

TAMPEREEN YLIOPISTO

Päivi Punkka

ROHKEA ROTURAKASTAJA, EPÄVARMA ARTISTI JA SYYSKUUN SÖPÖLIINI

Maskuliinisuuden representaatiot Cosmopolitanissa

Tiedotusopin pro gradu -tutkielma

Toukokuu 2004

TAMPEREEN YLIOPISTO

Tiedotusopin laitos

PUNKKA, PÄIVI: Rohkea roturakastaja, epävarma artisti ja syyskuun söpöliini. Maskuliinisuuden representaatiot *Cosmopolitanissa*.

Pro gradu -tutkielma. 132 s.

Tiedotusoppi

Toukokuu 2004

Tässä tutkielmassa tarkastellaan maskuliinisuuden representaatioita nuorille naisille suunnatussa *Cosmopolitan*-lehdessä. Tutkimuksen lähtöoletuksena on, että lehti tuottaa maskuliinisuudesta stereotyyppistä ja yksipuolista kuvaa. Tutkimuksen tarkoituksena on eritellä ja tutkia maskuliinisuuden representaatioita sekä niitä jäsentäviä diskursseja. Tutkimusaineistona on *Cosmopolitanin* numero syyskuulta 2003.

Tutkimusmetodeina on käytetty sisällön erittelyä sekä diskurssianalyysiä. Kuvia ja mainoksia on tutkittu denotaation ja konnotaation sekä visuaalisen lukutaidon käsitteen avulla.

Tutkimuksen tuloksena on, että *Cosmopolitanissa* tuotetut representaatiot esittävät miehen useimmiten joko naisen kumppanina tai tavoiteltavana määränpäänä. Pääosin miehet eivät pääse itse lehdessä ääneen, vaan heidän toimintansa ja ajatuksensa ovat lähinnä toimittajan kerronnan kohteina. Osassa aineiston representaatioista korostetaan miehen myönteisiä puolia, toisissa taas miehet esitetään taakkana tai uhkana naiselle. Tutkimusaineistossa on vain kaksi miehen haastattelua ja kaksi miehen kirjoittamaa tekstiä. Muut maskuliinisuuden representaatiot on tuotettu naisen – joko toimittajan tai haastateltavan – näkökulmasta. Naiset kertovat lukijalle, millaisia miehet ovat.

Maskuliinisuuden representaatioita tutkimusaineistossa jäsentää kuusi erilaista diskurssia, jotka on tutkimuksessa nimetty seuraavasti: *Heteroseksismi ja halun pakko, maskuliininen valta, miehen ylemmyys, miehinen epävarmuus, homososiaalisuus ja kilpailu* sekä *poikkeavat maskuliinisuudet*. Diskurssit on tässä tutkimuksessa esitelty selvyuden vuoksi toisista erillään, mutta tutkimusaineiston representaatioissa ne kietoutuvat monesti yhteen.

Vaikka tutkimusaineistona oleva *Cosmopolitan* esittää tarjoavansa uusia käsityksiä maskuliinisuudesta tai miehen ja naisen suhteesta, tutkimuksen mukaan maskuliinisuuden representaatiot ovat stereotyyppisiä ja kierrättävät vanhoja myyttejä tai tarjoavat tilalle uusia, yhtä stereotyyppisiä myyttejä. Jatkossa voisi tutkia sitä, miten lukijat suhtautuvat näihin lehtien välittämiin stereotyyppisiin ihmismalleihin ja sitä, millaisen ihmisen he haluaisivat lehtien sivuilla kohdata.

1. JOHDANNOKSI: MITÄ MIEHEN TULEE OLLA?	2
2. MASKULIINISUUDEN REPRESENTAATIOIOT MEDIASSA	4
3. TUTKIMUSAINEISTO: SUOMEN COSMOPOLITAN	8
4. NAISTENLEHTIEN GENRE	11
4.1. GENRE JA ODOTUSHORISONTTI	12
4.2. KURKISTUS NAISTENLEHTIEN MAAILMAAN	13
4.3. MIEHEN ROOLIT NAISTEN MAAILMASSA	16
5. SUKUPUOLESTA JA MASKULIINISUUDESTA.....	17
5.1. MASKULIINISUUDEN TEORETISOINTI	18
5.2. MASKULIINISUUS JA SUKUPUOLI	19
5.3. MALLIMASKULIININ MERKIT	21
5.4. KUKA KATSOO KETÄ?.....	26
5.5. HEGEMONINEN MASKULIINISUUS	27
5.6. MASKULIINISUUSTEORIOIDEN KRITIIKKIÄ	29
6. TODELLISUUS KIELELLISENÄ RAKENNELMANA.....	32
6.1. REPRESENTAATIOTEORIAM	33
6.2. VALINTA MERKITYKSEN TUOTTAJANA	33
6.3. DISKURSIIVINEN KÄYTÄNTÖ.....	34
6.4. GENRE REPRESENTAATIOIDEN OHJAAJANA.....	35
6.5. DISKURSSIEN JA REPRESENTAATIOIDEN TUTKIMISESTA.....	36
7. TUTKIMUSMETODIT	37
7.1. SISÄLLÖN ERITTELY	37
7.2. DISKURSSIANALYYSI.....	37
7.3. KUVAN VOIMASTA	38
8. SISÄLLÖN ERITTELY.....	43
8.1. HAASTATTELUT.....	43
8.2. NAISTEN MIEHET	47
8.3. NEUVONTAPALSTAT	51
8.4. MIELIPIDEKIRJOITUKSET	65
8.5. MEDIATUOTTEIDEN MIEHET	69
8.6. KUVIEN MASKULIINISUUDET	75
8.7. MUUT	80
8.8. YHTEENVETOA SISÄLLÖN ERITTELYSTÄ	81
9. DISKURSSIANALYYSI	83
9.1. HETEROSEKSISMI JA HALUN PAKKO.....	83
9.2. MASKULIININEN VALTA	89
9.3. MIEHEN YLEMMYYS	100
9.4. MIEHINEN EPÄVARMUUS	103
9.5. HOMOSOSIAALISUUS JA KILPAILU	107
9.6. POIKKEAVAT MASKULIINISUUDET	112
9.7. YHTEENVETOA DISKURSSIEISTA	118
10. MYYTIT UUSIOKÄYTÖSSÄ	120
10.1. MYYTTIEN JA COSMOPOLITANIN MIES.....	120
10.2. REPRESENTAATIOIOT KIERROSSA.....	122
11. LOPUKSI.....	124
11.1. TUTKIJAN ITSEREFLEKTIO	124
11.2. MIES ON MIES ON MIES – TULEVAISUUDESSAKIN?.....	125
LÄHTEET	128

1. JOHDANNOKSI: Mitä miehen tulee olla?

Mitä miehen tulee olla, kerro baby mulle
kun en usko naisten lehtiin, halun olla oikee sulle
komeaa ja kaunista, samaan aikaan kilttiä ja tuhmaa
hoikkaa ja hauista, ilmeessä älyä ja uhmaa
kokemusta täytyy olla mutta sopivasti poikamainen
eksotiikka plussaa on kunhan on suomalainen
joo joo koolla ei oo välii, mutta tiedän senkin
testaat arvioit, ja mittaat joka sentin – –.

Suurlähettiläiden kappale *Mitä miehen tulee olla* kiteyttää monella tavalla tämän tutkimuksen lähtökohdat: miehet eivät itsekään tiedä mitä heidän tulee olla, koska heiltä vaaditaan kohtuuttomia. Väitän, että naistenlehdet osaltaan tarjoavat vääristyneen kuvan miehiin ja maskuliinisuuteen kohdistettavista odotuksista. Ainakin äkkikatsomalta *Cosmopolitan*-lehden miehet ovat *roturakastajia* (9/2003), *maailman seksikkäimpiä miehiä* (1/2004), *unelmien prinssejä* (10/2003) tai vain yksinkertaisesti *herkkuja* (10/2001).

Olen lukenut *Cosmopolitania* joitain vuosia ja vähitellen olen alkanut katsella ympärilleni ja ihmetellä lehden mieskuva. Missä ovat nämä täydelliset nykypäivän sankarimiehet, jotka hyppäävät silmilleni lehden sivuilta? Mitä minun pitäisi loppujen lopuksi odottaa miehiltä ja parisuhteelta? Entä mitä minulta odotetaan naisena? Ihminen vertaa itseään muihin verta ja lihaa oleviin ihmisiin, mutta myös mediassa tuotettuihin representaatioihin ja käsityksiin siitä, millaisia me olemme tai millaisia meidän tulisi olla.

Viime vuosina on puhuttu paljon siitä, miten media antaa naisista stereotyyppisen – usein anorektisen laihaan ja nuoren naisen – kuvan. Media on rummuttanut aiheesta useita moraalisia paniikkeja. Lähtöpotku tälle tutkimukselle olikin täydellinen kyllästyminen ja ärsyyntyminen tuohon median naiskuvien vääristyneisyyttä painottavaan keskusteluun. Keskustelu on ollut jopa lukijaa

väheksyvää, yksisilmäistä ja liian kapea-alaista. Naiset eivät nimittäin ole ainoita, jotka esitetään mediassa stereotyyppisellä tavalla. Myös ulkomaalaisia, vammaisia ja miehiä tarkastellaan medioissa yksipuolisesti. Tutkimuksen tarkoituksena onkin kiinnittää huomiota siihen tapaan, jolla maskuliinisuutta representoidaan nuorille naisille suunnatussa *Cosmopolitan*-lehdessä. Tutkimukseni viriää oletuksesta, että *Cosmopolitan* ja muutkin mediat tarjoavat miehistä homogeenisen ja stereotyyppisen kuvan.

Tutkimusmetodeinani ovat sisällön erittely ja diskurssianalyysi. Tekstin lisäksi tutkin kuvaa denotaation, konnotaation ja visuaalisen järjestyksen teorioiden avulla. Lunaan lukutapani, tekstin *kiusaamisen ja keskeyttämisen*, Soile Veijolalta ja Eeva Jokiselta. En ole pyrkinyt hakemaan teksteistä sellaista mitä siellä ei ole. Teksti herättää minussa lukijana tyytymättömyyttä, jokin siinä vihlaisee ja siihen puutun. Kun tutkittavanani ovat representaatiot ja mielikuvat, voi muutoksen ja merkityksen luennassa synnyttää hyvinkin pieni seikka. Varsinkin luonnollisina esitetyt asiat tulevat kyseenalaistetuiksi.

Mediatuottajat eivät välttämättä aina pohdi representaatioita luodessaan niiden merkityksiä tai niiden synnyttämiä tulkintoja. *Cosmopolitan*iakaan ei näennäisestä tarkoituksettomuudesta huolimatta tule päästää kuin koiraa veräjältä sen esittäessä tarjoamansa maskuliinisuuden mallit luonnollisina. Oli teksti tai kuva millainen tahansa, se on aina tuotettu jostain näkökulmasta, jotain intressiä palvellen. Mediatekstien intressidonnaisuutta ei voi kiistää, on tuo intressi sitten lehden myyminen, vallitsevan mallimaskuliinisuuden pönkittäminen tai vaikka uudenlaisten miesmallien hyväksyttäminen.

2. MASKULIINISUUDEN REPRESENTAATIOIOT MEDIASSA

Maskuliinisuuden representaatioita ja niiden problematiikkaa on tutkittu suppealla alueella. Suuri osa representaatiotutkimuksista on kohdistanut huomionsa fiktiivisiin mieshahmoihin ja etenkin elokuvien ja kirjallisuuden esittelemiin miehiin. Pohjoismaissa on median välittämiä mieskuvia muutenkin tutkittu niukasti. Pääasiassa miehiä ja maskuliinisuuksia koskeva mediatutkimus on keskittynyt mainoksiin. (Images of Women in the Media, 27.) Journalismissa tuotettuja maskuliinisuuden representaatioita on tutkittu sitäkin vähemmän. Representaatioita on kuitenkin tutkittu monelta kantilta, esimerkiksi eri henkilöiden (esim. Vainio 2003) ja erilaisten genrejenkin (esim. Jokinen 2003) kannalta.

Tutkimusaineistonani olevaa *Cosmopolitania* ovat tutkineet aikaisemmin ainakin David Machin ja Joanna Thornborrow (2003), jotka artikkelissaan *Branding and Discourse: The Case of Cosmopolitan* tarkastelivat sitä, miten lehti representoi naista. Heidän mukaansa lehden tekstit tuottavat naisesta väkisinkin hauskan ja pelottoman naisen kuvaa (mt., 461). Maskuliinisuuden representaatioita Machin ja Thornborrow eivät tutkineet.

Naistenlehtien mieskuvaa ovat tarkastelleet esimerkiksi Mia Kanninen ja Leena Perttunen sosiologian pro gradu -tutkielmassaan *Mallimaskuliinit. Mieskeskustelua naistenlehdissä* (1997). He tarkastelivat sitä, millaisia sukupuolia koskevia näkemyksiä lehtijutuissa tuotetaan ja rakennetaan. Tutkimusaineistona olivat mieheyttä käsittelevät naistenlehtiartikkelit Annassa ja Me Naisissa. Kannisen ja Perttusen mielestä genren vaatimukset säätelevät sitä, millaisia mieskuvia lehdissä tuotetaan (mt., 153). Heidän mukaansa mieheyden muuttumiseen suhtauduttiin vuoden 1995 miehiä koskevassa naistenlehtikeskustelussa toiveikkaasti. Uudenlaisen mieskeskustelun nähtiin vakiinnuttaneen paikkansa, mutta mitään uusia ajatuksia maskuliinisuudesta eivät tutkijat aineistostaan löytäneet. (Mt., 154.)

Naistenlehden mieskuvaa on tarkastellut myös Anne Yli-Tainio tiedotusopin pro gradu -tutkielmassaan *Me Naiset -lehden mieskuva vuosina 1965 ja -86* (1987). Yli-Tainio analysoi sitä, miten lehden välittämä mieskuva on muuttunut vuosien

1965 ja 1986 välillä. Analyysin perustella mieskuva ei ole muuttunut suuresti kahdenkymmenen vuoden aikana ja että se heijastaa yhteiskunnan valtarakenteita (mt., 60). Yli-Tainio päätteli tutkimuksensa perusteella, että lehden naistoimittajien henkilökohtaiset mieskokemukset ja työpaikan vaatimukset vaikuttava siihen, millaisia mieskuvia lehti välittää (mt., 59). Oletan, että toimittajan kokemus ja näkemys vaikuttavat esimerkiksi hänen tekemiinsä sanavalintoihin, mutta aivan suoraa yhteyttä ei naistoimittajien mieskokemusten ja lehden välittämien mieskuvien välille kuitenkaan voi mielestäni piirtää. Yli-Tainio huomauttaa tutkimuksessaan myös, että naistenlehtien ”miesjuttujen” lähtökohdana on miesten ihailu (mt., 62). Jonkin verran ihailua ilmenee myös tarkastelemani *Cosmopolitanin* tavassa representoida miestä, mutta aivan tekstien lähtökohdiksi en ihailua kuitenkaan asettaisi.

Anne Haaja on puolestaan kartoittanut tiedotusopin pro gradu -tutkimuksessaan *Etäisestä ja epäoikeudenmukaisesta naisen kaveriksi* (2000) sitä, miten uraa luovat naiset merkityksellistävät miehet haastatteluissaan, millaisia mieskuvia nämä jutut välittävät ja miksi. Haajan aineistona on ollut Anna-lehden uranaisjuttuja neljällä eri vuosikymmenellä.

Naistenlehtien naiskuvaa ja sisältöä on tutkittu niiden välittämää mieskuvaa ja maskuliinisuutta laajemmin (Esimerkiksi Ferguson 1983; Winship 1987, Malin 1993). Tätä tutkimusta esittelen naistenlehtien genreä tarkastelevassa luvussa.

Medioiden sukupuolikuvaustoihin yleensä on puolestaan perehtynyt Irma Kaarina Halonen, joka on tutkinut journalismin sukupuolittumista ja sen vinoutumia väitöskirjassaan *Matka journalismin sukupuolittumisen strategisille alueille* (1999).

Monissa suomalaisen miestutkimuksen artikkelikokoelmissa tarkastellaan maskuliinisuuden representaatioita erilaisissa kulttuurituotteissa ja esimerkiksi lehtigenreissä. Miehillä suunnattujen (naistenlehtiin verrattavien) julkaisujen mieskuvia on tarkastellut Mikko Penttilä artikkelissaan *Paperiin piirretty mies* (1999), jossa hän tarkastelee *Cosmoksen*, *Men's Healthin* ja *Miehen Glorian* välittämiä mieskuvia. Tutkimuksen mukaan ”patriarkaalinen tosimitiehen legenda jatkuu uusien miesten lehtien sivuilla” (mt., 28). Miehillä suunnatut lehdet

hyväksyvät tai hylkäävät miehen malleja ja esittävät kriteereitä, jotka miehen tulee täyttää tai ainakin pyrkiä täyttämään (mt., 22).

Maskuliinisuuden representaatioita audiovisuaalisissa medioissa eli televisiosarjoissa ja elokuvissa on tutkittu paljon. Sukupuolten representaatioita elokuvissa ovat tutkineet esimerkiksi Sharon Willis (1993) , joka kartoittaa maskuliinisuutta Die Hard- ja Tappava Ase -elokuvissa ja Ville Juutinen (1998), joka tarkastelee ensimmäisen ja toisen Terminator-elokuvan sukupuolia ja niiden ”työnjakoa”. Suomalaisen elokuvan mieshahmoja ja tapaa representoida maskuliinisuutta on tutkittu niin vanhoista (esim. Koivunen & Laine 1993) kuin uusistakin elokuvista (esim. Majuri 1999). Televisiosarjojen representoimaa maskuliinisuutta ovat tutkineet esimerkiksi Iris Ruoho (1996) ja Pentti Näränen (1996). Tutkimuskohteina ovat olleet niin fiktiiviset televisiosarjat kuin ajankohtaisohjelmatkin.

Kirjallisuuden välittämiä representaatioita on tutkittu jonkin verran. Tutkimukseni kannalta erityisen hyödyllinen on Mikko Lehtosen teos *Pikku jättiläisiä* (1995), joka purkaa maskuliinisuuden kulttuurista rakentumista. Lehtosen tutkimusaineistona ovat tekstit Topeliuksen Maamme-kirjasta Monthy Pythonin lentävä sirkus -televisiosarjaan. Lehtosen toimittamassa kirjassa *Aatamin puvussa. Liaanilla Hemingwaysta Königiin* (1995) eri kirjoittajat tarkastelevat puolestaan populaari- ja korkeakulttuurin miehiä ja mieskuvia, ennen kaikkea fiktiivisiä miehiä ja maskuliinisia hahmoja.

Sukupuolen representaatioita on tutkittu lisäksi mainoksissa (esim. Rossi 2003). Mielenkiintoisia havaintoja on tehty niinikään siitä, miten erilaisiin tarkoituksiin tuotetut tekstit esittävät maskuliinisuuden ideaalin. Esimerkiksi Teemu Tallberg tarkastelee tutkimuksessaan *Miesten koulu? Mieskuva varusmieskoulussa käytettävissä opetuselokuvissa* (2003), miten varusmieskoulutuksessa käytettävät videot kertovat ”tosimiehen” eli sotilaan ideaalista. Myös miehen ulkomuodon kuvaamista ja sen välittämiä merkityksiä on tutkittu jonkin verran. Miehen kehoon ja maskuliinisiin pidettyihin fyysisiin merkkeihin pureutuu Richard Dyer, joka teoksessaan *Älä katso!* (2002) purkaa auki valokuvia miehistä ja niihin ladattuja kulttuurisia merkityksiä ja oletuksia maskuliinisuudesta.

Arto Jokisen mukaan maskuliinisuuden representaatioita koskeva tutkimus voidaan jakaa kolmeen päätyyppiin. Ensinnäkin on tutkittu niitä genrejä, joissa maskuliinisuuden problematiikka on keskeisesti esillä. Tällaisia genrejä ovat esimerkiksi ne, joissa kuvataan miehiä ja heidän elämäänsä. Toisekseen on tutkittu niitä tekstejä, joissa representoidaan tyypillisesti miehiin liittyviä ongelmallisia teemoja, kuten esimerkiksi väkivaltaa. Kolmas tutkimustyyppi on paneutunut valtavirran heteromaskuliinisuuksista poikkeavien maskuliinisuuksien, kuten homoseksuaalien representaatioiden tarkasteluun. (Jokinen 2000, 124–125.) Lukemani maskuliinisuuden representaatioita käsittelevän kirjallisuuden perusteella on kuitenkin selvää, että aina tutkimuksessa ei keskitytä vain tiettyntyyppisiin teksteihin ja representaatioihin, vaan tekstit ja tutkimustyylit sekoittuvat.

Tarve tutkia maskuliinisuuden representaatioita on nostettu esiin 1990-luvulla ja monet tutkijoista ovat olleet miehiä. Stuart Hallin toimittamassa kirjassa *Representation* (1997) Sean Nixonin kirjoittama luku *Exhibiting Masculinity* käsittelee miesten uudenlaisia representaatioita etenkin valokuvissa. Maskuliinisuuden representaatioiden nostaminen esiin yleisesti representaatioita koskevassa teoksessa kielii siitä, että median välittämien naiskuvien stereotyyppisyys on nykyään ikään kuin selviö, mutta miesten esittämistä tietyllä tavalla on pitkään pidetty luonnollisena ja ongelmattomana. Representaatioiden tutkimuksella voidaankin purkaa, avata ja tiedostaa näitä luonnollisina pidettyjä kulttuurisia sukupuolten tuotoksia.

Kun tutkijat ovat pureutuneet maskuliinisuuden representaatioihin, kaivaneet esiin niiden problematiikkaa ja usein puutteitakin, selviönä pidetty miesten kaikkivoipa valta ei kulttuurituotteidenkaan maailmassa näytäkään ulottuvan aivan kaikkialle. Eikä ainakaan ilman kyseenalaistamista.

3. TUTKIMUSAINEISTO: Suomen *Cosmopolitan*

Keskityn tutkimuksessani tarkastelemaan yhtä *Cosmopolitanin* numeroa. Pidän tärkeänä selvittää, millaisen käsityksen ja rakennelman maskuliinisuudesta lehti tarjoaa sitä ensimmäistä kertaa selailevalle lukijalle. Lehden irtonumeromyynti on vilkasta, joten uskon satunnaisiakin lukijoita olevan paljon. Mielestäni lehden ideologia ja sanoma ovat melko läpitunkevia kautta koko lehden. Kuvan *Cosmopolitanin* maailmasta saa siten yhdenkin lehden perusteella. Tutkimukseni kohteena oleva numero on syyskuulta 2003.

Tutkimusaineistoni käsittää koko lehden etukannesta takakanteen. Aineistooni on kelpuuttanut vain ne jutut, joissa jollain tavalla käsitellään, tuotetaan tai muokataan maskuliinisuutta ja käsityksiä siitä. Juttujen laajuudet vaihtelevat lyhyistä elokuvapuffipätkistä monen sivun ihmishdeartikkeleihin. Seuraavassa esittelen tutkimuksessa käyttämäni aineiston. Olen jaotellut aineiston selvyuden vuoksi juttutyypeittäin. Samaa jakoa käytän myös luvun 8 sisällön erittelyssä. Jako on perusteltu, koska vaikka lehden diskurssi on läsnä kaikkialla, ei kuitenkaan ole yhdentekevää, onko jutun lähteenä mies itse vai toimittajan mielipiteet.

Haastattelut

Pääkallo paikalla, Tuhansien läppien mies

Naisten miehet

Siiri & tuhmat pojat, Angelina Jolie, Sarjamorsiamet sulhojahdissa, Salatut sisaret

Neuvontapalstat

Virtuoosin 50 flirttivinkkiä, Ei oo, ei tuu..., Myynteille kyytiä – Nitistä luulot rakkaudesta, Suhteellisen arkista, Horoskooppi, Miehesi tähtikartta, Aina menossa vai jarru pohjassa?, Irma Kurtz, Mies kysyy, Cosmon viettelyvinkit, Amarin ateria, Mielipiteet, Miehen mielestä, Sinkkuus IN, seurustelu OUT?, Cosmoposti, Miljoonaperillisen pimeä puoli, Kuukauden tunnustus

Muiden mediatuotteiden miehet

Musiikki-sivun miehet, TV-sivun miehet, Suolaista hiekkaa, Kirjat (Namu – tyttö äitien maasta, Vaino ja viettelys, Kuutamotariffi)

Kuvien maskuliinisuus

Pin Up, In one Word – Nike Women (In my Kingdom, In one Word, I feel Beautiful When), Tenkasen aamushow

Muut

Kalenteri

Tutkimusaineistooni sisältyy myös muutama kuva ja mainos sillä perusteella, että ne ensi näkemältä poikkeavat suuresti lehden tyypillisistä tavoista kuvata miestä. Näiden poikkeuksellisuuden tuon esiin vertaamalla niitä ja niiden analyysiä tyypilliseen *Cosmopolitanin* kuvaan miehestä (*Pin up*).

Olen tietoinen siitä, että esimerkiksi mainokset eivät ole journalistista aineistoa, mutta myös ne kuvaavat lehden ideologiaa ja siten myös käsitystä maailmasta ja maskuliinisuudesta. Leena-Maija Rossin (2003) mukaan mainoksissa voidaan sukupuolia ja niitä koskevia käsityksiä esittää suoremmin kuin muissa mediatuotteissa (mt., 119) tai jopa kärjistetympin. Mainosten valintaa perustelen myös sillä, että lehden satunnainen tai vannoutunutkaan lukija osaa välttämättä aina erottaa sitä, mikä on lehden toimituksen tuottamaa ja mikä ei. Lehti luetaan pakettina.

Mainostajat ovat kiinnostuneita *Cosmopolitanin* kohderyhmästä. Lehden päätoimittajan Tina Töttermanin mukaan lehden kohderyhmänä ovat 18–29-vuotiaat naiset. Kuukausittaisista 250000 lukijasta noin 40000:n arvioidaan olevan nuoria miehiä. (Sähköpostikeskustelu Punkka–Tötterman, 10.11.2003.) Kun tarkastellaan maskuliinisuuksien representaatioita ja yleensäkin mediatekstejä, tekstin tuottajalla eli toimittajalla on lehden linjan puitteissa valta muodostaa maskuliinisuuksia koskevat käsitykset. *Cosmopolitanin* toimituksessa työskentelee (marraskuu 2003) päätoimittajan lisäksi 26–33-vuotiaita naisia, joten toimituskunta on ikärakenteeltaan hyvin lähellä kohderyhmäänsä.

Vaikka päätoimittaja Tötterman ei lähde tarkemmin erottelemaan tai kuvailemaan lehden kohderyhmää, lehden säännöllisenä lukijana olen huomannut, että *Cosmopolitan* on suunnattu nuorille, itsenäisille, itsestään huolehtiville ja aktiivisille heteronaisille. Tai ainakin tällaisen kuvan naisesta lehti tarjoaa sitä selailevalle. Lehdessä mainostetaan niitä tuotteita (ja niitä ideologioita ja ehkä tekaistujakin tarpeita), joita näiden naisten ajatellaan tarvitsevan. Jo vuosia lehteä lukeneena voin todeta, että ulkonäköön keskittyvä heteropainotteinen girl power - asenne paistaa lehdestä läpi jo pelkällä selailulla.

Lehti puhuttelee lukijoitaan Cosmo-naisina tai -tyttöinä ja välittää erilaisten juttujen kautta ulkonäkö- ja toimintaihanteita, jotka Cosmo-naisen tulee allekirjoittaa. Millainen on sitten lehden välittämä käsitys maskuliinisuudesta tai sen ihanteellinen ruumiillistuma, Cosmo-mies?

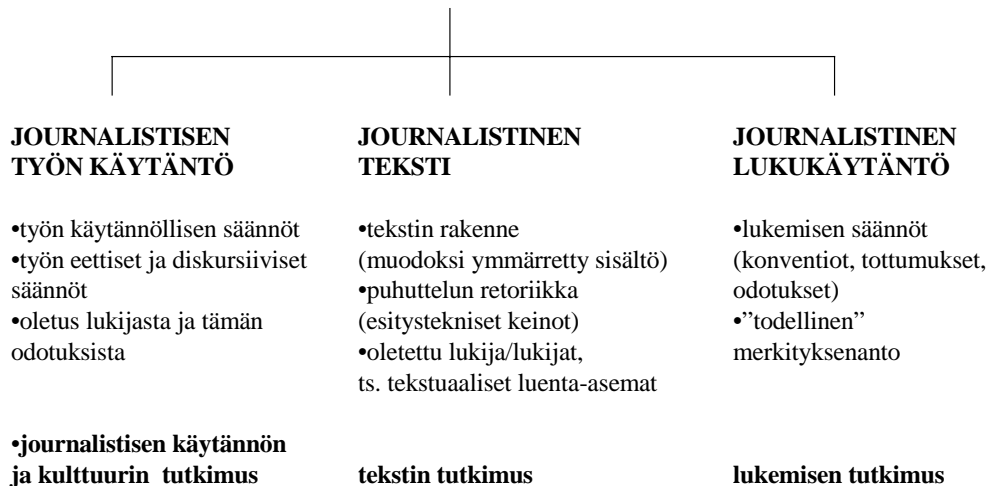
4. NAISTENLEHTIEN GENRE

Yleisesti genre-käsitteellä viitataan tekstin lajiin tai tyyppiin, esimerkiksi siihen, onko teksti runo, kauhuelokuva, mainos tai joku muu vastaava. Lehtigenrejä ovat siis esimerkiksi sanomalehdet, urheiluun erikoistuneet lehdet, naistenlehdet ja niin edelleen.

Denis McQuail (2000) määrittelee genren pitävän sisällään *sisällön tarkoituksen*, esimerkiksi informaation välityksen tai viihteen, *muodon* eli kielen ja pituuden ja *merkityksen*, joka viittaa siihen, miten sisältö suhteutuu todellisuuteen. Genren muoto on syntynyt ja vakiintunut ajan kuluessa ja se sisältää lajityypille tuttuja ja tyyppillisiä konventioita. Lajityypin piirteet voivat myös kehittyä ja muuttua, mutta vain alkuperäisen genren puitteiden/kehysten sisällä. Tietty genre seurailee kerronnan odotettua rakennetta, esittää ennalta arvattavia kuvia ja varioi erilaisia perusteemoja. (Mt., 332.)

Seuraavassa kaaviossa on esitelty journalistinen genre Seija Ridellin (1992) mukaan (mt., 146). Ridellin mallissa genre koostuu kolmesta asiasta: journalistisen työn käytännöstä, tekstistä ja luennasta.

JOURNALISTINEN GENRE



Vaikka Ridellin malli soveltuu nimenomaan genren tutkimuksen tarpeisiin, voi sen avulla myös hahmottaa yleisesti genrejen toimintaa esimerkiksi merkityksellistämisen ohjaajina. Toisaalta sen avulla voi tarkastella sitä, mitkä seikat vaikuttavat representaatioiden tuottamiseen. Mikä vaikuttaa siihen, millaisia representaatioita *Cosmopolitanissa* on mahdollista tuottaa?

Eri genreihin kuuluvien lehtien sisältö tuotetaan erilaisten diskursiivisten sääntöjen ohjaamina. Tuotantoon vaikuttavat oletukset lukijasta ja tämän odotuksista. Naistenlehtien tuottajat olettavat lukijoiden olevan naisia, joten he tarjoavat sisältöä, jonka oletetaan kiinnostavan naisia. Naistenlehtien lukijat lukevat genren sisään sijoitettuja mediatekstejä tietyin odotuksin, tietyllä tavalla ja tiettyjen tottumusten ja mahdollisesti aikaisempien lukukokemusten ohjaamina. Ja jos lukijoilla ei ole aikaisempia kokemuksia naistenlehdistä, he suhteuttavat naistenlehden sisällön ja lukukokemuksensa muiden, heille entuudestaan tuttujen lehtien sisältöihin ja konventioihin. Tällöin tulkinta naistenlehden sisällöstä voi olla hyvinkin erilainen kuin niillä, jotka ovat tottuneet naistenlehtigenren sisältöön.

4.1. Genre ja odotushorisontti

Denis McQuailin (2000) mukaan genreä voidaan pitää käytännöllisenä keinona, joka auttaa medioita tuottamaan mediatekstejä yhdenmukaisesti, johdonmukaisesti ja tehokkaasti. Genren avulla mediat voivat myös suhteuttaa tuotantonsa yleisön odotuksiin. (Mt., 332.) Genre määrittää sitä, mitä lajityypissä käsitellään ja miten (Jokinen 2000, 117).

Seija Ridellin mukaan (1992, ks. myös Ridell 1994) genre tarkoittaakin ”kommunikatiivista sopimusta”, joka tekstissä solmiutuu välineen/toimittajien ja yleisön välille. Esitysteknisesti ”kommunikatiivinen sopimus” solmitaan kertojan diskurssin kautta. Diskurssissa rakennetaan lukijalle välittömimmin tarjoutuva luenta-asema. (Ridell 1992, 149.) Näin ollen genreä, esimerkiksi naistenlehden lajityyppiä, voidaan pitää odotusikkunana tai -joukkona, joka auttaa tekstin lukijaa tulkitsemaan ja merkityksellistämään tietyn genren sisällä tuotettuja tekstejä. Ottaessaan käteensä naistenlehden lukija ei oleta sen sisältävän kovia uutisia, vaan todennäköisesti viihdettä ja monenlaisia vinkkejä. Mikko Lehtonen (1996) toteaa:

Genret ovat ikään kuin tuoteselosteita, joiden avulla ihmiset voivat suuntautua tekstien rannattomalla merellä ja etsiä sellaisia kokemuksia, joiden he aiempien kokemustensa perusteella tietävät tuottavan itselleen mielihyvää. (Mt.,1996, 184.)

Genret eivät koostu siis ainoastaan tietynlaisista teksteistä, vaan myös niistä odotuksista, joita lukijat tuovat tekstiin mukanaan ja jotka vaikuttavat tekstien merkityksellistämiseen lukemisen aikana. Elokuvaa tutkineen Stephen Nealen (1980) mukaan genren ja odotusten suhde on oikeastaan kaksikerroksinen. Ensimmäinen kerros koostuu lajityyppiin kohdistuvista tavanomaisista ja totutuista perusodotuksista. Toinen kerros puolestaan viittaa odotukseen, jonka mukaan genren sisällä olevankin tekstin tai tuotteen tulee tarjota jotain uutta ja erilaista. (Mt., 54–55.)

4.2. Kurkistus naistenlehtien maailmaan

Naistenlehdet eroavat muista aikakauslehdistä eriytyneen, spesifin yleisönsä ja kohderyhmänsä takia, mutta myös niiden pitkä historia erottaa ne muista. Nimenomaan naisyleisöä varten lehtiä on tuotettu Isossa-Britanniassa 1600-luvulta lähtien. (Ferguson 1983, 1–2.) Tutkimusaineistonani oleva *Cosmopolitan* ei myöskään ole uusi-ilmiö naistenlehtien kentällä. Se on ilmestynyt englanninkielisenä Amerikassa vuodesta 1965 ja levinnyt ympäri maailmaa. Suomenkielinen *Cosmopolitan* on ilmestynyt huhtikuusta 1999 asti. *Cosmopolitan* on pitkään ollut maailman suosituin nuorten naisten lehti (Ferguson 1983, 35–36).

Suomessa ilmestyy lukuisia eri naistenlehtiä, jotka voi erottaa toisistaan esimerkiksi sisällön painotuksen ja naisille tarjotun roolin perusteella (ks. esim. Malin 1993). Anne Haajan (2000) mukaan Suomessa ilmestyvät naistenlehdet voidaan jakaa kahteen ryhmään. Ensimmäisessä ryhmässä tarjotaan perinteistä naiseutta, joten jutut keskittyvät esimerkiksi perheeseen ja kotiäitiyteen. Tällaiset lehdet jakavat käytännön neuvoja. Naistenlehtien toinen ryhmä puolestaan keskittyy korostamaan nykynaisen menevyyttä ja kiirettä. Näiden lehtien sisällössä pääosa on työllä ja ystävillä. (Mt., 9.) *Cosmopolitanin* sijoittaisin näistä jälkimmäiseen ryhmään.

Naistenlehtien sisällöstä

Marjorie Ferguson kirjoittaa naistenlehtiä ja niiden yhteiskunnallista merkitystä tarkastelevassa kirjassaan *Forever Feminine* (1983), että naistenlehdet osaltaan määrittelevät naisten asemaa tietyssä yhteiskunnassa tietynä aikana. Lehdet auttavat naisia muokkaamaan näkemystään itsestään ja yhteiskunnan näkemyksiä naisista. (Mt., 1.) Koska monesti ajatellaan, että naisten asema määrittyy suhteessa miesten asemaan, feminiinisyys suhteessa maskuliinisuuteen, naistenlehdet määrittelevät oleellisesti myöskin miestä ja maskuliinisuutta. Fergusonin mukaan naistenlehdet ovat sosialisointien agentteja ja jakavat ja välittävät ohjeita ja asenteita. Ne eivät tarjoa ainoastaan ohjeita kutomiseen ja kokkaukseen, vaan lehdet kertovat naisille, miten heidän tulee suhtautua itseensä, rakastajiinsa, aviomiehiinsä, lapsiinsa ja pomoihinsa. (Mt., 2.) Toisin sanoen naistenlehdet osaltaan kertovat lukijoilleen myös siitä, millaisena se näkee ”oikeanlaisen” maskuliinisuuden. Millaisia ”me” – eli lehti, sen tekijät ja lukijat – haluamme miestemme olevan.

Tutkiessaan naistenlehtien sisältöä Ferguson analysoi kolmea suosittua brittiläistä naistenlehteä vuosilta 1949–1974 ja 1974–1980. Analysoitavat lehdet olivat *Woman*, *Woman’s Own* ja *Woman’s Weekly*. Ferguson nimesi sisällössään toistuvat teemat seuraavasti: Iske ja pidä mies, Onnellinen perhe, Sydän vastaan järki, Työtä tekevä vaimo on huono vaimo ja Oma apu -kokonaisuudet (kuten Takaiskujen voittaminen, Tule kauniimmaksi, Täydellisyden tavoittaminen ja Menestys tarkoittaa onnea). (Mt., 44.) Kun kauneutta käsittelevät jutut lasketaan pois, useimmiten toistuvia teemoja molemmilla tarkasteluväleillä olivat Iske ja pidä mies sekä Oma apu: takaiskujen voittaminen (mt., 46, 97). Fergusonin tutkimuksen mukaan miehillä näyttää olevan paikka kaikissa naistenlehden sisältöluokissa. Monet edellä esitellyistä perusteemoista toistuvat naistenlehdissä vieläkin hieman nykyaikaan sopeutettuina. Esimerkiksi tutkimassani *Cosmopolitanissa* annetaan flirttivinkkejä (kuinka iskeä mies), meikkaus- ja pukeutumishojeita (tule kauniimmaksi, täydellisyden tavoittaminen) ja neuvoja, joilla pitäisi pärjätä työelämässä (menestys tarkoittaa onnea).

Naisten oma maailma

Marjorie Fergusonin (1983) tutkimuksen mukaan 1970-luvun puolivälistä lähtien naistenlehdissä on suhtauduttu avarakatseisemmin ja suvaitsevaisemmin naisen seksuaaliseen avoimuuteen, erilaisiin parisuhdemuotoihin ja naisten palkkatyöhön (mt., 85). Väitän, että 2000-luvulla ainakin *Cosmopolitanin* kaltaiset, nuorille naisille suunnatut lehdet eivät ainoastaan suhtaudu avoimesti naisten seksuaalisuuteen vaan suorastaan kannustavat lukijoita avoimeen ja aktiiviseen seksuaalisuuteen. Joku toinen voisi väittää, että tämä on seurausta yhteiskuntaa läpäisevästä tasa-arvoistumisesta, naisten emansipaatiosta, patriarkaatin heikentymisestä tai länsimaisen nyky-yhteiskunnan yli-seksualisoitumisesta. Kysymykseen naisten seksuaalisesta aktiivisuudesta ja uudenlaisesta vallasta palaan analyysiosiossani.

Fergusonin mukaan naistenlehdet saarnaavat naisen itsemääräämisoikeuden voimasta. Naistenlehdet pyrkivät tuomaan esiin naisten kollektiivista sosiaalista ”todellisuutta”, naisten maailmaa. (Mt. 185.) Janice Winship (1987) puolestaan huomauttaa, että naistenlehtien luoma naisten maailma on tärkeä, koska sellainen esiintyy vain naistenlehtien sivuilla, ei niiden ulkopuolella, todellisessa maailmassa (mt., 7). Mielenkiintoista onkin nähdä, millaisen asema ja rooli tarjotaan miehille Cosmo-naisten maailmassa. Ja millaisia ovat nämä miehet, jotka naisten maailmaan kelpuutetaan? Onko naisten maailmassa valta todellakin naisilla?

Jos naisilla on naistenlehdessä konkreettisesta maailmasta poikkeavaa valtaa, se rajoittuu todellakin vain maailmaan, joka luodaan lehtien sivuilla. Winshipin mukaan maskuliinisen vallan ja ”viisauden” merkitys näkyy esimerkiksi siinä, että naistenlehtiä vähättelevät monet naiset ja melkein kaikki miehet. Naistenlehtien asemaa journalististen tuotteiden hierarkiassa voikin verrata saippuaopperoiden asemaan uutisiin nähden. Naistenlehdet ovat journalismin saippuuita, hömpää, väärinymmärrettyjä ja parjattuja. (Mt., 7.) Aivan kuten saippuaoppereita arvosteltaessa, ei naistenlehtien kritiikeissäkään tunnuta ottavan huomioon yleisön tulkintoja ja käyttötarkoituksia. Naisten selviämiskykyä ja kompetenssia julistavat lehdet voivat tarjota monelle naiselle television saippuaopperoiden tavoin hyvinkin tärkeää sisältöä, vaikka he eivät sitä itse tunnustaisikaan. Tällaisia

käyttötarkoituksia voivat olla esimerkiksi eskapismi ja oman elämän vertailu muiden elämään.

4.3. Miehen roolit naisten maailmassa

Marjorie Ferguson (1983) tarkasteli tutkimuksessaan myös miesten rooleja naistenlehdissä. Tutkimuksen mukaan vuosien 1979–80 naistenlehtien miehistä suuri osa oli aviomiehiä tai tavoiteltavia miehiä. Tavoiteltavat miehet ovat naisen romanttisen, seksuaalisen tai materiaalisen intressin kohteena. He voivat olla esimerkiksi esimiehiä tai sulhaskandidaatteja. Näkymättömiä miehiä oli reilu viidennes kaikista ja he loistivat poissaolollaan esimerkiksi kauneussivuilla. (Mt., 65–67, 112.) Tässä Ferguson tarkoittaa sitä, että nainen ei halua näyttää kauniilta itsensä takia, vaan miellyttääkseen miehistä katsetta. Näin miesten voi ajatella olevan läsnä myös kauneusvinkkejä jakavilla sivuilla.

Aviomiesten, haluttavien ja näkymättömien lisäksi naistenlehti tarjoaa Fergusonin tutkimuksen mukaan miehille esimerkiksi isän, hyvän ja pahan jätjän rooleja. Suojelijat, taiteilijat ja ponnistelevat (striving) mieshahmot jäivät vähemmistöön naistenlehtien sivuilla ainakin 1970- ja 80-lukujen vaihteessa. (Mt., 112.) Tämä johtuu varmasti lehtien näennäisestä uskosta naisten oman avun voimaan. Miesten rooleja *Cosmopolitanissa* tarkastelen luvussa 8 Sisällön erittely.

5. SUKUPUOLESTA JA MASKULIINISUUDESTA

Suomen kielessä ei ole englannin tai ruotsin tyyliin eri sanoja biologiselle ja sosiaaliselle sukupuolelle, vaan niihin molempiin viitataan samalla sanalla. Usein se, puhutaanko biologisesta vai sosiaalisesta sukupuolesta selviää asiayhteydestä. Sukupuoli ei siis ole kiinni aina tai ainoastaan kromosomeista, vaan usein myös kulttuurista ja toiminnasta eli sosiaalisesta sukupuolesta. Sukupuolta määriteltäessä tukeudutaan yleisesti sex/gender-jakoon. Sex viittaa biologiseen sukupuoleen ja sitä käytetään usein silloin, kun sukupuolten välisiä eroja pyritään palauttamaan biologisiin tai anatomisiin eroavaisuuksiin. Gender puolestaan viittaa sosiaaliseen sukupuoleen ja siitä johtuviin eroihin. (Archer & Lloyd 1982, 22.) Sukupuolirooli (sex role) -käsite sen sijaan tarkoittaa sosiaalista tai kulttuurista määrittelyä soveliaasta maskuliinisesta ja feminiinisestä käyttäytymisestä. Termillä viitataan lisäksi niihin yhteiskunnallisiin odotuksiin, joita yksilöön kohdistetaan sukupuolen takia.

Sukupuolirooliin liittyy stereotypian käsite. Yleisesti stereotypioilla tarkoitetaan pinttyneitä uskomuksia siitä, miten ihmisryhmät eroavat toisistaan asenteiltaan, arvoiltaan, luonteenpiirteiltään ja suorituskyvyltään (Petrell 1992, 204). Stereotyyppien avulla ihmisiä luokitellaan itsestään selvinä pidettyihin kategorioihin ja eriarvoisiin asemiin. Ne ovat representaation muoto, jolla maailmaa ja ihmisiä järjestetään hierarkkisesti valtasuhteisiin. Stereotyyppisesti voidaan esimerkiksi ajatella, että naisten tehtävä on olla kotona hoitamassa lapsia ja miehen on oltava perheen elättäjä.

Stereotypiat toimivat myös ennustuksina ja ruokkivat ennakkoluuloja; havaitaan mitä halutaan havaita. (Määttä 1991, 5.)

Sukupuoliroolistereotypiat puolestaan voidaan nähdä yliyksinkertaistettuina oletuksina ja odotuksina naisten ja miesten luonteenpiirteistä ja heidän tehtävistään yhteiskunnassa. Sukupuolistereotypiat voidaan jakaa edelleen olemus- ja roolistereotypioihin:

1) Olemusstereotypiat kertovat, minkälaisia naiset ja miehet oletetusti ovat.

2) Roolistereotypiat kertovat, mitä miehet ja naiset tekevät sekä mitä heidän oletettavasti kuuluu ja sopii tehdä. (Mt., 5.)

Olemusstereotyyppioihin kuuluvat esimerkiksi luonteenpiirteisiin ja ulkonäköön kohdistuvat lukkiutuneet käsitykset tai odotukset. Roolistereotypiat taas viittaavat toimintaan kohdistuviin odotuksiin ja oletuksiin. Maskuliinisuutta koskevia stereotyyppioita valotan tarkemmin mallimaskuliinin merkkejä käsittelevässä luvussa 5.3.

5.1. Maskuliinisuuden teoretisointi

Maskuliinisuutta on tutkittu jokseenkin paljon ja tutkijat ovat yrittäneet luoda maskuliinisuudelle määritelmiä. Määritelmät ovat monesti löysiä, eivätkä kykene antamaan vastausta siihen, mitä maskuliinisuus on. Kuten muutkin määritelmät, myös maskuliinisuuden määritelmät ovat kulttuurisidonnaisia. Itse tarkastelen maskuliinisuutta, sen ilmenemismuotoja ja representaatioita suomalaisesta, pitkälti länsimaisen kulttuurin ja amerikkalaisen populaarikulttuurin kyllästämästä näkökulmasta käsin.

Suurin osa miestutkijoista ja feministisistä tutkijoista on sanoutunut irti sukupuolen täysin biologisesta luonteesta (sex) ja pitävät sitä enemmänkin kulttuurisena ja sosiaalisena rakennelmana (gender). Yleisesti ajatellen maskuliinisuus viittaa siihen, mitä jossain tietyssä kulttuurissa pidetään miesmäisenä tai miehisenä. Tämän lisäksi käsite viittaa oletuksiin ja odotuksiin siitä, mitä miehen tulee tehdä, tuntea ja puhua. (Jokinen 2003, 10.)

Maskuliinisuus sisältää siis miehen mentaaliset, psyykkiset, sosiaaliset ja fyysiset ihannemitat. Tämä ideaali ymmärretään pakottavaksi: poikien ja miesten tulee pyrkiä sitä kohtaan. (Mt., 10.)

Arto Jokinen on johtanut eri tutkijoiden, etenkin R.W. Connellin (1987a, 1987b, 1995) ajatusten inspiroimana maskuliinisuudelle viisi eri määritelmää. Hänen mukaansa maskuliinisuus tarkoittaa:

1) Persoonallisuuteen ja ruumiiseen viittaavien piirteiden kategoriaa, jolle löytyy analogiansa ja symbolinsa esineiden ja ilmiöiden maailmasta.

2) Miehisten ominaisuuksien ideaalia, jota kohden miehen tulee elämässä pyrkiä: mitä enemmän mies täyttää maskuliinisia määreitä, sitä arvostetumpi hän on miehenä. Mieheksi ei synnytä, miehuus ansaitaan.

3) Kiinteän tai pysyvän objektin sijasta sosiaalista prosessia ja tuon prosessin aika- ja paikkasidonnainen tulosta. Maskuliinisuus on konfiguraatio, joka pakottaa ja houkuttelee miehiä omaksumaan tiettyjä maskuliinisia määreitä, mutta se ei ole yksittäisen miehen persoonallisuuspiirteiden summa.

4) Tiettyä diskursiivista muodostumaa, joka tarjoaa tietynlaisia maskuliinisia subjektipositioita, joihin asettumalla maskuliininen subjekti rakentuu. Diskurssi tarjoaa tiedon puhumistaan kohteista, epistemologiset perusteet tiedolle ja tähän tiedon järjestelmään kietoutuvan vallan. Positiosta käsin diskurssin sisältämä tieto tulee mielekkääksi ja mahdolliseksi ottaa käyttöön.

5) Tiettyssä historiallisessa ajassa ja paikassa tietyn kulttuurin jäsenet merkitsevät, merkityksellistävät ja representoivat tekoja, eleitä, asioita ja ilmiöitä maskuliiniseksi. Subjektin maskuliinisuus rakentuu näiden tekojen ja eleiden performatiivisesta toistosta. (Jokinen 2003, 9–27.)

Edellä esitetystä tiivistän: tutkimuksessani käyttämä termi maskuliinisuus viittaa siis sellaisiin kulttuurisiin merkkeihin, joita länsimaisessa kulttuurissamme merkitään maskuliiniseksi eli miehisiksi. Maskuliinisuus on kulttuuri-, aika- ja paikkasidonnaista. Maskuliinisuudessa ei ole kyse niinkään anatomiasta tai biologisesta sukupuolesta, kuin (sosiaalisesta) toiminnasta, luonteenpiirteistä, kehoon ja ulkonäköön liittyvistä seikoista. Maskuliinisuus on tiettyssä kulttuurissa muodostettu ideaali.

5.2. Maskuliinisuus ja sukupuoli

Kuten edellä esitellystä käy ilmi, maskuliinisuus (tai feminiinisyyskään) ei ole yksiselitteinen kategoria, josta voidaan helposti rajata siihen kuuluvat ja kuulumattomat. Ongelmallista on etenkin maskuliinisuuden ja biologisen sukupuolen suhde. Tähän problematiikkaan yritän seuraavassa löytää vastausta.

Koska edellä esitellyn perusteella voidaan ajatella, että kulttuurisessa maskuliinisuudessa tai sukupuolella ajatellaan on kyse merkeistä ja toiminnoista, Judith Butlerin (1990) sanoin performatiivisesta toistosta, ja Jokisen sanoin miesmäisestä tai miehisestä toiminnasta, voidaan ajatella, että nainenkin voi näitä maskuliiniseksi määriteltyjä merkkejä käyttäessään olla maskuliininen. Maskuliinisuudesta on (biologisia) mies- ja naisversioita, samoin

feminiinisyydestä. Maskuliinisia naisia voidaan kutsua naismaskuliineiksi (ks. esim. Rossi 2003, 62).

John MacInnesin (1998) mukaan monesti on ajateltu, että biologista ja sosiaalista sukupuolta ei voida aivan kokonaan erottaa toisistaan. Hänen mukaansa sukupuolen (gender) käsite on pystytyt pitämään yllä samanaikaisesti kahta vastakohtaista käsitystä. Esimerkiksi maskuliinisuuden paradoksaalisuus menee seuraavasti:

1) Maskuliinisuus (feminiinisyyden vastakohtana) on sosiaalisesti konstruointia, ja siksi teoriassa sekä biologisten naisten että miesten rakennettavissa.

2) Maskuliinisuus on kuitenkin luonnollisesti determinoitua eli biologisen sukupuolen määräämää. (Mt., 25.)

Ilman paradoksin molempia puolia maskuliinisuuden käsite ei toimi, koska ilman mainintaa sosiaalisesta luonteesta, maskuliinisuus tyypistyy takaisin mieheyteen (maleness). Ja ilman toista puolta määritelmä menettää kokonaan yhteytensä biologiseen sukupuoleen. (Mt., 25.) MacInnes huomauttaa myöhemmin kirjassaan *End of Masculinity*, että maskuliinisuus on jotain niin pojille kuin tytöillekin, eikä maskuliinisuudella tule tulevaisuudessakaan olemaan erityistä yhteyttä kumpaakaan biologiseen sukupuoleen (mt., 45). Tässä hän ikään kuin kumoo ennalta määrätyn yhteyden biologiseen mieheyteen. Ehkä osuvampaa olisi kuitenkin kumota biologisten miesten yksinoikeus maskuliinisuuteen.

Maskuliinisuuden ja biologisen sukupuolen hankalasta yhteydestä koostan tutkimustani varten kompromissin, että maskuliinisuus on todennäköisempää biologisilla miehillä kuin naisilla, mutta sukupuolen sosiaalinen ja kulttuurinen konstruointi on ensisijainen määrittäjä. Todisteena toimivat esimerkiksi drag queenit (eli naisina esiintyvät miesviihdyttäjät) ja transvestiitit (miehet jotka saavat mielihyvää naisten vaatteisiin pukeutumisesta), joiden ulkokuori viittaa kulttuuriseen tai sosiaaliseen naiseuteen, mutta sukupuolen biologinen puoli, ja siitä viestivä anatomia verhoetaan ulkoiseen naiseuteen.

Tarkastelen tutkimuksessa siis kaikkia *Cosmopolitanin* sivulla esiintyviä biologisia miehiä ja heidän maskuliinisuuttaan, mutta myös niitä naisia, jotka ovat seuraavassa esiteltävien merkkien perusteella luokiteltavissa maskuliinisiksi.

Tutkimusaineistossani naismaskuliineja löytyy varsinkin mainoksista, joissa ensipäätelmä kuvissa esiintyvien henkilöiden sukupuolesta voi olla harhaanjohtava juuri epäkonventionaalisten ulkoisten merkkien takia.

5.3. Mallimaskuliinin merkit

Sukupuolta käsittelevässä osiossa määritelty sukupuolirooli-käsite viittaa siihen, millaisia odotuksia esimerkiksi maskuliinisten henkilöiden (eli usein miesten) toiminnalle ja olemukselle naistenlehdessä asetetaan. Seuraavassa käsittelem eri tutkijoiden näkökulmasta länsimaisessa kulttuurissamme maskuliinisina pidettyjä merkkejä, ja miehiin kohdistuvia olemus- ja roolistereotypioita. Näiden merkkien avulla luon hieman myöhemmin kuvan mallimaskuliinisuudesta, johon kulttuurissamme ja sen sisällä tuotetuissa mediateksteissä maskuliinisuuksia tunnutaan vertaavan. Merkit perustuvat eri tutkijoiden tuloksiin ja ovat osaltaan stereotyyppisiä.

Irma Kaarina Halonen (1999) huomauttaa, että kulttuurisen naisen ja miehen merkit muuttuvat kaiken aikaa. Merkityksellistämistavat eivät ole ikuisia, vaan ne konstruoidaan aina uudelleen erilaisissa kulttuurisissa käytännöistä ja varsinkin viestintäkäytännöillä on tässä paljon valtaa. (Mt., 15.) Viestintävälineillä on erityinen asema sukupuoli-identiteetin rakentumisessa subjektien itseymmärryksen ja kulttuurin itseymmärryksen kannalta. On tärkeää kiinnittää huomiota siihen, millaisia strategioita journalismi käyttää sukupuolten tuottamisessa, esittämisessä ja uusintamisessa. (Mt., 18.) Usein nämä journalismin strategiat ovat huomaamattomia juuri vallitsevien stereotyyppien näennäisen luonnollisuuden takia.

Tiivistän maskuliinisuuden indikaattorit eli luonteenpiirteen, toiminnan ja ulkomuodon merkki-termiksi. Tämä johtuu siitä, että nämä merkit toimivat maskuliinisuuden ilmaisijoina länsimaisessa kulttuurissamme. Olen tietoinen siitä, että toiminta on usein seurausta luonteenpiirteistä, mutta selvyuden vuoksi jaottelen maskuliinisuuden merkit kolmeen osaan: Luonteenpiirteisiin, toimintaan ja ulkomuotoon. Nämä kategoriat kattavat edellä esitellyt olemus- ja roolistereotypiat.

Diana Sacon (1992) mukaan voidaan puhua maskuliinisuudesta merkkeinä (masculinity as signs). Hänen mukaansa merkit (kuten vaatetus, käyttäytyminen jne.) on koodattu kulttuurissa joko feminiinisiksi tai maskuliinisiksi, jotta ihminen on helpompi merkitä sukupuolitetuksi subjektiksi. (Mt., 25–26.) Toisaalta merkkiteoriassa on ongelmallista se, että merkit, joita pidetään maskuliinisina tai feminiinisinä ja kulttuurit, jotka näitä merkkejä merkityksellistävät muuttuvat kaiken aikaa, vaikkakin hitaasti. Naiset synnyttävät edelleen lapset, mutta käyvät töissä ja käyttävät housuja, eivätkä ole silti ole välttämättä maskuliinisia.

Sacon teoriaa voidaan käyttää nimenomaan maskuliinisuuden representaatioiden tutkimiseen. Teoriassa luetellut merkit eli luonteenpiirteet, toiminta, roolit ja kehoon liittyvät seikat ovat ideaaleja ja siksi monien miestenkin tavoittamattomissa. Oletan, että nämä ideaalit ja odotukset ovat luettavissa tietyn kulttuurin sisällä tuotetuista mediaesityksistä.

Tutkimukseni analyysiosassa keskityn tutkimaan sitä, miten näitä merkkejä toistetaan *Cosmopolitanissa* tuotetuissa maskuliinisuuden representaatioissa. Oleellista on myös se, miten käsitellään sellaisia juttuja ja miehiä, joissa näiden maskuliinisina pidettyjen merkkien toistoa ei esiinny.

Luonteenpiirteet

Lähes poikkeuksetta maskuliiniset ominaisuudet esitetään negaationa tai vastakohtana feminiinisille piirteille. Maskuliinisuus on siis sitä, mitä feminiinisyys ei ole. Arto Jokisen (2003) mukaan länsimaisessa kulttuurissa maskuliiniseksi luonteenpiirteiksi mielletään esimerkiksi toiminnallisuus, hallitsevuus, suoriutuminen, rationaalisuus, kilpailullisuus, fyysinen voima ja väkivalta. Maskuliinisuuteen eivät kuulu esimerkiksi yhteisöllisyys, emotionaalisuus ja empaattisuus, piirteet, jotka mielletään feminiinisiksi. (Mt., 8.)

Miehisyyden sanakirjamerkitystä tarkastelleen Harri Mantilan (1998) mukaan mieheen liitetään sellaisia adjektiiveja kuten itsenäinen, lujatahtoinen, viisas ja rohkea, kun taas naisellisia ominaisuuksia ovat esimerkiksi hempeys, sulous ja turhamaisuus (mt., 15).

Koska tunteiden näyttäminen on varattu naisille, tosimies näyttää ainakin mediateksteissä tunteensa vain silloin, kun siihen on joku hyvä, yleisesti hyväksytty syy. Irma Kaarina Halosen (1999) mukaan tunneilmauksiin merkityksellistyy aina feminiinisinä tulkittuja piirteitä riippumatta subjektin sukupuolesta. Tällaiset piirteet määrittelevät miehen paikkaa sosiaalisessa (maskuliinisessa) hierarkiassa. (Mt., 127.) Niklas Vainio toteaa (2003) vuorikiipeilijä Veikka Gustafssonin maskuliinisuutta ja hänestä kirjoitettuja juttuja käsittelevässä artikkelissaan, että:

Tunnereaktio sopii kuvaan sen jälkeen kun huipulla on käyty.
Kun päämäärä on saavutettu, itkeä voi, vaikkakin vähän
anteeksipyydellen. (Mt., 70.)

Kulttuurissamme kuva itkevästä tai tunteensa muuten avoimesti näyttävästä miehestä on harvinainen, ehkä kiusaantumista aiheuttava näky. Rationaalisuutta, kilpailuhenkisyttä ja tunteiden tukahduttamista pidetään maskuliinisena. Maskuliinisuus on siis feminiinisyyden vastakohta.

Toiminta

Mikko Lehtosen (1995b) mukaan miesten toimintaan kohdistettavat odotukset liittyvät esimerkiksi uran luomiseen, perheen perustamiseen ja sen elättämiseen. Omalla toimialalla on saavutettava asema, muiden miesten vastarinta on murrettava ja maailmaan on jätettävä jälki. (Mt., 35–36.) Elannon hankkiminen perheelle mielletään edelleen maskuliiniseksi, minkä takia esimerkiksi koti-isiä kummastellaan vielä nykyäänkin. Markku Soikkeli (2003) huomauttaa, että passiivinen ja tunteellinen mies ei ole nykypäivän suomalaisessa yhteiskunnassa harvinaisuus, mutta hänen representaationsa ovat edelleenkin erityistapauksia (mt., 152).

Myös heteroseksuaalisuus on tärkeä osa (ainakin yhteiskunnan muodostamaa ideaalia) maskuliinisuutta. Elisabeth Badinter (1993) on todennut, että tärkeää miehen kehitykselle on toteuttaa kolme eri erottautumista. Heidän tulee erottautua naisesta, tytöistä ja homoista (mt., 140).

Toiminnallisuus ja etenkin (hetero)seksuaalinen aktiivisuus luetaan kulttuurissamme maskuliiniseksi (Lehtonen 1995b, 40). Passiivisuutta ja

seksuaalista haluttomuutta pidetään feminiininä, naisille kuuluvana. Naisellinen identiteetti puolestaan viittaa omistetuksi tulemiseen, passiivisuuteen ja alisteisuuteen (Badinter 1993, 140). Näin ollen voidaan kaiketi ajatella, että jossain määrin homoseksuaalinen kanssakäyminen ja siihen liittyvä alistuminen leimaantuu feminiiniseksi, eli maskuliinisuuden vastakohtaksi.

Monet tutkijat huomauttavat, että kilpailu on oleellinen osa maskuliinisuutta. Miehet kilpailevat naisista, menestymisestä ja urheilussa pärjäämisestä – eli siitä, kuka on miehisistä miehisin, muiden kunnioittama mallimaskuliini. Kyse on vertailusta, näyttämisenhalusta, vallasta.

Maskuliinisuus määrittyy erona feminiinisyydestä, mutta myös arvottamisena toisiin maskuliinisuuksiin. Paikka keskinäisessä hierarkiassa löytyy kamppailemalla toisten miesten kanssa. Miehet esittävät miestä toisille miehille ja kaipaavat toisten miesten hyväksyntää ja kunnioitusta. (Kimmel 1996, 7.)

Yhteiskunnassamme vallitseva maskuliinisuus on homofobista mutta homososiaalista, heteronormatiivista mutta heterogeenistä. Tämä tarkoittaa sitä, että yhteiskunnassamme hallitsevista maskuliinisuuden malleista tunnutaan väkisininkin karistavan pois kaikki homoseksuaaliset ja feminiiniset piirteet. Todellisten miesten odotetaan olevan heteroseksuaaleja ja käyttävän siten valtaansa naisiin. Miehiä on kuitenkin monenlaisia ja siitä maskuliinisuuden heterogeenisyys. Media kuitenkin luo lähes poikkeuksetta stereotyyppistä kuvaa maskuliinisuudesta.

Homososiaalisuus viittaa miesten keskeiseen sosiaalisuuden muotoon, joka on ominaista kaikille miehille. Markku Soikkelin (1996) mukaan homososiaaliset liittoumat asettavat miesten keskinäisen yhteenkuuluvuuden muiden liittoutumien edelle. Miehet ovat sekä samanlaisia että yhtenäisiä, jotta heidän valtaansa heikentäviä uhkia voidaan vastustaa. Pitkälle vietyä ihmiskoiraan luonnetta voitaisiin Soikkelin mukaan kutsua lajinimellä ”homososiaalinen sapiens”. Miesten keskinäinen sosiaalisuus yli luokka- tai rodullisten rajojen on ihmiskoiraisten erityinen taipumus, jolla tuetaan oman sukupuolen valtaa. (Mt., 17–18.) Homososiaalisuutta löytyy esimerkiksi kaljakuppiloista ja

jalkapalloseuroista (mt., 17), mutta myös kaveriporukoista, joiden yhdessäoloa leimaavat kilpailu ja saavutusten vertailu.

Ulkomuoto

Viime aikoina on miehenkin ulkonäköön alettu kohdistaa entistä suurempia odotuksia. Monet mediatuotteiden esittelemät miesvartalot ovat valkoisia mutta ruskettuneita bodatun miehen kehoja. Richard Dyerin (2002) mukaan bodatun kehon ominaisuudet kantavat mukanaan valkoisuuden konnotaatioita: ne ovat ihanteen mukaisia, kovia, itse hankittuja, terveitä, karvattomia ja ruskettuneita. Karvattomuus viittaa pyrkimykseen hallita luontoa, mutta tärkeämpää maskuliinisuudelle on lihaksikkuus. (Mt., 218, 222.)

Lihaksikkuus on vallan merkki – luonnollinen, saavutettu, fallinen (mt., 109).

Bodattu keho viittaa mielikuviin kreikkalaisista jumalista ja yli-ihmisistä (mt., 218). Kehittyneet lihakset indikoivat Dyerin mukaan fyysistä voimaa, jota naiset eivät yleensä saavuta. Lihaksikas mies voi kilpailla maan antimista ja naisista. Koska lihaksia pidetään biologisina, niiden ajatellaan luonnollisesti kuuluvan miehiseen kehoon. Lihasten ”luonnollisuus” legitimoit miehisen voiman ja ylivoimallisuuden. (Mt., 110–111.) Tästä päädytään siihen, että myös lihaksikasta ja kookasta naisvartaloa voidaan pitää maskuliinisena ja lihaksikkaaseen naiseen voidaan ulkomuodon takia yhdistää muitakin maskuliinisuuden merkkejä.

Dyer huomauttaa, että suhtautuminen ihailtavina oleviin nais- ja miesvartaloihin on erilaista. Naisten kohdalla tiedostetaan, että kauneuskuningatar on meikattu, kammattu ja treenattu, vaikka tämä ei paljastukaan suoraan hänen ulkomuodossaan. Kauneus on kuitenkin jotain, joka on tehty naiselle. Miesten lihakset puolestaan puhuvat jatkuvasti miehen luonnollisen kauneuden tai voiman saavutuksesta. (Mt., 111–112.) Vaikka suurin osa kansikuvien lihaksikkaista miehistä treenaa salilla lukuisia kertoja viikossa, ja pahimmassa tapauksessa popsii proteiineja ja steroideja lihaksia kasvattaakseen.

Dyerin mukaan ponnistelu ja kiihkeä tavoittelu ovat juuri ne käsitteet, joilla miehistä seksuaalisuutta ja ulkomuotoa tässä yhteiskunnassa tyypillisimmin kuvailaan (mt., 105). Mielestäni tämän voi laajentaa koskemaan maskuliiniseen

toimintaan ja luonteenpiirteisiin liittyviä merkkejä, ei vain ulkokuoreen. Toiminta, johon valkoisen miehen kuvat liittyvät tai johon ne viittaavat, on yleensä selkeässä suhteessa länsimaiseen vapaa-ajan ja työnjakoon (mt., 107).

5.4. Kuka katsoo ketä?

Voiko ajatella, että miehet alistetaan naisen katseelle, haluille ja fantasioille samaan tyyliin kuin naisten on jo pitkään tulkittu olevan katseen kohteina erilaisissa mediatuotteissa? Tämä riippuu tietenkin siitä, missä kuvat esitetään ja kenelle ne on tarkoitettu. Nuorille naisille suunnattu *Cosmopolitan* tuntuu liputtavan naisten avoimen ja aktiivisen seksuaalisuuden puolesta. Vastaavasti miehet ovat katseen kohteita, enemmän tai vähemmän passiivisesti. Eri asia tietenkin on, katsovatko kuvien miehet yleisöään, heitä ihailevia lukijoita kohti. Kääntyvätkö asetelmat loppujen lopuksi niin, että *Cosmopolitanin* kuvissa olevien miesten voi tulkita katsovan lukijaa, Cosmo-naista perinteisellä miesten katsomistavalla?

Ennen 1980-lukua populaarikulttuurissa näki harvoin puolialastonta valkoista miestä. Mustia tai muita ei-valkoisia mieskehoja puolestaan oli esitetty näytteille säännöllisesti esimerkiksi viidakkoon sijoittuvissa seikkailuelokuvissa, kuten Tarzanissa ja monenlaisissa plantaasidraamoissa. (Mt., 211.) Vähitellen ovat mediat alkaneet pullistella kuvia puolialastomista ja alastomistakin miehistä, ja miehen vartalo asetetaan arvostelevan katseen alle, aivan kuten naisten vartaloa on katsottu jo pitkään.

Dyer huomauttaa, että valkoisen miehen kehon asettaminen näytteille on koettu ongelmalliseksi. Alaston keho on haavoittuvainen kahdella tapaa. Ensinnäkään sillä ei ole suojaa luonnonvoimia vastaan. Ja toisekseen, alaston keho on haavoittuvainen sosiaalisesti. Dyerin mukaan vaatteet kertovat eritoten hyvinvointiin, statukseen ja luokkaan liittyvästä arvovallasta. Ja kun miehen yllä ei ole vaatteita indikoimassa sosiaalisesta asemasta, mies menettää arvovaltaansa. Sosiaalisesta suojattomuudesta kertoo myös se, että alastomuus saattaa paljastaa kehon puutteellisuuden yhteiskunnallisiin ihanteisiin verrattuna. Alastomuus saattaa kavaltaa naisten ja miesten, valkoisten ja ei-valkoisten kehojen suhteellisen samankaltaisuuden ja rapauttaa eroihin kytkeytyviä säälimättömiä

vaatimuksia samoin kuin näihin vaatimuksiin liittyviä valta-asemia, joista nimenomaan vaatteet ja huoliteltu olemus viestivät. (Mt., 212.)

Richard Dyer on tarkastellut sitä, miten eri tavoin naiset ja miehet asettuvat katseen kohteeksi. Pitkään on ajateltu, että mies ei voi asettua passiivisesti naisen katseen kohteeksi. Jopa silloin kun miestä ei ole vangittu itse teossa, kuva lupaa ruumiin asennoilla yhä jotakin toimintaa. Jopa näennäisen rentoutuneessa, välinpitämättömässä poseerauksessa malli kiristää ja jännittää kehoaan niin, että lihakset korostuvat ja näin kiinnittävät huomiota ruumiin toiminnalliseen potentiaaliin. Eikä miesmalli yleensä ole alkuaankaan velto, vaan jännittynyt toimintaan. (Mt., 107.)

Yhdyn Dyerin ajatukseen, jonka mukaan miesmallitkin joskus katsovat yleisöään ikään kuin kameran linssin läpi. Oleellista tässä on kuitenkin katseen laatu, jota määrittää suun ilme. (Dyer 2002, 105.)

– – toisaalta se, että miehet ovat nyt katsottavina, tekee väkivaltaa koodeille, jotka määräävät, kuka katsoo ja ketä katsotaan (ja miten). Tätä rikkomusta yritetään tietyin keinoin torjua. Torjunta keskittyy paljolti tähden omaan tyyliin tai ilmeeseen ("look") – miten ja missä hän katsoo suhteessa häntä katsovaan naiseen, oli nainen sitten osa yleisöä tai lehteä selaava lukija. (Mt., 100–102.)

Dyerin mukaan mallin ylöspäin suunnattu katse ilmaisee henkistyneisyyttä: mies saattaa tarjota ruumiinsa ja kasvonsa tarkasteltaviksi, mutta hänen mielensä on keskittynyt korkeampiin asioihin, ja juuri tämän kiihkeän tavoittelun tulisi erityisesti miellyttää (mt., 104–105). Mutta se, että mies on mallina jonkinlaisessa lavastetussa kuvassa, tekee hänestä katseen kohteen, oli ilme "henkistynyt" tai ei.

5.5. Hegemoninen maskuliinisuus

Kirjoitan maskuliinisuudesta monesti monikossa, koska on tärkeää huomata, että ei ole vain yhtä maskuliinisuuden mallia, joka olisi pysyvä, universaali ja jonka kaikki miehet täyttäisivät. Maskuliinisuuksia on useita ja ne eroavat toisistaan suurestikin. Maskuliinisina pidetyt piirteet ovat ideaaleja ja moni mies tuntee itsensä joskus maskuliinisuudessaan riittämättömäksi. Vain harva mies kykenee täyttämään mallimaskuliinin normit (Sipilä 1994, 22).

R.W. Connell (1987b, 1995) huomauttaa, että maskuliinisuuden sisällä on erilaisia järjestyksiä ja valta-asemia. Hän on luonut teorian hegemonisesta eli valtaapitävässä asemassa olevasta maskuliinisuudesta ja sille tavalla tai toisella alisteisista maskuliinisuuksista. Connellin mukaan hegemoninen maskuliinisuus toimii hegemonisessa asemassa jossain tietyssä sukupuolisuhteiden (pattern of gender relations) kaavassa, mutta hegemoninen maskuliinisuus ei ole mikään tietty maskuliinisuuden tyyppi, vaan tietyllä hetkellä valtaapitävä. Hegemonisen maskuliinisuuden asema on aina kilpailtavissa. (Mt., 1995, 76–77.)

Connellin mukaan hegemonista maskuliinisuutta voidaan pitää hyväksyttynä vastauksena ongelmaan patriarkaatin vallan legitimitetistä, mikä takaa miesten hallitsevan aseman ja naisten alistamisen. Hegemonisen maskuliinisuuden edustajat eivät kuitenkaan aina ole pelkästään yhteiskunnan valtaapitäviä, vaan voivat olla näyttelijöitä tai jopa elokuvahahmoja. (Mt., 77.) Hegemonia on historiallisesti liikkuva suhde.

Kannattajat, alisteiset ja marginaalin miehet

Harvat miehet täyttävät hegemonisen maskuliinisuuden normatiiviset vaatimukset. Valtaosa miehistä kuitenkin hyötyy hegemonisesta maskuliinisuudesta, ja sen säilyttämistä naisten alisteisesta asemasta, joten hegemonian asemaa ei helposti lähdetä horjuttamaan. Tällaisia miehiä Connell kutsuu rikostovereiksi (complicity). (Mt., 1995, 79.) Jokinen (2000) on suomentanut termin ”kannattajiksi” (mt., 220).

Hegemoniselle maskuliinisuudelle on myös alisteisten maskuliinisuuksien ryhmiä. Koska heteroseksuaalisuus hallitsee eurooppalaisessa ja amerikkalaisessa yhteiskunnassa, näkyvimmän alisteisen maskuliinisuusryhmän muodostavat homoseksuaalit. Homomiehet edustavat Connellin mukaan vastakohtaa hegemoniselle maskuliinisuudelle ja homous yhdistetään helposti myös feminiinisyteen. Myös joitain heteroseksuaalisia ryhmiä voidaan pitää alisteisina. Tällöin alisteisuus merkitään kielenkäytöllä. Tällaisia ryhmiä ovat esimerkiksi nörtit (wimp, nerd), neidit (sissy, osuvin suomennos olisi ehkä edellä mainittu) ja mammanpojat (mother’s boy). Myös nämä ryhmät yhdistetään feminiineihin piirteisiin. (Mt., 78–79.)

Connell on määritellyt erityisen marginalisoitujen maskuliinisuuksien ryhmän, mutta kirjoittajan vaikeaselkoisuuden takia lainaan suomennuksen Jokiselta. Jokisen mukaan marginalisoidut maskuliinisuudet on työnnetty sivuun keskustasta ja maskuliinisuuden hegemoniasta. (Connell 1995, 80–81; Jokinen 2000, 220.) Jokisen mukaan marginaalissa voi olla esimerkiksi koti-isä, joka ei täytä hegemonisen maskuliinisuuden vaatimuksia, mutta ei joudu alisteiseksi, koska isyys on todistus heteroseksuaalisesta kyvystä (Jokinen 2003, 18).

Tärkeää on muistaa, että hegemonisenkin maskuliinisuuden luonne muuttuu, siinä ei ole kyse persoonallisuustyypistä tai sukupuoliroolista. Hegemoniseen maskuliinisuuteen tiivistyy kuitenkin viisi länsimaista miesideaalia. Niitä ovat heteroseksuaalisuus, valta, voima, menestys ja tunteiden hallinta. (Jokinen 2000, 217.) Edellä esitellystä tutkijoiden tarjoamista mallimaskuliinisuuden merkeistä päätellen on perusteltua tukeutua Jokiseen, joka jakaa länsimaiseen mieheen kohdistuvat odotukset viiteen aspektiin:

- 1) Mies on fyysisesti voimakas, ja hän on fyysiseltä kooltaan naista suurempi.
- 2) Mies menestyy yhteiskunnallisesti ja taloudellisesti. Hän kykenee elättämään perheensä, ja hänellä on poliittista tai sosiaalista valtaa.
- 3) Mies on luonteeltaan vakaa ja järkkymätön, mikä ilmenee päättäväisyytenä, kriisitilanteiden hallintana ja rationaalisuutena.
- 4) Mies kykenee puolustamaan itseään, naistaan, lapsiaan, omaisuuttaan ja yhteisöään sekä henkisiltä että fyysisiltä hyökkäyksiltä.
- 5) Mies on synnynnäisesti heteroseksuaali. Rakastajana hän on väsymätön puurtaja. (Jokinen 2000, 210.)

Näiden piirteiden tulkitsen kuvaavan tämänhetkistä hegemonista maskuliinisuutta. Tutkimukseni kannalta on oleellista nähdä, kelpuuttaako *Cosmopolitan* sivuilleen muunkinlaisia miehiä.

5.6. Maskuliinisuusteorioiden kritiikkiä

Maskuliinisuutta käsittelevien teorioiden, varsinkin Connellin hegemonisen maskuliinisuuden teorian ihanteita painottava luonne on saanut osakseen paljon kritiikkiä.

John MacInnes huomauttaa maskuliinisuutta ja sen määrittelyjä kriittisesti tarkastelevassa teoksessaan *The End of Masculinity* (1998), että ihmisten on suhteellisen helppo tuottaa listoja maskuliinisista piirteistä (kuten Connellin hegemoninen maskuliinisuus), mutta nopeasti kuitenkin huomataan, että nämä listat ovat stereotyyppisiä, eivätkä vastaa konkreettisesti olemassa olevien miesten piirteitä. Tällaisten listojen ongelmana on sekin, että minkään maskuliiniseksi määriteltyjen ominaisuuksien ei voi ajatella esiintyvän ainoastaan miehissä. (Mt., 14.)

Todellisen yksilön identiteetti on aina monipuolinen ja ristiriitainen, eikä niinkään jotain sellaista, joka voidaan määritellä jollain ominaisuuksien listalla, vaikka tuo lista olisi tehty kuinka tarkoin ja kattavasti. (Mt., 15.)

Mikko Lehtosen (1995b) mukaan hegemonisen maskuliinisuuden sisältämät käsitteet – esimerkiksi heteroseksuaalisuus, rationaalisuus ja itsehillintä – ovat yksinkertaistettuja abstraktioita, joiden suhde todellisuuteen ei ole ongelmaton (mt., 33). Monet listausten maskuliinisuuteen yhdistämistä ominaisuuksista ovat keskenään ristiriitaisia. Vaikka korostetaan rationaalisuutta ja itsehillintää, kuuluu monesti maskuliinisiin piirteisiin myös väkivaltaisuuden hyväksyminen, vaikka sitten hiljaa. (Mt., 35.)

Teorioiden listaamat ominaisuudet ovat saaneet tutkijat päätymään tulokseen, että jos hegemoninen maskuliinisuus toteutuu edes hetkellisesti, se on valtavien ponnisteluiden tulos (ks. esim. Lehtonen 1995b, 33). Hegemoninen maskuliinisuus on kulttuurinen taakka miesten selässä (Sipilä 1994, 22).

Edellä esittelemäni sukupuolen sekä maskuliinisuuden ja sen merkkien tarkastelu on nostanut esiin ristiriidan: maskuliinisuuden sanotaan olevan kulttuurinen konstruktio ja molempien sukupuolten toistettavissa tai omaksuttavissa. Kuitenkin suurin osa tutkijoista ei määrittele sitä, mitä maskuliinisuus on, vaan sitä, mitä miesten *odotetaan* olevan. Näin ollen maskuliinisuus on helppo määritellä ihannelistausten kautta. Jos maskuliinisuus Jokisen sanoin todella sisältää ihannemitat, maskuliinisuuden määrittely voi tällöin olla mahdollista vain näiden idealistausten kautta. Ongelmana idealistauksissa on se, että jos maskuliinisia piirteitä – rationaalisuutta, peräänantamattomuutta ja väkivaltaisuutta – pidetään

miehille kuuluvina, niin miten nämä piirteet on leimattu juuri miehille kuuluviksi? Voiko näitä ominaisuuksia perustella esimerkiksi miehen anatomialla, jos maskuliinisuus on kulttuurinen konstruktio?

Arto Jokisen (2000) mukaan kahden erilaisen ruumiin on ajateltu tuottavan erilaisia luonteenpiireitä ja mentaliteetteja. Esimerkiksi miehen fyysisen koon on ajateltu aiheuttavan miesten taipuisuuden väkivaltaan. (Mt., 204.) Kuitenkin kun sukupuolieroja on tutkittu, ei ihmisen fysiikalla ole voitu todistaa olevan kovinkaan merkittäviä yhteyksiä psykologiaan ja käyttäytymiseen. R.W. Connell (1995) huomauttaa, että tutkimuksissa esiin tulleet psykologiset erot ovat pienempiä kuin sosiaaliset erot. Kuitenkin näitä sosiaalisia eroja – kuten tuloeroja, epätasaisesti jakautunutta sosiaalista valtaa – perustellaan ja oikeutetaan nimenomaan sukupuolten välisellä psykologisella erolla (joka on tutkimuksissa todistettu lähes olemattomaksi). (Mt., 21.)

Erkki Karvosen (1991d) mukaan alkuperäistä mieheyttä ja naiseutta ei sellaisenaan ole olemassakaan (mt., 28). Kulttuurissa on nähty ainoastaan se, miten ihmiset, mediat tai muut instituutiot esittävät tai semioottisesti tuottavat esikuvien ja mallien mukaista mieheyttä ja naiseutta. (Karvonen 1992, 180). Maskuliinisuuden määrittely-yrityksissäkin on siis kyse vain representaatioiden kierrättämisestä ja uusintamisesta. Maskuliinisuuden ja feminiinisuuden representaatioiden tutkiminen voi olla hankalaa siksi, että miehen suhteen odotetaan ”löytyväksi” tiettyjä ominaisuuksia ja naisen suhteen toisia (mt., 181). Tällöin nämä teorioihinkin kytkeytyvät stereotyyppiset odotukset ja luonnolliseksi tehdyt käsitykset pääsevät helposti uusiutumaan sosiaalisissa käytännöissä ja tutkimuksissakin, eikä niitä tai niiden lähtökohtia välttämättä kyseenalaisteta tai arvioida riittävän perusteellisesti.

6. TODELLISUUS KIELELLISENÄ RAKENNELMANA

Jotta saadaan selville, miten *Cosmopolitan* esittää maskuliinisuuden ja miksi juuri kyseisellä tavalla, tulee pureutua lehden käyttämään kieleen ja sen kautta luotuihin maskuliinisuuksiin, niiden määritelmiin ja ihanteisiin.

Norman Fairclough toteaa teoksessa *Miten media puhuu* (1997), että mediatekstien kielen tutkimisella ja analysoinnilla voidaan saada selville ainakin:

- 1) Miten teksti representoi maailmaa, sen tapahtumia ja suhteita.
- 2) Minkälaisia identiteettejä annetaan niille, jotka esiintyvät tarinassa. Näitä ovat esimerkiksi toimittajat, yleisöt, ja ”kolmannet osapuolet”, joihin viitataan tai joita haastatellaan.
- 3) Miten kieli luo tai rakentaa (sosiaalisia) suhteita osallistujien, eli esimerkiksi toimittajan ja yleisön sekä asiantuntijan ja yleisön välille. (Mt., 14.)

Usein kun tutkitaan sitä, miten mediat esittävät jonkin asian tai kohteen, aiheeseen tartutaan juuri representaation käsitteen avulla. Kun tässä tutkimuksessa tarkastelen *Cosmopolitanissa* maskuliinisuuden representaatioita, tutkin siis sitä, miten tämä lehti esittää maskuliinisuuden tai millaiseksi se tuottaa sen. Todellisuus ei ole valmiiksi merkityksellinen, vaan se jaetaan olioiksi, ilmiöiksi ja tapahtumiksi vasta inhimillisissä merkityksellistämiskäytännöissä. Todellisuuden merkitykset tuotetaan. Se, mitä pidetään maskuliinisuutena tuotetaan kielen ja määrittelyiden kautta.

Mikko Lehtosen (1996) mukaan representaatio on jonkin esittämistä jonkinlaiseksi. Re-etuliite viittaa siihen, että kohteet tulevat aina edustetuiksi kielessä, ne esitetään uudelleen tai toisin. Representaatio ja representoitu erottautuvat tällöin toisistaan. (Mt., 45.) Representaatio voi olla kielellistä, äänellistä tai kuvallista.

Arto Jokinen on Lehtosen kanssa samoilla jäljillä. Hänen mukaansa representaatio ei vain näytä jotain uudelleen tai toisin, vaan se edustaa jotain asiaa tai oliota jollekin jollain tietyllä tavalla (Jokinen 2000, 117).

6.1. Representaatioteoriat

Stuart Hallin määritelmän (1997) mukaan representaatio voi olla heijastavaa, intentionaalista tai konstruktivistista (mt., 24–26). Heijastavaa tai mimeettistä (mimetic) representaatio on silloin, kun merkityksen ajatellaan olevan todellisen maailman objektissa, ihmisessä, tapahtumassa. Tällöin kieli toimii peilin tavoin, se heijastelee merkitystä, joka on jo olemassa. Intentionaalinen representaatiokäsitys viittaa representaatioiden tarkoituksellisuuteen (intentional). Kirjoittaja tai puhuja antaa kielellä merkityksen asioille. Sanat tarkoittavat sitä, mitä kirjoittaja on tarkoittanut niiden merkitsevän.

Tutkimuksessani käyttämälläni representaatio-termillä viitataan Hallin esittelemään käsitykseen siitä, että representaatio on konstruktionistista (constructionist). Asioilla ei pysyvää merkitystä, vaan merkitys konstruoidaan käyttämällä representationaalaisia systeemejä – merkkejä ja konsepteja. Sosiaaliset toimijat käyttävät kulttuurinsa, kielensä ja representationaalisen systeemin käsitteellisiä tai käsitteellistämisen systeemejä konstruoidakseen merkityksiä, merkityksellistääkseen maailmaa ja kommunikoidakseen merkityksellisestä maailmasta muiden kanssa. (Hall 1997, 24.)

6.2. Valinta merkityksen tuottajana

Representaatioiden muodostaminen, kuten mikään muukaan kielenkäyttö, ei useinkaan ole sattumanvaraista, vaan sanavalintojen taustalla vaikuttavat asenteet, kokemukset ja ideologiat. Kun representoidaan asioita, ihmisiä tai tapahtumia, tehdään aina monenlaisia kielellisiä valintoja. Representaatioon kuuluu se valinta, mihin kategoriaan esitettävä asia sijoitetaan kategorioiden järjestelmässä. Tämä valinta näkyy esimerkiksi siinä, nimetäänkö muiden aiheuttama väkivaltainen kuolema ”tapoksi”, ”murhaksi” vai ”teurastukseksi.” (Fairclough 1997, 143.)

Näin ollen ei ole yhdentekevää tai sattumanvaraista, että miestä kutsutaan don juaniksi, jässikäksi tai machoksi, vaikka nuo kaikki sanat mieheen ja maskuliinisuuteen viittaavatkin. Sanojen merkitys määräytyy usein suhteessa toisiin sanoihin ja siitä, miten ne eroavat toisista sanoista, joten valitut sanat kantavat mukanaan erilaisia merkityksiä kuin ne, joita ei valittu. (Ojajärvi 1998,

179.) Tutkimusaineistoni jutuissa valintoja tehdään esimerkiksi siinä, nimetäänkö mies ”äijäksi”, ”häneksi” vai ”roturakastajaksi”. Äijä viittaa ehkä varttuneempaan tai miesseurassa viihtyvään mieheen. Hän puolestaan viittaa läheiseen mieheen. Roturakastaja puolestaan korostaa miehen seksuaalisuutta ja siihen liittyviä kykyjä. Vaikka kaikki kolme edellä esiteltyä sanaa voivat viitata mieheen, sanavalinnan avulla korostetaan miehestä eri puolia tai ominaisuuksia.

Tutkittaessa jonkun käsitteen tai ilmiön esittämistä eli representoimista jossain tietyn genren mediatuotteessa, on huomiota kiinnitettävä myös siihen, mitä representaatioissa ei sanota tai kuvata. Faircloughin (1997) mukaan representaatioissa on kyse myös siitä, mitä kuvaukseen sisällytetään ja jätetään pois, mikä on ilmaistu suoraan, mikä epäsuorasti, mikä on ensisijaista ja toissijaista. (Mt., 117.)

6.3. Diskursiivinen käytäntö

Representaation käsitteeseen liittyy oleellisesti diskurssin käsite. Diskurssi viittaa johonkin erityiseen tapaan representoida jotain eli esittää jonkin jonkinlaiseksi. Diskurssi on tapa puhua, ajatella, kirjoittaa. (Lehtonen 1996, 31–32.) Diskurssit ovat kulttuurisidonnaisia ja ajallisesti muuttuvia. Diskurssianalyyysillä voidaan kiinnittää huomiota niihin käytäntöihin, jotka muokkaavat ”todellisuutta” (Ojajarvi 1998, 179) eli käsityksiä ja tulkintoja todellisesta maailmasta.

Diskurssia ja representaatioita ei kuitenkaan voida pitää kaikkivoipina sosiaalisina tai maailmaa totuudenmukaisesti ja kattavasti merkityksellistävänä käytäntöinä. Vaikka representaatio ja diskurssi ovat hyödyllisiä käsitteitä mediatekstejä tutkittaessa, ja niiden avulla voidaan merkityksellistää todellisuutta, tuo ”todellisuus” rakentuu aina osittaisena ja vain jostain rajatusta näkökulmasta katseltuna. (Jokinen 2000, 118.) Näin ollen luonnollisina esitettävät tai esittäytyvät diskurssit ja representaatiot ovat tapa käyttää valtaa ”todellisuuden” ja maailman määrittelyssä ja merkityksellistämässä.

Representaatioiden politiikalla tarkoitetaan jokin asian uudelleenmäärittelyä sekä representaatioiden ja vallan suhdetta. Jokisen mukaan representaatioiden politiikasta voidaan puhua, kun jokin asia, esimerkiksi sukupuoli tai seksuaalisuus

määritellään uudelleen vallitsevasta hegemoniasta tai stereotypiasta riippumatta (Jokinen 2000, 219). Juha Herkman (2001) määrittelee representaation politiikan edellisen lisäksi ideologisten katsantokantojen vallitsevuudesta ja levinneisyydestä käytäväksi kamppailuksi (mt., 223).

Jokinen (2000) huomauttaa, että diskursiivisina prosesseina representaatiot ovat valtaa tuottavaa, ylläpitävää ja järjestävää toimintaa, jolla ihmiset muokkaavat itseään ja ympäristöään (mt., 118). Representaatiot ovat tuotettuja, mutta niistä voi ajatella tulevan osa ”todellisuutta” siinä mielessä, että verratessaan itseään esimerkiksi maskuliinisuuden representaatioihin ja niiden luomiin odotuksiin, ihmiset alkavat toisinaan toistaa näitä representaatioita tai niiden odotuksia – näin representaatiot alkavat elää.

6.4. Genre representaatioiden ohjaajana

Tärkeä tutkimukseni kannalta on representaatioiden, diskurssin ja genren suhde. Genreen liittyvät odotukset vaikuttavat siihen, millaiset käsittely- ja puhuvat eli diskurssit ovat mahdollisia ja millaisia representaatioita näiden diskurssien sisällä on mahdollista tuottaa. Representaatioiden tuottaminen tai luominen ei siis ole rajoituksista vapaata vallankäyttöä, vaan genreen eli lajityyppiin liittyvät konventiot ja koodit vaikuttavat siihen, mitä jonkun lajityypin sisällä tai genreä edustavissa mediatuotteissa voidaan käsitellä ja millä tavoin (Jokinen 2000, 117).

Tutkimuskohteenani oleva naistenlehti mahdollistaa erilaisen tavan tuottaa käsityksiä maskuliinisuudesta kuin vaikkapa sanomalehti. Täysin genrestä riippumattomia, mielivaltaisia representaatioita näkee harvoin, ja helposti nämä poikkeavat representaatiot pistävät silmään juuri ”luonnollisista” tai totutuista poikkeavina, mikä voi osaltaan vahvistaa konventionaalisten tapojen valtaa. Näin ollen esiin nostetut uudet katsantokannat tai esitystavat eivät aina toimi halutulla tavalla. Representaatioiden politiikassa näyttää vallitseva hegemonia usein pitävän kutinsa, eikä erilaisten representaatioiden demokratialle tunnu löytyvän sijaa. Se, että todennäköisesti heteronaisille suunnatussa *Cosmopolitanissa* esitettäisiin lehden konventioista poikkeavia representaatioita maskuliinisuudesta, esimerkiksi homoseksuaaleja, voisi entisestään vahvistaa heteromiesten ”luonnollisuutta” ja ”normaaliutta”.

6.5. Diskurssien ja representaatioiden tutkimisesta

Arto Jokinen (2000) toteaa Foucaultin (1997) ajatuksiin nojaten, että koska maskuliinisuuksia tuotetaan erilaisissa diskursseissa, voidaan ensinnäkin tarkastella näitä diskursseja (joissa maskuliinisuutta tuotetaan) tai toisaalta niissä diskursseissa tuotettuja representaatioita. (Jokinen 2000, 119.)

Ero on siinä, että edellistä tutkittaessa pyritään hahmottamaan lausumia kuvailemalla diskurssin tuottamien objektien, käsitteiden ja puheen skeemojen muodostumia ja niiden säännönmukaisuuksia. Sen sijaan representaatioita tutkittaessa käsitellään diskurssiin sisältyvien ideologioiden ja mentaliteettien materialisoituneita kuvia, tekstejä ja symboleja. (Jokinen 2000, 119.) Jokinen havainnollistaa näiden kahden tutkimustyylin eroja omalla tutkimusesimerkillään. Hän on lukenut ja analysoinut miesten representaatioita Kalevalassa eli tarkastellut maskuliinisuuden esityksiä ja tulkintoja. Ero on siinä, että jos hän olisi tehnyt diskurssianalyysiä, olisi tarkastelun kohteena ollut se, mistä objekteista teoksessa puhutaan, miten ne rakennetaan ja käsitteellistetään ja minkälaisia väitteiden kokonaisuuksia ja säännönmukaisuuksia teksteissä esiintyy. Tällaisen tutkimuksen tavoitteena olisi ollut osoittaa Kalevalasta diskurssi, joka järjestää sen merkityksiä. (Mt., 119.)

Tutkimuksessani tarkastelen niin diskursseja kuin diskursseissa tuotettuja representaatioitakin. Mielestäni diskurssien ja representaatioiden tutkimista ei välttämättä ole mielekäästä erottaa toisistaan. Representaatiot tuotetaan diskursseissa, joten representaatioita tarkasti tutkittaessa puututaan mielestäni välttämättä myös tuottamista sääteleviin ehtoihin, tapoihin ja käytäntöihin eli diskursseihin. Tätä mieltä on esimerkiksi Norman Fairclough (1997, 105). Kuten edellä totesin, representaatioita ja diskursseja tutkittaessa sivutaan genreä, joka ohjaa representaatioita ja diskursseja sekä niiden tuotantoa.

7. TUTKIMUSMETODIT

Metodissani yhdistyvät sisällön erittely ja diskurssianalyysi. Lisäksi tutkin muutamaa aineistosta silmiinpistävästä kuvasta Roland Barthesin konnotaatio- ja denotaatio-käsitteiden ja Janne Seppäsen visuaalisen järjestyksen käsitteen avulla. Tarkoitukseni ei ole vain selvittää, millaisia kulttuurisia merkkejä *Cosmopolitanissa* kytetään maskuliinisuuksiin, vaan myös sitä, miten nämä merkit tulisi tulkita ja mitä ne edustavat. Seuraavaksi esittelen sisältöä erittelevät tutkimuskysymykseni ja varsinaiset tutkimusmenetelmät.

7.1. Sisällön erittely

Edellä esitellyistä maskuliinisuuden ja representaation määrittelystä johtamani kysymykset erittelevät sisältöä ja maskuliinisuuksien kuvaamista eli representaatioita *Cosmopolitanissa*.

- 1) Millaisia rooleja miehille annetaan? Miten miehet toimivat lehden jutuissa?
- 2) Millaisissa ympäristöissä miehet toimivat?
- 3) Millaisin adjektiivein tai määrein miehiä kuvataan?
- 4) Mitä aiheita käsittelevissä jutuissa miehet esiintyvät?
- 5) Pääsevätkö miehet itse ääneen? Millaisissa aiheissa?
- 6) Miehen ja naisen suhde?

Lukiessani aineistoa esitin kysymykseni kaikille niille *Cosmopolitanin* jutuille, joissa tuotetaan jollain tavalla maskuliinisuutta ja käsityksiä maskuliinisuudesta. Tällaisia juttuja ovat lyhyet tekstinpätkät elokuva-arvosteluista henkilöjuttuihin. Jutut, josta kaivamallakaan löydy merkkejä maskuliinisuuksista tai miehistä, jätän tutkimukseni ulkopuolelle.

7.2. Diskurssianalyysi

Diskurssianalyysi vie tutkimuksen kohti kulttuurisempaa tasoa kuin mediatekstien ilmisisältöä erittelevät kysymykset. Diskurssianalyysillä voidaan pureutua siihen, mitä on mediatekstien ilmisisällön takana.

Kirjassaan *Diskurssianalyysin aakkoset* (1993) Arja Jokinen, Kirsi Juhila ja Eero Suonio määrittelevät diskurssianalyysin sellaiseksi kielen käytön ja muun merkitysvälitteisen toiminnan tutkimukseksi, jossa analysoidaan yksityiskohtaisesti sitä, miten sosiaalista todellisuutta tuotetaan erilaisissa sosiaalisissa käytännöissä. Lähtökohtana diskurssianalyysiin on konstruktionismi, jossa kielen käyttöä ei tarkastella siltana todellisuuteen, vaan osana todellisuutta itseään. (Mt., 9–10.) Diskurssin käsitteeseen ja sen tutkimukseen pureduin jo aikaisemmin luvussa 6 Todellisuus kielellisenä rakennelmana.

Diskurssianalyysi ei ole selvärajainen tutkimusmenetelmä, vaan väljä teoreettinen viitekehys, joka kuitenkin sopii hyvin tutkimuksiin, joissa halutaan selvittää, miten jotain ilmiötä käsitteellistetään, määritellään tai luodaan kielen avulla. Näin ollen diskurssianalyysi sopii lähtökohdaksi tutkimukseeni, jossa yritän selvittää sitä, miten *Cosmopolitanissa* rakennetaan, luodaan, uusinnetaan, määritellään ja representoidaan maskuliinisuutta.

7.3. Kuvan voimasta

Koska tutkimusaineistossani on mukana valokuvia ja mainoksia, pureudun valokuvien välittämiin merkityksiin denotaation ja konnotaation käsitteiden avulla, sekä hyödynnän myös Janne Seppäsen ajatuksia visuaalisesta järjestyksestä ja kuvanlukutaidosta.

Visuaalinen järjestys

Janne Seppänen (2001) tarkastelee kuvia visuaalisen järjestyksen käsitteen avulla. Hänen mukaansa visuaalinen järjestys voi viitata vaikkapa elinympäristön esinemaailmaan, sen vakiintuneisiin piirteisiin ja niiden merkityksiin. Tutkimukseni kannalta oleellisempi on kuitenkin Seppäsen käsitys siitä, että visuaalinen järjestys sisältyy kuvallisiin esityksiin, kuten valokuviin, elokuvaan, jotka sisältävät enemmän tai vähemmän vakiintuneita esittämisen tapoja. Visuaaliset merkitykset käsittävät vakiintuneita ja jaettuja kulttuurisia merkityksiä. Visuaaliset järjestykset voivat ohjailla esimerkiksi sitä, miten sukupuolta representoidaan. Seppäsen mukaan sukupuolen esittämiseen liittyy erityisen tärkeitä visuaalisia järjestyksiä. (Mt., 34–36.)

Jonkin kuvallisen esityksen visuaalista järjestystä tarkkailtaessa on tärkeää huomioida se, mitä kuva esittää, mitä kuvassa sinänsä on nähtävillä sekä ne seikat, jotka ohjaavat kuvasta tekemiämme tulkintoja eli taustalla vaikuttavat kulttuurin normit ja tottumukset. Visuaalisen lukutaidon kannalta tärkein asia on kulttuurin ja yhteiskunnan merkitystuotannon mekanismien ymmärtäminen (mt., 224). Kulttuuri ja sen normit eivät kokonaan kuitenkaan voi säädellä ja rajoittaa visuaalisten järjestysten tuotantoa ja sisältöä.

Visuaaliset järjestykset ovat vahvoja mutta eivät hegemonisia rakenteita, joihin on pakko sopeutua. Ihmiset voivat tuottaa omia järjestyksiä tai sopeutua kulttuurin tarjoamiin, itsestään selviin järjestyksiin. (Mt., 87.)

Ensinnäkin väline itsessään sisältää visuaalisia järjestyksiä, niitä ovat muun muassa valokuvan kulttuuriset merkitykset, joiden kautta tulkitsemme sen viestejä. Näihin kuuluvat esimerkiksi valokuvan totuudenmukaisuus. Lajityyppiin liittyvät merkitykset siis nivoutuvat osaksi sen visuaalisia järjestyksiä. Järjestykset voivat liittyä esitettäviin asioihin ja niiden esittämisen tapoihin. (Mt., 34.) Tarkastelussa oleva genre – *Cosmopolitanin* tapauksessa naistenlehti – vaikuttaa myös siihen, millaisia visuaalisia järjestyksiä juuri tässä kyseisessä genressä on tuotettu ja voidaan tuottaa.

Kaikki järjestykset syntyvät aina inhimillisen toiminnan tuloksena. Ihmiset luovat uusia objekteja ja ihmiset tulkitsevat näitä objekteja ja liittävät ne osaksi tuttuja merkityksiä. Tulkintakin on visuaalisten objektien tuottamista. Valokuvaa tai sen tulkintaa – vastustavaa tai hyväksyvää – ei ole ilman ihmisen toimintaa. Visuaalisia järjestyksiä on löydettävissä myös vakiintuneista katsomisen tavoista. Olennaisia ovat katsetta ja katsomista muokkaavat kulttuuriset normit. (Mt., 34–35.) Tällainen vakiintunut katsomisen tapa sisältyy esimerkiksi käsitykseen siitä, että nainen on tavallisesti katseen objekti, mies subjekti. Tutkimuksessani hyödynnän Seppäsen teoriaa lähinnä kuvallisiin esityksiin sisältyvien visuaalisten järjestysten tarkasteluun, en niinkään pohdi katsetta tai sen suuntaa. Tarkoitukseni on selvittää, millaisia ovat visuaaliset järjestykset *Cosmopolitanin* maskuliinisuutta representoivissa kuvissa, ovatko ne vallitsevia vai tarjoavatko ne uudenlaisia esittämisen tapoja.

Denotaatio ja konnotaatio

Janne Seppäsen visuaalisen järjestyksen -käsitteen avulla uskon voivani paljastaa kuvista niiden takana vallitsevia kulttuurisia normeja. Kuvien erittelyyn käytän Roland Barthesin denotaatio- ja konnotaatio-käsitteitä. Barthesin (1961) mukaan kaikki jäljittelevät taiteet sisältävät kaksi sanomaa, denotatiivisen ja konnotatiivisen. Denotaatio merkitsee valokuvassa sen varsinaista sanomaa (mt., 123), ilmisisältöä. Esimerkiksi kuva Porsche -merkkisestä autosta on denotaatio autosta. Konnotaatio puolestaan tarkoittaa kuvan sivumerkitystä, eli se on muoto, jossa yhteisö tietyssä määrin kertoo mielipiteensä (mt., 123). Porsche voi tuoda mieleen konnotaatioita kuten rikkaus, vauraus, menestys. Valokuvan denotatiivinen sanoma on pysyvä ja analoginen, konnotatiivisella puolella piilevät kuvan merkitykset (mt., 125).

Barthes toteaa, että lehtikuvia ei vain havaita ja vastaanoteta, vaan ne tulkitaan, niistä etsitään konnotaatioissa piileviä merkityksiä. Hän myös korostaa, että konnotaation koodi eli kuvan merkitysten purkamistyyli muodostuu yleismaailmallisesta symboliikasta, aikakauden retoriikasta eli joukosta stereotyyppistä. (Mt., 123–124.) Näin ollen vaikka valokuvien denotaatio eli ilmisisältö säilyy samana vuosisadasta toiseen, vastaanottajan aika ja kulttuuri vaikuttavat siihen, millaisia konnotaatioita hän kuvasta lukee.

Konnotaatiotavat

Konnotaatio syntyy lopullisesti kuvan tulkitsijan päässä, mutta valokuvan ”valmistaja” tai ”tuottaja” voi kuitenkin houkutella esiin erilaisia konnotaatioita. Roland Barthes (1961) luettelee kuusi erilaista konnotaatiotapaa (mt., 127–130), joista kolme ensimmäistä trikki, poseeraus ja esineet liittyvät todellisuuden muovaamiseen eli näillä puututaan kuvan denotaatioon.

Trikeillä muokataan kuvaa esimerkiksi vääristämällä jälkeinpäin kuvassa esiintyneiden henkilöiden etäisyyttä toisistaan. Varsinkin nykyisenä digitaalisen valokuvakäsittelyn aikana trikeille avautuu lukuisia mahdollisuuksia, mutta mainos- ja muotikuvia lukuun ottamatta trikkien ja kuvamanipulaatioiden käyttöä pidetään epäeettisenä. Valokuvan voima kun perustuu usein (näennäisen)

autenttisuuden tuomaan uskottavuuteen. Barthesin mukaan trikeissä käytetäänkin muita konnotaatiokeinoja paremmin hyväksi denotaation ”objektiivista” naamiota (mt., 126). Trikkien tarkastelu lehtikuvista on kuitenkin hankalaa juuri sen takia, että ne esitetään luonnollisina, eikä trikkiä tai valokuvan manipulointia tuoda julki.

Toinen konnotaatiokeino on poseeraus. Varsinkin *Cosmopolitanin* kaltaisessa lehdessä mallauksen ja poseerauksen voi olettaa edeltäneen lopullisten kuvien ottamista. Asento kielii aina jostain, asenteista, tunteista, kiinnostuksesta. Barthes ottaa esimerkiksi poseerauksesta Yhdysvaltain presidentti John. F. Kennedystä otetun kuvan, jossa tämä katsoo taivaaseen, kädet yhteen liitettynä. Poseeraus antaa perusteet konnotaatioiden tulkinnalle: nuorekkuudelle, uskonnollisuudelle, puhtaudelle. Kuvan viesti ei ole ”poseeraus” vaan ”rukoileva Kennedy”. (Mt., 127.)

Kolmas konnotaatiokeino ovat esineet. Esineet toimivat yleisinä ajatusassosiaatioiden synnyttäjinä. Esimerkiksi kirjahylly kertoo intellektuaalisuudesta. Neljäs konnotaatiokeino on valokuvauksellisuus, jolloin konnotatiivinen viesti on kuvassa, se on kaunistettu valaistuksen, painatuksen ja vedostuksen keinoin. Muita keinoja ovat estetismi, jolloin valokuvat vertautuvat maalaukseen ja syntaksi, joka viittaa merkkien ja etenkin valokuvien (merkitysten, konnotaatioiden) tutkimiseen sarjana, kokonaisuutena. Keskityn kuitenkin käytännön syistä valokuvia tutkiessani tarkastelemaan poseerausta, esineistöä ja jonkun verran valokuvauksellisuutta.

Kuvan ja tekstin suhteesta

Koska tarkastelen valokuvia osana juttukokonaisuuksia, otan huomioon myös kuvan ja tekstin suhteen. Barthesin (1961) mukaan kuvateksti on kuvan ”loisviesti”, jonka tehtävänä on konnotoida kuvaa ja liittää siihen toissijaisia merkityksiä. Aikaisemmin kuva kirkasti tekstiä, mutta nyt roolit ovat kääntyneet pääläelleen. Tekstin etäisyys kuvasta vaikuttaa siihen, miten paljon lisämerkityksiä se antaa kuvalle. Mitä lähempänä teksti on kuvaa, sitä vähemmän se lisää kuvan merkityksiä. Näin ollen otsikko tai artikkeli antavat kuvalle

enemmän merkityksiä kuin kuvateksti. Kuvateksti toistaa usein vain kuvan denotatiivisen sisällön. (Mt., 130–131.)

Barthes ei kuitenkaan ota huomioon arkipäivän toimituskäytäntöjä. Usein kuvatekstin on tarkoitus kertoa vain, mitä kuva esittää. Ja artikkeli tai juttu sisältää usein paljon konnotaatioita jo puhtaasti laajuutensakin takia, otsikko siksi, että sen on kiinnitettävä lukijan huomio: oltava aiheeseen johdattava, myyvä ja kiinnostava. Teksti voi myös olla ristiriidassa kuvan kanssa, jolloin syntyy täydentävä konnotaatio (mt., 132). Tällöin on mielenkiintoista huomata, miten esimerkiksi toimittaja pyrkii kielenkäytön avulla kiinnittämään kuvattuun kohteeseen konnotaatioita, jotka ikään kuin kumoavat kuvan konnotaatiot. Koska tietyt diskurssit sallivat vain tietynlaisia representaatioita, voidaan valokuvien tuottamia representaatioita joutua muokkaamaan toimituksen haluamaan suuntaan kielen avulla.

Cosmopolitanin kuvissa tarkastelen siis valokuvien denotaatioiden ja konnotaatioiden ja edellä esiteltyjen konnotaatiotapojen lisäksi tekstin ja kuvan suhdetta. Käytän edellä esiteltyjä käsitteitä myös mainosten tutkimiseen.

8. SISÄLLÖN ERITTELY

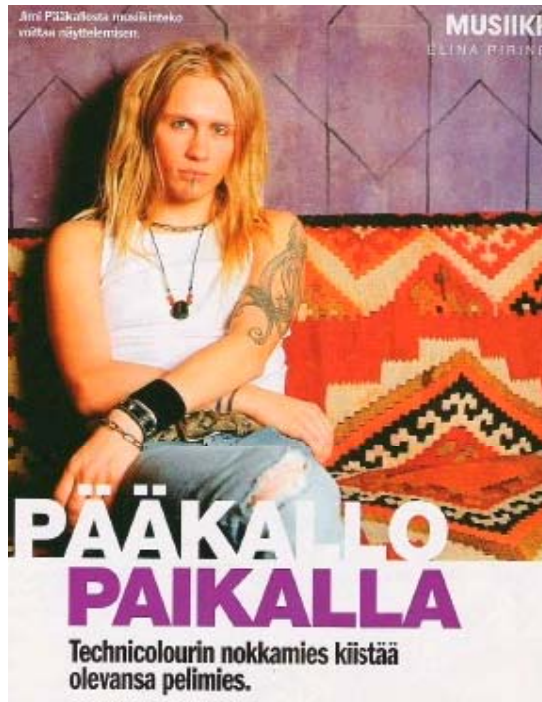
Representaatiot ovat *Cosmopolitanin* genren ja diskurssin vaatimusten mukaisesti tuotettuja tapoja luoda maskuliinisuuksia tekstin ja kuvan avulla. Lukemista helpottaakseni olen jaotellut jutut sisällönanalyysiä esittelevään osaan juttutyypin perusteella. Haluan kuitenkin korostaa, että olen tyypitellyt jutut ennen varsinaista analyysiä. Tyypittely ei ole ohjannut analyysiäni tai tulkintojani, vaan jokainen juttu on analysoitu yksittäisenä kokonaisuutena.

Olen nimennyt jutut niiden otsikoiden mukaan ja lukemisen helpottamiseksi jakanut ne tässä juttutyypin perusteella 7 ryhmään. Ryhmät ovat: *haastattelut*, joissa haastateltavana ovat miehet, *naisten miehet*, eli nainen puhuu miehistä, *neuvontapalstat*, eli teksti, jossa kirjoittaja jakaa lukijalle jonkinlaisia neuvoja tai vinkkejä, *mielipidepalstat*, muiden *mediatuotteiden miehet*, jotka voivat olla todellisia tai fiktiivisiä, *kuvien maskuliinisuudet* ja *muut tekstit*.

8.1. Haastattelut

Aineistossani on kaksi haastatteluiksi luettavaa juttua. Näissä pääsevät puhumaan reaaliset eli todellisuudessa olemassa olevat miehet. Vaikka miehet pääsevät itse ääneen näissä jutuissa, representaatioiden luomisesta vastaa kuitenkin toimittaja.

Pääkallo paikalla on musiikki-sivulla julkaistu Technicolour-bändin solistin Jimi Pääkallon haastattelu. Erikoisen näköinen nuorimies istuu värikkäällä, etnisiä vivahteita pursuavalla sohvalla ja puhuu urastaan muusikkona. Miehen rooli on muusikon rooli. Hän ei toimi jutussa millään tavalla, vaan puhuu vaan musiikistaan ja sen tekemisestä. Kuvan perusteella näyttää siltä, että mies olisi kuvattu jossain kotoisessa ympäristössä, eikä esimerkiksi lavalla keikan aikana. Jutusta käy ilmi, että miehen työhuone on vaarin omakotitalon kellarissa, mikä perustelisi erikoisen, kotoisen kuvausympäristön.



Leike 1: Pääkallo paikalla

Mieheen liitetään sanoja kuten pelimies, nuori mies, nokkamies, rokkari, Suomipoppari, rokkitähti ja näyttelijä. Häntä kuvataan laiskan seksikkääksi, puheliaaksi, ylpeäksi, ei-laiskaksi, nuoreksi ja neitojen suosiossa olevaksi. Naisen ja miehen suhteeseen viitataan, mutta sen luonne jää epäselväksi.

Jimiä kuvaillaan puheliaaksi nuoreksi mieheksi, joka on vilpittömän innoissaan uudesta levystä. Tällä toimittaja tuntuu ikään kuin korostavan Jimin nuoruutta ja lapsellisuutta jopa ikäänsäkin nähden. Pääkallo pääsee itse kuvailemaan esimerkiksi bändin uutta levyä, omaa toimintaansa Suomi-popparina ja näyttelijänä. Suorat lainaukset karkottavat Pääkallon kauaksi hegemonisen maskuliinisuuden ihanteista, ja niiden voidaankin jossain määrin ajatella nakertavan tämän nuoren rokkarin sopivuutta kulttuurimme maskuliinisuuden muottiin.

Pääkallon kommentteista huokuu itsevarmuuden puute. Vaikka hän on varma, että musiikki, ”rokkitouhu” on hänen juttunsa, tuntuu hän silti vähättelevän itseään ja tekemisiään. Touhu-sana viittaa jonkinlaiseen puuhasteluun, ei vakavasti otettavaan musiikin luomiseen. Näytteleminen tuntuu olevan jotain korkeampaa ja

hienompaa, josta tämä rokkari ei tiedä mitään. Eri asia olisi, jos mies puhuisi näyttelimestouhusta, jolloin hän ikään kuin vähätelisi tätä. Toimittaja kuitenkin määrittelee Pääkallon näyttelijäksi.

Pääkallon haastattelussa tulee esiin naisen ja miehen suhde, vaikka haastateltava ei puhu naisista suorissa lainauksissa lainkaan. Epäsuorassakin kerronnassa Pääkallon kerrotaan vain kiistävän olevansa pelimies eli leikkivänsä naisilla ja näiden tunteilla ja pitävänsä monia naisia samaan aikaan. Ikään kuin pelastaakseen kuvan Jimi Pääkallosta heteromiehenä ja kumoavansa tunteista puhuvan hintelän miehen leimaantumisen homoseksuaaliksi, toimittaja repäisee jostain kummasta lauseen, että ”tyttöystävät pysyvät visusti salassa.” Lause ei varsinaisesti liity juttuun millään tavalla eikä se oikeastaan kerro mitään Jimin suhteesta naisiin. Voi olla, että aihetta ei ole edes haastattelussa käsitelty.

Jotenkin kummasti syntyneessä pelimiehen maineessa ei kuulemma ole totuuden perää.

Mielenkiintoista olisikin tietää, että onko moista mainetta edes olemassa, vai onko toimittaja halunnut väkisin saada juttuun pari lausetta naisista, koska automaattisesti niitä oletetaan miespuolisen suomirokkarin ympärillä pyörivän. Mutta toimittaja muistaa kuitenkin vielä vakuuttaa, että tämä rokkitähti ja näyttelijä on neitojen suosiossa.

Cosmopolitanin haastattelu antaa Jimi Pääkallosta kuvan, jonka mukaan mies on mies, mutta epävarma, poikkeava ja jotenkin androgyyni. Jutun perusteella miehen maskuliinisuudesta saa ristiriitaisen kuvan. Hän puhuu tunteista häpeilemättä, ei täytä välttämättä suomalaiseseen rokkariin kohdistettavia odotuksia, mutta toimittaja tuntuu kumoavan ne tulkinnat, joita pelkän Pääkallon kuvan ja suorien lainauksien perusteella miehestä olisi helppo tehdä. Toimittaja vetää väkisin mukaan niitä odotuksia, jota hegemonisen maskuliinisuuden malli miehiin kohdistaa. Jos olisi mahdollista nähdä litterointi haastattelun kulusta, selviäsi, mikä jutussa esiteltävistä asioista on ainoastaan toimittajan johdattelun, genren konventioiden ja odotusten tulosta, ja mikä on todellakin lähtöisin haastateltavasta itsestään.

Tuhansien läppien mies on Hyvä tyyppi -nimeä kantavalla sivulla ilmestynyt juttu stand up -koomikko André Wickströmistä. *Tuhansien läppien mies* -jutussa mies kertoo työstään stand up -koomikkona, alkavasta tv-ohjelmastaan ja siitä, millainen on hyvä koomikko.

Toimittaja ei kuvaile miestä monisanaisesti. Toimittajan tekstissä Wickström on pääosin stand up -koomikko tai André. Miehen kuvaillaan esimerkiksi puhuvan tuikeana, mutta hänen ei kerrota vääntävän haastattelussa tai normaalielämässään vitsejä, vaikka otsikossa miehen kerrotaankin olevan ”tuhansien läppien mies”. ”Tuhansien läppien mies” viittaa perusteellisuuteen ja pinnisteleminen. Koomikkona työskentelevälle miehelle ei riitä, että hän osaa murjaista vitsin silloin tällöin, kymmeniä vitsejä tai valtavasti vitsejä, vaan hän osaa *tuhansia* vitsejä. Siihen ei joka poika pystykään. Pinnistelyyn ja eteenpäin pyrkimiseen viittaa myös toimittajan määritelmä, jonka mukaan ”stand up -koomikko on koko ajan töissä”. Hänellä ei siis ole aikaa levätä, vaan hän tekee töitä kaiken aikaa. Haastateltava pääsee ääneen puhuessaan stand up -komiikan vaikeudesta ja vaativuudesta.

”Stand up -koomikko voi heittää läppää ihan mistä tahansa, mutta on valittava oikea aika ja paikka. Vaatii taitoa lukea tilanteita ja yleisöä niin, ettei sanomisia käsitetä väärin.”

Tällä korostetaan sitä, että vaikka stand up -komiikka tuottaakin yleisölle iloa ja saa heidät nauramaan, on koomikon tehtävä kuitenkin paljon töitä. Leikin laskeminen työkseen ei ole leikin asia. Miehen tulee ottaa työnsä vakavasti, ja muiden täytyy voida suhtautua vakavasti siihen, mitä mies tekee työkseen. Tätä ajastusta vahvistaa myös toimittajan teksti:

Komiikasta puhuminen on ainoa asia, joka vetää stand up -koomikon vakavaksi.

Jutun mies ei suorissa lainauksissa puhu naisista. Ainoa jutussa mainittu nainen on stand up -koomikko Kriise Salminen. Häntä ei määritellä komiikan ammattilaiseksi, vaan ”Andrén ystävapiiriin kuuluvaksi”.

Saman aikaan ruutuun ilmaantuu – – Kriise Salmisen ohjelma, mutta kilpailua Suomen vähälukuisten stand up -koomikkojen välillä ei ole. Tilausta riittäisi uusille yrittäjillekin.

Jutussa kielletään mahdollisuus siihen, että samalla alalla olevat mies ja nainen voisivat kilpailla toistensa kanssa. Kysymys voi olla siitä, että André Wickström ja Krisse Salminen ovat hahmoina hyvin erilaisia. Koska Krisse esitellään Andrén ystäväpiiriin kuuluvaksi eli hänet määritellään Andrésta käsin, tekstiin sisältyvät luentavinkit eivät tarjoa kovinkaan selvästi mahdollisuutta lukea Krisse Salmista ammattilaisena tai kilpakumppanina, vaan Andrén ystäväpiiriin kuuluvana naisena. Tilanne olisi erilainen, jos jutussa olisi esitelty joku toinen miespuolinen stand up -koomikko. Tällöin voisi ajatella, että maskuliinisuudelle tyypilliseen tapaan miehet kilpailisivat – tai toimittaja laittaisi heidät tekstissä kilpailemaan – taidoistaan ja osaamisestaan, vaikka he olisivatkin ystäviä. Wickströmin suorilla lainauksilla pyritään myös oikeuttamaan tai vähättelemään muita puutteita. Hän ei nöyristele tai pyytele anteeksi.

”Hyvä stand up -koomikko on oma itsensä, heikkouksineen ja vahvuuksineen. Jos tietää, kuka on, ei lavalle nouseminen ole mikään ongelma. Hyvä tyyppi saa huonotkin jutut anteeksi.”

Kommentti on ristiriidassa jutun alkuosan ammattitaidon merkitystä korostavien kommenttien kanssa. Nyt vaikuttaa siltä, että loppujen lopuksi vitsien tasolla ei tunnukaan olevan niin suurta merkitystä, vaan sillä, kuka ne kertoo. Hauska yhteensattuma on myös se, että André Wickströmin haastattelu on lehden hyvä tyyppi -palstalla. Näin ollen Wickström ikään kuin leimautuu hyväksi tyyppiksi, siis taitavaksi stand up -koomikoksi, josta yleisö pitää, vaikka tämän tuhansien läppien joukkoon eksyisi joskus huonokin juttu.

8.2. Naisten miehet

Tässä luvussa tarkastellaan sellaisia juttuja, joissa miehiä ja maskuliinisuutta tarkastellaan esimerkiksi haastatellun naisen näkökulmasta. Ryhmään kuuluu neljä juttua, *Siiri & tuhmat pojat*, *Angelina Jolie*, *Sarjamorsiamet sulhojahdissa* ja *Salatut sisaret*. Miehet ovat tämän ryhmän jutuissa esimerkiksi poikaystäviä ja määrittyvät pääosin naisen kautta, suhteessa naiseen. Mies on kollega, työkaveri, mutta pääasiassa naisen ex-poikaystävä, -mies tai joku, jonka kanssa naisella on tai on ollut on ollut suhde. Näissä jutuissa miehet eivät pääse ääneen tai toimi mitenkään, ja heidän toimintansa on haastateltavan naisen tai toimittajan puheen kohteena. Tämän ryhmän jutuissa – *Siiri & tuhmat pojat* -juttua lukuun ottamatta

– naisten puheessa vilahtelevista miehistä ei tuoteta kovinkaan myönteisiä representaatioita. *Angelina Joliessa* ja *Sarjamorsiamet sulhojahdissa* mies pilaa naisen maineen, on tälle taakka ja kipeä muisto tai ei muuten vain kelpaa naiselle. *Salatuissa sisarissa* myönteinen representaatio on luotu isästä, lakimies puolestaan esitetään kieron ja juonittelevana.

Jutussa *Siiri & tuhmat pojat* kerrotaan Killer-yhtyeen laulajasta Siiri Nordinista ja yleensäkin yhtyeen musiikista, työstä ja kiertue-elämästä. Miehet esitetään jutussa ikään kuin kollektiivina eli ”poikina”. Osaltaan kollektiiviin eli bändiin kuuluu myös Siiri, mikä näkyy siitä, että hän käyttää me-sanaa viitatessaan bändin toimintaan. Jutun miehet yhdistetään treenikämppiin ja keikkabusseihin. Naisen ja miehen suhde ja feminiinisuuden ja maskuliinisuuden erottelu, ei jutussa ole kovin selvärajainen. Haastateltava Siiri tuntuu itse laskevan itsensä osaksi poikia, osaksi heidän homososiaalista joukkoaan.

”Meillä ei ole bändin sisällä mitään tytöt vastaan pojat - ajattelua.”

Miehet ovat siis valmiita ottamaan Siirin osaksi joukkoaan, eli bändissä ei tehdä eroa tyttöjen ja poikien välille. Tällaista eron puuttumista vahvistaa myös se, että toimittaja kysyy lainailevatko bändin jäsenet vaatteita ”bändin kesken”. Jutussa maskuliiniseksi toiminnaksi määritetty bändin kiertue-elämä ja esimerkiksi fyysisesti raskas ”roudaaminen”. Kuitenkin naisen ja miehen eroa korostetaan sillä, että bändin poikien kerrotaan suojelevan Siiriä häiriköiltä.

Angelina Jolien haastattelussa mies on entinen aviomies, veli, näyttelijä ja ohjaaja. Mies näyttää tuottavan naiselle vain ongelmia. Ex-mies ja veli ovat tekstien perusteella syytä siihen, että ”skandaalinkäryiset juorut ovat myllertäneet Jolien elämää”. Esimerkiksi ex-miehestä saa petollisen kuvan, koska tavatessaan Jolien hän asui vielä toisen naisen kanssa. Veli näyttää tekstin ja toimittajan kysymysten ja diskurssin valossa säännöistä ja moraalinormeista piittaamattomalta henkilöltä.

Sarjamorsiamet sulhojahdissa -jutussa kerrotaan Hollywoodissa asuvista naispuolisista julkisuudenhenkilöistä, heidän kihlauksistaan ja sulhoistaan. Jutussa mies on siippa, sulhanen, kihlakumppani, aviomies, ex-mies, vietelty ukkomies ja

naistenmies. Mies määritellään myös ammatinsa ja asemansa kautta. Hän on tarjoilija, rap-artisti, tanssija-koreografi, näyttelijä, jääkiekkoilija, kantritähti, kameramies, baarinomistaja, koomikko, rumpali ja popin kuningas. Toimittaja ei määrittele miestä ammatin ja nimen mainitsemisen lisäksi kovinkaan tarkoin. Jotain naiselleen timantteja ostelevaa miestä toimittaja nimittää ”lempeäksi sulhoksi”. Koska kyse on ihmissuhteisiin liittyvästä jutusta, miehen kerrotaan toimivan lähinnä yksityisasioissa, eikä hänen toimintaansa kuvata kovinkaan tarkoin.

Miehen ja naisen suhde esittyy jutussa päällisin puolin parisuhteena, vaikka varsinaisesta parisuhteesta juttu ei kerrokaan. Juttu listaa naisia ja heidän kihlakumppaneitaan. Naisella on suhde mieheen, mutta miehen suhteesta naiseen ei puhuta kovin tarkoin. Näin ollen mies on statisti. Hänellä ei näytä olevan kovinkaan suurta valtaa naisen suhteisiin.

Toimittaja kuvaa julkisuuden naishenkilöiden suhteita mieheen sanoilla ”avioliitto”, ”kertakäyttötavara”, ”salamarakkaus”, ”pikaliitto”, ”julkisuuden lemmikkipari”, ”romanssi”, ”kohusuhde” ja ”lämmittelykierros-ilmiö”. Valtaosa näistä sanavalinnoista korostaa suhteen epäaitoutta, lyhytaikaisuutta, julkisuuden tavoittelua tai tavoittamista. ”Aviomies numero kaksi” ja ”viimeisin aviomies” viittaavat siihen, että miehiä on monia, eikä nykyistenkään suhteiden voi odottaa kestävän. Miehet esitetään joukkona, josta julkkisnainen valitsee haluamansa. Jutun mukaan naisella on nykyään myös mahdollisuus leikkiä suhteilla eli miehillä, koska nainen ei ole enää taloudellisesti riippuvainen miehestä.

Julia Roberts ei jää toiseksi suhteiden temmellyskentällä.

Lainauksesta saa kuvan, että mies voi olla naisen leikkikalu ja tämän statussymboli. Vaikka miehen menestystä omalla alallaan ei jutussa suuremmin esitelläkään, huomaa jutusta, että kihlakumppanin painoarvo riippuu hänen menestyksestään, maineestaan tai tunnettuudestaan. Esimerkiksi ”rockin legendan Elviksen tyttären” Lisa Marie Presleyn ja ”popin kuninkaan” Michael Jacksonin suhde saa jutussa paljon tilaa. Kuitenkin esimerkiksi näyttelijä Julia Robertsin kihlatut mainitaan nimelistana määrittelyllä ”kihlakumppaneiksi kelvanneet näyttelijät”. Menestys mittaa maskuliinisuutta. Miehiin liitetään paljon kielteisiä

mielikuvia sillä, että puhutaan ”kohusuhteista”. Mies tuntuu olevan ikään kuin näyttelijöiden kyseenalaisen maineen ja mahdollisen himmenevän uran syy.

Myös suhde rap-artisti Sean ”Puff Daddy” Combsiin hyytyi, kun pariskunnalle lankesi syyte osallistumisesta erään newyorkilaisen yökerhon edustalla tapahtuneeseen ammuskeluun. Ilkeät kielet väittävät, että Lopezin seuraava pikaliitto tanssija-koreografin Cris Juddin kanssa oli julkisuustemppu puhdistaa morsiamen maine.

Lainauksessa suhteen päättymisestä syytetään miehen huonoa mainetta, joka likaa myös naisen maineen. Pariskunnan keskinäisillä väleillä ei ole vaikutusta eroon. Nainen käyttää jälkimmäistä, hyvää miestä, puhdistamaan maineensa, jonka paha mies on tahrannut. Mies on työkalu, niin hyvässä kuin pahassakin. Mutta käsitys miehen perusolemuksesta ja ”kaikki ne ovat samanlaisia” -ajatus vahvistuvat siinä, että jälkimmäisenkin miehen kerrotaan olevan paha, koska nainen maksaa hänelle eron yhteydessä ”mittavat kipurahat”. Voi olla, että nainen on maksanut rahaa eroa helpottaakseen, mutta ”mittavien kipurahojen pulittaminen” tuo mieleen sen, että mies on niitä nimenomaan vaatinut. Eli käyttänyt hyväkseen menestyvää naista ja tämän ahdinkoa.

Toisista miehistä juttu antaa uhrautuvaisen kuvan: ”Brattin huhutaan lopulta kyllästyneen Julian mustasukkaisuuteen”. Lopulta-sana viittaa siihen, että toimintaa on jatkunut jonkin aikaa. Mies on jaksanut kestää mustasukkaisuutta jonkin aikaa, mutta lopulta on tehtävä rationaalinen päätös. Mies pitää ohjat kuitenkin käsissään, eikä suostu kaikkeen. Jutun otsikko ”Sarjamorsiamet sulhojahdissa” lunastaa paikkansa vasta jutun loppua kohden. Toisin kuin alussa voisi kuvitella, jutun paha tai pitelemätön ei olekaan mies, joka ei osaa tarjota menestyvälle julkkisnaiselle, mitä tämä haluaa, vaan nainen, joka esitetään jutussa niin mahdottomana, ettei kärsivällinenkään mies voi tätä luonnosta peräisin olevaa villikkoa kesyttää.

Nähtäväksi jää, asettuvatko – – sarjamorsiamet pysyvästi aloilleen.

Mies on jutussa pysyvä, tavoiteltava, rationaalinen ja järkkymätön aloillaan pysyvä linnake, joka odottaa, milloin villi, impulsiivinen ja ailahtelevainen nainen pysähtyy ja tajuaa, mikä on hänelle parhaaksi.

Salatut sisaret -jutussa kerrotaan identtistä kaksossiskoista, jotka erotetaan toisistaan lapsina ja jotka löytävät toisensa sattumalta parikymppisinä. Jutussa yksi mies on se, jonka takia tytöt joutuvat eroamaan toisistaan, mutta toinen mies tuo heidät jälleen yhteen. Jutussa on siis paha mies ja sankari. Toiset miehet toimivat työympäristössään eli he toimivat jonain ammatti-ihmisinä, julkisessa piirissä. Yksi mies toimii yliopiston asuntolan juhlissa, eli ympäristössä, jossa nainen ja mies voivat tavata toisensa, ympäristöä ei esitetä kodinomaisena.

Mies on meksikolainen lakimies, toimittaja, rakas isä, 20-vuotias opiskelija ja nuori mies. Jutun aiheena on naisen henkilökohtainen kasvu ja mysteerin ratkeaminen. Sankari eli siskokset yhteen opastanut mies pääsee itse kuvailemaan tapahtunutta, ”tiesin heti”, hän toteaa. Kyse on sisaruksista, joille miehet ovat heidän elämänsä puitteisiin ja sen järjestymiseen vaikuttavia henkilöitä.

8.3. Neuvontapalstat

Tähän ryhmään lukeutuvat ne jutut, joissa tarjotaan *Cosmopolitanin* lukijoille jonkinlaisia neuvoja. Pääasiassa neuvot kohdistuvat miehen saalistamiseen, parisuhteen ylläpitoon ja seksiin. Tähän luokkaan lukeutuu kaikkiaan 11 juttua, *Virtuoosin 50 flirttivinkkiä*, *Ei oo, ei tuu...*, *Myyteille kyytiä*, *Suhteellisen arkista*, *Horoskooppi*, *Miehesi tähtikartta*, *Aina menossa vai jarru pohjassa?*, *Irma Kurtz*, *Mies kysyy*, *Cosmon viettelyvinkit* ja *Amorin ateria*. Näissä jutuissa mies on paria poikkeusta lukuun ottamatta jotain tavoiteltavaa tai säilyttämisen arvoista. Mies ei pääse ääneen tai toimimaan *Mies kysyy* -juttua lukuun ottamatta. Miehen toiminta on joko naisten kerronnan tai toimittajan oletusten kohteena. Oletettuja toimintapaikkoja ovat sellaiset julkiset paikat, joissa toisilleen ennestään tuntematon nainen ja mies voivat tavata, eli esimerkiksi ravintolat, baarit, kuntosalit, juhlat tai työpaikat. Tärkeä toimintapaikka on myös makuuhuone.

Tyypillistä näille jutuille on se, että flirttailu ja parisuhteen muodostaminen kuvataan pelinä. Niissä jutuissa, joissa annetaan neuvoja parisuhteessa eläville naisille (*Suhteellisen arkista*, *Ei oo, ei tuu...*, *Horoskooppi*) parisuhde esitetään naisen ja miehen välisenä konkreettisena asiana, jonka nainen voi toimillaan korjata. *Cosmopolitanin* mies ei parisuhteen ylläpitoon osallistu.

Virtuoosin 50 flirttivinkkiä -jutussa lukijalle annetaan ohjeita siihen, miten nainen saa ”baarissa haluamaansa seuraa”. Mies on naisen ihastuksen ja flirtin kohde. Jutun mukaan mies on sekä objekti että subjekti. Hän on naisen halun ja flirtin kohde, mutta silti koko jutun lähtöoletus on, että mies katsoo naista eli toimii jotenkin. Miestä kuvataan komeaksi ventovieraaksi, tutuksi namupalaksi, ihastuksen kohteeksi, supermieheksi, söpöläiseksi, kuumaksi kamaksi, komistukseksi, yksinäiseksi, tylsistyneeksi, lihaksikkaaksi, potentiaaliseksi seuralaiseksi, puolitutuksi, hyväkroppaiseksi, venyttelykaveriksi, janoiseksi, herkkupalaksi, kaupungin seksikkäimmäksi mieheksi ja remonttireiskaksi.



Leike 2, Virtuoosin 50 flirttivinkkiä

Jutun sanoma on, iske ja pidä mies. Miehen ja naisen suhde esittäytyy jutussa heteroseksuaalisena, kanssakäymisen tavoitteena on parisuhde. Suhde kuvataan jutussa myös hyvin fyysisenä, koska monet vinkeistä keskittyvät kehon käyttämiseen. Flirttivinkejä jakava juttu lähtee siitä oletuksesta, että mies katsoo

naista automaattisesti. Tähän katseeseen on jo ladattu oletus miehen heteroseksuaalisuudesta. Mies ei ole mies, jos hän ei katso kaunista naista.

Anna toppisi olkaimen valahtaa hieman ja korjaa se sitten kainosti kohdalleen.

Nuolaise oluen tai cappuccinon vaahto hitaasti huuliltasi. Seksikäs eleesi ei jää huomaamatta.

Päästä hiuksesi irti poninhännältä tai nutturalta. Hän voi katsella, kuinka hiuskiehkurat putoilevat kehystämään kasvojasi.

Toinen maskuliinisuuden kuvaamista jutussa luonnehtiva piirre on se, että miehet – yksittäisistä flirtin kohteena olevista miehistä huolimatta – esitetään parissakin kohdassa ryhmänä. Muista naisista jutussa ei puhuta, mutta miehiä tuntuu yhden yksilön taustalla olevan useita, mikä tuntuu korostavan miesten tarvetta homososiaaliseen ”turvaan”.

Pikku flirtti kerää miesten katseet.

Hän jää tuijottamaan sähkösäätäsi, sillä miehet keskittyvät seuraamaan liikettä.

– – olitpa sitten viekoittelemassa komeaa ventovierasta tai tuttua namupalaa.

Kolmas maskuliinisuutta jutussa luonnehtiva piirre on fyysisyys eli lihaksikkuus ja urheilullisuus. Tämä näkyy kohdissa, joissa naista kehoitetaan tekeytymään miestä pienempikokoiseksi ja siksi voimattomaksi ja avuttomaksi. Tällöin mies tuntee tarpeellisuutensa, koska voi automaattisesti suuremman kokonsa puolesta ja sen oikeuttamana auttaa avutonta neitoa.

Pyydä häneltä apua ruokakaupassa. Haluamasi tuote on liian korkealla, etkä ylety hyllylle...

Jutussa suuren fyysisen koon maskuliinisena ja siis toivottavana pitäminen näkyy kohdissa, jossa viitataan suoranaisesti miehen kokoon ja lihaksikkuuteen. Kuntosalilta on haettava miehistä maskuliinisin eli lihaksikkain, eikä suinkaan ketään kuntoilua aloittelevaa. ”Hyväkroppaisin” mies viittaa tässä siihen, että ensinnäkin miehellä on lihaksia eli siis oletetusti voimaa. Toisekseen termi viittaa pitkäkestoiseen harjoitteluun, kärsivällisyyteen ja pinnistelyyn, joita kaikkia

pidetään maskuliinisina piirteinä. Flirttivinkkejä jakavan jutun maskuliinisuutta kuvaavat siis heteroseksuaalisuus, epävarmuus, kilpailullisuus, homososiaalisuus, fyysisyys ja lopullisen vallan pito.

Jutussa *Ei oo, ei tuu...* etsitään syitä sille, miksi jotkut miehet eivät halua seksiä naisesta riittävän usein ja mikä heidän seksinnälkäänsä hillitsee. Jutussa miehet ovat naisen seksikumppaneita, joiden tulee kyetä tyydyttämään naisen seksuaaliset halut. Miesten toimintaa tai toimimattomuutta kuvataan kotona, töissä ja kuntosalilla. Pääpaino on kuitenkin kotona sängyssä tapahtuvassa toiminnassa ja siitä kieltäytymisessä. Miehet ovat pääasiassa miehiä, mutta myös kundikavereita, poikaystäviä, rakkaita, kumppaneja, yliväsyneitä ja huonokuntoisia sekä miehenpuolikkaita. Heihin ei kovinkaan kuvailevia adjektiiveja liitetä. Jutun lähtökohtana on naisen ja miehen heteroseksuaalinen suhde, jonka tarkoituksena on naisen tarpeiden tyydyttäminen.

Jutussa pohditaan miehen halujen puuttumisen lisäksi syitä siihen, miksi mies haluaa seksiä vähemmän kuin nainen. Jutussa seksuaalinen halukkuus on miehen maskuliinisuuden mitta. Haluttomiin miehiin yhdistetään epämaskuliinisia (ei välttämättä kuitenkaan feminiinisiä) piirteitä: laiskuus, periksi antaminen, kontrollinen menettäminen.

Yliväsynyt tai huonossa kunnossa oleva mies ei aina jaksakaan nousta ylös sohvalta, saatikka tyydyttää sinua sängyssä. Tutkimukset ovat osoittaneet, että mitä aktiivisempi liikkuja olet, sitä korkeampi seksuaalivietti sinulla todennäköisesti on. Sairastuminen, lihominen, liikkumattomuus, tuhtien aterioiden syöminen tai alkoholin nauttiminen voivat kaikki olla mahdollisia syyjäitä himon katoamiseen.

Kohta, jossa pohditaan syitä miehen (hetkittäiseen) haluttomuuteen, paljastaa taustalla olevat stereotyypit maskuliinisuudesta. Ensimmäinen syyksi epäillään stressiä. Oletuksena siis on, että mies on jonkinlaisessa esimiesasemassa (eli siis pärjää valitsemallaan uralla) ja pyrkii ja pinnistelee kaiken aikaa eteenpäin. Hän ottaa työnsä niin vakavasti, että joutuu stressaamaan siitä. Jutun mies on myös saalistaja. Miehen oletetaan kaiken aikaa olevan valloittamassa uusia naisia, testaamassa maskuliinisuuttaan näihin, jotta voisi tuntea itsensä mieheksi. Tämä saalistusvietti esitetään jutussa oikeutettuna ja luonnollisena totuutena:

– – miesten seksihalut laskevat luonnollisesti, kun he ovat seurustelleet saman naisen kanssa pitkään. Puolesta vuodesta puoleentoista vuoteen kestävän alkuhuuman jälkeen rakastelu saman naisen kanssa menettää osan tärkeydestään.

Juttu antaa ymmärtää, että mies ei aina halua rakastella, jos hänen mieltään painavat tärkeät työasiat (stressi), jos hän ei pääse tyydyttämään luonnollista saalistusviettiään tai jos hän on epävarma maskuliinisuudestaan. Nämä syyt esitetään hyväksyttävänä. Muissa tapauksissa haluttomuuden tuntuu perustelevan se, että mies ei olekaan mies tai tarpeeksi maskuliininen. Häneltä puuttuu maskuliinisia piirteitä, kuten rationaalisuus ja tahdonvoima (lihominen, huonossa kunnossa oleminen) tai yksinkertaisesti tarvittava määrä testosteronia.

Jutussa yritetään ymmärtää sitä, että kaikki miehet eivät ole suunnattoman halukkaita eli siis maskuliinisia. Jutun lukijaksi oletettua naista kehoitetaan kuitenkin harkitsemaan, kannattaako jatkaa suhdetta miehen kanssa, jota seksi ei kiinnosta yhtä paljon kuin naista itseään. Juttu antaa myös ymmärtää, että hyvä heteroseksuaalinen suhde on toimivan parisuhteenkin perusta, eikä hyvä parisuhde perusta heteroseksuaaliselle kanssakäymiselle. Ja jos mies ei halua tarpeeksi, nainen turhautuu miehen riittämättömyyteen.

Mieti rehellisesti, voitko olla onnellinen sellaisessa suhteessa, jossa et saa kaipaamaasi seksuaalista tyydytystä. – – Harkitse siis tarkkaan, haluatko jatkaa suhdetta vai hypätä sivuun etsimään oikeiden kemioiden kohtaamista.

Tällöin kannattaa lähteä etsimään sitä ”oikeaa” eli seksuaalisesti aktiivista miestä. Miestä, joka täyttää maskuliinisuuden vaatimukset.

Myyteille kyytiä -jutussa esitetään parisuhteesta viisi eri myyttiä, jotka toimittaja pyrkii sitten rikkomaan vastaväitteillä eli oikeastaan luomaan uusia myyttejä. Mies on jutussa naisen poikaystävä tai kumppani. Mieheen liitetään termejä kuten sielunkumppani, rakas, suhteen osapuoli, kumppani, täydellinen mies, poikakaveri, himoshoppaaja ja poikaystävä. Jutun aiheina ovat naisen ja miehen välinen parisuhde, seksi, kumppanuus ja rakkaus.

Jutussa stereotyyppisiä ovat rikottavat myytit ja myös vastineeksi tarjottavat vastamyytit, joiden taustalla vallitsee stereotyyppinen kuva miehestä.

Stereotyyppioita pyritään vahvistamaan nimettöminä pysyttelevien haastateltavien kommentteilla. Miehet esitetään tässä jutussa tietyllä tavalla, miesmäisesti toimivana ryhmänä. Heidän toimintakenttensä tuntuu olevan jossain muualla kuin kotona, esimerkiksi harrastusten (muiden miesten) ja työn parissa. Nainen on kodin maestro, joka järjestelee asiat. Mies pätee jossain muualla.

Jutussa miehen oletetaan olevan kotona sottainen ja ailahtelevainen. Miehillä tuntuu olevan tyypillistä se, että hän jättää pinon likaisia astioita tiskialtaaseen tai muuta vastaavaa. Tämä esitetään yleisenä käyttäytymistapana ja sen kerrotaan ärsyttävän kodin siisteydestä huolehtivaa naista. Miesten oletetaan myös olevan innostuneita elektroniikasta. Näin ”naisten ja miesten juttujen” ero tuodaan siis selvästi esiin. Yleisten uskomusten mukaanhan tekniikka kuuluu miehille, naiset eivät ymmärrä siitä mitään. Toisaalta tämä oletettu into teknisten laitteiden ostamiseen vaatii taustalle oletuksen, että miehellä on rahaa, hän siis menestyy alallaan.

– – mieheni on elektroniikan himoshoppaaja, kun taas minä mieluummin säästän rahaa.

”Eräänä päivänä hän toi kotiin uuden kaukosäätimen, joka oli melkein vastasyntyneen lapsen kokoinen.”

Jutussa miehen esitetään myös olevan taitava rakastaja, jonka tyttöystävä voi iloita ”tydyttävästä seksielämästä”. Mies myös urheilee eli ottaa mittaa omasta ja muiden miesten maskuliinisuudesta sekä on arvostetussa asemassa työssään. Oletukset miehen luonteesta tulevat selvimmän esiin kohdassa, jossa rikotaan myyttiä siitä, että miehen pitää parisuhteessa uskoutua naiselle. Myytti korvataan toisella:

Hän vain käyttäytyy kuten tyypillinen mies. Miehet eivät aina mielellään puhu tunteistaan.

Käsitystä siitä, että kulttuurissamme tosimit ei puhu tunteistaan, on jutussa lievennetty sanoilla *aina* ja *mielellään*. Näin miehellekin sallitaan tunteista puhuminen parisuhteessa toisinaan, mutta ei aina. Jos mies puhuu tunteistaan mielellään kaiken aikaa, hän ei käyttäydy kuten ”tyypillinen mies”, kulttuurissamme vallitsevien odotusten mukaisesti. Näin hänen toimintansa

voidaan nähdä maskuliinisen toiminnan vastakohtana eli feminiininä, eikä häntä voida enää pitää tosimitiehenä.

Suhteellisen arkista -jutussa annetaan vinkkejä siihen, miten voi selvittää, kun parisuhde muuttuu alkuhuuman jälkeen arkiseksi. Mies on poikaystävä, kumppani ja on naisen toimien kohde. Mies esiintyy jutussa myös toisten miesten kaverina ja esimerkiksi työntekijänä. Miehen kerrotaan toimivan muualla kuin kotona. Jutussa nainen on pääasiassa se, joka toimii kotona. Mieheen liitetään termejä, kuten se oikea, hän, rakas, poikakaveri, kaljakalle ja roturakastaja. Jutun aiheena on naisen ja miehen välinen parisuhde ja kumppanuus, joka esitetään jonain konkreettisena, naisen puuhailun kohteena. Juttu vilisee miehiä koskevia olemus- ja roolistereotyyppioita: millainen mies on ja miten hän käyttäytyy.

Naisten asioiden eli kodista huolehtimisen vähäinen arvo näkyy siinä, miten miehen oletetaan käyttäytyvän kotona ja suhtautuvan naisen asioihin. Mies osoittaa valtavaa välinpitämättömyyttä.

– – hän leikkaa varpaankynsiä kylpyammeessa tai jättää maitotölkin ja likaiset astiat pöydälle.

Naisten ja miesten asioiden eriarvoisuus näkyy myös siinä, että vaikka jutussa esitetään, että ”molempien asiat tulee ottaa huomioon”, nainen näyttäytyy kuitenkin osapuolena, jonka on annettava periksi miehen vuoksi.

Jos hän haluaa viettää perjantai-iltaa toimintaleffan parissa, kun sinä toivot kynttilänvaloillista, älkää kiistelkö. Ehditte kyllä tehdä molemmat. Näin myös osoitat, että toisen huomioon ottaminen on yhtä tärkeää kuin omat hovit.

Jutussa maskuliiniseksi piirtyvät myös saalistaminen tai valloittaminen. Jutun mies voi menettää kiinnostuksensa naiseen, jos tämä näyttää olevan itsestäänselvyys.

Jos olet aina hänen kimpussa, seurasi ei tunnu enää niin halutulta herkulta. Lähde tyttöjen kanssa useammin jumppaan tai radalle, ja hän alkaa vähitellen odottaa sinua kiihkeästi kotiin!

Jutussa mies esitetään naisen kumppanina mutta kuitenkin suhteen ulkopuolisena.. Missään vaiheessa ei jutussa ehdoteta, että mies ja nainen voisivat yhdessä

keskustella suhteen ongelmista, vaan ne jätetään naisen hoidettaviksi. Suhteen hoitamisen yksipuolisuutta kuitenkin ei esitetä negatiivisessa valossa, vaan juttu yksinkertaisesti kertoo, ”millaisia miehet ovat”. Naisen tulee pystyä elämään sen kanssa ja ratkaisemaan ongelmat. Naisen kerrotaan voivan muuttaa miehen ”kaljakallesta roturakastajaksi”. Vaikka jutussa ei seksuaalisesta suhteesta oikein puhutakaan, unelmien mies, tavoiteltava maskuliinisuus määräytyy jälleen kerran miehen seksuaalisen kyvykkyyden ja taitojen kautta. ”Roturakastaja” on päämäärä, jota nainen suhteessa tekemiensä temppujen avulla tavoittelee.

Horoskooppi jakaa ennustuksia ja neuvoja eri horoskooppimerkit omaaville naisille. Jutussa on esitelty erilaisia miehiä, mutta kaikki he määrittyvät pääosin suhteessa naiseen. Mies saa naisen toimimaan jollain tavalla tai toisinpäin. Mies on boheemimies, seksikäs söpöläinen, kumppani, seksikäs, liikemies, sopimaton mies, etäiseltä vaikuttava pelimies, bilepoika, paha poika, ystävän kumppani, poikaystävä, esimies ja upea mies. Juttu käsittelee parisuhdetta, flirttailua, tutustumista ja seksiä.

Miehen ja naisen suhde on seksiä ja jonkinlaisen ihmissuhdepelin pelaamista. Toisaalta jutussa vilahteleva genetiivi *miehesi* viittaa omistamishaluun. Suurin osa jutussa esiteltävistä miehistä on tavoiteltavia, osa taas ei. Kielteisesti suhtaudutaan esimerkiksi etäiseltä vaikuttavaan pelimieheen. Tavoiteltavat miehet toistavat stereotyyppisiä odotuksia:

- – liikemies viettelee sinut seksikkyydellä ja paksulla lompakolla.

Naisten ajatellaan pitävän menestyvistä ja rikkaista miehistä. Toisaalta myönteisesti suhtaudutaan myös mieheen, joka viettelee naisen henkisillä avuillaan, esimerkiksi runoja lukemalla. Tällainen mies tosin merkataan boheemimieheksi, eli poikkeavaksi oman tien kulkijaksi. Miehistä annetaan myös kuva, jonka mukaan he eivät voi vastustaa naisia, he automaattisesti ja ehdoitta lankeavat viehättävän naisen pauloihin. Toisaalta tällainen halujen perässä juoksentelu esitetään naurettavana:

Käytä viekasta viettelyvoimaasi ja asiat rullaavat mielesi mukaan aina ilmaisdrinkkien nauttimisesta nopeussakkojen mitätöintiin.

Naisen viettelyvoiman kerrotaan niin avaavan rikkaan ja kohteliaan miehen lompakonnyörit kuin saavan poliisinkin heltymään. Vaikka miehellä olisi kuinka paljon voimaa ja vaikutusvaltaa, hän ei pysty vastustamaan viehättävää naista. Myös miehet näyttäytyvät vastustamattomina, ja naiset ovat enemmänkin tunteen kuin järjen vietävissä:

– – hetken mielijohdeesta alkanut deittailu itsellesi täysin sopimattoman miehen kanssa saattaakin johtaa pidemmälle.

Jutun mukaan miehellä tulee olla toimintavapaus, mutta naisen pitää yrittää asettaa hänelle vaatimuksia, jotka tämän täytyy voida täyttää. Miesten kerrotaan pitävän itsevarmoista naisista ja siitä, että nainen välillä komentelee miestä.

Miehesi tähtikartta -jutussa kerrotaan, mitä tulee tapahtumaan Cosmo-naisen miehen elämässä ja miten naisen tulee toimia. Juttu kertoo *Cosmopolitanin* toimittajien diskurssilla, millaisia miehet ovat ja mitä heiltä odotetaan. Pienet tekstinpätkät kertovat siitä, miten miehen touhuihin tulee suhtautua, eli mikä on toivottavaa tai hyväksyttävää ja mikä ei. Ensinnäkin maskuliinisena pidetty suhtautuminen ulkonäköön näyttää ongelmalliselta. Miehen täytyy näyttää hyvältä, mutta hän ei saa nähdä liikaa vaivaa ulkonäkönsä eteen. Miellyttävä ja upea ulkonäkö on miehelle jotain automaattisesti ja luonnollisesti kuuluvaa, ei jotain hänelle tehtyä. Liika sukiminen tai välinpitämättömyyskään ei ole maskuliinista.

– – muistuta häntä siitä, ettei turhamaisuus ole komea näky.

– – epäsiisti ei ole seksikästä ja seuraa vierestä, miten nopeasti hän ryhdistäytyy.

Miehen on myös oltava valmis itse puolustamaan itseään ja kunniaansa, oli tilanne mikä tahansa.

– – hän joutuu puolustamaan kunniaansa, kun puolittutu pilkkaa häntä julkisesti. Tue miestäsi käskemällä hyypiötä häipymään.

Ristiriitaista on kuitenkin se, että nainen puuttuu kahden miehen välienselvittelyyn. Hyypiö-sana viittaa siihen, että miestä pilkannut puolittutu on juuri miespuolinen. Näin nainen ottaa osaa kahden miehen välienselvittelyyn, jolloin näyttää siltä, että mies ei osaisi itse hoitaa asioitaan. Naista ei myöskään

kehoteta keskustelemaan hyypiön kanssa, vaan häntä neuvotaan käskemään miestä. Ehkä oletus on, että hyypiö ei lähde jatkamaan riitaa naisen kanssa, koska herrasmiehen ei odoteta lyövän naista.

”Hänen valmis kaikkeen -asenteensa on ylikierroksilla.” Juttu olettaa, että miehellä on automaattisesti asenne, jonka mukaan tämä on valmis kaikkeen. Asenne on osa maskuliinisuutta, mutta huvittavaksi miehen tekee, jos tuo asenne käy ylikierroksilla, on täysin kyltymätön ja tyydyttymätön. Yliampuvaa asennetta ei kuitenkaan yhdistetä sankaritekoihin ja työsuorituksiin, vaan huumoriin. Miehen kohtuuttomuudelle voivat nauraa mies ja nainen yhdessä, ei ainoastaan nainen, koska tällöin mies voi tuntea itsensä täysin naurettavaksi, eikä siis maskuliiniseksi naisen silmissä. Jotta nainen saisi miehensä viihtymään, on tätä viihdytettävä benjihypyillä tai vuoristorata-ajeluilla. Romanttisuutta ei lasketa miehelle tyypilliseksi ominaisuudeksi, vaan joksikin naisen kannalta onnelliseksi poikkeamaksi, satunnaiseksi, ohimeneväksi asiaksi.

Hän on romanttisella tuulella – – . Valmistaudu viettämään viikonloppu kukkien, karkkien ja jakamattoman huomion kanssa, sinä onnekas cosmotyttö!

Jos romanttisuus on jotain poikkeavaa ja vastakohtaista miehen tavanomaiselle luonteelle ja käytökselle, näyttäytyy miehen perusolemus tällöin karkeana ja kovana. Mies hemmottelee naistaan vain satunnaisessa poikkeustilanteessa, ja siitä tulee naisen ottaa kaikki irti, koska ei ole tietoa siitä, milloin mies on seuraavan kerran vastaavanlaisella ”tuulella”. Romanttisuus näyttäytyy myös jonain tavoiteltavana, naista miellyttävänä asiana. Miehen oletetaan olevan myös lapsellinen, joten häneen purevat rangaistus- ja palkitsemiskeinot. Infantiilius näkyy myös siinä, että miestä kohdellaan kuin pientä lasta ja häntä varotaan suuttamasta. Miehen oletetaan siis suuttuvan helposti. Kliseistä on myös se, että miesten myös oletetaan olevan kiinnostuneita autoista.

Aina menossa vai jarru pohjassa? -jutussa testataan naisten vastausten perusteella, ovatko nämä aina menossa vai onko heillä jarru pohjassa. Tarkoitus on, että vastaaja valitsee vaihtoehdon, joka eniten kuvaa hänen oletettua suhtautumistaan jossain tilanteessa.

Mies on naisen seuralainen tai naisen seuraan hakeutuva mies. Mies on unelmien poikamies, kundi, puolialaston tarjoilijapoika, mies, hän, epätoivoinen mielipuoli, riski, upea treffiseuralainen ja poikaystävä. Jutun aiheena on naisen elämä, deittailu, flirttailu, parisuhteen muodostaminen ja kumppanin etsiminen. Miehen ja naisen suhde kuvataan jutussa kokeiluna, riskinottona, mahdollisena parisuhteena tai päättyneenä parisuhteena. Jutussa mies kuvataan suhteessa naiseen, joko miehen naiseen kohdistaman toiminnan tai naisen mieheen kohdistaman toiminnan kautta. Mies on jutussa mahdollisuus, hyvä tai huono. Miestä ei kuvata vakavasti otettavana hahmona, vaan esimerkiksi naisen itsetunnon kohottajana tai harkintakyvyn indikaattorina. Lähinnä mies on hovin ja jännityksen tuottaja, ei naisen olemisen itsetarkoitus. Mies edustaa naiselle pariinkin otteeseen jonkinlaista mahdollista riskiä. Riskin luulisi yhdistyvän teksteissä miehen liialliseen innostukseen ja kiinnostukseen. Teksti ei kuitenkaan usko miehen pahuuteen. Aloitteellisuus ja aktiivisuus on jotain jutun maskuliinisuuteen luonnollisesti kuuluvaa.

Upea treffiseuralaisesi kutsuu sinut kokeilemaan jotain villiä,
kuten laskuvarjohyppyä tai naku-uuintia.

Näin villit tai uskaltavat lajit näyttäytyvät miehille ominaisiksi. Mies ei saa pelätä tai ainakaan näyttää pelkoaan. Miehen tulee myös olla sen verran itsevarma, että hän uskaltaa paljastaa kehonsa naiselle naku-uinnilla. Kainostelu ei ole miehekästä. Jutussa kysytään, mikä meni pieleen, kun ”poikaystävä dumpkaa” naisen. Sana *dumpata* viittaa miehiseen toimintaan, suhteen purkamiseen, lopettamiseen ja välien katkaisemiseen. Dumpata-verbi vahvistaa stereotyyppien viestiä siitä, että miehet eivät puhu tunteistaan, vaan toimivat. Sana tuo mieleen konnotaatioita, joiden mukaan naiset ovat miehelle kertakäyttötavaraa, jotain melko arvotonta, jonka voi dumpata, heittää pois kuin roskan – ja ottaa seuraavan tilalle.

Irma Kurtzin palsta koostuu lukijoiden kirjeistä ja Kurtzin vastauksista ja neuvoista lukijoilleen. Mies on naiselle ongelmanlähde. Hän esimerkiksi loukkaa naista, rakastelee tyttöystävänsä kanssa tämän nukkuessa tai piilottelee entisen tyttöystävänsä kanssa nauhoittamiaan rakastelusessioita. Miehen kuvataan toimivan kotona tai juhlassa. Mies on poikaystävä, tyranni ja sulhanen. Juttujen

aiheina ovat parisuhde, luottamus ja vallankäyttö. Juttujen perusteella miehen ja naisen suhde on ongelmallinen parisuhde.

Palstan ensimmäisessä jutussa nainen kirjoittaa Kurtzille tapauksesta, jossa hän oli juhlissa juonut liikaa, sammunut ja yöllä heräsi siihen, että poikaystävä harrastaa hänen kanssaan seksiä. Nainen kertoo miehen käyttäytyneen seuraavana aamuna kuin mitään ei olisi tapahtunutkaan. Kurtz vastaa naisen kysymykseen suoraan kyllä: mies raiskasi tämän. Jutussa on kyse vallankäytöstä ja sen oikeellisuudesta ja rajoista. Liian voimakkaaksi vallankäytöksi Kurtz määrittelee sen, jos poikaystävä käyttäytyy usein aggressiivisesti, on määräilevä makuuhuoneessa ja sen ulkopuolellakin ja nainen pelkää häntä. Mielenkiintoista kyllä, aluksi Kurtz tuomitsee miehen raiskauksesta, mutta vähitellen alkaa etsiä kaikenlaisia puolustuksia sille, että miehen teko ei olisikaan ollut raiskaus. Aluksi Kurtz hakee myötätuntoa miehelle:

Ehkä poikaystäväsi on hämmentynyt yön tapahtumista tai ei muista koko juttua – –

Sitten hän hakee lisää ymmärrystä ja oikeutusta miehen toiminnalle. Alkoholin rooli tekstissä on ristiriitainen. Poikaystävä on unohtanut tapahtumat tai menettänyt suhteellisuudentajunsa tai kontrollinsa sen takia, että hän on juonut liikaa. Sitä tulisi tekstin mukaan ymmärtää ja se tulisi antaa anteeksi. Naista hän puolestaan syyllistää alkoholin nauttimisesta.

Oletan tietenkin, että sinä et ollut ainoa, joka joi liikaa tuona yönä.

Toisessa kirjeessä nainen kertoo, että hänen sulhasensa on aikanaan videoinut rakastelusessioitaan entisen tyttöystävänsä kanssa. Nainen oli löytänyt miehen kaapista vielä yhden rakasteluvideon, vaikka mies heittäkin kaikki pois naisen nähden. Naisen kirjeestä saa sen kuvan, että mies tottelee hänen käskyään heittää nauhat pois, on siis naisen vallassa ja toimii hänen toiveittensa mukaisesti. Tässäkin vastauksessa Kurtz asettuu naista vastaan ja miehen puolelle. Hän vähättelee miehen virheitä, koska tämä on saattanut ”vain unohtaa kaapissaan olevat esineet.” Teon merkityksettömyyteen viittaa myös se, että videonauha, jolla mies rakastelee entisen tyttöystävänsä kanssa muuttuu Kurtzin kielessä vain ”esineeksi”, termi, joka vähättelee asioiden, niin miehen teon kuin nauhankin

merkitystä. Lopuksi Kurtz kehottaa naista ehdottamaan miehelle, että he tekisivät yhteisen rakastelunauhan. Naisen täytyy tekstin mukaan näyttää miehelle, että on valmis miellyttämään miestä millä tavalla hyvänsä.

Jutussa *Mies kysyy* mieskirjoittaja kysyy Irma Kurtzilta, mitä hänen tulisi tehdä, kun haluaisi viettää sinkkuelämää, mutta ei haluaisi *seurustella* muiden kuin nykyisen tyttöystävänsä kanssa. Mies on jutussa toimija, poikaystävä, mutta myös itsenäinen mies. Toimintaympäristöä jutussa ei esitellä. Mies kuvailee itseään ”reilu parikymppiseksi mieheksi”, Kurtzille mies on vain ”sinä”. Jutun aiheena ovat parisuhde ”taakkana” ja miehen itsenäinen elämä. Miehen ja naisen suhde esittäytyy pelinä, jossa on riskinsä ja voittomahdollisuutensa. Yhtäällä on vakaa mutta tylsä parisuhde, toisaalla jännittävä sinkkuelämä. Jutussa mies jakaa ihmissuhteet ja ehkä naisetkin kahteen ryhmään: villeihin sinkkuihin ja tyttöystävään, jonka kanssa on seurustellut useita vuosia. Miehen puheessa tyttöystävä on jotain vakaata, itsestään selvää, ehkä tylsääkin. Mies olettaa, että nainen odottaa häntä ilman ehtoja.

Vaikka haluan mennä naimisiin hänen kanssaan, jossain vaiheessa, minua kaduttaa se, etten ole koskaan ollut sinkku. – – mutten usko, että voin ottaa ratkaisevan askeleen hänen kanssaan ilman, että viettäisin jonkin aikaa yksikseni.

Miestä harmittaa se, ettei hän ole koskaan ollut sinkku, vapaa tapaamaan muita naisia. Nämä toiset naiset esittäytyvät haaveena ja seikkailuna. Mies kertoo tarvitsevansa aikaa yksinoloon, mutta kuitenkin hän haluaa kokea ”jännittävää sinkkuelämää”. Mies kuitenkin toteaa, ettei halua menettää tyttöystävänsä. Tekstistä saa kuvan, että mies ei oikein tiedä mitä haluaa, tai sitten hän haluaa kaiken. Hän haluaa testata viehätysvoimaansa ja maskuliinisuuttaan muihin naisiin, ”olla sinkku”, mutta haluaa kuitenkin varmistua siitä, että nainen odottaa häntä, kunnes hän on valmis palaamaan takaisin ”jännittävästä sinkkuelämästä”.

Kurtzin vastaus miehelle on jälleen ristiriitainen. Aluksi hän korostaa, että muut asiat ovat sinkkuelämässä tärkeämpiä kuin deittailu. Kurtzin tekstissä miehen toiminta piiryy ”fiksuksi”. Mies tiedostaa, että liian nopeasti ei kannata mennä naimisiin. Kurtz olettaa, että mies on fiksu ja suunnitelmallinen, nainen luultavimmin tunteellinen ja herkkä.

Luultavasti loukkaat tyttöystäväsi tunteita – -. Tietenkin hän saattaa itsekin olla järkevä – –.

Toisaalta miehiseen toimintaan yhdistetään myös harkittu riskinotto, jota pidetään maskuliinisuudelle tyypillisenä. Mies punnitsee vaihtoehtojaan ennen päätöksentekoa. Vaikka vastauksen aluksi Kurtz painottaa miehen henkisen kasvun merkitystä sinkkuelämän tärkeänä asiana, loppujen lopuksi taustalla näkyvät kuitenkin odotukset siitä, mitä miehen oletetaan tekevän:

Mene etsimään kokemuksia, viisautta ja uusia rakastelukumppaneita, kunhan olet tietoinen ottamistasi riskeistä.

Miehisen vapauden päämääränä näyttää olevan uusien seksikumppaneiden hankkiminen. Kurtzin tekstissä mies merkityksellistetään kuitenkin uskolliseksi ja luotettavaksi, vaikka hän uusia rakastelukumppaneita hankkisikin. Nämä rakastelukumppanit esitetään välineellisinä keinoina miehen hyvinvointiin, ja miehen ”villi sinkkuelämä” on jotain, joka hänen täytyy käydä läpi voidakseen elää sitten onnellisessa avioliitossa tyttöystävänsä kanssa.

Cosmon viettelyvinkit kertoo, minkälaisilla ruuilla nainen voi vietellä miehen erilaisissa kulttuureissa. Mies on näin jotain tavoiteltua ja ihailtua, naisten taikojen kohde. Mies vain tulee vietellyksi, tavoitteena on saada hänet syttymään, kaataa hänet kanveesiin. Jutun mies on hän tai uros. Jutun aiheena on iskeminen, hurmaaminen ja vaikutuksen tekeminen. Mies ei kuitenkaan itse pääse kertomaan, miten hänet voisi hurmata. Miehen ja naisen suhde jutussa on peliä, leikkiä, toisen hurmaamista ja valloittamista.

Jutun lähtöoletuksena on, että mies vaatii lähtökohtaisesti jotain enemmän kuin pelkän naisen. Tehdäkseen mieheen vaikutuksen naisen täytyy nähdä vaivaa ja hänen täytyy pystyä miellyttämään miestä. Mieheen yhdistyvät kiihkeys, intohimo ja fyysisyys. Mies *saadaan syttymään*. Jutun mukaan miehet ovat itse hyvätapaisia ja haluavat myös naisten olevan sellaisia. Vaikka jutussa kerrotaankin, että toisissa maissa mies voidaan hurmata mitä erikoisemmilla herkuilla, teksti vahvistaa myös joitain stereotyyppioita miesten ruokamausta. ”Varmempi vaihtoehto on pikaruoka ja pakki kaljaa.” Ikään kuin erikoisten ruokalajien kokkaus olisi vain naisen keino näyttää olevansa valmis näkemään

vaivaa miehen takia. Mies ei kuitenkaan välttämättä arvosta ruokaa sen kummemmin.

Amorin ateria alkaa kysymyksellä ”oletteko niin hulluina toisiinne, että viikonloput sujuvat tiukasti sisätiloissa?” Jutun mies on rakastaja, jonka oletetaan toimivan kotona, lähinnä kai makuuhuoneessa. Miestä ei nimetä tai kuvata suorasanaisesti. Jutun aiheena on seksi. Jutussa *Cosmopolitan* tarjoaa reseptin rakastuneelle parille. Vaikka sitä ei suoraan sanotakaan, lähtöoletuksena on, että mies on niin kyltymätön ja taitava rakastaja, että hän ei edes muistaisi syödä. Rakastelu ja himokkuus esitetään näin luonnollisena, tarpeellisena, automaattisena, aivan kuten syöminenkin. Juttu antaa myös ymmärtää, että naisen tulee osata välillä kuitenkin huolehtia kotiin liittyvistä asioista, kuten himokkaan ja kestävän miehen ruokkimisesta.

8.4. Mielipidekirjoitukset

Tähän ryhmään kuuluvat viisi juttua, joissa toimittaja, haastateltavat tai lukijat sanovat mielipiteensä jostain aiheesta. Juttujen aiheet liittyvät pääasiassa flirttipeliin, parisuhteeseen, seksiin tai julkisuuden henkilöihin. Miehet pääsevät itse ääneen jutussa *Miehen mielestä*, joka on kokonaan miestoimittajan kirjoittama ja haastateltavatkin ovat miehiä. Muuten äänessä on nainen.

Jutussa *Miehen mielestä* miestoimittaja kirjoittaa, miten nainen saa hurmatuksi ja pidetyksi haluamansa miehen. Mies myös kertoo, millainen nainen miestä miellyttää. Jutussa mies on naisen toiminnan ja halun kohde. Mies on toiminnan kohde makuuhuoneessa, koripallo-ottelussa, ravintolassa, pääosin kodin ulkopuolella. Mieheen liitetään termejä kuten kaksilahkeinen, ylimielinen, itsetietoinen ja -riittäinen sohvaperuna, seksiobjekti ja seuralainen. Jutun aiheena on iskeminen, parisuhde ja seksi. Miehen ja naisen suhde piirtyy pelinä, valtapelinä ja hedonististen tarpeiden tyydytyksenä

Miehen kirjoittama juttu luo miehistä ensilukemalta päinvastaisen kuvan kuin naisten kirjoittamat jutut. Ensinnäkin jutussa miesten kerrotaan nauttivan passiivisena olost. Taustalla vaikuttavat oletukset, joiden mukaan miehen on tehtävä aloite niin treffeille pyytämisessä kuin makuuhuoneessakin. Juttu kehottaa

naista kääntämään roolit pääläelleen. Nyt nainen voi olla se, joka pyytää treffeille ja suunnittelee ohjelman, mitä on jutun mukaan lähtökohtaisesti pidetty miehille kuuluvana toimintana. Miehellä näyttää olevan myös jatkuva tarve naisten saalistamiseen. Miehen sopii näyttää naiselle, että nainen on tämän, mutta naisen ei sovi näyttää alistumistaan miehen omistukseen, koska tämä vie miehen mielenkiinnon. Se, että nainen on miehen, täytyy lähteä siitä, että mies jatkuvasti voittaa naisen itselleen eikä tämä ole itsestänselvyys. Jutun yhteydessä neljältä mieheltä on kysytty, mikä on ollut huikein teko, jolla tyttöystävä on yllättänyt miehen. Miesten vastaukset eivät varsinaisesti liity naisen toimintaan ihmisenä, vaan tämän toimintaan tyttöystävänä ja objektina. Naiset siis määrittyvät sen toiminnan kautta, jonka he kohdistavat mieheen.

”Yllättävintä oli, että hän ryhtyi tyttöystäväkseni heti ensitapaamisestamme.”

”Meni kanssani kihloihin.”

Kommenteissa yllätys liittyy siihen, että nainen on sitoutunut juuri tähän mieheen. Yllätys kihloihin menemisestä viittaa siihen, että mies on ikään kuin saanut naisen rengastetuksi ja kesytetyksi. Mies on saanut tahtonsa läpi ja naisen omakseen.

Sinkkuus IN, seurustelu OUT? -juttu pohtii kolumnityylisesti nykynaisten suhtautumista seurusteluun ja sinkkuuteen. Jutun mies on joko yhden illan juttu eli satunnainen seksikumppani tai sitten naisen vakiintunut kumppani. Jutun mies on kaksilahkeinen, mukava mies, ihmissuhdeyritelmä, läheltä piti -ihmissuhde, porkkana, panopuu, perussuomalainen mies ja ensirakkaus, seksipartneri, jukuripäinen, ihana ukko ja oma ihanuus. Jutun aiheena ovat parisuhteet, ihmissuhteet ja seksi. Naisen ja miehen suhde on kaksijakoinen: yhtäällä on vakiintunut parisuhde, toisaalla satunnaisia seksisuhteita.

Jutussa toimittaja esittää vakiintuneen parisuhteen ja sinkkuelämän eli satunnaisten seksisuhteiden ja ”ihmissuhdeyritelmien” kokonaisuuden toisilleen vastakkaisiksi. Sinkkuelämästä puhuttaessa mies on seksikumppani, satunnainen tuttavuus, jonka funktio on oikeastaan tuottaa naiselle hedonistista mielihyvää. Toimittaja avaa sinkkuuden ”poikamiestyttödeksi”, mistä tulee mieleen, että yksinelo ja satunnaisten seksisuhteiden ja yhden illan juttujen harrastaminen on

jotain miehelle kuuluvaa tai ominaista. Toimittaja suhtautuu selvän kielteisesti naisten keskuudessa vallitsevaan sinkkubuumiin, mutta yhden illan juttuja tai lyhyitä suhteita harrastavia miehiä hän ei kuitenkaan tunnu tuomitsevan.

On kuitenkin surullista, jos joudut tekemään bänksit mukavan miehen kanssa vain siitä syystä, ettet millään voi vielä sitoutua.

Vaikka lyhyet suhteet eli tuttavuudet miehiin ovatkin jutussa ”ihmissuhdeyritelmiä”, ei vika näytä olevan siinä, että mies olisi kelvoton tai riittämätön, vaan ”Läheltä piti -ihmissuhteet kaatuvat sinkkutrendin luomiin odotuksiin.” Eli nainen ei älyä tunnistaa hyvää miestä, vaikka sellainen kohdalle sattuukin. Suhteet kaatuvat naisten vääriin odotuksiin ja kesyttömyyteen. Miehistä ei luoda kielteisiä representaatioita. Miehet ovat keskenään erilaisia mutta viattoman ja virheettömän oloisia. Jokainen yhden illan juttukin tuntuu olevan kirjoittajan mielessä mahdollinen seurustelu- tai elämäkumppani.

– – ennen kuin lopulta suostut jonkun porkkanan kanssa perustamaan yhteisen kotikolon.

Tässä ”porkkana”-sana viittaa palkintoon ja ”jonkun” siihen, että näitä porkkanoita eli hyviä miehiä on ollut tarjolla useampiakin. Naisten kykenemättömyyttä olla huomaamatta onneaan ja ”hyvää” miestä korostaa lausahdus, jossa kirjoittaja irvailee peloille nykypäivän miesten kelvottomuudesta. Toisaalta lainauksessa näkyy myös vanhat maskuliinisuuden representaatiot, jotka edelleen elävät yhteiskunnassamme.

”Voi meitä tyttöparkoja! Ennen oli miehet rautaa, nyt ne ovat pelkkiä panopuita eivätkä koskaan mitään muuta – hiihohoi! Saammeko koskaan sitä pientä punaista tupaa ja kasvimaata, perussuomalaista miestä ja pitkää liutaa pellavapäisiä jukolan jusseja?”

Kirjoittaessaan vakiintuneesta parisuhteesta toimittaja ei esitä miestä kyltymättömäksi petikumppaniksi. Seksiä ei vakiintunutta parisuhdetta käsittelevässä osassa kuvata lainkaan. Miehen heteroseksuaalisuudesta ja viriiliydestä todisteena ovat kuitenkin lapset. Lapset ja mies lasketaan ikään kuin samaan pakettiin kuuluviksi. Sinkkunaisen mielestä ne ovat naisen elämää rajoittavia tekijöitä, vakiintuneessa parisuhteessa olevalle ne voivat olla onni.

Naisen kuuluu kai nykyään säilyä vapailla markkinoilla ainakin kolmeenkymppiin asti ilman, että mies tai lapset hidastaisivat menoa.

Cosmoposti koostuu lukijoiden lehteen tai sen juttuihin kohdistamista palautekirjeistä. Näissä kirjeissä mies on ihailun kohde (julkikset) ja rakastaja (lukijoiden omat poikaystävät). Miehen kerrotaan toimivan makuuhuoneessa. Mies on kumppani, Hollywoodin miesnäyttelijä, pikkupoika, ihana pin up -poju, ”tämän hetken kuumimpia nimiä” ja poikaystävä. Juttujen aiheina ovat julkisuudenhenkilöt, ihailu ja seksi. Naisen ja miehen suhde on parisuhde, seksisuhde ja kaukosuhde. Palstan kymmenestä jutusta tai kirjeenpätkästä viidessä käsitellään jollain tavalla miestä. Kahdessa jutussa mies on ihailun kohteena joko ulkonäkönsä, menestyksensä tai taitojensa takia. Näyttelijä Orlando Bloomista kirjoitetun artikkelin saama palaute pistää silmään.

”Orlando Bloomin haastattelussa silmä lepäsi, onhan hän tämän hetken kuumimpia nimiä!”

Tässä ristiriitaa tuovat sanavalinnat. Kirjoittaja varmaankin tarkoittaa, että silmä lepäsi haastattelun yhteydessä julkaistuissa kuvissa, ne olivat hänestä miellyttävää katseltavaa. Toisaalta hän perustelee silmien lepäämisen sillä, että mies on ”tämän hetken kuumimpia nimiä”, mikä viittaa ennen kaikkea miehen menestykseen, joka osaltaan aiheuttaa sen, että kuviakin on mukava katsella. Tieto menestyksestä siis komistaa miestä. Palstalla naiset myös kertovat, miten heidän ja poikaystävänsä seksielämä on parantunut *Cosmopolitanin* avulla:

”– – hän lukee lehden kannesta kanteen minun jälkeeni ja ehdottelee sitten oppimiaan eri juttuja sängyssä.”

Naiset ovat tyytyväisiä siihen, että heidän miehensä osoittavat entistä enemmän himokkuutta, seksuaalista aktiivisuutta ja avoimuutta. Yhdessä kirjeessä otetaan myös esille se, kuinka miehet karsastavat naisten mustasukkaisuutta ja omistamisen halua eli kerrotaan miesten saalistajaluonteesta ja vallanhalusta.

Juttu *Miljoonaperillisen pimeä puoli* on julkaistu *Cosmo kummastelee* -keskustelupalstalla, jossa käsitellään ”kuumia puheenaiheita”. Ongelmallista maskuliinisuuden tarkastelussa tässä on se, että kaikissa kirjeissä ei kommentoida rikkaita miehiä, vaan yleisesti rikkaita ihmisiä ja heidän käytöstään. Kysymys,

johon lukijat ovat vastanneet, on ”voiko raha saada ihmisen käyttäytymään sikamaisesti”. Näin ollen jätän tarkasteluni ulkopuolelle ne vastaukset, joista ei käy ilmi kumman sukupuolen edustajaan kritiikki kohdistuu.

Mies on kummastelun ja paheksunnan kohde. Tekstissä keskustelun aiheena on mies, jonka kerrotaan raiskanneen naisia. Mies on miljoonaperillinen, ökyrikas playboy-raiskaaja ja nuori mies. Jutun aiheina ovat toimeentulo ja paheksuttava käytös. Naisen ja miehen suhde kuvataan hyväksikäyttönä ja vallankäyttönä. Yhdessä kommentissa lukija toteaa, että ”rikkaat nuoret miehet usein kuvittelevat, että voivat tehdä mitä tahansa, koska heillä on rahaa”. Näin kirjoittajan mukaan nuoret miehet kuvittelevat itsestään liikoja, koska luulevat, että raha oikeuttaa minkä tahansa käytöksen ja taipumukset vallanhaluun.

Kuukauden tunnustus on palsta, jossa kuvaillaan jonkinlainen ongelmallinen tilanne ja sitten gallupmaisesti kysytään ohikulkijoilta, onko henkilö toiminut kuvatussa tilanteessa oikein vai väärin. Tässä jutussa mies on jotain, jonka oikeuksia on loukattu jollain tavalla ja naisten tulee puolustaa häntä. Mies ei eikä hänen kerrota toimivan jutussa mitenkään. Mies on avec, kavereiden kumppani ja poikaystävä. Jutun aiheina ovat ihmissuhteet ja ystävyys. Miehen ja naisen suhde on parisuhde, joka on jotain luonnollista ja itsestään selvää. Miehet kuvaillaan automaattisesti tyttöystäviinsä kuuluviksi. Ilman heitä naiset eivät tunnu olevan täysiä tai toimintakykyisiä. Se, että kuvatussa tilanteessa miehet on jätetty kutsumatta häihin, tuo mielikuvan, että näissä miehissä olisi jotain vikaa. Haastateltujen mukaan miesten tulisi olla yhtä tärkeitä tyttöystävien ystäville kuin muutkin ystävät. Juttu antaa kuvan heteroseksuaalisen suhteen ensisijaisuudesta, tärkeydestä ja luonnollisuudesta.

8.5. Mediatuotteiden miehet

Tähän ryhmään lasken kuuluviksi ne jutut, joissa *Cosmopolitan* kertoo eri mediatuotteista ja niissä kuvatuista miehistä. Näin representaatiot ovat osittain *Cosmopolitanista*, osittain muista medioista lähtöisin. Luokkaan kuuluvat *Musiikki-sivun miehet*, *TV-sivun miehet*, *Kirjojen miehet* ja *Suolaista hiekkaa* -novelli. Miehet eivät pääse itse ääneen *Suolaista hiekkaa* -novellin fiktiivistä

henkilöitä lukuun ottamatta. Miehen toiminta on myös toimittajan kerronnan kohteena.

Musiikki-sivun miehiä representoivat kahden eri levyesittelyn tekstit. Jane's Addiction -bändin uuden levyn esittelyssä todetaan heti alkuun, että levy on ensimmäinen kymmeneen vuoteen. Noiden kymmenen vuoden aikana on ehditty käydä läpi ”naissotkuja ja huumeongelmia”. Kun päästään kuvailemaan itse musiikkia, sen kerrotaan olevan tutun kuuloista: siinä on ”jammailevaa järkälemäisyyttä, puhdasta voimaa ja hyvää fiilistä”. Kun yhdistää kerrotun tiedon rokkareiden yksityiselämästä ja toimittajan luonnehdinnan musiikista, ei voi välttyä luomasta päähänsä kliseistä mielikuvaa huonosti käyttäytyvistä rokkareista, jotka kiinnittävät enemmän huomiota toilailluillaan kuin musiikillaan.

Hyvin rokkaava levy tuo mieleen ne grunge-henkiset ajat, jolloin ruutupaidat olivat muodissa.

Toinen esitelty levy on puolestaan Anssi Kelan Suuria kuvioita. Kela päästetään itse epäsuorasti kertomaan, että uuden levyn kama on aitoa, koska siinä ”kaikki on oikeasti soitettua”. Todellinen muusikko kun ei lankea koneellisesti tuotettuun musiikkiin, vaan tosimites osaa kyllä tuottaa instrumentistaan ne äänet, jotka haluaa. Kelan levyllä todetaan laulettavan vanhoista kavereista, kohtaamisesta fajjan haamun kanssa ja siitä, kuinka maailma voi romahtaa kun sitä vähiten odottaa.

Musiikkisivuilla esitellyn kahden eri artistin levyarviot tuottavat kahdenlaista, hyvinkin erilaista maskuliinisuutta. Jane's Addiciton bändin maskuliinisuus perustuu voimaan, aggressiivisuuteen, heteroseksuaalisen kompetenssin tai mieskunnan korostamiseen (naisseikkailut) ja (tyhmän)rohkeuteen (huumeongelmat). Anssi Kelan näyttää *Cosmopolitanin* silmin pehmeältä mutta ei kuitenkaan naiselliselta. Feminiiniset ”syytökset” kumotaan sillä, että vaikka Kela kertoilee tarinoitaan leppoisasti ja runollisesti tunnelmoiden, ei musiikki kuitenkaan ole hampaatonta naisellista pehmoilua, koska mies laulaa maskuliinisista aiheista.

TV-sivun miehet koostuu eri TV-sarjojen esittelyissä olevista miesten representaatioista. Syksyn 2003 TV-tarjontaa esittelevä sivu tarjoaa

ensisilmäyksellä monipuolisen kavalkadin maskuliinisia rooleja. Tärkeä osa tämän ryhmän representaatioista on visuaalisia. Tekstit ovat lyhyitä, mutta esittelyiden kuvissa esiintyy enemmän miehiä kuin naisia. Pääosin amerikkalaisten TV-sarjojen miehet määritellään ammattinimikkeensä kautta, riippumatta siitä, onko ammatilla kovinkaan suurta merkitystä sarjan kannalta. Mies on esimerkiksi johtaja, esimies, palomies tai poliisi.

Esitellyistä seitsemästä TV-sarjasta kolme keskittyy rikosten selvittämiseen ja ratkaisuun. Kaikkien näiden kolmen sarjan *Boomtownin*, *Ilman johtolankaa* ja *C.S.I Miamin* mainoskuvissa huomio keskittyy mieheen. Näin mielikuva näistä sarjoista henkilöityy heti miehiin ja heidän toimintaansa. Ja yleensä TV-sarjoista välitetyissä mainoskuvissa esiintyvät sarjojen kannalta oleelliset henkilöt, jotka näissä tapauksissa ovat miehiä.

Esimerkiksi *Boomtown*-sarjan esittelyssä henkilöiden kerrotaan olevan poliiseja, ambulanssimiehiä, syyttäjiä, uhrin läheisiä ja toimittajia. Poliisiasuun pukeutunut mies seisoo leveässä asennossa, kädet tiukasti lantiolla. Hän katsoo kuvasta ulos, ikään kuin jotain sellaista tapahtumaa, jonka seuraamiseen katsojalta kerrotaan vaadittavan nokkeluutta ja päättelykykyä. Voidaanko siis ajatella, että vastakohtana naisten sarjoina pidetyille tunteita pursuaville saippuasarjoille, nämä sarjat puhuttelevat mieskatsojia, tai niitä katsojia, joilla on maskuliinisina pidettyjä ominaisuuksia: rationaalisuutta ja nokkeluutta? Miehen toinen käsi on ikään kuin aseella, joten hän on valmiina toimintaan, puolustamaan, hyökkäämään, pelastamaan – niin kuin kunnan poliisin kuuluukin.

Ilman johtolankaa -sarjassa keskeistä osaa näyttelevän Jack Malonen puolestaan kerrotaan johtavan ”rautaisin ottein” FBI:n osastoa, joka etsii kadonneita ihmisiä. ”Rautaisin ottein” viittaa peräänantamattomuuteen ja siihen, että tunteilla ei ole sijaa tämän miehen päätöksenteossa. Se, että Malonen kerrotaan johtavan osastoa, viittaa siihen, että hän on menestynyt valitsemallaan, vaikealla alalla. Sarjan mainoskuvassa ovat ilmeisesti sarjan päähenkilö Malonea esittävä Anthony LaPaglia ja joku vaalea nuori nainen, jonka nimeä ei tekstissä mainita. Koska Malonen kerrotaan johtavan osastoa, johtuu tästä se, että kuvassa esitetty nainen on hänen alaisensa. Naisella kun roikkuu jonkinlainen virkamerkki vyötäisillään.

Mutta koska hän on johtaja Malonen alainen, on Malonella valtaa häneen, ainakin ammatillisesti.

Everwoodin puffissa kerrotaan päähenkilö Andy Brownin olevan menestyvä neurokirurgi, uraohjus, jonka tulisi löytää aikaa myös teini-ikäisille lapsilleen. Tässä tekstissä miehen rooli osoittautuu kaksijakoiseksi. Brown on äärimmäisen menestynyt vaikealla urallaan, mutta hänen onnistumisestaan sekä urallaan että perheensä parissa vaikeuttaa se, että lasten äiti on kuollut.

Tekstissä kärjistetään ne odotukset, joita mieheen kohdistetaan. Hänen on pystyttävä pelastamaan potilaansa, autettava lapsiaan selviämään kunnolla teini-ikästä aikuisiksi ja selvittävä siitä surusta, jonka perheen äidin kuolema on aiheuttanut. Silmiinpistävää on kuitenkin se, että tekstin perusteella rouva Brownin kuolema näyttää olevan enemmän lasten kuin isän suru. Andy Brownin taakat liittyvät ennemminkin lasten kasvattamisen ja työn vaatimusten yhteen sovittamiseen., eivät niinkään siihen, miten selvitä mahdollisesti rakkaan vaimon kuolemasta. Tekstissä puhutaan ”perheen äidin” kuolemasta, ei Brownin vaimon. Näin nousevat esiin kysymykset herra ja rouva Brownin suhteesta ja siitä, eikö mies sure vaimonsa kuolemaa. Brownin rooli on lähinnä leiväntuojan ja kasvattajan, ei tunteellisen lesken.

Tekstin perusteella näyttää siltä, että Brownista tulee isä vasta äidin eli perinteisen lastenkasvattajan kuoltua. ”Aika on kortilla” viittaa siihen, että lapsille jää se aika, joka työltä liikenee. ”Lapset protestoivat muutosta” puolestaan kielii siitä, että lapset eivät ole tyytyväisiä isäänsä kasvattajana tai tältä saamaansa huomioon. Toisaalta tekstistä voidaan hakea ikään kuin uudenlainen maskuliinisuuden malli, jonka toimittaja nimeää uraohjus-isäksi. Media on pursunnut jo pitkään kertomuksia uraa luovista yksinhuoltajaäideistä. Ainakin *Everwoodin* esittelytekstin perusteella tällainen näyttäytyy miehille lähes mahdottomana.

Unelmien poikamiestyössä luodaan kuvaa miehen ja naisen suhteesta. Tekstissä kerrotaan, että ”Trista Rehn ottaa mittaa 25 kandidaatista. Silmää hivelevien sinkkujen joukossa on muun muassa palomiehiä, urheilijoita ja cowboy.” Ohjelmassa ollaan siis tilanteessa, jossa yksi nainen pääsee valitsemaan itselleen kumppanin. Näin ollen ohjelman esittelyssä miehen maskuliinisuus määritellään

suhteessa muihin miehiin, siihen kuinka maskuliinista ja fyysistä hänen ammattinsa on ja kuka miehistä on maskuliinisin ja saa osakseen eniten naisen huomiota.

Kuumia aaltoja sarjan esittelyssä ainoa maskuliiniseksi esittäytyvä hahmo on päähenkilö Jutan aikuinen poika, joka muuttaa pois kotoa. Poika on siis aikuinen mies, joka pärjää omillaan, ilman äitiä. Toinen mies tekstissä on homoseksuaali Pauli, jonka kerrotaan ”elävän mukana Jutan kamppaillessa ihmissuhdeviidakossa ja kärsiessä tyhjän pesän syndroomasta”. Se, että miehen kerrotaan olevan homoseksuaali ja elävän mukana ystävän ihmissuhdeviidakossa viittaa feminiinisiin piirteisiin. Maskuliinisuusteorioiden mukaan rationaalisuus on maskuliinista, tunteiden näyttäminen ja varmaankin vatvominen feminiinistä. Tässä tekstissä vastakkain asettuvat aikuiseksi (mieheksi) kasvanut poika ja feminiinisistä asioista, ihmissuhdeviidakoista ja juoruiluista kiinnostunut naiselliseksi leimautuva homomies.

Suolaista hiekkaa on pätkä eräästä romaanista. Siinä kerrotaan nuoren naisen paluusta kotiseudulle. Miehet ovat tytön koiseudun tunnelman kuvaajia, esimerkiksi jonkin alueen hallinnasta kiistelevät nuorukaiset ovat naisen matkaseuraa. Mies toimii julkisessa elämässä, kuten kaupungilla. Mies on isä, vanhahko mies, ”ei mikään ystävä”, kaveri, tummasilmäinen nahkatakkinen nuorukainen, nuorukainen, isokokoisin, käskävä, houssiniéreläispoika, vanterra houssiniéreläinen, voimakas, hyväntuulinen, puhelias, veljenpoika, iso mies ja Damien. Fiktiiviset miesroolihenkilöt puhuvat kyllä, keskustelevat esimerkiksi ihmisistä ja ympäristöstä. Naisen ja miehen suhteita ovat esimerkiksi isän ja tyttären välinen suhde sekä nuoren naisen suhde matkakumppaneihinsa.

Jutun miehiä ovat naisen isä, joka ei ole hyvissä väleissä tyttärensä kanssa. Salantsilaiset pojat ovat avuliaita, kilttejä poikia, joista Lolo on pyöreäkasvoinen poika, kiitollinen ja puheliaan oloinen. Damien puolestaan on tummasilmäinen nahkatakkinen ja uhmakas nuorukainen. Huossiniéreläiset pojat ovat tuhmia. Claude Brismant on hotellin omistaja, vanterra, voimakas ja suuri mies. Jutussa on myös monia ”statisteja”, joilla ei ole tekstissä varsinaista roolia. Jutussa on tuotettu monenlaisia representaatioita maskuliinisuudesta, mikä voi johtua siitä, että kyseessä on *Cosmopolitanin* ulkopuolella tuotettu fiktiivinen teksti.

Kirjojen miehet on ryhmä, joka koostuu kirjaesittelyissä kuvatuista miehistä. Sivulla esitellään neljä erilaista kirjaa, joissa kerrotaan erilaisten naisten elämästä ja heidän vaikutuksesta ympäristöönsä. Miehet eivät tässä ryhmässä pääse itse ääneen tai toimimaan, mutta heidän toimintansa on kerronnan kohteena.

Kirjassa *Namu – Tyttö äitien maasta* mies on naisen miellyttäjä, alamainen. Mies esimerkiksi vierailee naisten luona salaa. Mies toimii naisten makuuhuoneessa. Mies on eno tai rakastaja. Jutun aiheena on erilainen yhteiskunta ja naisen elämä. Jutussa nainen on johtaja, mies miellyttäjä. Tekstin mukaan vain enot näyttävät miehen mallia. Enossa korostuu äidin asema, koska enothan ovat äidin veljiä. Näin äiti tai nainen oletettavasti pääsee vaikuttamaan miehen malliin käyttämällä valtaansa enoon ja sitä kautta yhteiskunnan käsityksiin miehistä. Sillä, että puhutaan enosta, eikä isästä, pystytään kumoamaan patriarkaalisen vallan automaattisuus. Isän asema ei olekaan korkeimmalla maskuliinisten roolien hierarkiassa. Jutussa kumotaan myös heteroseksuaalisuus maskuliinisuuden lähtökohtana.

Rakastajat kävivät yön pimeinä tunteina vierailemassa
palvomiensa naisten makuukamareissa.

Heteroseksuaalista toimintaa harrastavat kuvataan ikään kuin pelkureiksi, palvelijoiksi ja alamaisiksi. Miehet hiiviskelevät pelkurimaisesti palvomiensa naisten huoneissa. Heidän seksuaalisuutensa ei vaikuta olevan maskuliinista ottamista ja vimmaa, vaan naisen palvelemista näiden vallan tähden. Toisaalta heteroseksuaalisuuden aktiivisuus on silti miehelle kuuluvaa, koska vaikka rakastajat olisivat vain palvelijoita heidän toimintaansa – vierailua ja palvontaa – tarvitaan seksuaalisen kanssakäymisen onnistumiseen tai tapahtumiseen.

Vaino ja viettelys -kirjan lähtökohta on se, että mies himoitsee naista seksuaalisesti. Mies toimii todennäköisesti makuuhuoneessa, mutta koska hänet kuvataan ammatin kautta, tulee toiminnasta julkista. Jutun mies on kypsä kirkkoherra, ja jutun aiheina ovat seksi ja yhteiskunnan konservatiivisuus sekä uskonnollisuus. Miehen ja naisen suhde on epäsovinnainen seksisuhde. Jutussa kerrotaan Ekho-neidon elämästä keskiajan inkvisition aikaan. Kyse on kahden ihmisen suhteesta ja sen vaikutuksista ympäristöön. Nainen on kaunis ja aistillinen, mies katolisen kylän kypsä kirkkoherra. Nainen kuvataan positiivisten

ominaisuuksien kautta, mies ammatinsa ja toimintansa aiheuttaman ristiriidan valossa. Kirjan esittelyssä pohditaan, vaikuttaako Ekhon ja kirkkoherran suhde yhteiskuntaan laajemminkin. Sytyttääkö intohimo uskonkiistat tai muuta vastaavaa? Teksti myös puolustaa yksilöllistä hedonismia ja vapaan tahdon toteuttamista:

Itse kukin voi tutkailla sydäntään ja pohtia, miksi seksuaalisuus koetaan liian usein syntinä ja ruumis erotetaan sielusta.

Kuutamotariffi kertoo siitä, miten ”kolmekymppinen ikisinkku” tapaa unelmiensa miehen ja odottelee tämän soittoa. Mies on naisen haaveiden ja ihailun kohde. Jutun idea on se, että miehen toiminnan ei kerrota kohdistuvan naiseen, vaikka sen naispäähenkilön mukaan pitäisi. Mies toimii julkisessa ympäristössä, juhlissa ja ravintolassa. Mies on komea lääkäri, mies, naisen himoitsema komistus ja mahdoton. Jutun aiheena on deittailu, naisen elämä ja yritys muodostaa parisuhde. Miehen ja naisen suhde on peli, jossa nainen odottaa miehen toimivan jollain tavalla. Päähenkilö olettaa miesten olevan aktiivisia, mutta niin ei tekstissä ole. Nainen odottaa miehen soittavan. Jälleen tulevat esiin oletukset miehen toimijuudesta ja naisen passiivisuudesta. Miehen tulee tehdä aloite ja soittaa. Nainen ihmettelee (naisille ”tyypilliseen” tapaan), miksi mies ei soita.

Jutun mies täyttää monenlaisia stereotyyppisiä odotuksia. Ensinnäkin hän on lääkäri, eli menestynyt, kunnianhimoinen ja älykäs. Oletukset miehen älykkyydestä näkyvät siinäkin, että nainen ottaa treffeille mukaan muistikortteja, joissa on ”älykkäitä keskustelunaiheita”. Näin osoitetaan myös se, että miehen ajatellaan odottavan, että naisen tulee viihdyttää ja miellyttää häntä. Toisekseen mies on komea, joten hän on naisen ”himojen kohde”. Se, että mies on naisen himojen kohde, viittaa odotuksiin hänen seksuaalisista taidoistaan. Jutussa ladataan päähenkilön näkökulmasta odotuksia siitä, miten miehen tulisi käyttäytyä.

8.6. Kuvien maskuliinisuudet

Takasivun *Pin up* -kuvassa on nuori mies, ilmeisesti miesmalli. Kuvassa mies on esitetty samalla tavalla kuin naiset on esitetty jo vuosikymmenten ajan. Hänen

ulkonäkönsä on asetettu katsojan vapaan arvioinnin – arvostelun tai ihailun – kohteeksi.

Mies täyttää kuvan melkein kokonaan. Kuva on ilmeisesti otettu ulkona. Kolme neljäsosaa taustasta on sinistä taivasta, kuvan alalaidassa on heinää tai jonkinlaista pusikkoa. Sää on aurinkoinen ja valo tulee oikealta, niin että miehen vasen käsi, kasvojen vasen puoli ja vatsalihakset ovat valossa. Miehen kasvojen oikealle poskelle ja kädelle lankeaa varjoja. Silmiinpistävää kuvassa on se, että mies on trimmatun lihaksikas. Esimerkiksi käsien ja vatsan lihakset erottuvat selvästi ja niitä on korostettu valojen ja varjojen avulla. Näin valaistuksella, oli se sitten keinotekoista tai ei, on puututtu valokuvan denotaatioon eli ilmissisältöön. Valaistuksen avulla on tuotu miehen lihaksikkuutta esille entistä paremmin. Tämä vaikuttaa myös kuvan synnyttämiin konnotaatioihin eli siihen, millaisia merkityksiä miehen lihaksikkuus saa katsojassa aikaan.



Kuva 1: Pin Up

Miehellä on otsallaan – ei silmillään – aurinkolasit, selässään reppu ja jalassaan maastoshortsit. Vasemmassa kädessään hänellä on kello tai sykemittari. Sillä, kumpi on kyseessä, ei ole merkitystä, koska kellon ja sykemittarin konnotaatio tässä tapauksessa on oikeastaan sama. Mies ei luonnossa ollessaankaan kuulu kokonaan luontoon, vaan hän kuuluu ainakin osittain kulttuuriin tarkkailemalla aikaansa tai jotenkin kesyttämällä luontoa tarkkailemalla sykkettään (ks. luontokulttuuri- ja aottelusta esim. Grönfors 1999, 231; Dyer 2002, 222). Myös aurinkolasit kertovat tällaisesta luonnon kesytyksestä. Miehellä on halutessaan mahdollisuus vastustaa luonnonvoimia ainakin jonkin verran: hän voi halutessaan estää auringonsäteitä häikäisemästä silmiään. Aurinkolasit kytkevät miehen kulttuuriin myös sen takia, että ne ikään kuin kertovat hänen statuksestaan ja muotitietoisuudestaan.

Kuvassa näkyy myös käsitys miehen loppumattomasta toiminnallisuudesta. Poseeraus – edessä oleva oikea jalka – antaa ymmärtää, että hänet on pysäytetty kesken toiminnan tai liikkeen. Esimerkiksi oikean käden jännittyneet lihakset ja niiden pinnalla pullottavat verisuonet kertovat siitä, että mies on juuri tehnyt jotain, mikä on saanut hänen lihaksensa jännittymään ja veren kuohumaan suonissa. Vaikka denotatiivisella tasolla tämä kaikki on todennäköisesti saatu aikaan pinnistelevällä ja lihaksia jännittävällä poseerauksella, kuvan konnotaatio on yhtälailla toiminnallisuus.

Tenkasen aamushow -mainoksessa vahvistetaan käsitystä hegemonisesta maskuliinisuudesta ja sen ylemmyydestä muihin maskuliinisuuksiin verrattuna. *Tenkasen aamushow* on Sami Tenkasen ja naisjuontajan aamuohjelma radiokanava NRJ:llä. Mainoksessa ei ohjelman nimen, radiokanavan logon ja taajuuden lisäksi ole muuta tekstiä. Kuvassa on Tenkanen ja naisjuontaja. Mies on kalju ja nykynormein ajatellen, silmämääräisesti arvioiden hieman ylipainoinen. Hänellä on yllään kauluspaita, kravatti ja puvun takki. Jalassaan hänellä on koripallojoukkueen shortsit ja aamutossut.

Naisella on yllään jakku, minihame ja aamutossut. Molempien jalkaterät osoittavat sisäänpäin, mikä viittaa jonkinlaiseen avuttomuuteen ja vammaan. Naisen asento on liioitellun poseeraava, mies taas on ristinyt kätensä ja nojaa niillä pöytään. Naisen ilme on hämmentynyt, miehellä on kasvoillaan maireaa

hymy. Kuvan ylälaudasta tulee mikrofoni, joka osoittaa mieheen. Naisella ei sijaintinsa tai pienen kokonsa takia ole mahdollisuutta saada ääntään mikrofoniin.

Nike Women -urheiluvaatemalliston mainoksissa esitellään naisille tarkoitettuja urheiluvaatteita. Näissä mainoksissa maskuliinisina ja feminiinisinä pidetyt merkit sekoittuvat. Mainosten toimivuus ja merkityksellisyys perustuu siihen, että niissä järkytetään sukupuolen esittämisen perinteiksi koettuja visuaalisia järjestyksiä ja luodaan uusia.



Kuva 2: Nike Women: I Feel Beautiful When___

Ensimmäisessä mainoksessa, *I feel beautiful when___*, mustaihoinen hoikka ihminen kävelee kohti kameraa, ikään kuin nyrkkeilykehän sisään. Valo ei tule hänen kasvoilleen, joten hänen kasvopiirteitään on vaikea erottaa. Henkilöllä on valassaan punaiset urheiluhousut, päällään musta toppi, joka sekoittuessaan henkilön mustaan ihonväriin ja tummaan taustaan estää katsojaa havaitsemasta kovinkaan selvästi henkilön vartalonmuotoja. Käteen, joka nostaa nyrkkeilykehän ylintä köyttä, lankeaa valo, mikä mahdollistaa sen, että naisen rinnan muoto on kuitenkin havaittavissa. Kyseessä on siis biologisesti nainen, joka vilisee ulkoisia maskuliinisuuden merkkejä. Mainos merkitsee urheilua ja varsinkin

potkunyrkkeilyä harrastavan ihmisen maskuliiniseksi. Ensinnäkin hänen hiuksensa on ajeltu siiliksi, hänen kehonsa on hoikka, melkein muodoton. Hänellä on käsissään nyrkkeilyä varten teipit tai siteet. Kuva on ikään kuin keskeyttänyt hänet, kun hän tulee kohti. Hänen ihonsa on hien peitossa. Lisämerkityksiä kuvaan tuo myös mainoksen teksti.

I feel beautiful when_____

(Tunnen itseni kauniiksi, kun_____)

Leave it to kickboxing to bring out your true colours. Right, gorgeous?

(Anna potkunyrkkeilyn tuoda esiin se, millainen todella olet. Upea, eikö?)

Näin kuvassa oleva nainen esitetään luonnostaan maskuliiniseksi. Harrastamalla maskuliinisille henkilöille tyypillisenä pidettyä hallitun väkivaltaista lajia hän osoittaa ikään kuin olevansa maskuliininen henkilö. Näin oman todellisen luontonsa toteuttaminen näyttäytyy kauniina ja toivottavana.

”True colours” eli todelliset värit tai todellinen luonto viittaa yhtäältä kuvassa olevan naisen ihonväriin ja toisaalta siihen, että biologisesta sukupuolestaan huolimatta hän on maskuliininen henkilö. En usko, että mustaihoisen mallin valitseminen on mitenkään sattumaa. Eila Rantosen (1995) mukaan mustilla miehillä tai mustaihoisilla ihmisillä yleensäkin on ollut länsimaisessa kulttuurissamme erityisiä konnotaatioita tai merkityksiä kantava rooli. Rantonen on todennut, että Yhdysvaltain mustissa nyrkkeilijöissä inkarnoituu myytti mustista machoista. Rantosen mukaan mustaan ihonväriin ja etenkin mustiin miehiin yhdistyy jonkinlainen uhka tai pelko. Musta mies edustaa ruumiillisuutta, valkoinen mies älyä. Toisaalta musta mies on fyysisyyden korostamisen takia yhdistetty johonkin naiselliseen ja luonnonläheiseen. Näin musta ihonväri ja varsinkin mustan miehen ulkomuoto on monimutkainen kokonaisuus, joka toisaalta tuo mieleen maskuliinisen väkivallan, ylivoimaisen vahvuuden ja yliseksuaalisuuden, toisaalta myyttien mukaan feminiinisenä pidettyä luonnonläheisyyttä. (Mt., 119–121.) Tässä mainoksessa leikitellään stereotyypeillä mustista nyrkkeilijöistä, heidän villeydestään ja niillä olemus- ja roolistereotyyppiolla, joita biologisiin naisiin tavallisesti kohdistetaan.

Vastaavanlaisia mustan ihon ja mustan miehen konnotaatioita kantaa mukanaan myös toinen *Nike Women* -mainos, *In one Word*____. Siinä trikoisiin ja urheilupusakkaan sonnustautunut ulkoisesti maskuliininen nainen seisoo uhmakkaan ja päättäväisen näköisenä ja katsoo ikään kuin kuvasta ulos. Hänenkään vartalonsa ei paljasta biologista naiseutta. Henkilön biologisen sukupuolen paljastaa vain lähinnä Nike Women -teksti. Urheiluvaatemerkkien mainokset leikkivät odotuksilla ja stereotyyppiöillä, joiden mukaan urheilu, fyysiset ja väkivaltaiset lajit ovat miehille tarkoitettuja ja siksi maskuliinisina pidettyjä.

Kolmannessa *Nike Women* -mainoksessa, *In my Kingdom*, naisen maskuliinisuus tuotetaan vallanhalun kautta. Lähtöoletuksena on, että valta on maskuliinista ja miehille kuuluvaa. Kuvassa oleva henkilö on nainen, mutta hänen asentonsa ja sen kielimä asenne vaikuttaa maskuliiniselta. Naisella on käsissään hanskat, hänen ihonsa on hikinen, lihaksikkaat käsivarret ovat leveässä, itsevarmassa ja uhmakkaassa asennossa. Nainen näyttää voimakkaalta. Kuva pyrkii siis yhdistämään maskuliinisia piirteitä, kuten fyysistä rankkuutta, voimaa ja uhmakasta asennetta naisellisena pidettyyn urheilulajiin, tanssiin. Jos kuvassa olisi hento, hintelä ja näennäisesti heikko nainen balettipuvussa, olisi mainoksen viesti aivan toinen.

8.7. Muut

Kalenterissa kerrotaan syyskuun tärkeistä tai kiinnostavista tapahtumista. Miehet ovat ihailun kohteita, jotka nostetaan esiin toiminnan takia. Toinen miehistä julkaisee levyn, toisen kerrotaan prepanneen näyttelijättären alkuja ja hän myös esittää nuorta playboyta. Mies ei varsinaisesti toimi, mutta tekstinpätäkissä kuvataan hänen ammittiaan. Mies on ihanaääninen artisti, joka hän uskoo työpanoksensa olevan kuuntelemisen arvoinen. Toinen mies puolestaan esittää nuorta playboyta. Aiheet käsittelevät työtä, joka liittyy kulttuuriin tai taiteeseen.

Mies ei pääse itse ääneen. Toista miestä, laulaja Sealia referoidaan epäsuorasti. Hän on kuvaillut työprosessiaan tinkimättömäksi ja levyään kuuntelemisen arvoiseksi. Mies kommentoi työtään ja omaa työpanostaan. Kahdessa jutussa mies on naisen ihailun kohde, kolmannessa auktoriteetti. Laulaja Sealista saa

itsevarman ammattilaisen kuvan. Hän pyrkii eteenpäin, tekee työtään tinkimättömästi ja uskoo omaan tekemiseensä. ”Ihanaääninen artisti” myös kerää naisten ihailun luontaisen ominaisuutensa eli ihanaäänisyytensä mutta myös työmoraalinsa eli levyjen loppuun asti hiomisen takia. Seal on siis taitava, menestyvä, kunnianhimoinen ja itsevarma mies.

Toinen sivulla esiintyvistä miehistä on Oskari Katajisto. Häneen ei varsinaisesti liitetä mitään ammattinimikettä. Miehen kerrotaan esittävän jotain roolia Helsingin Kaupunginteatterissa ja hänen kerrotaan prepanneen nuoria näyttelijättären alkujä. Siitä, että mies on prepannut eli harjoittanut ja ohjannut jotain ammatti-ihmisiä, saa kuvan, että hän on menestynyt ja arvostettu. Aivan kuka tahansa ei pääsisi neuvomaan muita. Näin mies tuntuu saavan kunnioitusta ja mahdollisuuden vallankäyttöön ainakin niiltä naisilta, joita hän on ohjannut ammattiin. Katajiston kerrotaan esittävän nuorta playboyta. Playboy eli suomeksi pelimies viittaa siihen, että mies leikittelee naisilla ja heidän tunteillaan, testaa viehätysvoimaansa ja maskuliinisuuttaan heihin. Usein playboy sana tuo mukanaan myös käsityksen miehen hyvästä rahatilanteesta. Sivun kaksi muuta miestä ovat elokuvaohjaajat Lars von Trier ja Jonas Åkerlund. Heidät esitellään pääosin työnsä kautta ja sen takia. von Trierin elokuvaa kuvataan rankaksi ja kokeilevaksi. Näin ohjaajakin näyttäytyy rohkeana, tietoisia riskejä ottavana ammattilaisena. Saman alan miehet asetetaan tekstipätkässä kilpailuasetelmaan:

– – Jonas Åkerlundin esikoisleffa *Spun* sekoittaa kuulemma yhtä lailla pasmat.

Oli vertailukohta mikä tahansa, taito, tieto tai kuten tässä *pasmojen sekoittaminen* elokuvan avulla, ei mies saa jäädä toista huonommaksi. Myös toimittajalla on selvästi ollut luulo siitä, että miehet ovat aina kilpasilla, joten hän on väkisinkin laittanut miehet kilpailemaan keskenään, vaikka luonnollista kilpailutilannetta ei olisikaan.

8.8. Yhteenvetoa sisällön erittelystä

Pääasiassa *Cosmopolitanin* representaatiot ovat naisten poikaystäviä, rakastajia tai kumppaneita. Miehet eivät itse toimi, mutta heidän toimintansa on naisten tai toimittajien puheen kohteena. Miehiä kuvailaan vaihtelevin adjektiivein

roturakastajista, rokkitähtiin tai boheemeihin miehiin. Miesten ammatit tunnutaan mainittavan oikeastaan vain silloin, kun ne pönkittävät miehen maskuliinisuutta. Tällaisia ammatteja ovat esimerkiksi urheiluun tai johtavaan asemaan liittyvät. Useimmiten miehiä kuvataan myönteisin termein. Miehet pääsevät esiintymään lähinnä parisuhdetta, seksiä ja flirttailua koskevissa jutuissa. Naisen ja miehen suhde on useimmiten flirttipeliä tai jotain konkreettista, jonka huoltoon Cosmo-mies ei osallistu. Edellä esitellyistä juttu- ja juttutyypikohtaisesta sisällön erittelystä käy ilmi, että maskuliinisuuden representaatioihin vaikuttaa se, millaisesta jutusta on kyse.

Haastatteluissa miehet pääsevät itse luonnollisesti ääneen, joten toimittajan diskurssilla ei ole niin suurta valtaa, kuin muissa teksteissä. Lopullisen representaation muoto on kuitenkin aina toimittajan varassa, koska representaatio ei koskaan pysty toistamaan sellaisenaan kuvaamansa kohdetta. *Naisten miehet* puolestaan ovat pääasiassa melko kielteisiä representaatioita. Miehet ovat naiselle joko ongelmanlähteitä tai epäonnistuneita parisuhdeyritelmiä. *Neuvontapalstojen* ja *mielipidepalstojen* miehet ovat melkein täysin toimittajien tuottamia kuvitteellisia miehiä. Miehet eivät niinkään toimi yksilöinä, vaan miessukupuolen edustajina, joiden kerrotaan toimivan tietyllä, odotetulla ja lajityypillisellä tavalla. Naiselle kerrotaan, mitä hänen tulee mieheltä odottaa. Toimittajat tuottavat miehistä hieman epätäydellisiä ja rosoisia representaatioita. Representaatiot tositavat monessa kohtaa stereotyyppisiä oletuksia maskuliinisesta toiminnasta.

Mediatuotteiden miehet ovat osittain *Cosmopolitanin* toimittajien ja osittain muiden tuottamia. Nämä representaatiot ovat ehkä hieman monipuolisempia kuin muiden juttutyypien, mutta kulttuurissa vaikuttavat olemus- ja roolistereotypiat vaikuttavat näidenkin representaatioiden taustalla. Tämä näkyy esimerkiksi esitelyjen TV-sarjojen miesten representaatioissa.

Kuvien maskuliinisuudet puolestaan näyttävät representoivan uudenlaista maskuliinisuutta. Ensinäkemältä Nike Women -mainosten naismaskuliinit, *Tenkasen aamushown* pullea mies ja katseelle antautuva lihaksikas Pin Up -malli näyttävät rikkovan käsityksiä maskuliinisuudesta. Näiden representaatioiden taustalla vaikuttavista diskursseista ja niiden merkityksiä tarkastelen seuraavassa luvussa.

9. DISKURSSIANALYYSI

Diskurssit, jotka jäsentävät *Cosmopolitanissa* tuotettuja, edellisessä luvussa esiteltyjä maskuliinisuuden representaatioita ovat seuraavat: *Heteroseksismi ja halun pakko*, *Maskuliininen valta*, *Miehen ylemmyys*, *Miehen epävarmuus*, *Homososiaalisuus ja kilpailu* ja *Poikkeavat maskuliinit*. Diskurssit kietoutuvat yhteen analysoimissani teksteissä. Olen käsitellyt diskurssit kuitenkin toisistaan erillään analyysin selkeyttämiseksi ja lukemisen helpottamiseksi.

9.1. Heteroseksismi ja halun pakko

Aineistossani hallitseva ja selvin diskurssi on heteroseksuaalisuuden rooli maskuliinisuuden määrittäjänä. Monissa jutuissa kiistämättömäksi lähtöoletukseksi otetaan miehen heteroseksuaalisuus. Elisabeth Badinter huomauttaa, että heteroseksuaalisuus on nykyään maskuliinisuuden ilmeisimpiä tunnusmerkkejä. Hänen mukaansa käsitteet ”normaalius” ja seksuaalinen identiteetti ovat sidoksissa miehen valtaan yli naisen. Heteroseksuaalisuus osoittaa miehen valtaa naiseen, homoseksuaalisuus miehen valtaa mieheen, mihin ”alustumista” pidetään vähintään poikkeavana. (Badinter 1993, 140.) Valtasuhteisiin liittyviin kysymyksiin palaan kohdassa 9.2. Maskuliininen valta.

Heteroseksismi

Aineistoni jutuissa heteroseksismi on kiistatonta. Jos kyseessä on esimerkiksi parisuhdeneuvoja jakava palsta, on kirjoittajalla luonnollisesti oikeus olettaa, että lehteä lukeva nainen on parisuhteessa juuri heteromiehen kanssa. Oletus kaikkien heteroseksuaalisuudesta ainoana mahdollisuutena miehen seksuaaliseksi suuntautumiseksi näkyy muissakin teksteissä, vaikka näissä jutuissa ei varsinaisesti olisikaan kyse parisuhteesta. Lehdessä ei anneta tilaa muunlaisille seksuaalisuuden muodoille, ja tällaiset sellaiset maskuliinisuuden representaatiot, jotka vihjaisivat tavalla tai toisella muunlaisesta seksuaalisesta suuntautumisesta, palautetaan toimittajan tekstin avulla ”normaaliin”.

Esimerkki tällaisesta ”heteroseksuaalisuuden palautuksesta” tai varmistuksesta on muusikko Jimi Pääkallosta kertovassa jutussa (*Pääkallo paikalla*), jossa mies itse

puhuu feminiinisenä pidettyyn tyyliin tunteistaan ja osoittaa herkkyytensä. Myös kuvan perusteella mieheen kytkeytyy joitain feminiinisiä tai homoseksuaalisina pidettyjä piirteitä. Toimittaja kuitenkin tuntee tarvetta todistaa yleisölle miehen heteroseksuaalisuuden lisäämällä tekstiin viitteen miehen musiikkia ihailevista naisista tai treffiseurasta, jota haastateltava ei kuitenkaan kommentoi.

Heteroseksuaalisuuden määrittelemistä ainoaksi oikeaksi ja normaaliksi seksuaalisuuden muodoksi kutsutaan *heteroseksismiksi* (Jokinen 2000, 225). Teppo Heikkinen toteaa, että media kaiken kaikkiaan ”kasvattaa” ihmisiä heteroiksi, esimerkiksi homoutta ja lesboutta käsittelevät tv-ohjelmat tulevat myöhään illalla (Heikkinen 1994, 85). Lapsillekin siis esitetään mieluummin väkivaltaa sisältäviä ohjelmia, kuin ohjelmaa, jossa kuvataan kulttuurimme normista poikkeavaa seksuaalista suuntautumista.

Heteroseksismi ja heteroseksuaalisuuden pakko tulevat selvimmin esiin niissä *Cosmopolitanin* teksteissä, joissa ei haastatella ketään, eivätkä miehet pääse itse ääneen. Teksti on siis oikeastaan suoraan toimittajasta ja lehden diskurssista lähtöisin. Aineistoni kahdessa haastattelussa, *Pääkallo paikalla* ja *Tuhansien läppien mies*, tämä heteronormatiivisuus tai haastateltavan heteroseksuaalisuus ei ole niin läpitunkevan selvää kuin esimerkiksi neuvontapalstoilla. Reaalisten miesten representaatioissa miehillä itsellään ei ole selvästikään tarvetta korostaa omaa heteroseksuaalisuuttaan.

Heteroseksuaalinen kykeneväisyys on lähtökohtaisesti miehen mitta *Cosmopolitanin* diskurssissa. Tämä tulee esille esimerkiksi jutussa, jossa pohditaan sinkkuelämää ja seurustelua (*Sinkkuus in, seurustelu out?*). Sinkkukehyksessä seksikumppanimiehet ovat ikään kuin testiajossa, heidän maskuliinisuutensa määrittyy pitkälti heteroseksuaalisuuden ja rakastajataitojen kautta. Miehet joutuvat myös ikään kuin kilpailemaan seksitaidoillaan, jos sinkkunaisilla on useita miehiä.

— ja hankkia kokemuksia muistakin kaksilahkeisista.

— kokeilet erilaisia miehiä vähän niin kuin kenkäkaupassa sovittaisit avokkaita, saappaita, sandaaleja... vähän joka lajia?

(Melkein) Aina valmiina! Lajityypillinen halu

Maskuliinisuus piirtyy annettuna otetun heteroseksuaalisuuden lisäksi suhteessa miehen rakastajantaitoihin. Se, että mies on heteroseksuaali, ei tunnu riittävän maskuliinisuuden takeeksi. Miehen on oltava myös halukas, kyvykäs ja taitava rakastaja. Ja lähes aina valmiina toimiin.



Leike 3: Ei oo, ei tuu...

Älä usko ”miehet ovat aina halukkaita” -myyttiin. – –
Todellisuudessa miesten seksihalut kuitenkin vaihtelevat päivän mittaan (*Ei oo, ei tuu...*).

Monien juttujen lähtöoletuksena on se, että miehellä tulee olla voimakas seksivietti. Se esitetään ikään kuin luonnollisena ja oleellisesti maskuliinisuuteen kuuluvana lajityypillisyytenä. Miehen ei tarvitse haluta seksiä kaiken aikaa, mutta useimmiten kylläkin. Jossain vuorokauden vaiheessa hän kyllä haluaa tai on kykeneväinen.

Toinen ratkaisu ongelmaan voi löytyä ajoituksesta: ota selvää, mihin aikaan vuorokaudesta hänen rakettinsa on laukaisuvalmiina. (*Ei oo, ei tuu...*)

Cosmopolitanin diskurssin taustalla on oletus siitä, että miehen seksuaalinen aktiivisuus ja halukkuus on luonnollista, lajityypillistä ja normaalia – lähes

pakollista. Voimakas halukkuus tehdään luonnolliseksi ja maskuliinisuuteen kuuluvaksi myös seuraavassa lainauksessa:

Älä kuitenkaan syytä itseäsi miehen laiskasta libidosta, äläkä varsinkaan yritä tukahduttaa omaa seksinnälkääsi. Voimakas seksivietti on terveellistä. (*Ei oo, ei tuu...*)

Kirjoittaja ei kuitenkaan perustele millään tavalla voimakkaan seksivietin fyysistä terveellisyyttä. Jälkimmäinen lause antaa ymmärtää, että voimakas seksivietti indikoi itsevarmuutta ja itsetuntoa, eli mielenterveyttä. Terveellinen-sana voitaisiin lauseessa korvata sanalla luonnollinen. Näin lauseen viesti olisikin, että mieleltään terveelle ihmiselle voimakas seksivietti on luonnollista tai normaalia. Näin miehen heikko seksuaalinen halukkuus on jotain epänormaalia, jopa sairasta.

Kun lehti jakaa naiselle ohjeita, miten tulee toimia, jos mies jostain syystä ei ole jollain hetkellä valmis seksiin, taustalla on siis oletus, että nainen voi toimillaan jotenkin palauttaa miehen lähtötilaan, luonnolliseksi mieheksi eli seksuaalisesti halukkaaksi. Jos mieheltä puuttuu halukkuus, hän ei ole mies lainkaan, tai ainakaan maskuliininen. Jos halun puuttumiselle ei löydy hyviä perusteluja, on mies epäkelpo ja epänormaali.

Sanooko poikaystäväsi sängyssä useimmiten ”ei kiitos” silloin, kun hänen pitäisi kinuta lisää? Lue, mikä saattaa hillitä hänen seksinnälkäänsä ja miten saat miehen jälleen herkuttelulle ahneeksi. (*Ei oo, ei tuu...*)

Edellisessä lainauksessa oletus miehen voimakkaan halun luonnollisuudesta tulee selväksi sanojen *pitäisi*, *seksinnälkä* ja *jälleen* avulla. Seksinnälkä-sana viittaa ihmisen perustarpeisiin, syömättä kun ei pysy hengissä. Miehen ”seksinnälkä” tekee miehen halukkuuden luonnolliseksi, tarpeelliseksi ja automaattiseksi. Jälleen-sanalla korostetaan myös sitä, että lähtöoletuksena on, että mies on halukas. Joku asia on vain tullut häiritsemään tätä luonnollista järjestystä ja se on palautettava takaisin alkutilaan. Tämä miehen toiminnan ja elämän kannalta oleellinen halukkuus näkyy myös kohdassa, jossa puhutaan ”sammuneesta seksimoottorista”. Mies ei toimi kunnolla tai kokonaisvaltaisesti jos seksimoottori eli halukkuus on jostain kumman syystä sammunut.

Vaikka usein rationaalisuuden, kontrollin ja itsehillinnän ajatellaan olevan ominaista maskuliinisuudelle, tämä ei kuitenkaan päde miehen seksuaalisuuteen. Mikko Lehtonen huomauttaa, että joissain mediatuotteissa miehen seksuaalisuus käsitetään itsenäiseksi ja vaaralliseksi alkuvoimaksi, joka pyyhkii tieltään kaiken muun. (Lehtonen 1995b, 39.)

Samankaltaisia havaintoja tehnyt Ilmari Leppihalme kutsuu miehen seksuaalista pitelemättömyyttä ja kontrollin menetystä Richard Dyerin (1985, 31) sanoin *kertomukseksi yön alapuolisesta pedosta*. Tällä viitataan siihen, että esimerkiksi syrjähyppyjä yritetään oikeuttaa biologisilla perusteluilla: mies ei vain mahda itselleen mitään. Kertomus yön alapuolesta pedosta siis näkee seksuaalisen aktiivisuuden miehen olemukseen kuuluvana, biologisesti ohjelmoituna pakkoseksuaalisuutena. Ongelmallista tässä luonnolliseksi tehdyssä pakkoseksuaalisuudessa on juuri se, että mies on vapaa vastuusta seksuaalisella alueella, mutta menettää osan kontrollistaan, eikä ole täysin itsensä herra. (Leppihalme 1998, 76–77.) *Cosmopolitanin* diskurssissa kontrollin menettäminen ja halujen armoilla oleminen ei kuitenkaan tule esiin ongelmana, vaan täysin hyväksyttävänä ja ymmärrettävänä käytöksenä. Se ei myöskään näytä alentavan miehen maskuliinisuutta, vaan oikeastaan oikeuttaa joissain tapauksessa miehen tökerön käytöksen. Vyötärön alapuolisen pedon pitää antaa porskuttaa rauhassa. Ja tämä on tyypillistä ja sallittua kaikille miehille.

Sama oletus tulee esille kirjaesittelyssä *Vaino ja viettelys*, jossa naisen kerrotaan saavan katolisen kirkkoherran ”himot heräämään”. Lajille tyypilliseen tapaan mies oletetaan automaattisesti himokkaaksi. Soikkelin (1996) mukaan selibaatti merkitsee puhtaan järjen aluetta, jossa mies voi toimia vapaana haluista (mt., 22). Tähän täydelliseen rationaalisuuteen eli halujen kieltämiseen ei näytä pystyvän kirkkoherrakaan, vaan koska hän on mies, hänkin lankeaa lajinsa velvoittamana naisiin. Maskuliinisuuteen luonnollisena kuuluva rationaalisuus on alisteista heteroseksuaalisuudelle ja sen todistamiselle teoin. Teksti puolustaa miehistä himoa ja seksille antautumisen vapautta. Vaikka mies olisikin pettänyt kirkolle tai muulle yhteiskunnalliselle instituutiolle antamansa (selibaatti)lupauksen, ei häntä voi syyttää, koska seksuaalinen himo ja kyltymättömyys kuuluvat oleellisesti jokaisen miehen elämään.

Miehen automaatio heteroseksuaaliseen kiinnostukseen ja himokkuuden luonnollisuus ja hyväksyttävyyys pyritään tekemään selväksi. Monissa kohdin ilmenee vertaus muihin miehiin, mikä entisestään voimistaa käsitystä voimakkaasta halusta jonain miehelle lajityypillisenä ominaisuutena:

Ujon ulkokuoren alla poreileva seksikyytesi, jota kukaan mies ei voi vastustaa. (*Horoskooppi*)

Kun mikään ei riitä – Tavoitteena kyltymätön roturakastaja

Cosmopolitanissa miehen seksuaalista käyttäytymistä kuvaa hyvin pinnistely, pyrkiminen ja suoritus. Se, että mies kykenee seksiin ei riitä maskuliinisuuden takeeksi. *Cosmopolitanin* miehen täytyy pyrkiä ennen näkemättömiin suorituksiin. Ensinnäkin miehen tulee pystyä tyydyttämään naisen halut ja tuottamaan hänelle nautintoa, mutta miehen on myös pystyttävä tekemään se paremmin kuin kukaan muu mies. Miesten välinen kilpailu kömpii petipuuhiin asti, vaikka sängyssä onkin kerralla vain yksi mies. Arto Jokinen (2000) huomauttaa, että hegemonisen maskuliinisuuden mallin mukaisesti miehen odotetaan olevan rakastajana väsymätön puurtaja (mt., 210).

Skorpioni nostattaa miehesi himot ennenkuulumattomiin korkeuksiin, ja rakastelusta tulee hänelle extreme-laji. Hän on valmis mihin tahansa – –. (*Miehesi tähtikartta*)

Seksin tuottamalle nautinnolle ei teksteissä ole sijaa tai tarvetta. Seksi vaikuttaa suoritukselta myös siksi, että ”rakastelusta tulee hänelle extreme-laji”. Rakastelu ei siis ole parin yhteinen asia, vaan siinä mies ja nainen toimivat erillisinä yksilöinä, omien suoritusvaatimustensa ja häneen ulkopuolelta kohdistettujen odotusten mukaisesti. Miehen seksuaaliseen kykeneväisyyteen kohdistetaan *Cosmopolitanin* diskurssissa suuria odotuksia. Pelkkä nautinnon tuottaminen itselle ja naiselle ei riitä seksin tulokseksi, vaan miehen on todistettava mieskuntonsa ällistytävällä tavalla.

Kun kumppanisi on aikeissa lähteä juoksulenkillä 23. päivänä, ehdota sen sijaan kokonaista maratonia...

Testaa miehesi kestävyyttä sängyssä – –

– – kerro hänelle suoraan mitä, missä, milloin ja miten odotat miehesi toimivan sängyssä. (*Miehesi tähtikartta*)

Mikko Lehtonen (1995b) huomauttaa, että myytilä maskuliinisesta seksuaalisuudesta voi olla jopa vaarallisia seurauksia:

Nuoruudessa miehen seksuaalisuuteen liittyy vallan tavoittelua, suorituspainetta ja ikätoverien hyväksynnän etsintää. Seksuaalisuuden myyttiseksi muuttamisen vuoksi siitä saattaa tulla miehille instrumentaalinen, vallankäyttöön liittyvä alue, ei mielihyvän ja läheisyyden lähde. (Mt., 39.)

Tämä seksuaalisuuden välineellisyys näkyy siinä, että *Cosmopolitanin* jutuissa miehen seksuaalista käyttäytymistä kuvataan nimenomaan välineellisenä: siinä on sijaa vain suorittamiselle ja pinnistelylle. Tällainen kuva maskuliinisesta seksuaalisesta ei anna vääristyneitä vertailukohtia ainoastaan toisille miehille, vaan se vääristää myös naisen käsityksiä seksuaalisesta kanssakäymisestä. Kun lehti julistaa, että miehen on ehdottomasti oltava kyvykäs, kyltymätön ja taitava rakastaja – varsinainen maratoonari – luovat tällaiset representaatiot naiselle vääriä odotuksia siitä, millainen miehen tulee olla. Näin miehen muut ominaisuudet jäävät vähempiarvoisiksi, ja seksuaalisesta kyvykkyydestä tulee miehen maskuliinisuutta ja arvoa määrittävä asia. Naisen tavoitteeksi tulee hankkia ”roturakastaja”, ei esimerkiksi luotettavaa kumppania.

Heteroseksuaalisuus on siis hallitseva diskurssi, joka määrittää maskuliinisuutta läpi aineiston. Diskurssi olettaa lähtökohtaisesti miehen olevan kyltymätön rakastaja. Heteroseksuaalisten taitojen ensisijaisuus näkyy lähinnä niissä teksteissä, joissa toimittaja luo diskurssin kautta maskuliinisuuteen kohdistuvia odotuksia latelemalla käsityksiä siitä, millaisia miehet ovat ja miten he toimivat. Näissä odotuksissa kertautuvat kuitenkin vallitsevat stereotypiat maskuliinisuudesta, ne vain nostetaan *Cosmopolitanin* diskurssissa uuteen potenssiin.

9.2. Maskuliininen valta

Toinen aineistoa hallitseva diskurssi liittyy valtaan ja vallankäyttöön. Maskuliininen valta voidaan *Cosmopolitanin* diskurssissa ja siinä tuotetuissa representaatioissa jakaa karkeasti neljään osaan: (hetero)seksuaaliseen valtaan,

yhteiskunnalliseen valtaan, toimita- ja määräysvaltaan ja fyysiseen valtaan. *Cosmopolitanin* diskurssissa kaikki neljä maskuliinisen vallan aluetta näkyvät representaatioita jäsentävinä lähtöoletuksina. Edellä lueteltujen vallan ulottuvuuksien maskuliinisuus voidaan lukea monessa tekstissä siitä, millaista valtaa *Cosmopolitanin* diskurssissa tarjotaan naisille.

Seksuaalinen valta

Kuten jo edellisessä luvussa totesin, seksuaalisuuteen liittyy oleellisesti vallankäyttö. Heteroseksuaalisessa kanssakäymisestä on aina kyse miehen vallasta naiseen. Tämän takia miesten homoseksuaalisuutta pidetään joidenkin käsitysten mukaan häiriintyneenä. (Badinter 1993, 140.) Homoseksuaalisuus piirtyy feminiiniseksi sen tähden, että kuka todellinen, maskuliininen mies vapaaehtoisesti alistuisi toisen miehen vallan alle?

Martti Grönforsin (1999) mukaan seksuaalisuus on osa miehistä vallankäyttöä, joskus keskeinenkin osa sitä. Miehen seksuaalisuutta voidaan tavallisen kanssakäymisen lisäksi käyttää aseena ja vallanosoituksena. Esimerkkejä tästä ovat raiskaukset, joissa on enemmänkin kyse vallasta, eikä varsinaisesti seksuaalisesta kanssakäymisestä ja siihen useimmiten ensisijaisina liittyvistä merkityksistä, kuten suvunjatkamisesta ja mielihyvistä. Grönfors huomauttaa, että ongelmallista ja hälyttävää seksuaalisessa vallankäytössä on se, että aina ei ole kyse raiskauksesta, vaan vallankäyttö voi liittyä normaalinakin pidettyyn seksuaaliseen kanssakäymiseen. (Mt., 224.)

Cosmopolitanissa tämä seksuaalisen vallan käyttö näkyy esimerkiksi siinä, kun nainen kirjoittaa Irma Kurtzin neuvontapalstalle ja kysyy, onko mies raiskannut hänet. Nainen kertoo sammuneensa ja havahtuneensa siihen, kun mies harrastaa seksiä hänen kanssaan. Aluksi Kurtz vahvistaa raiskauksen todeksi, mutta sitten etsii lieventäviä asianhaaroja. Esimerkiksi naisen juominen esitetään kielteisenä asiana. Nainen ei ole juonut vahingossa liikaa, joten hänen tulee vastata itse siitä, mitä on tapahtunut. Miehen humala puolestaan oikeuttaa rakastelun sammuneen naisen kanssa. Mies ei olekaan syyllinen yön tapahtumiin tai ainakaan raiskaukseen eli seksiin vastoin naisen tahtoa.

Sitä paitsi humalassa ollessasi olet ehkä vaikuttanut halukkaalta ja avoimelta rakastelulle, vaikkeet enää muistaisikaan sitä. – – Tulevaisuudessa paras keino välttyä vastaavanlaisilta tapahtumilta on osata lopettaa juominen alussa. (*Irma Kurtz*)

Kirjoittaja antaa ymmärtää, että humalassa ollessaan mies automaattisesti voi päästää primitiiviset tunteensa pintaan, ja naisen on hyväksyttävä se, jos ei itse pysty pitämään itsestään huolta. Se, että nainen on saattanut vaikuttaa ”halukkaalta ja avoimelta rakastelulle”, riittää perusteeksi sille, että miehellä on oikeus rakastella naisen kanssa vastoin tämän tahtoa. Tällaista automaatiota ja luonnollisuutta ilmentää se, että mies ei pysty hillitsemään itseään, mutta tekstin mukaan hänen ei tarvitsekaan. Jos nainen on antanut ymmärtää jotain, on miehellä oikeus toimia.

Toinen esimerkki miesten oletetusta oikeudesta käyttää seksuaalista valtaa on jutusta *Miljoonaperillisen pimeä puoli*. Keskustelupalstalla on lukijoiden kommenttien pohjustukseksi kommenttien yläpuolelle kirjoitettu teksti:

Heinäkuun lehdessä kerroimme ökyrikkaasta playboy-raiskaajasta, jonka raha oli rappioittanut.

Komentissa merkityksen synnyttävät omalaatuiset sanavalinnat. Ökyrikas viittaa vastenmieliseen tai yltiöpäiseen vaurauteen. Miehellä on enemmän rahaa, kuin hänelle olisi hyväksi. Playboy-raiskaaja taas viittaa siihen, että mies on pelimies eli hän kohtelee naisia huonosti, on suhteessa monen naisen kanssa samaan aikaan. Toisaalta sen, että joku on pelimies, uskotaan näkyvän hänestä pitkälle. Näin pelimies-etuliite lieventää raiskaaja-sanaa. Yhdistelmän voi lukea myös niin, että naisen olisi pitänyt ymmärtää, että pelimiehen eli playboyn mukaan ei kannata lähteä, koska silloin voi käydä huonosti.

Miehen tekoja lieventävä kommentti on myös se, että raha oli rappioittanut miehen. Miehellä on ikään kuin ollut liikaa rahaa, joten hän on väkisinkin mennyt sekaisin ja menettänyt suhteellisuudentajunsa kaikissa asioissa. Se, että rahan sekoittama mies on raiskannut ilmeisesti hänen mukaansa lähteneitä naisia, ei loppujen lopuksi näyttäydykään kovin suurena rikoksena. Mies ei taaskaan ole tehnyt mitään kovin pahaa. Jos naiset ovat lähteneet hänen mukaansa ja ”antaneet ymmärtää”, on tekstin mukaan miehellä oikeus käyttää seksuaalista valtaansa. Ei

ole tavatonta, että raiskauksen uhria syyllistetään esimerkiksi pukeutumisen tai käyttäytymisen perusteella (ks. Grönfors 1999, 227), mutta se, että media tuottaa vääränlaisia kuvia miesten oikeudesta seksuaaliseen vallankäyttöön on hätkähdyttävää.

Patriarkatin puolustus – Yhteiskunnallinen valta

Oletukset miesten yhteiskunnallista vallasta puolestaan näkyvät niissä teksteissä, joissa puhutaan naisille tarjottavista vallankäytön alueista. Ensinnäkin naisen valta on pääosin sidoksissa kotiin, joten miesten valta on julkisessa elämässä. Naisten valta ei uhmaa miesten yhteiskunnallista valtaa, koska kotiin ja sen piiriin liittyviä asioita vähätellään teksteissä jatkuvasti. Naisen valta on siis triviaalia. Niissäkin teksteissä, joissa naiselle tarjottaisiin yhteiskunnallista valtaa, hänen tekonsa ja intressinsä kohdistuvat perinteisesti feminiinisinä pidettyihin asioihin, kuten kotiin. Oletus miehen yhteiskunnallisesta vallasta otetaan siis annettuna.

Kirjan *Namu – Tyttö äitien maasta* esittely kertoo kirjan sisään luodusta yhteiskunnassa, jossa naisen ja miehen roolit kääntyvät pääläelleen, naiset päättävät asioista. Tämä kulttuuri esitetään utopiana, eli nykyistä parempana mutta mahdottomana. Oletuksena on, että nykyisissä tai olemassa olevissa kulttuureissa miehet ovat aina vallassa, valta on automaattisesti maskuliinista. Se, että miehet johtavat perhettä ja yhteiskuntaa kaikissa kulttuureissa, ”täällä”, nykyisessä konkreettisessa maailmassa, otetaan annettuna. Miehet eivät kuitenkaan pysty tekemään aina välttämättä hyviä päätöksiä, joten vallan ajatellaan olevan väärässä paikassa. Kun jutussa tarjotaan naiselle valtaa, se näyttää kuitenkin koskevan vain yksityistä piiriä, kotia ja niitä alueita, joiden hallitsemisen ajatellaan muutenkin kuuluvan jossain määrin naiselle.

Ehkä kaikki olisi täällä toisin, jos äidin sana jyrähtäisi *perheen* lakina (Kursivointi PP).

Toinen esimerkki naisen yhteiskunnallisen vallan triviaalisuudesta tulee Nike Women -urheiluvaatemainoksesta, jonka teksti kertoo ikään kuin naisen toteamana, että:

In my kingdom _____ would be law. At some point you'll realise that skipping dance class would be criminal. (Minun kuningaskunnassani olisi laki, että _____. Jossain vaiheessa tulet huomaamaan, että tanssituntien jättäminen väliin on rikollista.) (Nike Women: *In my Kingdom*)

Vallan ja hallitsijuuden maskuliinisuuteen viittaa jo sana *kuningaskunta*. Kuninkaat kun ovat miespuolisia. Naisen hallitsijuus on tehty tässä jo kielenkin tasolla mahdottomaksi. Tai ainakin sanasta kuningaskunta saa käsityksen, että vallassa on mies, kuningas, milloin se suinkin on mahdollista. Vaikka tämä utopia naisen täydellisestä hallitsijuudesta, naisen kuningaskunnasta tai kuningatarkunnasta toteutuisikin, naisen vallanhalulle ja -käytölle asetetaan mainoksessa kuitenkin rajat. Hän ei saa päättää yhteiskunnan tärkeimmistä asioista, vaan oletetusti naisille tärkeistä ja vapaa-asioihin liittyvistä seikoista, kuten tanssimisesta.

Käskeminen ja vallanpito viittaa maskuliinisina pidettyihin piirteisiin myös esimerkiksi siinä, että toimittaja käyttää vallankäytön yhteydessä jyrähtää-verbiä (Kirjojen miehet: *Nanu – tyttö äitien maasta*). Biologinen totuus on, että miehillä sattuu olemaan matalampi ääni kuin naisilla. Ja vaikka naisella kuinka olisi valtaa, hän voi käskeä, komentaa ja huutaakin, mutta jyrähtää sana viittaa matalaan äänialaan ja siksi tekee kuvastusta toiminnasta maskuliinista yhdistämällä siihen maskuliinisia piirteitä.

Toiminta- ja määräysvallan maskuliinisuus

Valta liittyy lisäksi naisen ja miehen parisuhteeseen ja siinä käytettävään toimintavaltaan. Diskurssia leimaa stereotyyppinen ajatus, jonka mukaan mies on kaikin puolin aktiivinen ja nainen passiivinen, vaikka ensi näkemältä asia näyttäisikin olevan toisin. Niissä jutuissa, joissa naisia kehoitetaan toimimaan esimerkiksi aloitteellisesti, ei toimintavalta kuitenkaan siirry naiselle, vaan naiselle tarjotaan vain *huomionkiinnittämisvaltaa*. Tämä valta on täysin riippuvainen miehen heteroseksuaalisuudesta, konventionaalista katseen suunnasta ja siitä, että mies on lopulta jutun toimija. Naisen kompetenssi on siis riippuvainen miehestä. Tämä käy selväksi esimerkiksi flirttivinkkejä jakavassa jutussa (*Virtuoosin 50 flirttivinkkiä*), vaikka juttu on kirjoitettu toisin kuin yleensä, kuvaamalla nainen aloitteentekijänä ja aktiivisena toimijana. Jutusta käy kuitenkin

ilmi, että naisen valta on ainoastaan huomionkiinnittämivaltaa. Nainen ei toimi jutussa muuten kuin tekemällä temppujaan ja kiinnittämällä huomiota. Hän ei tee mitään ratkaisevaa, joten valtaapitävä toimija jutussa on lopulta mies. Nainen palautetaan objektiksi. Juttu antaa ymmärtää, että naisen (objektin) katsomista seuraa miehen (subjektin) automaattinen toiminta.

Pyydä hänen kännykkänsä nähtäväksi. Sano, että se näyttää hienolta. Tosin siitä puuttuu eräs tärkeä ominaisuus eli sinun puhelinnumerosi. (*Virtuoosin 50 flirttivinkkiä*)

Nainen toteaa, että miehen puhelimesta pitäisi olla hänen numeronsa, mutta miehen täytyy itse laittaa numero puhelimeen tai ainakin soittaa naiselle ja tehdä ratkaiseva liike. Nainen tekee jotain, jolla hän kiinnittää (automaattisesti ja oletettavasti) heteroseksuaalisen miehen huomion, jonka täytyy – huomattuaan naisen huomionkiinnittämistempun – toimia jotenkin, jotta naisen ja miehen välille muodostuisi muunkinlainen suhde kuin visuaalinen. Nainen kiinnittää – yleensä kehonsa avulla – miehen huomion, minkä jälkeen miehen on tehtävä ratkaisu, lähestyykö hän naista vai ei. Lopullinen toimitavalta on miehellä. Naisen valtaa rajoittaa entisestään se, että vaikka naisella olisikin jonkinlaista triviaalia huomionkiinnittämivaltaa, hän voi kohdistaa sen ainoastaan stereotyyppisen heteroseksuaalisiin miehiin.

Cosmopolitanin diskursseja ja naisen representaatioita tutkineiden David Machinin ja Joanna Thornborrowin (2003) mukaan naiselle annetaan näennäistä valtaa esimerkiksi seksineuvoja jakavissa jutuissa, mutta heidän toiminnallisuutensa on yhteydessä seksuaalisuuteen, kehoon ja kykyyn vietellä miehiä (mt., 462). Vaikka naistenlehtien ajateltaisiinkin korostavan naisen toimijuutta ja uudenlaista aktiivisuutta, vanhat sukupuoliroolistereotypiat pitävät kuitenkin kutinsa *Cosmopolitanissakin* näennäisestä naisen emansipaatiosta huolimatta. Miehen oletettua aktiivisuutta ja naisen oletettua passiivisuutta korostaa myös seuraava esimerkki jutusta, jossa miehen kerrotaan masentuvan rahaongelmien takia. Naisen tulee kuitenkin tarjota miehelle mahdollisuus todistaa maskuliinisuutensa.

– – anna hänen maksaa oma osuutensa seksipalveluilla. (*Miehesi tähtikartta*)

Toisaalta seksipalvelut-sana viittaa alistumiseen ja usein naisille tarjottuun kielteiseen ja passiiviseen rooliin, mutta se, että miehen *annetaan mahdollisuus* maksaa osansa mieskuntonsa avulla, viittaa vapaaehtoisuuteen ja oma-aloitteisuuteen, joten miehestä tulee subjekti eikä objekti. Myös palvelu-sana viittaa siihen, että mies ei anna naiselle jotain vaan hän *tekee* tälle jotain, jonka arvo on riippuvainen miehen mieskunnosta.

Käsitykset ja automaattiset ennakko-oletukset miehen aktiivisesta ja naisen passiivisuudesta näkyvät myös tekstissä *Miehen mielestä*, jossa mieskirjoittaja kertoo, millaisista naisista miehet pitävät.

Kun teet välillä itse aloitteen, saa mies vuorostaan tuntea itsensä seksiobjektiksi. (*Miehen mielestä*)

Aloitteen tekeminen piirtyy maskuliiniseksi ja seksiobjektina olo nimetään feminiiniseksi, naiselle kuuluvaksi toiminnaksi, vaikka roolit välillä vaihtuisivatkin. Huomionarvoista on kuitenkin se, että rooleja, aktiivista ja passiivista, ei kuitenkaan vaihdeta lopullisesti. Käsitys aktiivisesta seksuaalisuudesta säilyy maskuliinisena, kuten sen lähtökohtaisesti ajatellaankin olevan. Jokaisen miehen kerrotaan toivovan seksiobjektiksi joutumista, mikä viittaa jonkinlaiseen valtaan alistumiseen, mutta koska osien vaihdos on vain väliaikainen, ja jokaisen miehen uskotaan toivovan ”alitamista”, saadaan toiminnasta kitketyksi pois viittaukset feminiinisyyteen ja miehelle poikkeavaan käytökseen. Jos kaikki muutkin miehet toivovat saavansa tuntea itsensä seksiobjektiksi, ei siinä voi olla mitään epänormaalia. Sitä, toivovatko kaikki miehet tätä ei tietenkään tiedetä, mutta yleistys aiheuttaa väkisinkin vertailun muihin miehiin ja tuo miehen hetkelliselle passiivisuudelle hyväksyttävyyden.

Toiminta- ja määräysvallan maskuliinisuus ei koske ainoastaan flirttailua, mutta myös naisen ja miehen arkista kanssakäymistä. Tämä näkyy esimerkiksi seuraavassa lainauksessa:

– – hän (mies) kohtelee sinua itsenäisenä aikuisena, jolla on oikeus suostua tai kieltäytyä kaikenlaisista aktiviteeteista – seksi mukaan lukien – – .(*Irma Kurtz*)

Vallankäyttö näkyy selvästi. Mies on se, jolla on mahdollisuus kohdella naista jollain tavalla ja tarjota tälle oikeus käyttäytyä jollain tavalla. Mies on siis se, joka sallii, kohtelee ja antaa luvan, eli käyttää siis valtaansa naiseen. Ja tätä pidetään normaalina ja hyväksyttävänä.

Maskuliinista valtaa toimittaja vahvistaa sanavalinnoillaan myös jutussa *Tuhansien läppien mies*. Toimittajan mukaan Krisse Salminen kuulu haastateltavan miehen ystäväpiiriin. Näin nainen ei esittäydy itsenään, ystäväenä, vaan jonkun ystäväpiiriin kuuluvana, ikään kuin osana ystäväjoukkoa. Se, että naisen kerrotaan kuuluvan miehen ystäväpiiriin, saa genetiivin takia aikaan luennan, jonka mukaan joku valitsee, kuka kuuluu hänen piiriinsä. Tässä tapauksessa André valitsee, että Krisse Salminen voi kuulua hänen ystäväpiiriinsä.

Lukijoiden kirjeisiin vastaavan Irma Kurtzin tekstissä myös hallitseminen ja vallanpito määrittyvät äärimmäisen maskuliinisiksi, joksikin, joka ei ole naiselle miehen kumppanina sopivaa tai varsinkaan hänen rooliinsa kuuluvaa.

Kuulostat enemmän hänen äidiltään tai esimieheltään kuin naiselta, joka on juuri astumassa avioliittoon. – – Jos haluat avioliittosi toimivan, sinun on lopetettava miehesi elämän hallitseminen. (*Irma Kurtz*)

Lainauksessa näkyy myös heteroseksuaalisen parisuhteen vallanjako: nainen ei voi käskää miestä, toisin kuin äiti tai esimies. Äidin valta poikaansa tulee tämän synnyttämisen kautta, esimiehen asema on ammatillinen, mutta vaimolla tai tyttöystävällä ei ole oikeutta alkaa käskää miestä. Mies elää omaa elämäänsä, ja häntä saavat käskää vain vanhemmat tai esimiehet. Mielenkiintoista olisi nähdä tapaus, jossa kirjeen olisi kirjoittanut mies, ja ongelmia olisi aiheuttanut naisen käytös ja hänen ottamansa vapaudet. Olisiko Kurtz neuvonut miestä olemaan ahdistelematta naista kysymyksillään? Vai olisiko häntä neuvottu näyttämään naiselleen, missä kaappi seisoo?

Cosmopolitanin teksteissä näkyy, että vaikka nainen yrittää toimia monin tavoin parantaakseen parisuhdetta, mies on kuitenkin se, joka määrää, millainen sitoutumisen ja läheisyyden määrä on sopiva. Tämä näkyy esimerkiksi siinä, että naista kehoitetaan ruokkimaan miehen halua saalistukseen. Mies ei halua ottaa naista itsestään selvyytenä. Nainen puolestaan ei saa olla mustasukkainen

miehestä, koska tämä viittaa siihen, että nainen haluaa omistaa miehen ja määrätä tämän toimintaa.

”Juttu mustasukkaisuudesta osui nappiin. Siinä oppia naisille, jotka roikkuvat miehissään kuin takiaiset.” (*Cosmoposti*)

Ensinnäkin kommentti luo kuvan, jonka mukaan miehet tarvitsevat naisia enemmän omaa tilaa ja vapautta. Tämä vapaus tuntuu käsittävän niin harrastukset kuin muidenkin naisten katselemisen, mikä vain on miehille ominaista ja lajityypillistä. Toiseksi teksti antaa ymmärtää, että miehet ovat jotain, mistä naiset voivat olla tai ovat riippuvaisia. Miehet eivät kuitenkaan tunnu pitävän siitä, että naiset ovat liian omistautuneita heille: Cosmo-mies tarvitsee naisen tavoittelussa ja valloittamisessa jonkinlaista haastetta. *Cosmopolitanin* mies haluaa naisen tietävän oman reviirinsä, eivätkä miehet halua naisten kuitenkaan olevan liian tunkeilevia tai omistavia. Mies on se, joka ottaa tai antaa, nainen vastaanottaa sen, mitä on tullakseen:

Vinkki: älä koskaan ronki herkkupaloja suuhusi miehen lautaselta. (*Cosmon viettelyvinkit*)

Mies ja fyysinen valta

Miehen valtaa naiseen korostetaan sillä, että jutuissa haluttavat tai naisia kiinnostavat miehet kuvaillaan fyysisesti kookkaiksi ja lihaksikkaiksi. Esimerkiksi se, että naista kehoitetaan kuntosalilta etsimään hyväkroppaisin mies tai että poikamiestyttöä kosiskelevat miehet ovat fyysisten ammattien edustajia, viittaa siihen, että suuri fyysinen ja esimerkiksi urheilullisuus on maskuliinista. Ehkä heistä tekee maskuliinisia juuri kehon koon tarjoama mahdollisuus fyysiseen vallankäyttöön ja väkivaltaan. Taustalla voi olla ajatus siitä, että suurikokoinen mies pystyy suojelemaan oletettavasti itseään pienempikokoista naista monenlaisilta uhkilta. Toisaalta suuri koko kertoo muutenkin vallasta. Pienet naiset eivät voi uhmata itseään suurempaa miestä, koska kuten Heikki Sarmaja (1996) on todennut:

Urosihmisillä on noin 30% enemmän ruumiinvoimia, keskimäärin. Kun otetaan huomioon miehisen lihasyivoiman sijoittuminen erityisesti ruumiinrakenteeksi, niin huomataan, että miehellä on tuplasti enemmän turpaanvetovoimaa kuin naisella. (Mt., 17.)

Mies on siis vallassa fyysisen valtansa eli turpaanvetovoimansa ansiosta. (Naisella on vain vetovoimaa.) Ja turpaanvetovoima ja fyysinen koko määrittävät maskuliiniseksi juuri tämän vallan takia.

Cosmopolitanin diskurssissa naiset ihailevat tai heidän kerrotaan ja odotetaan ihailevan lihaksikkaita miehiä. Näin naiset itse tuntuvat osaltaan valitsevan alisteisen asemansa. Richard Dyerin (2002, 109) mukaan miesten suurempi fyysinen koko voi oikeuttaa heidän valtansa. Jos lihakset ovat vallan merkki, niiden ihailu on vallan ihailua. Lihaksiin ja niiden ihailuun liittyy kuitenkin ongelma. Kun miehet saavat tietää, että lihaksikkuus on ihailtavaa, he hankkivat entistä suurempia lihaksia eli merkkejä vallasta, jolloin naiset entistä enemmän tyytyvät alisteiseen asemaansa.

TV-sarja *Unelmien poikamiestyöstä* kertovassa tekstissä lihasten ja miehen fyysisen koon ihailu sekä sen merkitys tulee selväksi. Nainen saa valita erilaisen miesten joukosta itselleen mieluisimman. Miesten ammatit, palomiehet, urheilijat ja cowboy viittaavat kaikki fyysisiin ominaisuuksiin, voimaan, lihasmassaan ja kokoon mutta myös rohkeuteen. Palomiehet syöksyvät palaviin taloihin pelastamaan ihmisiä, joten ovat valmiina pelastamaan uhraamaan jopa oman henkensä neidon vuoksi. Cowboy puolestaan viittaa siihen, että kulttuuriin kuuluvat miehet ovat valmiina kesyttämään luontoon kuuluvan naisen. Tekstissä on mainittu vain suhteellisen fyysisiä ammatteja. Vaikka näennäisesti nainen on tässä tekstissä se, joka valitsee miehistä itselleen mieluisimman, valta tuntuu kuitenkin olevan näillä palomiehillä ja urheilijoilla, joiden fyysinen kompetenssi julistaa maskuliinisuutta.

Arto Tiihosen (1999) mukaan urheilua on pidetty miehisyuden viimeisenä linnakkeena. Hänen mukaansa moderni urheilu jatkaa ja uusintaa joissakin piireissä ikiaikaiseksi käsitettyä sukupuolten välistä työnjakoa, jossa raskas ruumiillisuus, kilpailullisuus ja tietty väkivaltaisuuskin kuukuvat itseoikeutetusti

”oikeitten miesten maailmaan.” (Mt., 89.) Maskuliinisuutta lisää ajatusurheilijoiden homososiaalisesta kilpailusta.

Luulisi, että esimerkiksi lakimiehet, pörssimeklarit tai opettajat vetoaisivat naisiin aivan yhtä lailla? Vai onko tekstiin valikoitu niitä ammatteja, joiden ajatellaan kiehtovan naisia? Voikin pohtia, mitä teksti kertoo implisiittisesti naisesta, jonka haaveissa ovat palomiehet ja cowboyt. Alistuuko ideaali Cosmo-nainen mielellään tai vapaehtoisesti miehen vallankäytön kohteeksi?

Koska naisten ajatellaan olevan yleensä fyysisesti pienempiä ja voimattomampia kuin miesten, naiselle tarjotaan mahdollisuus saada mies alistumaan naisellisena pidetyn taidon eli kokkauksen avulla:

Italiatar kaataa uroksen kanveesiin lautasella, johon on koottu chilillä maustettuja ostereita, hummeria ja simpukoita– —.
(*Cosmon viettelyvinkit*)

Nainen ei voi ”kaataa urosta kanveesiin” fyysisten voimien avulla, joten hänen valtansa kilpistyy oikeastaan vain naiselliseen kikkailuun (*Cosmon viettelyvinkit*).

Maskuliinisen vallan diskurssi esiintyy siis *Cosmopolitanissa* monimuotoisena. Mikko Lehtosen (1995b) mukaan maskuliinisuuden liittyminen valtaan tekee siitä kuitenkin epävakaa ja toisista riippuvainen. Valta kun on sidoksissa muihin ihmisiin, sosiaalisiin instituutioihin ja käytäntöihin, jotka tuottavat vallan. (Mt., 30–31.) Maskuliinisen vallan ylläpitämiseksi tarvitaan siis erilaisia kulttuurissa vallitsevia käytäntöjä ja sosiaalisia suhteita koskevia normeja, jotka vahvistavat tätä valtaa. Feminiinisyttä koskevat oletus- ja roolistereotyytiat ovat omiaan vahvistamaan maskuliinista valtaa ja vallan maskuliinisuutta.

Cosmopolitanin käsitys maskuliinisesta vallasta tai vallan maskuliinisuudesta näkyy seuraavassa esimerkissä. C.S.I. Miami televisiosarjan esittelyn (TV-sivun miehet) kuvassa näkyy kolme erilaista maskuliinisen vallan ulottuvuutta. Kuvassa on nainen ja mies. He katsovat ulos kuvasta, mies tarkkaavaisen, nainen mitänsanomattoman näköisenä. Teksti kertoo miehen, Malonen, olevan työpaikkansa johtaja. Myös naisella on virkamerkki, mikä kertoo siitä, että miehellä on ammatillista (tai yhteiskunnallista) määräysvaltaa naiseen. Malonella on käsissään papereita, joiden konnotaatioksi voi lukea sen, että hän on perehtynyt

asiaan, hän ottaa selvää ja pohtii sitten. Mies tekee siis rationaalista ja tärkeää työtä. Naisen kädet ovat puolestaan ristissä, hänellä ei ole papereita kertomassa siitä, että hän ottaisi asioista selvää tai että hän olisi vastuussa jostain. Hän näyttää ristineen kätensä, koska niille ei ole mitään tekemistä. Ristityt kädet voi myös tulkita siten, että nainen toivoo kovasti, että kadonnut henkilö löytyy. Tämä viittaa naisen tunteellisuuteen ja mahdollisesti toiminta- ja päätäntävällän puuttumiseen.

Myös Malonen vyöllä roikkuva ase luo konnotaatioita. Hänellä on siis valtaa, voimaa ja mahdollisuus vastustaa mahdollista väkivallan uhkaa, ja näyttää tämä voimansa myös muille, niin miehille kuin naisillekin. Malonella on siis turpaanvetovoimaa ja valtaa. Naisella ei ole asetta eikä siis valtaakaan. Jos jokin uhkaisi naista, olisi hän riippuvainen siitä, että Malone pelastaa hänet. Malonella on ase, voimaa ja mahdollisuus, naisella ei. Hän on statisti, rekvisiittaa, kaunis nainen, joka vahvistaa Malonen heteroseksuaalisuutta ja maskuliinisuutta. Tässä näkyy mahdollisuus myös seksuaalisen vallan käyttöön.

9.3. Miehen ylemmyys

Kuten naistenlehden genren esittelyssä (ks. luku 4) todettiin, naistenlehti yrittää julistaa naisten kompetenssia. Representoidessaan maskuliinisuutta *Cosmopolitan* näyttää kuitenkin ottavan lähtöoletukseksi miehen paremmuuden ja ylemmyyden. Nyt huomaa, että Anne Yli-Tainio oli osittain oikeassa todetessaan, että naistenlehdet ihailevat miehiä suunnattoman paljon (Yli-Tainio 1987, 62). Tämä ihailu näkyy aineistoni jutuissa siinä, että mies nostetaan korkeammaksi ja ylemmäksi sukupuoleksi. Vaikka jutuissa kerrotaan joistain miesten puutteista ja vioista, niiden merkitys tehdään kuitenkin olemattomaksi vähättelemällä niitä. Parissakin jutussa nousi esiin esimerkiksi oletus miehen piittaamattomuudesta kodin siisteydestä. Diskurssin voimalla miehen puutteet esitetään hänelle tyypillisinä tai maskuliinisuuteen kuuluvina ja siten hyväksyttävänä.

Cosmopolitanin diskurssissa miehet sottaavat, eivätkä puhu tunteistaan, mutta se on hyväksyttävää ja ymmärrettävää, koska miehet vain ovat sellaisia. *Cosmopolitanin* mukaan todennäköisempi riitojen ja ongelmien aiheuttaja on naisen nalkutus kuin miehen puutteet. Yllättävän vanhahtava ja konservatiivinen

havainto on, että *Cosmopolitanin* teksteissä mies todellakin on ideaali, normi, johon naista verrataan.

Erkki Karvonen on tarkastellut artikkelissaan *Uro(s)tekojen anatomiaa* (1988) sitä, miten sankaruutta tuotetaan sankaritaruissa ja miten sankaritarujen ideaalihahmoissa esitetään mieheyden ideaalihahmo. Karvosen mukaan sankaruus määritellään maskuliiniseksi, ja sankarissa kulminoituu maskuliinisuuden ihanteet. Sankaruus saavutetaan ”miehuuskokeilla”. (Mt., 33–34.) Näin ollen sankaritarujen tarkastelusta voidaan kärjistäen todeta, että koska sankaruus on kulttuurituotteissa maskuliinista ja sankaruus on jollakin mittarilla ajateltuna ihmisyyden ideaali, piirtyy myös maskuliinisuus ihmisyyden ideaalina, vaikka sitä ei suoraan sanotakaan. Tämän voi ajatella näkyvän esimerkiksi siinä, että sankaruutta määritellään maskuliinisin määrein. Sankari on urho, uros ja heeros (mt., 34).

Elisabeth Badinterin (1993) mukaan mies on antiikin Kreikasta asti ymmärretty ikään kuin ihmiskunnan täydellisimmäksi edustajaksi (mt., 20). Olisi voinut kuitenkin kuvitella, että 2000-luvulla olisi päästy eroon tuollaisesta toista sukupuolta korostavasta ajattelutavasta ja annettu enemmän tilaa individualismille ja yksilön ominaisuuksille. Aineistostani on kuitenkin luettavissa – paikoin implisiittisesti, osin eksplisiittisesti – maskuliinisuuden ja miesten ylemmyys suhteessa naiseen. Joissain teksteissä miehen ylemmyys siis sanotaan suoraan, toisissa se jää lukijan päättelyn varaan.

Pikkujutuista jauhaminen on vain ajanhaaskausta. – – Suuntaa
ajatuksesi miehen hyviin puoliin. (*Suhteellisen arkista*)

Näin naisen toiminta esitetään turhana ja vähempiarvoisena ja asioista huomauttaminen nalkuttamisena. Esimerkiksi miehen sottaisuus ja välinpitämättömyys esitetään maskuliinisena, ilmiselvänä ja kuin asiaan kuuluvana. Jutussa mies ei todista maskuliinisuuttaan kotia siivoamalla, vaan sillä, että hän pitää naisesta huolta fysiikkansa avulla (hieroo naisen niskaa), on rationaalinen ja älykäs (antaa hyviä neuvoja) ja tuntee vastuunsa (hänellä on aikaa kuunnella). Kehujen merkitystä korostavasta kohdasta voi lukea sen, että nainen huomauttelee, ”narisee” ja ”jauhaa” vähäpätöisistä asioista. Naiselle tehdään selväksi, että miehessä ei suurta vikaa ole, vaan se, että nainen valittaa

vähäpätöisistä asioista on esteenä sille, että naisen ja viattoman miehen suhde ei pääse puhkeamaan täyteen kukkaansa.

Neuvojaan lukijoille jakava Kurtz huomauttaa eräässä kohtaa parisuhteensa tulevaisuutta puntaroivalle miehelle tämän tyttöystävästä, että ”häinkin saattaa tavata jonkun uuden” (*Mies kysyy*). Tyttöystävän oletetaan kuitenkin pysyttelevän suhteellisen uskollisena miehelle. Ja jälleen esitetään, että on naisen vika, jos suhde kaatuu siihen, ettei tämä ymmärrä, mitä mies tarvitsee, haluaa tai hänen täytyy luonnostaan tehdä. Koska mies on ikään kuin naista ylempänä, hän tietää, miten tulee toimia. Jos seurauksena on jotain ikävää, ei syy ole miehessä.

Äläkä syytä ketään, edes itseäsi, jos tyttöystäväsi ei toivota sinua tervetulleeksi takaisin. (*Mies kysyy*)

Cosmopolitanissa pojat ovat poikia, eikä heissä suurta vikaa ole. Vika ei löydy miehestä, vaan naisesta. Miehen pinnistely ja pyrkiminen naista korkeampaan asemaan näkyy siinä, että mies esitetään osittain tyytymättömäksi ja kyltymättömäksi.

”– – poikakaverilleni on tullut jonkinlainen ahdistus tekemättömyydestä. Koko ajan pitäisi olla jotain ohjelmaa ja menoa. Minulle hänen ahdistuksensa aiheuttaa hirveitä paineita, kun yritän koko ajan keksiä jotain *mielekästä* tekemistä, ettei hän tylsistyisi” (*Suhteellisen arkista*, kursivointi PP.)

Miehen oletetaan kaiken aikaa olevan pyrkimässä eteenpäin. Hänelle ei tunnu kotielämä riittävän tai tarjoavan tarpeeksi haasteita. *Mielekästä*-sana tuo mieleen, että nainen ei ole tyytymätön epämielekkääseen tai turhaan tekemiseen, yksityiseen elämään kuuluvaan kotona olemiseen, mutta mies tarvitsee nimenomaan *mielekästä* eli haasteellista ja tärkeää tekemistä. Tästä voidaan päätellä, että naisellinen toiminta, tässä kotona oleminen, on vastakohta maskuliiniselle ideaalitoiminnalle, eli mielekkäälle tekemiselle. Erkki Karvosen (1988) mukaan sankarin miehekkyyttä piirretään esiin sankaritaruissa kontrastoimalla miestä ja hänen miehekkyyttään naisellisuuteen ja naisiin (mt., 42).

Paikoin mies kuvataan aineistossani suorin sanoin naista ylempänä olevaksi. Esimerkiksi jutussa *Kuutamotariffi* nainen tekee jotain, minkä huvittavuus ja

naurettavuus määräytyy suhteessa miehen toimintaan. Mies käyttäytyy hyvin, nainen koheltaa. Mies osaa keskustella älykkäästi ravintolassa, nainen tarvitsee muistilaput. Mies ei soita, mutta nainen suostuu odottamaan. Naisen ja miehen välinen hierarkkinen järjestys näkyy seuraavassa lainauksessa:

Jos miehet ovat mahdottomia, ei naisillakaan aina ole kaikki kotona. (*Kuutamotariffi*)

Silmiinpistävää tässä kommentissa on se, että vaikka näennäisesti lainaus puhuu naisten puolesta, on viesti syvemmällä tarkastelulla toinen. *Miehet ovat mahdottomia* viittaa siihen, että miehet ovat jollekin, tässä tapauksessa naisille, mahdottomia. Heitä ei joko ymmärretä tai heidän toimintansa nimetään järjettömäksi, kesyttämättömäksi tai sopimattomaksi. ”Mahdoton” viittaa siis siihen, että kyseessä on tulkinta, jonkun tekemä päätelmä. Mahdoton voi olla vain suhteessa johonkin tai jonkun kokemana. *Ei naisillakaan ole aina kaikki kotona* viittaa tosiasiaan, että naiset eivät ole aina kovinkaan täysijärkisiä. Tämä esitetään ikään kuin faktana, eikä kenenkään näkökulmasta tai tulkitsemana. Näin ollen miehet voivat olla (naisten mielestä) mahdottomia, mutta tosiasia on, että naiset ovat toisinaan vähäjärkisiä tai -älyisiä. Näin naiset esitetään väkisin jonkin verran miesten alapuolella oleviksi. Miehet ovat *Cosmopolitanissa* se ylempi sukupuoli, johon naisten toiminta suhteutetaan ja johon sitä verrataan.

9.4. Miehinen epävarmuus

Cosmopolitanissa mies esitetään yhtäältä ehdottomana vallanpitäjänä, supersankarirakastajana ja naista ylempänä ihmisenä. Toisaalta korostetaan kuitenkin miehen epävarmuutta oman itsensä, toimintansa, ulkonäkönsä ja maskuliinisuutensa suhteen. Mies, jonka halutaan ottavan ohjat käsiinsä, käskevän ja pärjäävän, näyttääkin siis toisaalta epävarmalta ja muista riippuvaiselta olennotta. Monissa jutuissa tämä epävarmuuden diskurssi on eksplisiittinen, eikä sitä tarvitse hakea rivien välistä tai konnotaatioista, vaan se tuodaan suoraan esiin. Tämä diskurssi on valtdiskurssiin ja heteroseksismin ohella hyvin tärkeä varsinkin flirttivinkkejä tarjoavassa jutussa (*Virtuoosin 50 flirttivinkkiä*). Tekstissä naista suoranaisesti kehoitetaan imartelemaan miestä. Jutun perusteella miehen on kaiken aikaa saatava tietää oma pätevyytensä, haluttavuutensa ja ylemmyytensä muihin miehiin verrattuna, koska näiden oletetaan kaiken aikaa vertaavan itseään

muihin miehiin ja kilpailevan heidän kanssaan. Miehen oletettu epävarmuus itsestään otetaan annettuna.

Miehet haluavat usein kuulla nimensä mainittavan – kutsu häntä etunimellä keskustelun lomassa muutaman kerran, jotta hän tietää olevansa ihastuksesi kohde.

Ota hänestä valokuva ja sano, että tarvitset todisteen siitä, että olet bongannut kaupungin seksikkäimmän miehen.

Kerro komistukselle vaatekaupassa, että hänen sovittamansa housut näyttävät hyvältä hänen päällään. (*Virtuoosin 50 flirttivinkkiä*)

Miehen oletetaan tarvitsevan, kättävän ja janoavan naisen kehuja. Jutun kirjoittaja olettaa, että mies tarvitsee naista tunteakseen itsensä maskuliiniseksi, se ei onnistu ilman naisen kehuja aiheuttamaa ylpeyttä tai naisen miehelle tarjoamaa pätemispaikkaa.

Mies haluaa tuntea itsensä miehekkääksi, eikä se onnistu, jos esiinnyt joka alan asiantuntijana. Anna miehen osoittaa pätevyytensä, ja testosteroni alkaa taas virrata kohisten. (*Suhteellisen arkista*)

Esimerkiksi asiantuntijuus on siis varattu miehille, neuvojen kysyminen on feminiinistä, niiden antaminen maskuliinista. Naisen on kaiken aikaa oltava valmis tarjoamaan kehujaan, jotta mies tuntisi itsensä riittävän maskuliiniseksi. Huomionarvoista tässä oletetussa miehisessä epävarmuudessa on, miten se kietoutuu muihin diskursseihin, etenkin valta- ja ylemmyysdiskurssiin. Mies on naista yhteiskunnassa ehkä naista useammin asiantuntija- tai esimiesasemassa. Saadessaan itseään palvovalta naiselta kehuja, tuntee mies olevansa tätä ylempänä, mikä poistaa epävarmuutta. Kehumalla epävarmaksi oletettua miestä nainen automaattisesti omaksuu vähäpätöisemmän ja vähäarvoisemman sukupuolen aseman. Tämä näkyy esimerkiksi juuri siinä, että nainen ei saa olla neuvojen tai asiantuntevan tiedon lähde, vaan naisen tulee olla tai ainakin esittää olevansa riippuvainen miehen neuvoista tai osaamisesta, koska näin voidaan poistaa miehinen epävarmuus ja oikeuttaa miehen paikka ylempänä ja valtaapitävänä sukupuolena. Kehä vaikuttaa loputtomalta.

Oletettu miehinen epävarmuus voi koskea kaikkia edellä esiteltyjä diskursseja: mies voi olla epävarma omasta seksuaalisesta kompetenssistaan, valtaapitävästä tai ylemmästä asemastaan. *Ei oo, ei tuu...* -jutun mukaan miehen epävarmuus omasta ulkonäöstä voi vähentää seksihaluja. Miehen kerrotaan epäilevän jopa omaa maskuliinisuuttaan.

Hän voi kokea itsensä epävarmaksi tietäessään, ettei tyydytä sinua. (*Ei oo, ei tuu...*)

Vastatessaan kehuillaan miehen epävarmuuteen jo ennen kuin mies on sitä edes suoraan ilmaissut, nainen saa miehensä ja itsensä vakuutetuksi miehen maskuliinisuudesta, koska tämä täyttää kaikki maskuliinisuuteen kohdistetut odotukset. Ja kun nainen saa miehen tuntemaan itsensä tarpeeksi maskuliiniseksi, on mies valmis palkitsemaan naisen itsetuntonsa ja -kunnioituksensa nostamisesta. Naisen on myös silitettävä miestä vastakarvaan, jotta tämä ei vain hermostuisi tai suuttuisi. Mies tarvitsee maskuliinisuudestaan vakuuttelua kaiken aikaa, ja naisen on ehdoitta seistävä miehensä rinnalla.

Täytyä sen sijaan kotinne kehuilla, kun hän tekee jotain kilttiä tai mukavaa.

Kun heität negatiivisen narinasi menemään ja alat ylistää kumppaniasi, suhteeseen tulee uutta yhteenkuuluvuutta. (*Suhteellisen arkista*)

Kun mies päästetään itse puhumaan, epävarmuus kohdistuu hänen ammattiinsa. Tämä näkyy esimerkiksi Jimi Pääkallon haastattelussa (*Pääkallo paikalla*), jossa nuori mies pohtii ääneen oman musisointinsa kannattavuutta ja sitä, miten hän ei tiedä mitään näyttelemisestä. *Cosmopolitanissa* tuotetussa representaatiossa Jimi Pääkallo on todella epävarma itsestään, maskuliinisuudestaan ja musiikillisesta pätevydestään, kuten suorista lainauksista käy ilmi. Toimittaja tuntuu lainanneen juuri sellaiset kohdat ja kommentit, joissa tämä epävarmuus näkyy.

”Kaikkihan ne aina vertaavat itseään toisiin ihmisiin... Olen tullut siihen tulokseen, että tätä kannattaa jatkaa. Mutta ei mun kenkiini pidä haluta, sillä ne ovat hikiset.”

”Näyttelemisestä en tiedä mitään.” (*Pääkallo paikalla*)

Itsevarmuuden puute näkyy myös siinä, että Pääkallo tunnustaa vertaavansa itseään muihin. Mutta ei kuitenkaan kerro keneen. Vertaako hän itseään muihin musiikkiin, maskuliinisuuteen vai ulkomuotoon liittyvissä asioissa? Mies on selvästi ainakin joutunut vertaamaan musiikkiaan muiden tuotantoon ja todella vakavasti pohtimaan oman toimintansa kannattavuutta. Mutta mies huomauttaa, että häntä ei kannata kadehtia, hänen hikisiin – kenties räpiköiviin ja ponnisteleviin – kenkiinsä ei kannata haluta. Kuvaa miehen epävarmuudesta itsensä suhteen lisäävät myös toimittajan miehestä tekemät määrittelyt. Toimittaja huomauttaa Jimin – ikään kuin pikku-Jimin – kommentoivan empivästi. Ei suinkaan esimerkiksi vitsaillen tai vakuuttaen. Aineistoni toisessa haastattelussa (*Tuhansien läppien mies*) selvältä vaikuttava epävarmuus paljastuukin tarkalla lukemisella itsevarmuudeksi ja oman arvon tuntemiseksi. Kohdassa jossa esitellään W-tyyli ohjelmaa ja kerrotaan sen olevan parodia talk show'n tekemisestä, Wickström toteaa:

”En ole ollut aikaisemmin telkkarissa. Minulla ei ole toimittajan kokemusta, enkä osaa edes suomea kovin hyvin. Se on mielestäni jo aika huvittavaa.” (*Tuhansien läppien mies*)

Tässä kokemattomuus toimittajana, televisiotyön kokemuksen ja kielitaidon puute eivät viittaakaan siihen, että Wickströmiltä puuttuisi joku taito, vaan tällä korostetaan sitä, että jo ohjelman lähtöajatus on huvittava. Stand up -koomikon tarkoitus on huvittaa ihmisiä. André Wickströmin mukaan se, että hän on tv-työhön kokematon ja puhuu huonoa suomea, on huvittavaa, eli hän tunnustaa osaavansa ammattinsa eli ihmisten hauskuttamisen ja huvittamisen.

Naisten kirjoittamissa teksteissä, kuten flirttivinkeissä ja mielipidekirjoituksissa miehen epävarmuuden oletetaan koskevan häntä kokonaisuutena, niin toimintaa kuin ulkonäköäkin. Mutta miksi epävarmuus-diskurssi on *Cosmopolitanissa* niin voimakas? Eikö voisi ajatella, että valtaapitävät ja menestyvät Cosmo-miehet olisivat myös varmoja itsestään? Eikö oletetun maskuliinisen epävarmuuden voisi ajatella tarjoavan naisille uudenlaisia valta-asemia? Miksi miehen epävarmuutta kuitenkin käytetään muiden diskurssien, esimerkiksi maskuliinisen vallan tai miehen ylemmyyden pönkittämiseen?

Jorma Sipilä (1994) huomauttaa, että koska maskuliinisuus ja sen miehiin kohdistamat odotukset ovat usein ideaaleja ja monien saavuttamattomissa, monet miehet tuntevat itsensä maskuliinisuudessaan riittämättömiksi. Vain harva mies kun kykenee täyttämään mallimaskuliinin normit. (Mt., 22.)

Stephen Frosh (1994) puolestaan toteaa, että mies ei voi koskaan tietää, onko hänen kykynsä tai hän itse riittävä. Epävarmuus ja tieto siitä, että itse on kaukana ihanteesta, saattaa miehen pakkomielteiseen ja mahdottomaan etsintään. Tuon etsinnän kohteena on aidosti haluttava ja kykenevä fallos. (Mt., 75.) Mutta miksi *Cosmopolitanin* mukaan miehen maskuliinisuuden vahvistaminen ja epävarmuuden poistaminen ovat naisen tehtäviä?

9.5. Homososiaalisuus ja kilpailu

Tämän diskurssin voi nimetä ystävyys- tai homososiaalisuus-diskurssiksi. Se pitää sisällään miesten keskinäisen ystävyyden tai muunlaiset sosiaaliset suhteet, joita hallitsevat kilpailu ja siitä johtuva jatkuva pinnistely. Monien teorioiden mukaan miehet vertaavat itseään, tekemisiään ja maskuliinisuuttaan kaiken aikaa muihin miehiin (ks. esim. Lehtonen 1995b, 36; Kimmel 1996, 7). Miehillä ei siis riitä, että he itse tai vaikkapa seurustelukumppanit ovat tyytyväisiä heidän maskuliinisuuteensa, vaan hyväksyntää täytyy hakea myös muilta miehiltä.

Cosmopolitanissa miehen toimintaa verrataan muihin miehiin ja yleistämällä luodaan eläimellisen toiminnan hyväksyttävyyttä. Kun kukaan mies ei voi vastustaa, ei keneenkään tarvitse edes yrittää. Kun yksi mies sotkee, niin kaikki muutkin saavat. Monesti miehet esitetään myös kollektiivina, vaikka paikalla olisikin vain yksi mies.

Nainen statussymbolina

Miesten keskinäisessä eli homososiaalisessa ympäristössä ajatellaan kilpailtavan kaikista – työmenestyksestä, urheilusuorituksista ja valloituksista. Naisen osaksi miesten välisissä sosiaalisissa suhteissa eli homososiaalisuudessa jää vaihtoarvo (Soikkeli 1996, 20): Homososiaalisessa toveruudessa heteromiehet kun kilpailevat sillä, kuka on uroista korkein ja heteroista valtaapitävin, kuka on saanut pyydystetyksi naisista naisellisimman. Markku Soikkelin (1996) mukaan

kilpailu naisista voi olla homososiaalista, ja se voi kertoa oikeastaan epäsuorasti kahden miehen suhteesta. ”Heterorakkautta kuvaava kertomus käsittelee siis epäsuorasti herrojen X ja Y homososiaalista suhdetta.” (Mt., 20.) Naisten rooli miesten välisenä vaihtoarvona tai miesten statussymbolina näkyy esimerkiksi jutussa *Miehen mielestä*, jossa miehet kertovat, miten heidän naisensa ovat yllättäneet heidät.

”Hankki silmälasit ja oli lateksiessu yllä, kun tulin kotiin.”

”Herätti suuseksillä. Erinomainen aamunalku.” (*Miehen mielestä*)

Kommenteista paistaa selvästi läpi miesten keskinäinen homososiaalinen kilpailu. Miehet ovat ylpeitä siitä, että heidän naisensa on tehnyt jotain sellaista, joka varmaankin saa vaikutteita jostain stereotyyppisinä pidettyjen heteroseksifantasioiden, pornofilmien ja miehisten saunajuttujen maailmasta. Miehet kertovat, kuinka heidän naisensa antautuvat tai näkevät vaivaa heidän miellyttämisekseen. Heillä on siis muiden miehen mielestä hyvä nainen ja voi käyttää tähän myös valtaansa. Voi myös ajatella, että kommenteillaan miehet yrittävät vihjata rakastajantaitoihinsa ja siten maskuliinisuuteensa. Se, miten naisia käytetään miehen maskuliinisuuden pönkittäjinä ja keskinäisen kilpailun välineinä tai välikappaleina näkyy myös siinä, miten tekstit korostavat miehen ”luontaista” saalistajaluonnetta ja halua naisten valloitukseen. Miesten kerrotaan pitävän siitä, että naiset liikkuvat ilman heitä ja ovat mahdollisesti muiden miesten ihailevien katseiden ja mahdollisesti myös valloitusyritysten kohteina.

Kun liikut ilman miestä, hän saattaa kuvitella, että jokainen vastaan tuleva kaksilahkeinen yrittää iskeä sinut. (*Suhteellisen arkista*)

Näin mies voivat verrata maskuliinisuuttaan niihin miehiin, jotka katselevat juuri hänen naistaan ja tuntee ylemmydentunnetta siitä, että muidenkin miesten haluama nainen on hänen, hänen omansa, hänen määräysvallassaan.

”Tykkään siitä, että tyttöystäväni harrastaa kalliokiipeilyä kuntosaliporukan kanssa. Suurin osa ryhmäläisistä on miehiä, ja mietinkin usein, ovatko he ihastuneita tyttöystävääni. – – ” (*Suhteellisen arkista*)

Tämän diskurssin mukaan miehen mielenkiinto naista kohtaan ja hänen miellyttävä käytöksensä palautuvat, jos eteen tulee tilaisuus, jossa mies ei voi pitää naista itsestäänselvyytenä. Tällöin Cosmo-miehen täytyy kilpailla naisesta mahdollisesti muita miehiä vastaan ja todistaa oma maskuliinisuutensa hurmaamalla naisen muilta miehiltä. Miehen haluun metsästää tai valloittaa muita naisia ja pitää näitä vain seksikumppaneina viittaavat myös kommentit ”villistä sinkkuelämästä” ja ”minulla ei ole kiinnostusta alkaa seurustella jonkun toisen kanssa” (*Mies kysyy*). Mies haluaa siis vapautua parisuhteesta, olla villi ja vapaa. Hän ei kuitenkaan halua olla täysin yksinään, mihin viittaa se, että hän ei halua ”menettää” tyttöystävänsä. Miehen mielessä jossain tulevaisuudessa hämmäyttävä ajatus avioliitosta tuntuu väistämättömältä, mutta sitä ennen hänen täytyy saada käyttäytyä miehelle ”tyypilliseen tapaan” ja hankkia kokemuksia muistakin naisista. Mies haluaa siis varmistaa valtansa ainakin yhteen naiseen, mutta myös kilpailla vallankäytöstä ja valloituksista muiden kanssa.

Naista käytetään miehen keskinäisen maskuliinisuusmittelön välineenä jutussa, jossa kerrotaan Unelmien poikamiestyttö -TV-sarjasta. Siinä lukuisat miehet yrittävät valloittaa naisen. Tekstin mukaan ”Naisen huomiosta on taisteltava”, mutta tekstin merkitykset huomioon ottaen miehet taistelevat enemmän toisiaan vastaan kuin varsinaisesti naisen huomiosta. Miesten ammatit ovat fyysisiä, joten heidän välilleen voi ajatella helposti syntyvän kilpailua fyysisistä voimista, maskuliinisuudesta ja paikoista miesten keskinäisessä valtahierarkiassa. Käsitteitä fyysisen koon ja maskuliinisuuden yhteydestä käsitteelin jo luvussa 9.2. Maskuliininen valta.

Homososiaalisuus ja miesten ryhmittymisen näkyminen selvästi *Virtuoosin 50 flirttivinkkiä* -jutun kuvassa. Keskellä kuvaa on nainen, joka pitää kättään häntä lähellä olevan, selkensä kameran kääntäneen miehen kaulalla. Naisen takana on kaksi miestä, jotka katsovat kohti pariskuntaa. Nainen katsoo ikään kuin ulos kuvasta. Naisen kanssa kasvokkain olevan miehen voi tulkita katsovan naista, mutta myös naisen takana olevaa miestä. Naisen takana olevan miehen katse löytää kuvassa ikään kuin naisen seurassa olevan miehen katseen, jolloin näiden miesten välille syntyy yhteys.

Vaikka kuvan denotaatio on, että yksi nainen on yhden miehen seurassa, tarkemmalla tarkastelulla huomaa, että konnotaatio kertoo aivan muuta. Naisen selkäpuolella olevien miesten ilmeet ovat tyytyväiset, ehkä hieman viekkaatkin. Näin ne eivät kerro siitä, että he olisivat kateellisia naisen seurassa olevalle miehelle, vaan ikään kuin tämän tukena. Koska naisen seurassa oleva mies on voittanut kilpailun naisten huomiosta, hän on sillä hetkellä miehistä maskuliinisempi, alfa-urossa, jota muut miehet kunnioittavat. Toisaalta naisen takana olevan miehen tyytyväisen ilmeen ja katsekontaktin voi tulkita kilpailukutsuna. Tätä tulkintaa tukee se, että nainen ei katso yhteenkään kuvassa näkyvistä miehistä. Naista lähinnä oleva mies ei olekaan voittanut naisen huomiota täysin, joten peli on avoinna muillekin miehille.

Kun mikään ei riitä – jatkuvasta pinnistelystä

Cosmopolitanin miehet eivät kilpaile maskuliinisuudesta vain suhteessa naisten valloittamiseen, urheiluun tai ammatilliseen menestykseen. Kilpailu ja paremmuuteen pinnistely on läsnä myös niissä tilanteissa, joissa on ensi näkemältä läsnä vain kaksi ihmistä, mies ja nainen. Kilpailun kannalta herkullinen on lainaus, jota käsitelin jo heteroseksuaalisuuden yhteydessä:

Skorpioni nostattaa miehesi himot ennenkuulumattomiin korkeuksiin, ja rakastelusta tulee hänelle extreme-laji. Hän on valmis mihin tahansa –. (*Miehesi tähtikartta*)

Lainauksesta saa kuvan, että sängyssä ei ole samalla kertaa vain mies ja nainen, vaan myös kaikki molempien entiset seksikumppanit ja ystävät. ”Ennenkuulumattomiin korkeuksiin” viittaa asiaan, josta ei ole kumpikaan kuullut puhuttavan edes kavereiltaan.

Pinnistely ja kilpailu yhtyvät liittyvät tässä diskurssissa kysymykseen vallanjaosta ja -käytöstä. *Miehen mielestä* -jutun lähtöoletus on, että mies tekee tavallisesti aloitteen naisen ja miehen välisessä suhteessa. Jutun miestä kuvataan oletuksella jatkuvasta haasteiden ja jonkin uuden saavuttamisen tarpeesta, joka voi onnistua vain äärimmäisellä tai ainakin jatkuvalla pinnistelyllä. Tämä näkyy esimerkiksi siinä, että itsevarmojen naisten kerrotaan tuovan miehille haastetta makuuhuoneessa kuin sen ulkopuolellakin. Haasteen voi nähdä jonkinlaisena

vastalauseena miehisen vallan itsestään selvälle ylivallalle. Haasteellisuus tarkoittaa sitä, että miehen täytyy pinnistellä pystyäkseen osoittamaan valtaansa naisia mutta myös toisia miehiä kohtaan.

Cosmopolitanin mukaan miehet tarvitsevat homososiaaliset ympäristönsä, joissa voivat verrata itseään muihin miehiin. Näitä tilanteita luodaan esimerkiksi mielipidekirjoituksissa ja neuvontapalstoilla, jotta miesten välinen kilpailutilanne olisi mahdollinen. Naisen toteuttaessa saamiaan flirttivinkkejä kuvitelluissa tilanteissa on useasti paikalla useampi mies, mutta ei muita naisia (*Virtuoosin 50 flirttivinkkiä*). Oletus miesten välisestä ammatillisesta kilpailusta näkyy myös siinä, että epävarma artisti (*Pääkallo paikalla*) myöntää vertaavansa itseään muihin. Stand up -koomikoiden välillä ei vielä kilpailua synny ilmeisesti sen takia, että yrittäjiä tai miehiä on alalla niin vähän. Miehen ja naisen välisen ammatillisen kilpailun mahdollisuus puolestaan suljetaan pois vaikenemalla siitä täysin (*Tuhansien läppiin mies*).

Me vastaan muut -asettelu tulee vastaan kun verrataan oman ryhmän maskuliinisuutta muihin vastaavanlaisiin ryhmiin. Valtahierarkioita muodostetaan oman ryhmän sisällä ja suhteessa muihin ryhmiin. Laulaja Siiri Nordin kertoo, miten nainen voi olla niin maskuliinisen kilpailun vaihtoarvo ja miehisyysden statussymboli, mutta myös kilpailun väline.

Pojat tosin suhtautuvat häiriköihin veljellisen suojelevasti.
(Naisten miehet: *Siiri & tuhmat pojat*)

Tässä naiseen veljellisesti suhtautuvat bändin jäsenet eivät yritä valloittaa Siiriä maskuliinisuudellaan, vaan he haluavat ikään kuin pelastaa tämän häiriköiltä ja siten todistavat maskuliinisuuttaan suhteessa muihin miehiin eli häiriköihin. Esimerkiksi poikajengit laitetaan vertailemaan maskuliinisuuksiaan taistelemalla työskentelytilasta, jonkin alueen hallinnasta (*Kultaista hiekkaa*). Se, joka hallitsee aluetta, jolla on valtaa, on hierarkian huipulla. Kuvaavaa tässä kilpailussa on se, että pahojen poikien eli houssiniéreläispoikien ilmaantuessa paikalle isokokoisimman heistä kerrotaan puhuttelevan vastapuolella olevaa poikaa käskevällä äänellä. Miehen fyysisen koon kerrotaan korreloivan hänen auktoriteettinsa ja maskuliinisuutensa kanssa.

Kilpailu näyttää sävyttävän kaikkea miestenvälistä tai maskuliinisenä pidettyä toimintaa, oli kyse sitten seksuaalisesta kanssakäymisestä tai urheilusta. *Cosmopolitanissa* toimittajat näyttävät ujuttavan tämän diskurssin teksteihin ja luovan miesten välisiä vastakkainasetteluja vaikka väkisin.

9.6. Poikkeavat maskuliinisuudet

Poikkeaviksi maskuliinisuuksi määrittelen sellaiset, jotka selvästi eroavat esimerkiksi hegemonisen maskuliinisuusteorian sisältämistä normeista. Tällaisia voitaisiin ajatella olevan vaikka homoseksuaalien, naismaskuliinien tai muuten alisteisten tai marginaalisten maskuliinisuusryhmien. Edellytyksenä sille, että nämä poikkeavat maskuliinisuuden representaatiot on otettu mukaan tähän luokkaan on se, että poikkeavuuden tulee olla eksplisiittistä eli se tulee jotenkin olla tehtynä selväksi diskurssin tasolla, joko kuvallisina tai kielellisinä esityksinä.

Jutussa *Pääkallo paikalla* Jimi Pääkallon korostetaan toistuvasti olevan mies. Alaotsikossa vakuutetaan, että ”Technicolourin nokkamies kiistää olevansa pelimies.” Arto Jokisen määritelmän mukaan pelimies on puhekielen sana ja tarkoittaa miestä, joka osaa flirttailla ja vietellä naisia. Pelimies myös harrastaa irtosuhteita ja kerskuu seksiseikkailuillaan. (Mt. 2003, 122.) Pelimies-nokkamies yhdistelmän luomien merkitysten avulla Pääkallo on pomo, johtaja (nokkamies), joka kohtelee naisia hyvin. Mies-pelimies-nokkamies -tautologia tunkee väkisin läpi, ja sillä yritetään ikään kuin kumota niitä konnotaatioita ja tulkintoja, joita laihasta, pitkähiuksisesta ja koruihin sonnustautuneesta mutrusuupojasta – poikkeavasta miehestä – muuten tulee mieleen. Mutta mies joka tapauksessa. Miestä myös kuvaillaan laiskan seksikkääksi, mikä ei ole tavanomainen tapa kuvailla miehen seksikkyyttä. Maskuliininen seksuaalisuus kuvataan usein pinnistelyksi, ottamiseksi, tahtomiseksi. Laiska tai passiivinen seksikkyys on feminiinistä, eli se voi leimautua kulttuurissamme myös homoseksuaaliseksi. Toimittaja pyrkii väkisin vakuuttamaan, että mies täyttää ainakin osan kulttuurissamme miehiin kohdistuvista odotuksista. Hän on rokkitähti, siis alallaan menestynyt. Itse Pääkallo ei puhu menestyksestä lainkaan. Toimittaja rakentaa Pääkallosta myös toiminnan miehen -kuvaa.

Laiskaksi Jimiä ei voi syyttää. Nuorimies tekee jo uusia biisejä, vaikka Technicolourin levy on uunituore. Täydelliseen päiväänkin kuuluisi alkuillasta soitettava keikka kesäfestareilla, jotta Jimi todella tuntisi tehneensä jotain. (*Pääkallo paikalla*)

Toimittaja kertoo Pääkallon täyttävän odotuksen, jonka mukaan maskuliiniseksi laskettavan henkilön on oltava kaiken aikaa aktiivinen, pyrittävä ja pinnisteltävä eteenpäin. Pääkallon puheesta poimitut suorat lainaukset kuitenkin kyseenalaistavat sen, täyttääkö hän maskuliinisuuteen kohdistuvia odotuksia:

”Uplifting... Miten sen nyt kääntäisi? Mieltä ylentävää? No, joka tapauksessa Technicolour on sellaista sydän karkaa rinnasta -rokkia.” (*Pääkallo paikalla*)

Toisin kuin maskuliinisiin odotuksiin sopii, Pääkallo puhuu musiikistaan tunteikkaasti ja hellästi. Kun kuuntelee Technicolourin musiikkia, ei tule hyviä fiiliksiä tai meininkiä, vaan *sydän karkaa rinnasta*. Toimittaja huomaa tämän ja hän kirjoittaakin miehen *maalailevan*, ei suinkaan toteavan, sanovan, jyrähtävän tai kuvailevan. Toimittajan ja Pääkallon sanavalinnat viittaavat tavallisesti naisellisiin pidettyihin ominaisuuksiin, kuten tunteellisuuteen.

”En osaa dokata. Tai osaan, mutta en dokaa niin paljon kuin keskiverto Suomi-poppari.” (*Pääkallo paikalla*)

Tässä kommentissa Pääkallo vertaa itseään Suomi-rokkareista tai -poppareista vallitsevaan kuvaan, jonka mukaan takahuoneissa, keikkabusseissa ja tauoilla juodaan rankan ammatin vaatimusten mukaisesti. Sen enempiä toimittaja ei kysele, miksi Pääkallo ei juo. Hänen vain kerrotaan käyttävän vapaa-aikansa lukemiseen tai elokuvien katselemiseen. Pääkallon poikkeavuus tuodaan esiin sillä, että häntä puolustellaan ja hänen puolestaan selitellään.

Hegemonisen maskuliinisuuden mallista poikkeava seikka tulee esiin myös seuraavassa kommentissa:

”Rakastamme poikaystäväni kanssa koiria. Käymme usein yhdessä koiranäyttelyissä, eivätkä ystävät tajua intoamme.” (*Suhteellisen arkista*)

Tässä mies toimii vastoin hänelle luotuja odotuksia ja innostuu lemmikkieläimistä ja koiranäyttelyistä, joiden voidaan ajatella olevan ”tyttöjen juttuja”.

Hegemonisen maskuliinisuuden normeista poikkeaminen ja tietoisuus siitä tehdään kuitenkin näkyväksi kohdassa, jossa kerrotaan ystävien kummastelevan pariskunnan eli oikeammin miehen innostusta koiranäyttelyihin. Pariskunnan ympäristö on tietoinen miehen toimintaan kohdistuvista odotuksista. Sanavalinnalla poikkeavaksi mies tehdään myös eräässä lukijan kirjeessä.

”Kiitos ihanasta pin up -poju Kylestä!” (*Cosmoposti*)

Lainauksessa näkyy se, että kun mies esiintyy pin up -kuvilla, häneen viitataan sanalla *poju*. Poju taas tuo väkisinkin mieleen nuoruuden ja keskenkasvuisuuden. Tämä taas viittaa siihen, että komeasta ulkonäöstään huolimatta mies ei ole vielä aivan täysin kypsynyt. Voi olla, että se tosiasia, että mies poseeraa kameralle ja on naisen arvosteltavana on kuitenkin jokseenkin uusi rooli miehelle, joten toiminta herättää kysymyksiä miehen uskottavuudesta ja maskuliinisuudesta. Tämän takia mieheen viitataan alentavasti.

Feminiinisinä pidettyjen piirteiden tai uudenlaisen ”herkän maskuliinisuuden” takia jollain tavalla poikkeavaksi tehdään myös muusikko Anssi Kela (*Musiikkisivun miehet*). Kelan levyn esittelyssä kerrotaan vaikutelman olevan ”seestynyt ja leppoisa” ja ”runollisessa tunnelmoinnissa riittää kuuntelemista”. Levyn tekstien ei kuitenkaan kerrota puhuvan naisista, eikä Kelan yksityiselämän sattumuksiin ei puututa niin kuin sivulla julkaistussa Jane’s Addictionin levyn esittelyssä. Huomautus siitä, että leppoisa tunnelma ei kuitenkaan tarkoita hampaattomuutta, kumoo mielikuvan, että Kela olisi tunnelmallisia lauluja tekevä kiltti, naisellinen suomirokkari. Tekstissä tuotetaan Kelasta poikkeavaa ja ristiriitaista maskuliinia. Toisaalta feminiinisyys ja tunteellisuus ovat ristiriidassa sen kanssa, että toimittaja yrittää puolustella Kelan ”oikeanlaista” ja perinteistä maskuliinisuutta. Mikko Penttilän mukaan miehen tunteellinen keikistely voidaan joissain tapauksissa tulkita naistenmiesmäiseksi, eikä niinkään naismäiseksi.

Näennäisen herkkyyden voikin tulkita piirteistä miehisimmän, *potenssin* osoitukseksi. (Mt. 1999, 24. Kursivointi PP.)

Se, että toimittaja kertoo Kelan levyllä soitettavan ”oikeasti”, laulettavan vanhoista kavereista ja fajjan haamusta, viittaa maskuliinisina pidettyihin piirteisiin. Voidaan ajatella, että Kela tai laulun minä vertaa itseään

homososiaaliseen yhteisöön eli vanhoihin kavereihin ja sitten maskuliinisesti pidettyyn tyyliin vertaa saavutuksiaan näiden saavutuksiin. Onko hän päässyt tarpeeksi pitkälle verrattuna muihin? Kohtaaminen faijan haamun kanssa voi puolestaan viitata siihen, että esimerkiksi Soikkelin (1996) mukaan isän rooli on voimakkain maskuliininen rooli, jota mies tavoittelee (mt., 21). Vaikka levyarvostelussa ei laulun henkilön ja isän haamun tapaamisesta kerrotakaan sen tarkemmin, voidaan ajatella, että poika hyväksyttää omaa maskuliinisuuttaan isänsä kautta. Koska isä on korkein maskuliininen rooli, voi jokaiselle miehelle oma isä olla tärkein suunnannäyttävä ja ”tuomari” maskuliinisuuden arvottamisessa. Oletettavasti pojan ja isän haamun tapaamisessa on keskusteltu siitä, miten poika on pärjännyt elämässään, eikä suoranaisesti siitä, onko poika maskuliininen vai ei. Onko hänellä kenties uraa, perhettä, ystäviä? Onko hän tehnyt oikeita, rationaalisia valintoja? Onko hän siis täyttänyt hegemonisen maskuliinisuuden merkkejä?

Poikkeavaksi on tehty myös *Suolaista hiekkaa* -jutun nuori Damien. Hänet kuvataan tummasilmäiseksi, nahkatakiseksi ja tupakkaa tupruttelevaksi. Hänen maskuliinisuuttaan nakertaa uskottavuuden puute:

– – tummasilmäinen nahkatakkinen nuorukainen, joka poltteli tupakkaa, uhmamielessä kai, koska ei näyttänyt nauttivan siitä.
(*Suolaista hiekkaa*)

Vaikka nuorukainen yrittää esittää kovaa ja karkeata mieshahmoa, hän epäonnistuu siinä ehkä nuoruutensa takia. Hänen maskuliinisuutensa esitetään kypsymättömänä ja villinä, esimerkiksi väkivaltaisuuksina, joka viedään kuitenkin askeleen liian pitkälle. ”Damien tykkää tapella.” kuvailee pyöreäposkinen ja kilttinä esitetty Lolo ystäväänsä. Damien ei siis vain ole valmis puolustamaan itseään ja muita väkivaltaisesti tarpeen vaatiessa, mikä on maskuliinisuuden rajoissa sallittua tai jopa suotavaa, vaan hän jopa nauttii tappelemisesta. Vaikka väkivaltaisuutta pidetään jossain määrin maskuliinisuuteen kuuluvana, ei sadistista tappelunhalua pidetä normaalina käytöksenä. Miehen täytyy täyttää laadulliset mutta myös määrälliset vaatimukset.

Selvimmin joidenkin maskuliinisuuksien poikkeavuus tulee esille kuvallisissa esityksissä. Näiden maskuliinisuuksien poikkeavuutta ei ole tarvinnut erityisesti

perustella katsojalle, vaan poikkeavuuden havaitseminen on jätetty katsojan silmien ja harkintakyvyn varaan. Näiden kuvien poikkeavuusdiskurssin vaikutus perustuu pitkälti siihen, että niissä rikotaan perinteisiä sukupuolen esittämisen visuaalisia järjestyksiä. Aineistossani silmiin pistivät ennen kaikkea naismaskuliinit. Nämä ovat poikkeavia maskuliinisuuksia sen takia, että yleisesti ajatellaan, että maskuliinisuus ja maskuliinisina pidettyjen ominaisuuksien ja merkkien täyttäminen on varattu biologisille miehille.

Esimerkiksi *Nike Woman* -mainoksissa naismaskuliineja ei ole esitetty ilman selittäviä tekstejä. Tekstien tarkoitus tuntuu olevan se, että vaikka kuvassa oleva nainen erehdyttävästi näyttää ulkoisesti mieheltä, hänet palautetaan tekstin avulla naiseksi. Kuvan ja tekstin erilaiset konnotaatiot luovat lopullisen merkityksen. Naismaskuliinit tehdään siis poikkeaviksi niin verrattuna maskuliineihin kuin feminiineihinkin. He ovat kummajaisia, joita ei voida ominaisuuksiensa perusteella laskea kuuluvaksi stereotyyppisten odotusten värittämiin kulttuurisiin jäsenyyksiin naisista tai miehistä.

Ongelmallista näissä uudenaikaisissa, poikkeavissa (nais)maskuliineissa on se, että vaikka ne aluksi näyttävät rikkovan konventionaalisia sukupuolen esittämisen tapoja ja visuaalisia järjestyksiä, niiden voidaan ajatella myös vahvistavan olemassa olevia. Rujon ja väkivaltaisen näköinen olento toteaa tuntevansa itsensä kauniiksi ilmeisesti päästessään purkamaan nyrkkeilykehään aggressioitaan (*Nike Women: I feel beautiful when*). Väkivaltaisuus mielletään maskuliiniseksi, mutta kauneuden tavoittelu feminiiniseksi. *Nike Women* -mainoksissa leikitellään mielenkiintoisella tavalla maskuliinisuuden ja feminiinisuuden stereotyyppioilla.

Ulkoisesti hyvinkin maskuliiniset henkilöt voivat oikeasti olla biologisia naisia. Toisaalta tietyt piirteet, kuten väkivaltaisuus tai todella rankat urheilulajit, ovat kuitenkin mahdollisia vain muuten maskuliinisille henkilöille (*Nike Women: I feel beautiful when, In one Word*). Ulkomuodoltaan feminiinisiin naisiin väkivaltaisia piirteitä tai toimintoja ei yhdistetä. Esimerkiksi tanssia harrastava nainen (*Nike Women: In my Kingdom*) on ulkomuodoltaan selvästi nainen, vaikka hänessä joitain maskuliinisia piirteitä onkin. Potkunyrkkeilijä ja juoksija puolestaan ovat ulkomuodoltaan hyvin maskuliinisia. Biologisten

naismaskuliinisuuden mahdollisuudet maskuliinisten merkkien täyttämiseen ovat rajattuja.

Ulkonäkönsä takia poikkeavaksi on tehty myös Tenkanen *Tenkasen aamushow*'n mainoksessa. Koska mies ei esimerkiksi *Pin up* -kuvan mieheen verrattuna täytä maskuliiniseen ulkonäköön kohdistettuja odotuksia, ei häntä esitetä vakavasti otettavana miehenä. Miehen asennon ja kuvan rekvisiitan avulla hänet on tehty huvittavaksi, mutta ei välttämättä naurunalaiseksi sanan kielteisessä mielessä. Joidenkin tutkijoiden mukaan miehisen vartalon lihaksikkuus ja kovuus kertovat myös miehen henkisistä ominaisuuksista (ks. esim. Penttilä 1999, 23) ja jopa symboloivan yhteiskunnallista järjestystä (ks. esim. Martti Lahti 1992, 10). Näin ajatellen kaukana ulkoisista ihanteista oleva miesruumis on väkisin esitettävä poikkeuksellisenä, esimerkiksi huumorin avulla.

Katarina Petrellin (1992) mukaan huumorilla saatetaan sellaiset naiset naurunalaisiksi, jotka eivät vastaa ulkonäöltään tai käytökseltään perinteisiä naisihanteita (mt., 228). Sama pätee varmasti myös miehiin. Viime aikoina on miehiäkin alettu esittää objekteina ja halun kohteina, joten heidänkin ulkonäkönsä kohdistuu entistä suurempia odotuksia, jotka luovat miehille paineita. Koska *Tenkasen aamushow*'n mies vetää radiossa humoristista ohjelmaa, voidaan hänet tehdä ulkonäöltään huvittavan näköiseksi vähentämättä hänen uskottavuuttaan. Miehen ammatillinen rooli vaikuttaa siihen, miten hänet voidaan esittää. Jos kuvassa oleva mies olisi vaikka pankinjohtaja, voisi hänen ammatillinen uskottavuutensa kärsiä kuvassa olevan selvän poikkeavuusdiskurssin takia.

Cosmopolitanin poikkeavuusdiskurssi on siis vahva silloin, kun kuvattu maskuliininen henkilö ei täytä maskuliinisuuteen normaalisti kohdistettavia odotuksia. Maskuliinisuus tehdään selvästi poikkeukselliseksi silloin, kun mieheen yhdistetään jonkinlaisia feminiinisiä pidettyjä piirteitä, kuten vaikkapa tunteellisuutta. Poikkeuksellisenä pidetään myös niitä maskuliineja, jotka ikään kuin täyttävät miehisiin ominaisuuksiin kohdistetut odotukset, mutta väärällä tavalla. Tästä on esimerkkinä se, että vaikka väkivaltaisuus yhdistetään usein maskuliinisuuteen (ks. esim. Jokinen, 2000), se ei saa mennä liiallisuuksiin.

Kuten luvussa 5.5. totesin, miehet, jotka täyttävät feminiinisinä pidettyjä piirteitä, leimaantuvat helposti homoseksuaaleiksi ja homoseksuaalit taas feminiiniseksi. Tällä tavalla poikkeavia miehiä R.W. Connell kutsuu *alisteisiksi maskuliineiksi* (ks. s.28). Itse kutsun kaikkia hegemonisesta maskuliinisuuden mallista eroavia miehiä poikkeaviksi maskuliineiksi, koska aineistossani tämä poikkeavaksi tekeminen on selvää niin diskurssin kuin yksittäistenkin representaatioiden tasolla. Poikkeavista maskuliineista on selvästi luettavissa, millainen miehen tulisi olla, millainen maskuliinisuus on hyväksyttävää. Koska *Cosmopolitanin* poikkeavuusdiskurssi on selvästi luettavissa monista yksittäisistä representaatioista, ei hegemonisen maskuliinisuusmallin hegemonialle näytä olevan todellista haastajaa. Poikkeavat maskuliinit – kuten naismaskuliinit – on tehty niin ideaalista poikkeaviksi, ettei niiden vastaiskua hegemoniselle mallille tehdä *Cosmopolitanissa* mitenkään mahdolliseksi.

9.7. Yhteenvetoa diskursseista

Cosmopolitanissa maskuliinisuuden representaatioita jäsentää kuusi voimakasta diskurssia. *Heteroseksismi ja halun pakko* viittaa siihen, että heteroseksuaalisuus ja seksuaalinen halukkuus otetaan maskuliinisuuden kiistämättömäksi lähtökohdaksi kaikkialla tutkimusaineistossani. Muunlaisia miehiä ei *Cosmo-*maailmassa ole. *Maskuliininen valta* -diskurssi puolestaan viittaa niihin käytäntöihin, joilla korostetaan maskuliinista valtaa ja vallan maskuliinisuutta *Cosmopolitanissa* ja siinä tuotetuissa maskuliinisuuden representaatioissa. Maskuliinisen vallan aspekteja ovat seksuaalinen valta, yhteiskunnallinen valta, fyysinen valta sekä toiminta- ja määräysvalta. Näitä korostetaan esimerkiksi vähättelemällä ja trivialisoimalla naisten valtaa ja sillä, että maskuliininen valta otetaan annettuna monien representaatioiden lähtökohdaksi.

Miehen ylemmyys -diskurssi viittaa siihen, että *Cosmopolitanissa* mies otetaan ihmisen mittapuuksi. Tämä näkyy myös esimerkiksi siinä, miten naisen toimia ja miehen virheitä vähätellään. *Miehin epävarmuus* taas näyttää pönkittävän miehen ylemmyyttä: mies oletetaan epävarmaksi, joten hän tarvitsee kehuja ja todisteita omasta ylemmyydestään. *Homososiaalisuus ja kilpailu* näyttää jäsentävän kaikkea maskuliinista toimintaa *Cosmopolitanissa*. Diskurssilla luodaan väkisinkin jopa luonnottomia vertailuasetelmia ja kilpailutilanteita

fiktiivistenkin miesten välille. Tämä diskurssi tuodaan näkyviin vertailun ja yleistämisen avulla. *Poikkeavat maskuliinit* -diskurssi puolestaan on voimissaan niissä jutuissa, joiden representoimat maskuliinit eivät täytä hegemonisia odotuksia. Tällaisia ovat esimerkiksi naismaskuliinit tai herkäät miehet. Korostamalla hegemonisen maskuliinisuusmallin normeista poikkeavien erilaisuutta vahvistetaan hegemoniaa ja stereotyyppisiä käsityksiä siitä, millainen miehen tulee olla.

Jos tuotettaisiin edellä esiteltyjen, *Cosmopolitanin* maskuliinisuuden representaatioita ohjailevien diskurssien mukainen Cosmo-mies, hän olisi aina halukas rakastaja, joka menestyy esimiesasemassaan, on fyysisesti suuri ja lihaksikas, mutta toisinaan itsestään epävarma. Tällä miehellä olisi lehden oppien mukainen Cosmo-nainen, joka tyytyy mielellään alisteiseen asemaansa ja muistaa tämän tästä kehua miestänsä, jotta tämä tuntisi olevansa tarpeeksi maskuliininen.

Näyttää siltä, että *Cosmopolitanin* maailmassa ei ole väliä miten ja millä hinnalla mallimaskuliini tuotetaan. Kunhan hänessä ruumiillistuvat edellisissä diskursseissa esiteltyt kulttuuriset odotukset. Kaikkia edellä esiteltyjä *Cosmopolitanin* diskursseja leimaa ajatus jostain olemassa olevasta, konkreettisesta ja yleismaailmallisesta maskuliinisuudesta: *Cosmopolitan* kertoo kursailematta millainen mies on ja millainen hänen tulee olla.

10. MYYTIT UUSIOKÄYTÖSSÄ

Tutkimusaineistoni monessa jutussa otettiin kantaa rakkautta ja miehen ja naisen välistä suhdetta koskeviin myytteihin. Esimerkiksi otsikolla ”Myyteille kyytiä! Nitistä luulot ja nauti rakkaudesta” alkava juttu antaa ymmärtää, että teksti sisältäisi joitain uusia tai monipuolisempia käsityksiä naisen ja miehen suhteesta, vallalla olevien olemus- ja roolistereotyypioiden kumoamista ja uudenlaisia maskuliinisuuden ja feminiinisuuden tuottamistapoja. Edellä esittelemieni sisällön erittelyn ja diskurssianalyysin perusteella voin todeta, että *Cosmopolitanin* tekstien taustalla vallitseva maailmankuva on stereotyyppinen ja oikeastaan se kierrättää tai vain hieman muuntelee vanhoja, maskuliinisuutta ja feminiinisyyttä jäsentäviä myyttejä. Vaikka lehti ikään kuin vakuuttaa tarjoavansa jotain uutta, mullistavaa ja mahdollisesti naisen emansipaatiota edistävää, sen tarjoamat vastaukset ovat lähes yhtä stereotyyppisiä, kuin ne myytit, joita se vannoo rikkovansa.

Esimerkiksi myytti miehen ainaisesta valmiudesta seksiin korvataan sillä, että miesten halukkuus vaihtelee vuorokauden aikojen mukaan (*Ei oo, ei tuu...*). Käsitys siitä, että nainen ei voisi olla vallassa, korvataan naisen mahdollisuudella valtaan, joka on triviaalia, usein kotiin tai seksiin liittyvää. Käsitys siitä, että mies ei koskaan puhuisi tunteistaan, korvataan sillä, että mies puhuu kyllä tunteistaan, mutta hyvin harvoin – ja silloinkin yleensä miehekkään jurosti ja vastahakoisesti (Esim. Musiikki-sivun miehet: *Anssi Kela*).

10.1. Myyttien ja *Cosmopolitanin* mies

Martti Grönfors (1999, 231) on tarkastellut myyteistä nousevaa jaottelua miehestä ja naisesta. Seuraavassa kuviossa esittelen tämän jaottelun ja täydennän sitä osittain tutkimusaineistostani tekemillä havainnoilla.

Taulukko 1: Myyttien mies vs. *Cosmopolitanin* mies

Myyttien mies	<i>Cosmopolitanin</i> mies	Myyttien nainen
urhea/oikeamielinen	viat ovat pieniä ja vailla merkitystä, naisen juonien kohde	viekas
aurinko (kuuma, aktiivinen)	aktiivinen toimija, rakastaja	kuu (kylmä, passiivinen)
kulttuuria käyttävä (järki, rationaalisuus)	Laumaeläin (seksi ja homososiaalisuus)	vaistonvarainen (tunne)
hedelmöittäjä	seksin toimija	hedelmällinen
muokkaaja	neuvojen antaja, opastaja	muokattava
pyhä	ylemyys, itseisarvo, tavoiteltava	arkinen
vahva	vallanpitäjä ja -käyttäjä, fyysinen voima	heikko
suojelija	fyysisesti vahvempi, suuri, lihaksikas	suojeltava

Taulukon perusteella voi siis todeta, että *Cosmopolitan* ei kovinkaan radikaalisti muuta myyteistä nousevia käsityksiä siitä, millainen miehen tulee olla. Lehti tuottaa aktiivisesti kuvaa, jonka mukaan mies on aktiivinen, nainen passiivinen, mies subjekti, nainen objekti. Mies rationaalinen, nainen tunteidensa vietävissä. Tärkeää on kuitenkin pohtia sitä, minkä takia naisille suunnattu *Cosmopolitan* uudistaa ikiaikaista myyttiä maskuliinisuuden ylemmyydestä ja naisesta miehen kylkiluuna. Missä on se naisen kompetenssin julistus, johon monet esitellyistä tutkimuksista viittaavat (ks. esim. Ferguson 1983; Winship 1987)?

Vaikka myyteistä nousevan käsityksen mukaan *Cosmopolitaninkin* mies on pääosin rationaalinen, löytyy hänestä kuitenkin primitiivisiäkin piirteitä, joita Grönforsin myyttiä ei esittele lainkaan. Monet maskuliinisista piirteistä esitetään aineistossani ”lajityypillisinä”. Esimerkiksi heteroseksuaalisen käyttäytymisen lajityypillisuus ja pitelemättömyys viittaavat mielestäni jossain

määriin luontoon ja eläimellisyyteen. Myös miesten homososiaalisuuden voi ajatella viittaavan eläimelliseen laumayhteyteen. Näin katsottuna mies ei olekaan täysin luonnosta eriytynyt kultivoitunut kulttuurin tuote – ainakaan *Cosmopolitanissa*.

10.2. Representaatiot kierrossa

Alkuperäistä tai konkreettista maskuliinisuutta tai feminiinisyttä ei ole olemassa sellaisenaan, on vain niiden esityksiä (Karvonen 1991, 28). Maskuliinisuus on meille sitä, mitä media tai taide tai muut instituutiot sanovat tai esittävät sen olevan. Näin representaatiot lähtevät kiertämään. Representaatioista syntyy uusia representaatioita, koska uusien representaatioiden lähtökohtana ovat vanhat representaatiot.

Erkki Karvonen (1992) kutsuu kokemuksista yleistyneitä rakenteita odotuksen struktuureiksi. Nämä struktuurit kuvaavat sitä, miten joku kohde yleensä ottaen, tyypillisesti tai prototyyppisesti on olemassa ja käyttäytyy.

Representaatiot ruumiillistavat kulttuurissa yleisesti vallitsevia uskomuksia tai odotuksen struktuureja. Representaatiot eivät vain ruumiillista ja uusina odotuksen struktuureja, vaan ne myöskin muuttavat ja tuottavat niitä. (Mt., 9.)

Karvosen mukaan ihmiset toimittavat itseään ruumiillistamalla ja representoimalla odotuksen struktuureja ja käsitteitä, joita kulttuuristen Mieheyden ja Naiseuden määritysten ajatellaan meihin kohdistavan (mt., 180). Tulkitsen Karvosen ajatusta niin, että representaatiot tuottavat odotuksia tuleville, uusille representaatioille, mutta myös olemassa oleville asioille, toiminnalle ja ihmisille. Esimerkiksi tarkasteluni kohteena olevan syyskuun 2003 *Cosmopolitanin* representaatioiden voi ajatella vaikuttavan seuraavien numeroiden tapaan representoida maskuliinisuutta ja lukijoiden ajatuksiin siitä, mitä heidän tulee odottaa miesten olevan. Representaatiot vaikuttavat myös siihen millaisia odotuksia miehet kuvittelevat itseensä kohdistettavan.

Medioiden välittämät ihannekuvat ja -representaatiot vääristävät helposti niitä odotuksia, joita ihmisiin, heidän toimintaansa kohdistetaan tai kuvitellaan kohdistettavan. Kulttuurinen pitämisen järjestys ruumiillistuu kulttuurituotteissa

selkeämmin kuin todellisessa elämässä. Kulttuurituotteissa on mahdollista konstruoida mahdollisimman ideaaleja miehiä ja naisia, jotka lähenevät olemassa olevaa kulttuurista pitämisen järjestystä. Kulttuurituotteiden ja varsinkin fiktiivisten hahmojen representaatiot voidaan luoda melko, koska vastustus puuttuu. (Mt., 182.) Harva lähtee kyseenalaistamaan tai vastustamaan esimerkiksi satujen sankareita tai supermiehiä. Ja vielä harvempi alkaa pohtia näiden mallimaskuliinien vaikutusta olemassa oleviin miehiin kohdistettaviin odotuksiin.

Tässä tutkimuksessa olen tarkastellut maskuliinisuuden representaatioita *Cosmopolitanissa*. Representaatiot luodaan jonkin diskurssin ohjaamina ja jonkin genren säättöjen luomina. Voidaan ajatella, että esimerkiksi *Cosmopolitanissa* tuotettavat representaatiot eivät muutu radikaalisti, oli kyseessä mikä lehden numero tahansa. Kun tämä tutkielma oli loppusuoralla, ilmestyi *Cosmopolitanin* numero huhtikuu 2004, jonka kansi hehkutti lehden sisältävän Miesmanuaalin eli ”komistuksen käyttöoppaan” sekä esimerkiksi testin siitä, millainen ”miesmagneetti” lukija on. Kannen mainostamassa miesmanuaalissa kerrottiin miten miehen puheesta voi koodata sen, mitä hän haluaa todella sanoa. *Cosmopolitanin* lukijoiden eli Cosmo-naisten tulee osata lukea miestä ja tarkkailla hänen tekemisiään. Cosmo-miehet eivät ole yksinkertaisia, vaan jotain, jonka ymmärtämiseksi naisen tulee nähdä vaivaa. ”Rivien välistä” -vinkit toistavat stereotyyppisiä oletuksia siitä, minkälaisia miehet ovat tai minkälaisia heidän odotetaan olevan. *Cosmopolitanissa* miehet esitetään numerosta toiseen tietyllä tavalla, miesmäisesti toimivina. Cosmo-mies ei ole intuitiivisesti toimiva yksilö, vaan hänen käytöksensä tuntuu noudattavan kaikille miehille ominaisia kaavoja, maskuliinisen käyttäytymisen malleja: kaikki he toimivat samalla tavalla.

Hän sanoo: En ole vielä valmis vakavaan suhteeseen. Hän tarkoittaa: ”Olisi kiva mennä sänkyyn kanssasi, mutta siihen se sitten jääkin.” (*Cosmopolitan*, huhtikuu 2004)

Tutkimusaineistostani konstruoimani diskurssit toistuivat huhtikuunkin numerossa ainakin nopealla selailulla. Huhtikuun 2004 yleisin mies näyttää olevan poikaystävä tai tavoiteltava heteroseksuaali, päämäärä, johon Cosmo-naisen täytyy kohdistaa huomionkiinnittämisvaltansa ja siihen liittyvät tempunsa.

11. LOPUKSI

11.1. Tutkijan itsereflektio

Tutkimukseni tarkoituksena oli selvittää, millaisia maskuliinisuuden representaatioita *Cosmopolitanissa* on tuotettu ja millaiset diskurssit näitä representaatioita tuottavat. Tutkimusmetodeinani olivat sisällön erittely ja diskurssianalyysi. Maskuliinisuuden määrittelyssä ja sen havaitsemisen apuna koostin luvussa 5.3. esitellyn stereotyyppisen tai tällä hetkellä hegemonisen maskuliinisuuden merkit, joiden avulla tarkastelin maskuliinisuuden representaatioita.

Lukemassani lähdekirjallisuudessa maskuliinisina pidetyt – toimintaan, luonteenpiirteisiin ja ulkonäköön liitettävät – ominaisuudet olivat kauttaaltaan melko samanlaisia, joten väitän, että kokoamani maskuliinisuuden merkit käsittävät sen, mitä tämän hetken länsimaisessa tai suomalaisessa yhteiskunnassa pidetään maskuliinisena. Maskuliinisuutta sinänsä ei ole olemassakaan, on vain käsityksiä siitä. Kokoamieni merkkien ja luvussa 7 esiteltyjen sisältöä erittelevien kysymyksien avulla pureuduin *Cosmopolitanissa* tuotettuihin maskuliinisuuden representaatioihin. Etsin representaatioista edellä mainittuja merkkejä, mutta myös muunlaisia ominaisuuksia, jotka luonnehtivat yksittäisiä maskuliineja kussakin jutussa. Yritin kirjata mahdollisimman tarkasti ylös representaatioissa tuotettujen maskuliinien ominaisuuksia, lukeutuivat nämä stereotyyppiisiin maskuliinisuuden merkkeihin tai eivät. Näin löytyivät myös poikkeukselliseksi kutsumani maskuliinit, joita olen esitellyt luvussa 9.6. Ne ovat maskuliineja, jotka eivät täytä käsityksiä stereotyyppisestä maskuliinisuudesta tai hegemonisen maskuliinisuusmallin vaatimuksia.

Lukemani maskuliinisuusteoriat ovat voineet rajata katseeni havaitsemaan vain stereotyyppisinä pidettyjä maskuliinisia piirteitä, vaikka olenkin yrittänyt välttää sitä. Teoriat ovat saattaneet tehdä minut herkäksi havaitsemaan aineistossa tutkijoiden esittelemiä piirteitä tai ominaisuuksia. Olen saattanut lukea jonkun piirteen teksteistä ikään kuin se olisi siellä esitelty eksplisiittisesti, vaikka se todellisuudessa onkin implisiittistä, tekstien taustalla olevaa myyttistä ajattelua. Olen kirjoittanut aineistostani esiin esimerkkejä, jotka toivottavasti perustelevat

riittävästi tekemiäni tulkintoja. Esimerkkien runsaus on tosin saattanut aiheuttaa toistoa sisällön erittelyn ja diskurssianalyysin sisältävien lukujen välille.

Tutkimukseni ongelmana saatetaan pitää aineiston rajausta. Tutkimusaineistoni käsittää jutut, joissa jollain tavalla tuotetaan käsityksiä maskuliinisuudesta. Esimerkiksi kauneus- tai pukeutumissivustoja en sen sijaan ole laskenut aineistooni kuuluviksi, vaikka joidenkin mielestä (ks. esim. Ferguson 1983) niiden ajatellaan puhuttelevan naisen ulkonäöstä kiinnostunutta miestä. Omasta mielestäni tällainen on ylitulkintaa, sillä kaiken naisen toiminnan ei voi ajatella olevan miestä tai miehistä katsetta varten tuotettua.

Kuten tutkimusaineistoni esittelyssä totesin, olen tarkastellut maskuliinisuuden representaatioita vain yhdessä *Cosmopolitanin* numerossa, joka on syyskuulta 2003. Tehtyäni tutkimuksen huomaan, että aineiston valinta oli ainakin tutkimuksen teon kannalta toimiva, koska aineistoni muodostui yllättävän laajaksi. Pystyin lisäksi osoittamaan, että luvussa 9 esittelemäni hallitsevat diskurssit todella käsittävät koko lehden, mainoksista haastatteluihin ja neuvontapalstoihin. Väitän, että jos olisin valinnut aineistokseni esimerkiksi neuvontapalstat muutamasta lehden numerosta, olisivat diskurssilöydökseni olleet pitkälti samansuuntaisia.

11.2. Mies on mies on mies – tulevaisuudessakin?

Kun kirjoitin tutkielmaani, käytiin monissa nuorille suunnatuissa tiedostusvälineissä – kuten radio YleX:ssä ja City-lehdessä – keskustelua uudenlaisesta miehestä, *metroseksuaalista*. Joidenkin määrittelyiden mukaan tällainen metroseksuaali on ulkonäöstään poikkeuksellisen paljon huolehtiva mies, joka välttämättä ei ole homoseksuaali. Tunnetuimmaksi metroseksuaaleiksi nostettiin englantilainen jalkapallotähti, malli ja popikoni David Beckham, joka on saanut pelitaitojensa ohella tunnustusta pukeutumisestaan ja hiustyylistään. Ulkonäöstään huolehtiva mies saattaa pukeutua esimerkiksi hameeseen ja lakata kyntensä loukkaamatta heteroseksuaalista normia. Myös *Cosmopolitanin* (huhtikuu 2004) sivuilla on esitelty kosmetiikkaa, jota mies voi käyttää miehekkään *kohtuullisesti*.

Ensimmäiseksi mieleen hurauttaa ajatus, että se, mitä pidetään maskuliinisena ja heteromiehellekin sopivana, on muuttunut. Voiko olla niin, että stereotyyppinen, nykyisen hegemonisen maskuliinisuusmallin mukainen miesihanne ja perinteinen jako feminiiniseen ja maskuliiniseen ovat murtumassa? Media on ainakin soittanut rumpuaan ahkerasti levittääkseen tietoa metroseksuaaleista ja muista uusista maskuliinisuustyypeistä. Ongelma on kuitenkin siinä, että ensinnäkin kyseessä on pitkälti marginaalinen pop-kulttuurin ilmiö. Ja toiseksi, se että ilmiö on täytynyt nimetä ja siitä on syntynyt muotikäsite, kertoo tämänkaltaisten miesten poikkeuksellisuudesta. Sitä, mikä on normin mukaista ei tarvitse nimetä. Vallitsevista kulttuurisista normeista poikkeavat nimetään, kuten homoseksuaalit, yksinhuoltajaisät ja naisten vaatteisiin pukeutuvat miehet, transvestiitit.

Vaikka todellisen maailman miehet muuttuvat, mediamaailman supermiehet näyttävät loppujen lopuksi pysyvän sankarimaisina, heteroseksuaaleina ja voimakkaina. Miestenlehtien mieskuvaa tutkineen Mikko Penttilän (1999) mukaan esimerkiksi *Cosmossa*, *Men's Health*issa ja *Miehen Gloriassa* jatkuu patriarkaalinen tosimitiehen legenda. Näitä lehtiä voidaan pitää eskapistisena reaktiona perinteisen miehekkyyden ja moniarvoisen nyky-yhteiskunnan ristiriitaan. Miestenlehtien sivuilla voidaan jatkaa Tosimitiehen Suurta Tarinaa ja pitää hengissä myyttiä täysin maskuliinisesta miehestä. (Mt., 28.) Tätä käsitystä voimakkaasta ja heteroseksuaalisesta, taivaallisesta miehestä uusintaa myös tarkastelemani *Cosmopolitan*. Naiset saavat yhä enemmän valtaa yhteiskunnassa. Ovatkohan mediamaailman mallimaskuliinien representaatiot yritys säilyttää rippeet aikaisemmin itsestään selvänä pidetystä patriarkaatin vallasta ja ylemmydestä?

Tämä tutkimus sai alkunsa ärsyyntymisestä siihen, miten media tuottaa julmalla tavalla käsityksiä siitä, millaisia meidän tulee olla, millainen on normaalia ja mistä meidän tulee pitää. Kuten johdannossa totesin, kyllästyin totaalisesti siihen, että yleisö ja myös media kuluttaa edelleen valtavan määrän energiaa median naiskuvan pohtimiseen. Miehistä luotuja representaatioita ei ole tutkittu kenties sen takia, että niissä ei ole ymmärretty nähdä mitään vääristynyttä. Mies on mies on mies – ilman, että sitä kyseenalaistetaan (Leppihalme 1998, 75). Kaikki maailman miehethän ovat heteroseksuaaleja, lihaksikkaita vallanpitäjiä ja naisiaan

neuvomaan ja elättämään kykeneviä supermiehiä. Ne miehet, jotka eivät ole tämän kuvan mukaisia, eivät ole älähtäneet kenties sen takia, etteivät ole halunneet tehdä näkyväksi omaa poikkeamistaan ”ideaalimiehestä”. Ja naiset kenties elävät onnellisina maanpäällisten kumppaneidensa kanssa, mutta voivat toisinaan pettyä mieheen ja parisuhteeseensa verratessaan omia miehiään median tuottamiin taivaallisiin mallimaskuliineihin.

Median yksipuolisen maailmankuvan ongelmat ovat paljon syvemmällä kuin jonkun epäterveellisen alipainoisen mallin muille naisille mahdollisesti aiheuttamissa ulkonäköpaineissa. Tai siinä, että verratessaan itseään *Cosmopolitanissa* tuotettuihin käsityksiin maskuliinisuudesta joku rehellinen, rehti ja tunteensa näyttävä homoseksuaali tuntee itsensä turhaan hitusen epäkelvoksi. Mutta koska koko mediamaailmaa tai median maailmaa ei voi muuttaa hetkessä, on edettävä pienen lapsen askelin. En usko, että mikään epäkohta on liian vähäpätöinen esiin nostettavaksi. Ja eikö siitä mediankin toiminnassa ole pohjimmiltaan kyse, asioiden nostamisesta esiin ja huomiovallan käyttämisestä?

Aivan ensimmäiseksi on oleellista kiinnittää huomiota median tarjoaman maailmankuvan yksipuolisuuteen ja niihin mekanismeihin, joilla tuota kuvaa tuotetaan. Vain sillä, että epäkohdat tehdään näkyviksi, voidaan pikku hiljaa vaikuttaa tuhon stereotyyppiseen maailmankuvaan ja sitä muokkaaviin konventioihin. Tässä tutkimuksessa olen keskittynyt tutkimaan maskuliinisuuden representaatioita, tekstiä ja kuvaa. Tulevaisuudessa voisi haastattelututkimuksella tutkia sitä, miten yleisö kohtaa nämä median maailman stereotyyppiset ihmismallit. Tutkia voisi myös sitä, minkälaisen kuvan ihmisestä he haluaisivat lehtien sivuilla nähdä.

Tässä tutkielmassa olen halunnut käyttää huomiovalltaani sen esiin nostamiseen, että maskuliinisuuden stereotyypit elävät ja voivat turhankin hyvin *Cosmopolitanin* maailmassa. Mukavaa olisi, jos tuossa maailmassa voisivat porskuttaa paistattelemassa myös ne miehet, jotka poikkeavat nykymedian luomista kohtuuttomista normeista: homoseksuaalit, herkäät, laihat, lihavat, ahkeroivat, kodistaan ja perheestään huolehtivat tavalliset – ihanat – miehet. Nuokin velikullat.

Lähteet

- Archer, John & Lloyd, Barbara (1982) *Sex and Gender*. Harmondsworth: Penguin Books.
- Badinter, Elisabeth (1993) *Mikä on mies?* Suom. Leevi Lehto. Tampere: Vastapaino.
- Barthes, Roland (1984) *Sanoma valokuvassa*. Suom. Kristiina Widenius. Teoksessa Martti Lintunen (toim.) *Kuvista sanoin 2. Ajatuksia valokuvasta*. Helsinki: Suomen valokuvataiteen museon säätiö. 120–137.
- Connell R.W., Carrigan, Tim & Lee, John (1987) *Toward a New Sociology of Masculinity*. Teoksessa Brod, Harry (ed.) *The Making of Masculinities. The New Men's Studies*. London: Allen & Unwin.
- Connell, R.W. (1987) *Gender & Power: Society, the Person and Sexual Politics*. Cambridge: Polity Press.
- Connell, R.W. (1995) *Masculinities*. Cambridge: Polity Press.
- Dyer, Richard (2002) *Älä katso! Seksuaalisuus ja rotu viihteen kuvastoissa*. Suom. Martti Lahti. Tampere: Vastapaino.
- Fairclough, Norman (1997) *Miten media puhuu?* Suom. Virpi Blom ja Kaarina Hazard. Tampere: Vastapaino.
- Ferguson, Marjorie (1983) *Forever Feminine. Women's Magazines and the Cult of Femininity*. Aldershot : Gower.
- Frosh, Stephen (1994) *Sexual difference. Masculinity and Psychoanalysis*. London: Routledge.
- Grönfors, Martti (1999) *Miehen arin alue. Maskuliinisuus, seksuaalisuus ja väkivalta*. Teoksessa Jokinen, Arto (toim.) *Mies ja muutos. Kriittisen miestutkimuksen teemoja*. Tampere University Press. 223–236.
- Haaja, Anne (2000) *Etäisestä ja epäoikeudenmukaisesta naisen kaveriksi. Annan uranaisjuttujen mieskuva neljällä vuosikymmenellä*. Tiedotusopin pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto.
- Hall, Stuart (1997) *The Work of Representation*. Teoksessa Hall, Stuart (ed.) *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Sage. 24–52.
- Halonen, Irma Kaarina (1999) *Matka journalismin sukupuolittumisen strategisille alueille*. Tampereen yliopisto.

- Heikkinen, Teppo (1994) *Heteroseksismi ja homojen marginaalistaminen*. Teoksessa Sipilä, Jorma & Tiihonen, Arto (toim.) *Miestä rakennetaan – maskuliinisuuksia puretaan*. Tampere: Vastapaino. 81–101.
- Herkman, Juha (2001) *Audiovisuaalinen mediakulttuuri*. Tampere: Vastapaino.
- Images of Women in the Media: report on existing research in the European Union* (1999). Luxembourg. Office for Official Publications of the European Communities.
- Jokinen Arto (2000). *Panssaroitu maskuliinisuus. Mies, väkivalta ja kulttuuri*. Tampere University Press.
- Jokinen, Arja, Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (1993) *Diskurssianalyysin aakkoset*. Tampere: Vastapaino.
- Jokinen, Arto (toim.) (2003) *Yhdestä puusta. Maskuliinisuuksien rakentuminen populaarikulttuureissa*. Tampere University Press.
- Juutinen, Ville (1998) *Tasa-arvoinen Terminator – muuttuvaa maskuliinisuutta vai harkittua hämäystä?* Teoksessa Heikkinen, Vesa, Mantila, Harri & Varis, Markku (toim.) *Tuppisuinen mies. Kirjoitelmia sukupuolesta, kielestä ja kulttuurista*. Helsinki: Suomen kirjallisuuden seura. Tietolipas 154. 203–227.
- Kanninen, Mia & Perttunen, Leena (1997) *Mallimaskuliinit. Mieskeskustelua naistenlehdissä*. Sosiologian pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto.
- Karvonen Erkki (1988) *Uro(s)tekojen anatomiaa*. Tiedotustutkimus 11(1988):2, 33–44.
- Karvonen, Erkki (1991) *Representaation politiikka ja sukupuolen tuotanto*. Sosiologia 28(1991):1, 25–32.
- Karvonen, Erkki (1992) *Odotuksen struktuurit ja populaari representaatio. Fenomenologinen tutkielma sosiaalisista odotuksista ja niiden suhteesta populaarikulttuuriseen esittämiseen*. Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos. Julkaisuja sarja A 80.
- Kimmel, Michael (1996) *Manhood in America: a Cultural History*. New York: The Free Press.
- Koivunen, Anu & Laine, Kimmo (1993) *Metsästä pellon kautta kaupunkiin (ja takaisin) – Jätkyys suomalaisessa elokuvassa*. Teoksessa Eskola Katarina, Jokinen Kimmo, Kotkavirta Jussi & Vainikkala Erkki (toim.) *Mieheyden tiellä. Maskuliinisuus ja kulttuuri*. Jyväskylän yliopisto. Nykykulttuurin tutkimusyksikkö. 136–154.
- Lahti, Martti (1992) *Vajaat ja ylettömät – maskuliinisuus ja miehen ruumis*. Naistutkimus–Kvinnoforskning, 5(1992):2, 6–18.

- Lehtonen, Mikko (1995b) *Pikku jättiläisiä. Maskuliinisuuden kulttuurinen rakentuminen*. Tampere: Vastapaino.
- Lehtonen, Mikko (1996) *Merkitysten maailma*. Tampere: Vastapaino.
- Lehtonen, Mikko (toim.), (1995a) *Aatamin puvussa. Liaanilla Hemingwaystä Königiin*. Tampereen yliopisto, Yleinen kirjallisuustiede, julkaisuja 28.
- Leppihalme, Ilmari (1998) *Mies on mies on mies: hahmotelmia maskuliinisuudesta*. Teoksessa Heikkinen, Vesa, Mantila Harri & Varis, Markku (toim.) *Tuppisuinen mies. Kirjoitelmia sukupuolesta, kielestä ja kulttuurista*. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura. Tietolipas 154. 75–93.
- Määttä, Kaarina (1991) *Mainonnan välittämät nais- ja mieskuvat aikakauslehdissä*. Suomen kuluttajaliiton tutkimuksia 2/91.
- Machin, David & Thornborrow, Joanna (2003) *Branding and Discourse: The Case of Cosmopolitan*. *Discourse & Society* 14(2003):4, 453–471.
- MacInnes, John (1998) *The End of Masculinity: the Confusion of Sexual Genesis and Sexual Difference in Modern Society*. Buckingham: Open University Press.
- Majuri, Lasse (1999) *Pelastakaa private Pirkola, kuningasjätkä kulkureiden*. Teoksessa Jokinen, Arto (toim.) *Mies ja muutos. Kriittisen miestutkimuksen teemoja*. Tampere University Press. 266–289.
- Malin, Tuula (1993) *Anna, Eeva ja Kotiliesi naisen representaatioina ja naiseuden esikuvina*. Tiedotusopin pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto.
- Mantila, Harri (1998) *Jätkät, jässikät, don juanit ja gentlemannit eli Perussanakirjan mieskuva*. Teoksessa Heikkinen, Vesa Mantila, Harri & Varis, Markku (toim.) *Tuppisuinen mies. Kirjoitelmia sukupuolesta, kielestä ja kulttuurista*. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura. Tietolipas 154. 15–31.
- McQuail, Denis (2000) *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage.
- Näränen, Pentti (1996) *Sarasvuo ja Rantalainen – täydellistä miehekkyyttä*. Teoksessa Laiho, Marianna ja Ruoho, Iris (toim.) *Naisen naamio, miehen maski: katse ja sukupuoli mediakuvassa*. Helsinki: Kansan Sivistystyön liitto. 126-146.
- Neale, Stephen (1980) *Genre*. London: British Film Institute.
- Nixon, Sean (1997) *Exhibiting Masculinity*. Teoksessa Hall, Stuart (ed.) *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Sage. 291–330.
- Ojajärvi, Sanna (1998). *Sukupuolten representaatiot parisuhdevisailussa*. Teoksessa Kantola, Moring & Väliaverronen(toim.) *Media-analyysi. Tekstistä tulkintaan*. Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus. 170–199.

- Penttilä, Mikko (1999) *Paperiin piirretty mies. Cosmoksen, Men's Healthin ja Miehen Glorian mieskuva*. Tiedotustutkimus 22(1999):2. 22–29.
- Petrell, Katarina (1992) *Mainonta ja tasa-arvo*. Teoksessa. Turunen, Riitta (toim.) *Naisnäkökulmia oikeuteen*. Helsinki: Gaudeamus. 201–232.
- Rantonen, Eila (1995) *Kuka pelkää Mike Tysonia? Eli: miestä mustat machot tulevat kuviimme?* Teoksessa Lehtonen, Mikko (toim.) *Aatamin puvussa. Liaanilla Hemingwaysta Königiin*. Tampereen yliopisto. Yleinen kirjallisuustiede. Julkaisuja 28. 119–140.
- Ridell, Seija (1992) *Journalismi ja genre*. Teoksessa Malmberg Tarmo & Mehtonen, Lauri (toim.) *Kanssakäymisiä: Juhlakirja Veikko Pietilälle*. Yhteiskuntatieteiden tutkimuslaitos, Tampereen yliopisto. 129–152.
- Ridell, Seija (1994) *Kaikki tiet vievät genreen: tutkimusretkiä tiedotusopin ja kirjallisuustieteen rajamaastossa*. Tiedotusopin lisensiaattityö, Tampereen yliopisto.
- Rossi, Leena-Maija (2003) *Heterotehdas. Televisiomainonta sukupuoliuotantona*. Helsinki: Gaudeamus.
- Ruoho, Iris (1996) *Mies – tosimies – Fitz*. Teoksessa Laiho, Marianne & Ruoho, Iris (toim.) *Naisen naamio, miehen maski. Katse ja sukupuoli mediakuvassa*. Helsinki: Kansan Sivistystyön liitto. 111–128.
- Saco, Diana (1992) *Masculinity as Signs: Poststructuralist Feminist Approaches to the Study of Gender*. Teoksessa Craig, Steve (ed.) *Men masculinity and the media*. London: Sage. 23–39.
- Sarmaja, Heikki (1996) *Turpaanvetoja*. Teoksessa Hoikkala, Tommi (toim.) *Miehenkuvia. Välähdyksiä nuorista miehistä Suomessa*. Helsinki: Gaudeamus. 10–57.
- Seppänen, Janne (2001) *Katseen voima: kohti visuaalista lukutaitoa*. Tampere: Vastapaino.
- Sipilä, Jorma (1994) *Miestutkimus – säröjä hegemonisessa maskuliinisuudessa*. Teoksessa Sipilä, Jorma & Tiihonen, Arto (toim.) *Miestä rakennetaan, maskuliinisuuksia puretaan*. 17–33. Tampere: Vastapaino.
- Soikkeli, Markku (1996) *Veljeys, veljeys ja veljeys. Miesten välisen homosiaalisuuden arkkityypit*. Kulttuurintutkimus 13: (1996):4, 15–24.
- Soikkeli, Markku (2003) *Badding – myytti ikuisesta pojasta*. Teoksessa Jokinen, Arto (toim.) *Yhdestä puusta. Maskuliinisuuksien rakentuminen populaarikulttuureissa*. Tampere University Press.
- Tallberg, Teemu (2003) *Miesten koulu? Mieskuva varusmieskoulussa käytettävissä opetuselokuvissa*. Helsinki: STAKES.

Tiihonen, Arto (1999) *Oikeita miehiä – ja urheilijoita? Urheilun miestutkimusta*. Teoksessa Jokinen (toim.) *Mies ja muutos. Kriittisen miestutkimuksen teemoja*. Tampere University Press. 89–117.

Vainio, Niklas (2003) *Veikka ja vuoren arvoitus. Veikka Gustafssonin maskuliinisuus ja luontosuhde*. Teoksessa Jokinen, Arto (toim.) *Yhdestä puusta. Maskuliinisuuksien rakentuminen populaarikulttuureissa*. Tampere University Press. 63–88.

Willis, Sharon (1993) *Die Hards and Lethal Weapons: The Demolition of the Male Body*. Teoksessa Eskola Katarina, Jokinen Kimmo, Kotkavirta Jussi & Vainikkala Erkki (toim.) *Mieheyden tiellä. Maskuliinisuus ja kulttuuri*. Jyväskylän yliopisto – Nykykulttuurin tutkimusyksikkö. 48–61.

Winship, Janice (1987) *Inside Women's Magazines*. Lontoo: Pandora.

Yli-Tainio, Anne (1987) *Me Naiset -lehden mieskuva vuosina 1965 ja -86*. Tiedotusopin pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto.