttö, 17 vuotta, lukee Oliviaa, Demiä ja Kauneutta & terveyttä)

Kauneuden kultti on myös osaltaan lisännyt täydellisyyden tavoittelun tarvetta. Ei olekaan ihme, että ulkonäköön liittyvät mielenterveyshäiriöt, kuten anoreksia nervosa ja bulimia ovat myös lisääntyneet länsimaissa. Anoreksiaan sairastuneet naiset pyrkivät kontrolloimalla ruumistaan kontrolloimaan edes jotain elämänaluetta. Itsestään huolehtiminen on tietenkin eri asia. Toisaalta nykypäivänä vaatimukset miestenkin ulkonäköä kohtaan ovat kasvaneet ja anoreksia on tullut tutuksi myös tunnollisille pojille. Viitteitä tästä miesten muutoksesta on esillä kirjallisuudessa:

”Hiljattain useat terapeutit ovat kertoneet tapaavansa nykyään melkoisesti miehiä, joita askarruttavat ruokaan, syömiseen ja painoon liittyvät ongelmat. Se ei ole lainkaan yllättävää. Se liittyy tämän päivän miesten pyrkimykseen vaatia itselleen ja kehittää itsessään tunteellisia, herkkiä ja helliä ominaisuuksia, jotka heidät on opetettu liittämään naisiin.” (Chernin 1987, 78)

Kim Chernin esittää kirjassaan *Womansize – the tyranny of slenderness* (1981), että yhteiskunnan vaatimus naisten laihiudesta onkin miesten väkivaltaa naisia kohtaan ja lapsinaisen kaltaisen ulkomuodon palvomista. Vaatimus laihiudesta on myös miesten pelkoa aikuisen, kypsän naisen vartaloa kohtaan.

Wolf (1996) esittää että nykyajan naiset on aivopesty vihaamaan ruumistaan niin, että he ovat valmiit kiduttamaan itseään toinen toistaan järjettömämmillä dieeteillä ja suostumaan vaarallisiin silikonipumppauksiin ja rasvaimuihin.

”Kosmeettinen kirurgia on nopeimmin kasvava ”lääketieteen erikoisala”. Vuoteen 1988 mennessä toimenpiteitä on tehty yli kahdelle miljoonalle amerikkalaiselle, joista vähintään 87 % on naisia. Asiakasmäärä on kolminkertaistunut kahdessa vuodessa. Naiset saivat valtaa 1980-luvulla, ja tuona aikana ennenkuulumaton määrä heistä alistui puukon alle. Miksi kirurgiaa? Ja miksi juuri nyt?” (Wolf 1996, 302-303)

Onko naistenlehtien naiskuva anorektisen laiha? Ovatko niiden välittämät viestit enää terveellä pohjalla? Saatetaanko anorektista mallia käsitellä lehtiä varten niin, että hänelle rakennetaan kuvankäsittelyohjelmalla rinnat ja lopputulos on epäluonnollinen? Onko julkaistu kuva vain nykyisten kauneuskriteerien mukaan kaunis, mutta kaukana todellisuudesta? Luoko media paineita ja onko paineita nykyaikana erityisen paljon?

”Psykiatrit enteilevät miesten syömishäiriöiden lisääntyvän. Nyt kun miehet on heitetty etulinjaan, jossa itseinho viritetään, kuvat ovat alkaneet kertoa miehille naisten haluista ja havaitsemistavasta samoja puolitotuuksia, joita naisille on perinteisesti kerrottu miehistä. Jos miehet hyväksyvät sen ja jäävät ansaan, tilanne ei ole voitto naisille. Kukaan ei voita.” (Wolf 1996, 402)

Tulee mieleen ajatus siitä, että ”kiltit tytöt” tekevät jo pienestä pitäen työtä kauneutensa eteen. Muistan kun nuorempana halusin ottaa kontrollin omasta elämästäni, ajattelin, että nyt ryhdyn ainakin kauniiksi – vaikka jokin muu elämän osa-alue ei onnistuisikaan.

Seuraava kirjoittaja kertoo, että hän käyttää naistenlehtiä muun muassa kauneusvinkkeihin. Kirjoittajan mukaan hänen lukemansa lehdet ovat ”hömppää”, ei mitään ihailtavaa ja kauneuslehdet voivat saada aikaan lukijoiden mielissä mielikuvan siitä, miltä naisen kuuluu näyttää eli miltä hänen kuuluu siis näyttää ollakseen hyväksyty. Kirjoittaja on sitä mieltä, että naistenlehtien kuvat vaikuttavat hänen itsetuntoonsa alentavasti:

”Naistenlehdissä on tärkeintä tietenkin niiden sisältö. Itse etsin naistenlehdistä kauneudenhoitovinkkejä, inspiraatiota omaan pukeutumiseen sekä kaikenlaista ihmissuhdehömppää. Myös naistenlehtien kuvat ovat tärkeässä osassa, sillä niistä saa ideoita omaan elämään, varsinkin tyyliini. Kuvien naiset ovat varsin usein todella laihoja ja kauniita. Tuntuu, että ”oikeassa elämässä” ei sellaisia edes ole, mikä onkin totta, sillä suurin osa, ellei kaikki kuvista on retusoituja. Olisihan hyvä, jos kuviin merkittäisiin, että

niitä on muokattu, sillä ainakin itselläni kuvat alentavat itsetuntoa roimasti. Kukapa voisikaan olla tyytyväinen itseensä, kun kauneusihanteet ovat niin luonnonvastaisia. Manipuloitu kuva on vain taas yksi hyvä esimerkki siitä, millainen naisen kuuluisi tässä maailmassa olla tullakseen hyväksytyksi; laiha, ruskettunut, muhkeahuulinen, tuuheahiuksinen ja suuririntainen eli luonnonvastainen. Harvalla laihalla ihmisellä nimittäin on luonnostaan kovin isoja rintoja. Nykymaailmassa kauneus ja seksikkyys kulkevat käsi kädessä ja kyllähän se aiheuttaa monia ongelmia varsinkin naisille, joihin paineet ennen kaikkea kohdistuvat”. (Tyttö, 17 vuotta, lukee Cosmopolitania, Elleä, Seventeeniä, Marie Clairea, Maximia, Trendiä ja Vogueta)

Pojat voivat pitää naistenlehtien arkivinkeistä. Suhtautuminen on kuitenkin samalla vähättelevää tai varovaista:

”Naistenlehdissä on yleensä hyviäkin vinkkejä arkeen. Kuvat eivät kiinnosta, mutta väkisinkin esim. kaupassa käydessä sattuu näkemään kansikuvia. Kuvat palvelevat niitä, joille ne tuottavat rahaa. Kuvien naiset edustavat vääristynyttä naiskuvaa. Naiset ovat käyneet ties mitä kauneusleikkauksia sun muita kuureja läpi ja sitten jotkut kuvia tuijottavat ihmettelevät, mikseivät itse näytä samalta. Kuvat eivät vaikuta minuun itseeni millään lailla ja eivät ne ainakaan itsetuntoani heikennä, koska useimmiten niitä on manipuloitu”. (Poika, 16 vuotta)

Eräs nuorimies kirjoitti naistenlehtikuvien jopa nostavan hänen itsetuntoaan:

”Kuvat jollain muotoa vahvistavat itsetuntoa, koska tiedän, että kyseisten henkilöiden kuvat ovat muokattuja ja ulkonäkö ei aina ole tärkein asia elämässä. Tiedän myös henkilöiden olevan samanlaisia ihmisiä kuin minä itse ja ihmiset ympärilläni.” (Poika, 17 vuotta)

Moni kirjoittaja myönsi, että naistenlehdet aiheuttavat tai ovat aiheuttaneet ulkonäköpaineita. Joillakin vastanneella nuorella oli kokemuksia anoreksiasta tuttavapiirin kautta ja joillakin oli myös itsellä tunne siitä, että oma keho ei ollut tarpeeksi kauneusihanteiden mukainen, vaikka kukaan ei itse myöntänyt olevansa anorektinen. Joku vastaajista kiinnitti myös huomiota siihen seikkaan, että kauneusihanne ei ole aina ollut nykyisen kaltainen, vaan aikoinaan on ollut vallalla myös lihavampi kauneusihanne. Tytöt myönsivät, että heille on tullut mediasta ulkonäköpaineita. Ulkonäköpaineita tuli ja on tullut myös pojille, mutta ei niin paljon kuin tytöille, naistenlehtien kohderyhmälle. Huumorikin näkyi joissain vastauksissa:

”Ulkonäköpaineita on, ja niitä minulle syöttäne lähinnä peili ja media.” (Poika, 18 vuotta)

Trendiä ja Elleä lukeva 17-vuotias tyttö löytää naistenlehdistä yhtäältä mielialaa kohottavia, mutta toisaalta myös masentaviakin vihjeitä:

”Naistenlehdissä tärkeintä minulle on muoti ja kosmetiikkavinkit. Kuvia tulee paljon katseltua. Katson kuvia, koska haluan nähdä, mikä hius-, vaate- ja meikkityyli on in. Kuvat näyttävät aina täydelliseltä ja viimeistellyltä. Kuvan ihmiset hymyilevät ystävällisesti kauniina. Kuvat palvelevat myyjiä ja yrittävät huiputtaa asiakkaita. Kuvat edustavat täydellistä naiskuva, jota vain harvat pääsevät nauttimaan täydellisenä geeneineen. Mutta kuvat ovat myös valheellisia. Kuvien naiset ovat hyvin kauniita ja suositun näköisiä. Olen huomannut, että joskus kun mieliala on maassa toivoisin, että minulla olisi samanlainen kroppa kuin heillä. Nimittäin silloin voisin pukeutua mihin tahansa tyyliin ja näyttää hyvältä. Muotilehtien naisia voisi verrata tilanteeseen, kun istut metrossa ja viereen istuu kaunis nainen, jota kaikki vilkuilevat. Ja se ei tee hyvää itsetunnolle. Olisi erittäin poikkeavaa, jos nuori nainen sanoisi, että hänellä ei ole joskus aikoja, jolloin itsetunto on alhaalla. Paineita ulkonäköä kohtaan tulee



mediasta ja koulukavereilta.” (Tyttö, 17 vuotta, lukee Trendiä ja Elleä)

Edellä kuvatuista vastauksista tulee mieleen Wolfin toteamus, että kauneudesta puhutaan, aivan kuin jokin yläpuolellamme oleva jumalallinen auktoriteetti olisi kuolemattomissa pyhissä kirjoituksissaan ilmoittanut, mikä tekee naisesta kauniin katsella (Wolf 1996, 116). Aikaisemmin tekstissä käsittelin Judith Butlerin käsitettä performatiivinen sukupuoli. Performatiivisesti ajateltuna myös oppilaiden esseet ovat sukupuolisia tekoja sillä niistä näkyy, millaisen sukupuolisen paikan tässä maailmassa oppilaat ovat ottaneet. Ulkonäköpaineet saattavat liittyä myös yhteiskunnassa esiintyvään arvokonservatismiin. Esimerkiksi patriarkaatin käsite kuvaa miesten ylivaltaa ja naisia alistavia käytäntöjä. Patriarkaatti perustuu miesten valtaan kontrolloida naisten työvoimaa, seksuaalisuutta ja pääsyä julkisuuden alueelle (Puustinen, Ruoho & Mäkelä, 2006, 16).

”Patriarkaattiteorioita alettiin aikanaan kritisoida ennen kaikkea kahdella tasolla. Ensinnäkin patriarkaatti-käsitettä arvosteltiin siitä, että se implikoi naissorron universaaliutta eikä siksi ota huomioon esim. luokka- ja rotueroja naisten välillä. Samoin kritisoitiin sitä, että käsite ei mahdollista historiallisten muutosten ymmärtämistä. Toiseksi todettiin, että käsite ei anna mahdollisuuksia selvittää niitä mekanismeja, jotka pitävät yllä miesten valtaa tai itse patriarkaattia. Molemmilla tasoilla kritiikki kohdistui myös strukturalistiseen, rakenteita korostavaan näkökulmaan. Tätä pidettiin liian deterministisenä, koska se ei jätä tilaa yksilöiden sorron rakenteet haastaville teoille ja toiminnoille ja koska se on liian abstrakti todellisuuden ”faktisten” suhteiden käsittelemiseksi.” (Liljeström 1996, 111 -113)

Englannin kielessä on erikseen sanat ”sex”, joka viittaa biologiseen sukupuoleen ja ”gender”, joka viittaa sosiaaliseen sukupuoleen. Suomen kielessä vastaavia sanoja ei ole.

”Sukupuolijärjestelmän teoriassa biologinen sukupuoli näyttäytyy synnynnäisenä ja ruumiillisena ominaisuutena ja sosiaalinen sukupuoli opitaan kulttuuriin ja yhteiskuntaan sosiaalistumisen myötä.” (Puustinen, Ruoho & Mäkelä, 2006, 18)

Mielenkiintoista onkin pohtia, mikä on todellista naiseutta tai miehisyyttä. Suoralta kädeltä on mielestäni erittäin vaikea pohtia, mikä on biologiaa ja mikä on kulttuuria.

Filosofi ja feminismin teoreetikko Judith Butler (2006) on sitä mieltä, että sukupuoli tulisi nähdä enemmänkin tekoina eli performatiivisesti. Butlerin läpimurtoteoksena pidetään teosta *Hankala sukupuoli*. Siinä hän kyseenalaistaa 1960-luvulta 1990-luvulle asti angloamerikkalaisessa feministisessä teoriassa vallinneen jaon biologiseen (engl. sex) ja sosiaaliseen sukupuoleen (engl. gender). Tällaisessa ajattelussa kulttuurien määrittämien sukupuoliroolien taustalla on historiaton biologinen sukupuoli. Butlerille luonnollista ydinsukupuolta ei ole olemassa. Butler esittää teoksessa *Hankala sukupuoli*, ja tarkoittaa näkemystään myöhemmissä kirjoituksissaan, että sukupuoli suoritetaan (engl. perform) toistamalla tuttuja eleitä ja että sukupuolen voi ymmärrettävästi esittää (engl. perform), koska on kulttuurisesti vakiintunut sukupuoleen yhdistettävä eleistö, joka on matkittavissa ja toistettavissa. Kulttuurissa siis vallitsevat tietynlaiset sääntöjärjestelmät, jotka ovat omaksuttavissa. Tiettyyn sääntöjärjestelmään liitetään tietynlaisen ruumiin kanssa syntynyt henkilö. Radikaaliksi Butlerin ajattelun tekee, ettei hän oleta sukupuolen esittämisen taakse mitään alkuperäistä sukupuolta, vaan sukupuoli on kokonaisuudessaan tekemistä. Sukupuoli ei siis koskaan ole biologista ja olemista, vaan aina suorittamisen ja toiston tulos.

”Missä mielessä sukupuoli sitten on teko? Samoin kuin muissakin rituaalisissa sosiaalisissa näytelmissä sukupuolen tekeminen vaatii esitystä, joka toistetaan. Tätä tavoitetta ei voi pitää subjektin ominaisuutena, vaan se täytyy ymmärtää subjektin perustaksi ja lujittajaksi. Sukupuolta ei pitäisi rakentaa pysyväksi identiteetiksi tai toimijuuden paikaksi, josta seuraa erilaisia tekoja. Sukupuoli on pikemminkin identiteetti, jota muotoillaan heiveröisesti ajassa ja joka pannaan alulle ruumiin ulkopuolisessa tilassa tyyliteltyjen tekojen sarjana.” (Butler 2006, 235)

Sukupuoli ei ole mitään mikä olisi olemassa, sitä ei oikeasti ole olemassa – vaan se muodostuu jokapäiväisissä ihmisten kohtaamisissa, teoissa. Sukupuolella ei siten ole biologista alkuperää. Näitä esityksiä on nähtävänä muun muassa mediassa ja muissa kulttuurisissa sekä yhteiskunnallisissa valtasuhteissa. Butlerin mukaan esitykset ovat toistoja, joissa sosiaalisesti jo vakiinnutettuja merkityksiä esitetään ja koetaan uudelleen; toisto on

myös näiden merkitysten oikeuttamisen arkinen ja ritualisoitu muoto (emt, 235).

Tavallaan ihmisten ei pitäisi mielestäni tämän vuoksi suhtautua merkityksettömästi siihen, miten he käyttäytyvät, koska kaikella on tämän ajattelutavan mukaan merkitystä ja vaikuttaa siihen, mikä on sukupuoli, miten sitä luodaan ja millaisia arvoituksia ja ajatuksia sukupuoleen liitetään. Toisto ylläpitää sukupuolen esityksiä, mutta niitä on mahdollista myös muuttaa purkamalla niitä. Butler on sitä mieltä, että tehtävänä ei olekaan ratkaista, pitäisikö sukupuolta toistaa vai ei, vaan itse asiassa toistaa ja miettii, kuinka sitä pitäisi toistaa. Ja kuinka nimenomaan sukupuolen radikaalin monimutkaistumisen avulla voitaisiin syrjäyttää normit, jotka tekevät toiston mahdolliseksi (emt, 246).

Myös Stuart Hall on ottanut kantaa prosesseihin, mutta identiteettejä koskien. Identiteetti on Hallin mukaan jotain, joka muotoutuu aikaa myöten tiedostamattomissa prosesseissa, kuin jotakin joka sijaitsisi syntyvässä tietoisuudessa luontojaan. Identiteetit pysyvät aina epätäydellisenä, ne ovat aina ”prosessissa”, muodostuvat kaiken aikaa (Hall 2002, 39).

Halliin viitaten voisikin sanoa, että identiteetti ja sukupuoliroolitkin muodostuvat kaiken aikaa, prosesseina.

Kirjassaan *Toinen Sukupuoli* (2009) [1949]) Simone de Beauvoir käsittelee naiseutta toisena ja väittää, että koko länsimäinen historia ja kulttuuri on tuotettu miehisen diskurssin kautta, jossa naisen osa on olla Toinen. Miesten tuottamassa ja hallitsemassa kulttuurissa naiset ovat väistämättä miesten määrittelemiä (2009, 11-24).

Beauvoirin mukaan miehet ovat luoneet uskontoja, maailmankäsityksiä, uskomusjärjestelmiä, ideologioita ja kirjallisuutta, joissa mies asettuu subjektiksi ja pitää naista objektina, toisena. Naiseksi ei synnytä, naiseksi tullaan (Beauvoir 2009 [1949], 15).

Mielestäni väite pitää sisällään sen, että naiseksi ”tulemisen” eli siis kasvamisen aikana tytöt saisivat vinkkejä ympäröivästä maailmasta, millaista elämää pitää ”hyvän” naisen elää. Naistenlehdet osallistuvat tähän prosessiin ja osaltaan ”kasvattavat” naista sukupuolirooleihin. Heinämaa kirjoittaa *Toinen sukupuoli* –kirjan johdannossa:

”Perustavista ja läheisistä sidoksista huolimatta naisen alistaminen ei aiheuta tuhoa samalla tavalla kuin muut alistusmuodot. Naisia ei toki eristetä eikä vangita yhden ulkoisen määreen nojalla, kuten juutalaisia 1940-luvun Euroopassa tai mustia Yhdysvalloissa, mutta Beauvoirin mukaan jokainen nainen alistetaan miehille intresseille jollakin tavalla.” (Heinämaa 2009, 13)

Mainonnan tehokeino on esittää helposti miehiksi ja naisiksi tunnistettavia henkilöitä (Rossi 2006, 62), eli media saattaa esittää sukupuolet helpolla, valmiiksi pureskellulla tavalla – kun kilpailu katsojista on kova, voi olla helpompi tarjota jo valmiita sukupuolen esittämisen malleja kuin kyseenalaistaa niitä. Nykyään myös miehet ovat alkaneet kiinnostua sukupuolensa pohtimisesta. Miestutkimus on yhtä tärkeä tieteenala kuin naistutkimus ja näitä kahta voidaanakin kutsua sukupuolitutkimukseksi. Sukupuolten lisäksi sukupuolitutkimuksissa on mukana queer-tutkimus, joka on toinen miestutkimuksen lähtökohta. Kriittinen miestutkimus on feministisessä tutkimuksessa kehitettyjä sukupuolen teorioita hyödyntävä tieteenala, joka tutkii miehiä ja mieheyttä. Miestutkimus on vakiintunut yliopistollisena tutkimusalana muun muassa Yhdysvalloissa ja Ruotsissa, mutta yhteenkään suomalaiseen yliopistoon ei ole perustettu erillistä miestutkimuksen laitosta. Sen sijaan naistutkimuksen laitosten kurssitarjontaan sisältyy jonkin verran myös miestutkimusta.

## 5.2 Naistenlehtien pinnallinen naiskuva

Palaan vielä nuorten kirjoituksiin. Melkein kaikissa sekä tyttöjen ja poikien kirjoittamissa esseissä kritisoitiin naistenlehtien pinnallista naiskuvaa. Suurimmalla osalle naiskuvasta tuli alemmuuden tunnetta ja paineita. Monet kirjoittivat, että suurimmat ulkonäköpaineet tulivat mediasta ja kavereilta.

Tytöt saattoivat kirjoittaa lukevansa naistenlehtiä ja katselevansa niiden kuvia ja pitävänsä monista lehdistä. Ristiriitaisuus näkyi, sillä samat tytöt saattoivat myös voimakkaasti kritisoida lehtiä ja niiden kuvia. Joitakin kuvat näyttivät todella ahdistavan:

”Tykkään lukea naistenlehtiä, joiden esteettisyyteen on panostettu. Kuvilla on siis suuri merkitys niiden kiinnostavuuteen omalla kohdallani. Kuvia tulee katsottua muuten vaan, mutta niistä voi hakea myös inspiraatiota. Kuvissa, joissa on esillä kauniita naisia, toivoisin usein omaavani ulkonäöllisiä piirteitä heiltä. Vartaloon liittyvissä kuvissa erityisesti ärsyynnyn tai petyn, koska en näytä peilissä läheskään yhtä hyvältä, vaikka treenaamalla pystyisin omalla tavallani samaan. Samalla ihaillessani näitä lähes täydellisiä ihmisiä ajattelen, että vastakkainen sukupuoli saa tällaisen naiskuvan. Naisen kuuluu olla kaunis, laiha, timmi ja muodokas ym. ym. – mikä ärsyttää ja vaivaa minua, sillä tuntuu, että odotukset ovat kovat, eivätkä miehet ymmärrä, miltä normaali nainen näyttää. Toinen kuva vasemmalta on manipuloitu. Silmiin osuvat mm. rintavarustuksen täydentäminen, vatsan pienennys, käsien ”löllöjen” poisto, hiusten tuuhennus, ilmeen muuntaminen ”halukkaammaksi” jne. Mielestäni juuri näin muokatut kuvat muuttavat käsitystämme naisen vartalosta. Sinänsä kuvat ovat hyvä motivaation lähde mm. laihduttamiseen, mutta antavat kuitenkin riittämättömyyden vivahteita omaa kehoa kohtaan. Täytyy kuitenkin myöntää, että tällaiset täydellisen näköiset kuvat ovat kiinnostavampia kuin tavalliset pulliaiset poseeraamassa. Kauneus siis kiehtoo, mutta toisaalta myös kierouttaa muuttamaan ajatusmaailmaamme.” (Tyttö, 17 vuotta, lukee Demiä, Miss-Mixiä, Helsingin Sanomia, Vogueta ja Cosmopolitania)

Lehtien naiskuvaa haukuttiin useissa syvällisissä vastauksissa pinnalliseksi. Eräs kirjoittaja kertoi, että saattoi löytää kuvan, jossa hänen ”huonoa” piirrettään vastaava ominaisuus oli tehty kauniiksi ja sopusuhtaiseksi, jolloin se vaikutti hänen itsetuntoonsa positiivisesti. Toisaalta kirjoittaja pystyi myös löytämään henkilön, jonka piirteet olivat kirjoittajan ”huonojen” piirteiden vastakohtia, jolloin hän vihasi näitä piirteitään vielä enemmän. Paperilla olevat kuvat eivät olleet tämän kirjoittajan kauneusihanteiden mukaisia tai eivät omanneet jotakin sellaista piirrettä, johon hänellä olisi ollut tarve verrata omia piirteitään.

Kirjoittajan huomio kiinnittyi enimmäkseen pukeutumistyyleihin, hiusmalleihin ja meikkaustapoihin inspiraatiomielessä, mutta koska kirjoittaja tiesi suurimman osan kuvista olevan jollakin tavalla muokattuja – ei kirjoittaja tarkastellut tai ajatellut niistä sen vakavemmin.

”Naistenlehdet ovat oleellinen osa sitä lähdettä, josta saamme ulkonäöllisiä vaikutteita ja naisia eri tavoin hyödyttävää tietoa. En sanoisi yhtäkään tytöille ja naisille suunnattua lehteä turhaksi, sisältäväthän ne ajankohtaisia, tärkeitä ja mielenkiintoisia artikkeleita. Kyllästyn helposti lehtiin, jotka tuovat esille vain tietyn muotoisia, pituisia ja samantyyppisiä naishahmoja. Huomio toki kiinnittyy naistenlehtien kuviin, mutta en halua ottaa niitä tosissani. On toki luonnollista, että kun naishenkilö on epävarma jostakin piirteestään, niin hän automaattisesti vertaa ”huonoa puoltaan” muiden samantyyppisiin piirteisiin tai yrittää selvittää, mikä tekee hänen piirteestään huonon kun muilla se ”näytää” huonolta. En siis vaivaa (ja samalla itsetuntoani) kiinnittämällä huomioni kuvien täydellisesti meikattuun ihoon, hienoihin kampauksiin tai muihin vastaaviin, vaan tarkastelen enemmän henkilöiden kasvopiirteitä ja vartalon sopusuhtaisuutta. Tiedän, miten kuvien muokkaus vaikuttaa lopulliseen kuvaan, joten kuvat eivät vaikuta minuun. Kuvien naiset yleisesti ottaen edustavat huoliteltua ja vahvaa/itsenäistä naiskuvaa. Manipuloitu kuva ei vaikuta minuun alkuperäistä kuvaa enempää eikä vähempää. Jokaisesta ihmisestä, tässä tapauksessa työstä ja naisesta saa hienojan ja virheettömien julkimoiden edustuskuviin tapaisia ns. mainos- haastattelu- ja lehtikuvia, jos ne valokuvattaisiin samalla tavalla kuin esim. kuvan Keira Knightley. Miehistäkin on kauneuskuvia, esimerkiksi tv:ssä urheilulliset kuvat, mutta silti lihava mies voidaan yhdistää viisauteen ja menestykseen. Miesten kauneuskuvat eivät saa medialta ja sen yleisöltä yhtä suurta huomiota kuin naisten kuvat, koska miestenlehdissä esiintyvät kuvat ovat usein

naisista, mieslehtiä on vähän ja koska yleisesti ottaen miehiä ei hetkauta ”miesten kauneus ja tyyli” -kulttuuri. Elävätkö naiset siis kauneusihanteiden kautta itseään vai miehiä tai kauneusihanteita koskevaa kulttuuria/tapaa varten?” (Tyttö, 17 vuotta, lukee *Cosmopolitania*, *Demiä*, *Seventeeniä*, *MissMixiä*, *Me Naisia ja Keski-Uusimaata*)

### 5.3 Itsetunto ja kaupallisuus

On tutkittu, että teinit nostavat itsetuntoaan merkkivaatteilla. Vaatteiden lisäksi teinit ovat löytäneet myös toisen keinon itsetuntonsa nostamiseen: kauneusleikkaukset. Kauneusleikkauksilla voidaan suurentaa rintoja tai pienentää vatsaa ja tietoisuus siitä, että myös mallit ja julkikset tekevät niin, saavat teinit suhtautumaan asiaan hyväksyvämmiin.

Vaula Norrena kirjoittaa Alissa Quartin kirjan *Brändäytyt* alkusanoissa amerikkalaisten nuorten elämän läpikohtaisesta kaupallistumisesta ja ”brändäytymisestä” eli merkkituotteistumisesta, joka on vain kiihtynyt huippuunsa viimeisen 10 vuoden aikana. Yhä useammin mainontaa kritisoidaan seksistisenä tai väkivaltaisena, naisen ihmisarvoa alentavana tai vähintäänkin väärää roolimalleja edistävänä. Esimerkiksi jopa purukumia on yritetty myydä pornahtavien keräilykuvien avulla. Naisen rintoja tai paljasta vartaloa on käytetty voimakkaan seksistisellä tavalla tuotteissa, jotka eivät mitenkään liity vartaloon. Suomessa sentään kuluttaja-asiamies on kieltänyt tällaiset markkinointitavat tai antanut huomautuksen hyvän tavan vastaisesta tai sopimattomasta mainonnasta.

Siinä Suomi eroaakin Yhdysvalloista, että meillä kontrolloidaan markkinointia (Quart 2003, 11-13).

”Yritin selvittää urheiluvaatteiden semiotiikkaa äidilleni, konstailemattomalle feministille, jolla oli jalat tukevasti maassa. Vastaukseksi sain kummastuneita kysymyksiä: miksi moiset kalliit tavarat olivat muka niin välttämättömiä? Miksi oli niin tärkeää olla ”kuin muut”? Selitys oli tietenkin hyvin yksinkertainen: kaikilla piti olla Jordache-look – muuten ei ollut mitään!” (Quart 2003, 23).

Quartin mielestä nykyään on tavallista, että teini-ikäiset pitävät tukevia reisiä, täyteläistä palleaa tai pieniä rintoja hirvittävinä poikkeuksina. Se on hinta siitä, että on katsellut liian monia teinikuvaston malleja. Nuoret kuvittelevat, että muokkaamalla itsestään ulkonaisesti täydellisemmän tulee sosiaalisesti hyväksyttävämmäksi. Tuo kuvitelma on ilmiselvästi ollut kimmoke niihin tuhansiin ja taas tuhansiin nenäleikkauksiin, joita teini-ikäisille on tehty kolme viime vuosikymmenen aikana Yhdysvalloissa (Quart, 2003, 162).

Takaako kauneus sitten onnellisuuden nuorten mielestä? Näkemys, että fyysisen normaaliuden tai esteettisen täydellisuuden saavuttaminen on onnellisuuden tae, ei ole mitenkään uusi.

## 6. Yhteenveto

Lähdin alun perin pro gradu –työssäni selvittämään seuraavia asioita: 1. Miten nuoriin vaikuttaa naistenlehtien kuva-aineisto ja kiinnittävätkö he paljon huomiota siihen? 2. Kokevatko he, että heidän itsetuntonsa saa vahvistuksen kuvia katsoessa vai iskeekö heihin riittämättömyyden tunne? 3. Millaisia kuvia he katsoisivat mieluiten lehdistä ja huomaavatko he kuvamanipuloinnin? 4. Miten nuoret tulkitsevat kuvia?

Nuoret ajattelevat median luovan heille paljon paineita. Sekä tytöt että pojat ovat tätä mieltä. Kuitenkin monessa esseessä todettiin, että media ei ole yksin ”syyllinen”, vaan vastuullisia ovat lähipiirin ihmiset sekä ihminen itse viime kädessä. He oivalsivat, että kultivaatio- tai lääkeruiskuteoria eivät yksin sovellu heihin. Nuoret myös ajattelivat, että naistenlehdet olivat pääasiassa ”roskalehtiä”, mutta he huomasivat myös, että kuvia oli usein manipuloitu, ja suurin osa ajatteli kuvien käsittelyn olevan turhaa ja luovan epärealistisuudessaan entistä enemmän paineita. Noin puolet tytöistä (48 %) ajatteli, että naistenlehtien kuvat vaikuttivat heihin negatiivisesti eli heidän ajatuksensa itsestä muuttuivat kielteisempään suuntaan kuvia katsottuaan. Suurin osa tytöistä (62 %) katsoi, että media aiheutti heille ulkonäköpaineita. Pojista suurin osa (40 prosenttia) uskoi myös, että kuvat vaikuttavat samanikäisiin tyttöihin negatiivisesti. Pojilla itsellään ei sen sijaan ulkonäköpaineita suuremmin ollut. Täysin ilman



ulkonäköpaineita eli peräti 54 prosenttia pojista. Pojista melkein puolet myönsi katsovansa naistenlehtien kuvia.

Vaikka jokaisen naisen on tiedostettava, että yksilö itse pystyy tekemään valintoja, jotka vaikuttavat hänen elämäänsä – on kuitenkin myös yhteisön tiedostettava asia. Simone de Beauvoir (2009)[1949] uskoi, että niin miehen kuin naisen elämää ja toimintaa rajaavat erilaiset historialliset ja materiaaliset ehdot, ja hän kutsui näiden ehtojen muodostamaa kokonaisuutta tilanteeksi. Tilalle ei kuitenkaan riitä määräämään yksilön elämän ratkaisuja; jokainen olosuhde sallii useita erilaisia tulkintoja ja toimintamahdollisuuksia, eikä mikään tosiasia voi ennalta määrätä kenenkään elämää.

Ihmisen – niin miehen ja naisen – kohtalo on siis hänen omissa käsissään mutta myös koko ihmisyhteisön vastuulla (Heinämaa 2009, 15). Erityisesti nuorten kohtalo on tärkeä. Siksi kannattaisi miettiä, millaista julkisuutta nuorille on tarjolla. Niillä, jotka kontrolloivat medioita ja työskentelevät niissä, on paitsi valta asettaa tärkeysjärjestyksiä myös valta tarjota selityksiä ja rakentaa versioitaan tapahtumista. Heillä on myös valta tarjota selityksiä ja rakentaa omia versioitaan tapahtumista ja valta esittää nämä asiat luonnollisina ja aitoina yksinkertaisesti osana sitä, miten asiat ovat (Masterman 1989, 6).

Aika, mitä median parissa vietämme on suuri, joten ei ole yhdentekevää, millaista viestiä mediasta tulee. Ratkaisevaa ei ole se, mitä toimittajat laittavat juttuihinsa, vaan miten lukijat luovat niistä myös oman todellisuutensa. Media on eräänlainen peili, ja tätä peiliä peilaamme jatkuvasti elämässämme, peilejä ovat myös muut ihmiset. Onko media nyky-yhteiskunnassa vienyt tätä virkaa ihmisiltä? Median tulisi kuitenkin itse välttää liiallista kuvamanipulaatiota ja tarjota realistisempaa naiskuvaa nuorille.

## Lähteet

Aarva, Pauliina 1991. *Terveysvalistuksen kuvia ja mielikuvia*. Tampere: Tampereen yliopisto. Terveystieteen laitos. Väitöskirja.

Beauvoir, Simone 2009 [1949]. *Toinen sukupuoli*. Helsinki: Tammi.

Butler, Judith 2006. *Hankala sukupuoli*. Helsinki: Gaudeamus.

Chernin, Kim 1981. *Womansize. The tyranny of slenderness*. London: The Women's Press.

Chernin, Kim 1987. *Nälkäinen minä. Naiset, syöminen ja identiteetti*. Keuruu: Otava.

Cixous, Hélène ja Clément, Catherine 1993. *The Newly Born Woman*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Dahlgren, Peter 1987. Mitä se merkitsee. Tv-uutisten monitulkinta vastaanotossa. *Tiedotustutkimus* 3/1987, 3 – 15.

Dyer, Richard 2002. *Älä katso! Seksuaalisuus ja rotu viihteen kuvastossa*. Tampere: Vastapaino.

Ekman, Karin 2003. Alituinen seuralaiseni – syömishäiriöstä. Teoksessa Linda Skugge, Belinda Olsson ja Brita Zilg. *Pilluparvi*. Helsinki: Like, 23 – 32.

Fiske, John 1992. *Merkkien kieli. Johdatus viestinnän tutkimiseen*. Tampere: Vastapaino.

Gerbner, George 1992. Pikahistoria – kuvien historiaa. Persianlahden sodan ja Neuvostoliiton vallankaappauksen opetukset. *Tiedotustutkimus* 4/1992, 6–25.

Grabrucker, Marianne 1991. *Siinäpä vasta kiltti tyttö*. Helsinki: Painokaari.

Gramsci, Antonio 1992. *Prison Notebooks. Volume 1*. New York: Columbia University Press.

Hall, Stuart 1992. *Kulttuurin ja politiikan murroksia*. Tampere: Vastapaino.

Hall, Stuart 2002. *Identiteetti*. Tampere: Vastapaino.

Heinämaa, Sara 2009. Ennenkuulumaton tutkimus naisen olemisesta: Johdatus Simone de Beauvoirin Toiseen sukupuoleen. Teoksessa Simone de Beauvoir *Toinen sukupuoli*. Helsinki: Tammi, 9 – 25.

Hietala, Veijo 2002. Lapset, nuoret ja elävän kuvan lumo. Teoksessa Sara Sintonen (toim.) *Median sylissä. Kirjoituksia lasten mediakasvatuksesta*. Helsinki: Finn Lectura, 82–88.

Junto, Hanna 2007. *Nukkenaisia ja sätkynukkeja. Pistokokeita Eevan ja Me Naisten visuaalisesti rakentamaan ihannenaisteuteen 1955 – 1995*. Turku: Turun yliopisto. Mediatutkimuksen laitos. Pro Gradu –tutkielma.

Kunelius, Risto 2003. *Viestinnän vallassa. Johdatus joukkoviestinnän kysymyksiin*. Helsinki: WSOY.

Kyrölä, Katariina ja Harjunen, Hannele 2007. Johdanto. Lihavuustutkimusta toisin. Teoksessa Katariina Kyrölä ja Hannele Harjunen (toim.). *Koolla on väliä – lihavuus, ruumisnormit ja sukupuoli*. Helsinki: Like, 9–46.

Kyrölä, Katariina 2005. Kokoeroja genreissä – lihavat populaarimediassa. Teoksessa Marianna Laiho ja Iris Ruoho (toim.) *Median merkitsemät – ruumis ja sukupuoli kuvassa*. Jyväskylä: PS-kustannus, 103 – 130.

Kyrölä, Katariina 2006. Ruumis, media ja ruumiinkuvat. Teoksessa Anna Mäkelä, Liina Puustinen ja Iris Ruoho (toim.): *Sukupuolishow. Johdatus feministiseen mediatutkimukseen*. Helsinki: Gaudeamus, 107–128.

Laiho, Marianna ja Ruoho, Iris (toim.) 1996. *Naisen naamio, miehen maski: katse ja sukupuoli mediakuvassa*. Tampere: Tammer-Paino.

Laiho, Marianna ja Ruoho, Iris 2005 (toim.). *Median merkitsemät. Ruumis ja sukupuoli kuvassa*. Jyväskylä: PS-kustannus.

Liljeström, Marianne 1996. Sukupuolijärjestelmä. Teoksessa Anu Koivunen ja Marianne Liljeström (toim.) *Avainsanat. 10 askelta feministiseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino, 111–138.

Masterman, Len 1989. *Medioita oppimassa – mediakasvatuksen perusteet*. Helsinki: Kansan Sivistystyön Liitto.

Morley, David 1986. *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London: Routledge.

Mäenpää, Jenni 2008. *Muokkausta ja manipulaatioita. Digitaalisen kuvankäsittelyn rajat suomalaisissa sanoma- ja aikakauslehdissä*. Tampere: Tampere University Press.

Mäkelä, Anna, Puustinen, Liina ja Ruoho, Iris 2006. *Sukupuolishow. Johdatus feministiseen mediatutkimukseen*. Helsinki: Gaudeamus.

Nikunen, Kaarina 1996. *Naisellisuuden naamiot. Kuva, katse ja representaation politiikka*. Tampere: Tampereen yliopisto.

Norrena, Vaula 2003. Alkusanat. Teoksessa *Brändätyt – ostetaan ja myydään nuoria*. Helsinki: Like, 11–22.

Punkka, Päivi 2004. *Rohkea roturakastaja, epävarma artisti ja syyskuun söpöliini. Maskulinisuuden representaatiot Cosmopolitanissa*. Tampere: Tampereen yliopisto. Tiedotusopin Laitos. Pro Gradu –tutkielma.

Quart, Alissa 2003. *Brändätyt – ostetaan ja myydään nuoria*. Helsinki: Like.

Ridell, Seija 1994. *Kaikki tiet vievät genreen*. Tampere: Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos.

Rossi, Leena-Maija 2006. Mainonta sukupuolituotantona. Teoksessa Anna Mäkelä, Liina Puustinen ja Iris Ruoho (toim.) *Sukupuolishow. Johdatus feministiseen mediatutkimukseen*. Helsinki: Gaudeamus, 62–79.

Saraste, Leena 1996. *Valokuva tradition ja toden välissä*. Helsinki: Musta taide.

Seppänen, Janne 2000. Nuoret, tutkijat ja Benetton. Kilpatulkintoja mainoskuvasta. *Tiedotustutkimus* 2/2000, 20–35.

Seppänen, Janne 2004. *Katseen voima. Kohti visuaalista lukutaitoa*. Tampere: Vastapaino.

Shannon Claude E. ja Weaver, Warren 1962. *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana: The University of Illinois Press.

Sontag, Susan 1984. *Valokuvauksesta*. Hämeenlinna: Karisto.

Tuchman, Gaye, Kaplan Daniels, Arlene ja Benét, James (toim.) 1979. *Hearth & Home. Images of Women in the Mass Media*. New York: Oxford University Press.

Töyry, Maija 2005. Varhaiset naisten lehdet ja naisten elämä. Neuvotteluja lukijasuhteesta. Helsinki: Helsingin Yliopisto. Viestinnän laitos. Väitöskirja.

Töyry, Maija 2006. Käytösoppaasta naistenlehteen. Teoksessa Anna Mäkelä, Liina Puustinen ja Iiris Ruoho (toim.) *Sukupuolishow. Johdatus feministiseen mediatutkimukseen*. Helsinki: Gaudeamus, 207–225.

Viinikka, Lotta 2003. Feministiasialla. Teoksessa Linda Skugge, Belinda Olsson ja Brita Zilg. *Pilluparvi*. Helsinki: Like, 190-196.

Väliverronen, Esa 1998. Mediatekstistä tulkintaan. Teoksessa Anu Kantola, Inka Moring ja Esa Väliverronen (toim.) *Media-analyysi. Tekstistä tulkintaan*. Tampere: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus, 13–39.

Wolf, Naomi 1996. *Kauneuden myytti. Kuinka mielikuvilla hallitaan naista*. Helsinki: Kirjayhtymä.

**Sähköiset lähteet 25.11. 2010:**

<http://www.hs.fi/ulkomaat/artikkeli/Ranskassa+vaaditaan+varoitusteksti%C3%A4+muokattu+ihin+muotikuviin/1135250810937>

<http://www.shoppingblog.com/blog/7020914>.

<http://www.stara.fi/2009/12/16/liian-photoshopattu-kosmetiikkamainos-kiellettiin-katso-kuva/>

<http://fi.wikipedia.org/wiki/Twiggy>

<http://fi.wikipedia.org/wiki/Kauneus>

[http://fi.wikipedia.org/wiki/Kriittinen\\_miestutkimus](http://fi.wikipedia.org/wiki/Kriittinen_miestutkimus)

[http://www.edu.fi/yleissivistava\\_koulutus/aihekokonaisuudet/viestinta\\_ja\\_mediataito/lahestymistapoja\\_mediaan/median\\_kuvat/valokuva\\_mediassa](http://www.edu.fi/yleissivistava_koulutus/aihekokonaisuudet/viestinta_ja_mediataito/lahestymistapoja_mediaan/median_kuvat/valokuva_mediassa) (Minna Eskola ja Kanerva Vainio)

## Liite 1

Nuorille jaettu lomake:

Taustatiedot

sukupuoli:

ikä:

minkä nimisiä lehtiä luen:

Kirjoita vapaamuotoinen essee, jossa pohdit kuvia naisista. Voit tutkia kuvia yksitellen tai kirjoittaa niistä yhteisesti. Voit käyttää seuraavia kysymyksiä tukenasi:

Mikä mielestäsi on naistenlehdissä tärkeätä? Kiinnitätkö paljon huomiota naistenlehtien kuviin? Miksi katsot naistenlehtien kuvia ja mitä ajattelet katsoessasi niitä? Ketä nämä kuvat palvelevat?

Millaista naiskuvaa kuvien naiset edustavat? Millaiseen ryhmään he kuuluvat? Miten näkisit heidät arjessa? Millä tavalla tällaiset kuvat vaikuttavat sinuun? Vahvistavatko vai heikentävätkö ne itsetuntoasi?

Kuva 2 on manipuloitu. Mitä ajatuksia se herättää sinussa?

Onko miehistä kauneuskuvia?

Onko sinulla itselläsi ulkonäköpaineita? Mistä nämä paineet tulevat?