



24/2014

Muodokas vai maitovalas? Ei-hoikka ruumiinrakenne suomalaisissa internetin deittipalveluilmoituksissa

Anne Holappa

Media- ja mainosmaailma kyllästää meitä tietynlaisten "täydellisten" naisten ja miesten kuvilla. Lihavuus ei ole normatiivisen heterouden kannalta toivottua. Tässä artikkelissa tarkastelen tekstuaalisia tapoja, joilla suomalaisissa deittipalveluilmoituksissa tuodaan tietoon ei-hoikkaa ruumiinrakennetyyppejä. Aineisto käsittää 918 suomalaista "Tositarkoituksella" -profilia, joita tarkastelen tekstianalyttisesti lähiluvun keinoin. Tarkastelu pohjaa kulttuurisen mallin teoriaan, jonka mukaan jaamme samassa kulttuurissa samanlaisia käsityksiä. Aineistosta pystyi erottamaan kuusi erilaista kategoriaa eli kulttuurista mallia sen suhteen, miten pyöreä tai XL-ruumiinrakenne otettiin esiin ja miten sitä käsiteltiin profiilissa.

Asiasanat: deittipalvelut, internet, ulkonäkö, lihavuus, kulttuuriset mallit, heterokonteksti

Kumppaninetsintä internetin deittipalvelujen [1] kautta alkoi 1990-luvun puolessa välissä, samaan aikaan kuin muukin internetin käyttö alkoi siirtyä tavallisen arjen piiriin. Tässä artikkelissa tarkastelen tapoja, joilla suomalaisissa deittipalveluilmoituksissa ilmaistaan ei-hoikkaa ruumiinrakennetyyppejä. Tarkemmin sanottuna lähiluen suomalaisen nettideittipalvelun heteroilmoituksia kiinnittäen erityistä huomiota siihen, kuinka niissä käsitellään yleisestä ihanteesta poikkeavaa ulkomuotoa kielen avulla.

Ulkonäön merkitys kumppaninvalinnassa on tiedetty olennaiseksi jo pitkään. Ihanteellista kumppania onkin useimmiten tutkittu fyysisten ominaisuuksien kautta. Erityisesti evoluutiopsykologisen tutkimuslinjan mukaan hyvien geenien edelleen tuotanto on merkittävin tekijä kumppaninvalintaprosessissa. Yleensä fyysinen viehättävyys yhdistetään myös sellaisiin piirteisiin kuin nuoruus ja terveys. (Buss 1994.) Minua kiinnostavat evoluutiopsykologisen näkökannan sijaan kuitenkin

kulttuuriset selitykset – miten ympärillä oleva kulttuuri vaikuttaa ajatuksiimme. Esimerkiksi media- ja mainosmaailma kyllästävä meitä tietynlaisten ”täydellisten” naisten ja miesten kuvilla. Sukupuolentutkija Leena-Maija Rossin mukaan suomalainen mainonta esittää sukupuolet ja seksuaalisuudet paitsi heteronormatiivisesti myös niin, ettei lihavia esitetä seksuaalisesti haluttavina. Rossin mukaan tämä tarkoittaa sitä, ettei lihavuus ole normatiivisen heterouden kannalta toivottua. (Rossi 2007, 134.) Nämä lähtökohdat tuottavat paineita jokaiselle, mutta varsinkin sellaisille, jotka eivät ole ulkoisen ihanteen mukaisia.

Normatiivista heterokontekstia (mies etsii naista tai nainen etsii miestä) olen tutkinut vuonna 2012 kerätystä aineistosta, joka käsittää 918 profiilia. Heteroaineisto kiinnosti minua, koska sillä on pitkä historia vallassa olevana tapana nähdä sukupuoli ja parisuhde. Toivoin, että tämä historia nousisi esiin jollain tavalla myös nykyisessä itseilmaisussa. Tutkimusaineisto on kerätty julkiselta, kaikille avoimelta sivustolta, joka ei vaadi kirjautumista. Olen informoinut sivuston ylläpitäjää tutkimuksesta. Aineisto kattaa maantieteellisesti koko Suomen sekä kaikki ikäryhmät 20-vuotiaista aina 68-vuotiaaseen asti. 41 prosenttia kumppaninhakuilmoituksen tehneistä oli naisia, 59 prosenttia miehiä. Tutkimusaineisto on rajattu ”Tositarkoituksella” -luokkaan eli niihin, jotka ilmoittavat etsivänsä vakavaa suhdetta. Muut kategoriat tässä palvelussa ovat ”Seikkailu”, ”Ystävää etsimässä”, ”Matkaseuraa”, ”Etsintäkuulutus” ja ”Ei luokitusta”. Tein rajauksen saadakseni aineistoa, joka on keskenään jollain tavalla verrattavissa. Lisäksi toivoin, että ”tositarkoituksella”-ilmoituksissa kumppaninetsintään suhtauduttaisiin vakavammin ja sisältöön paneutuvammin kuin muissa kategorioissa. Ilmoituksia tässä kategoriassa oli yhteensä 5237. Miesten osuus tässä kategoriassa oli 65 prosenttia. Deittipalvelun profiileihin liitetyt kuvat olivat näkyvissä vasta rekisteröitymisen jälkeen, joten niitä en ole käyttänyt. Multimediaalisia mahdollisuuksia (linkkejä, ääniviestejä) ilmoituksissa käytettiin vain vähän, joten keskityn ainoastaan tekstiaineistoon.

Etsin teksteistä kulttuurisia malleja eli yleisemmin esiintyviä käsityksiä. Sijoitan tarkastelutapani ensisijaisesti siihen tutkimustraditioon, joka on kiinnostunut itsensä esittämisen tavoista virtuaalisessa ympäristössä, etenkin kumppaninvalinnan kontekstissa. Sosiaalipsykologi Sherry Turkle oli aloittamassa 1990-luvun puolivälissä akateemista keskustelua verkkoidentiteetin rakentumisesta teoksellaan *Life on the Screen* (Turkle 1995). 2000-luvun tuotteliain tutkija verkkoidentiteetin ja verkkodeittailun suhteesta on psykologi Monica Whitty (Whitty 2008; 2010). En voi kuitenkaan ohittaa myöskään Suomessa kulttuuritutkimuksen ja yhteiskuntatieteellisen tutkimuksen parissa käytyä keskustelua, jossa ruumiin koko on yhdistetty vahvasti nimenomaan sukupuolen tuottamiseen.

Lihavuus stigma kumppaninhaussa

Varhaisimmat dokumentoidut tutkimukset kumppanimieltyyksistä tehtiin 1940-luvulla sosiologian piirissä. Kyselytutkimuksessa amerikkalaisten yliopisto-opiskelijoiden tuli järjestää parikymmentä annettua kumppanin ominaisuutta mieluisuusjärjestykseen. Ulkonäkö osoittautui tärkeimmäksi kriteeriksi niin kumppania etsiville miehille kuin naisillekin. (Christensen 1947, 85-88.) Ulkonäkö (*good looks*) oli kuitenkin tässä tutkimuksessa ilmaistu hyvin epämääräisesti eikä

määritelmä ottanut kantaa esimerkiksi ruumiinrakenteeseen. Myöhemmissä brittiläisten psykologien tutkimuksissa (mm. Tovée & Cornelissen 2001; Swami et al. 2006) on todettu, että erityisesti naisten ulkonäöllinen viehättävyys perustuu ensisijaisesti BMI-lukemaan. BMI tarkoittaa painoindeksiä (*body mass index, BMI*), jonka avulla voidaan arvioida ihmisen painon ja pituuden suhdetta.

Naistutkimuksen oppiaineesta väitellyt Hannele Harjunen on myös päätenyt siihen tulokseen, että naisten suhteen odotukset tietynkokoisesta ulkonäöstä ovat paljon vahvempia kuin miesten kohdalla. Harjunen kuitenkin kritisoi länsimaista ja myös suomalaista lihavuuskeskustelua, joka on pitkään ja yhä edelleen pohjautunut lääketieteeseen. Tässä lihavuus nähdään sairautena tai ruumiin ongelma- tai poikkeustilana. (Harjunen 2004, 412–415). Esimerkiksi painoindeksi BMI on lääketieteellinen termi, jota ei ole suotavaa käyttää lihavuuden yhteiskunnallisissa tutkimuksissa tai kulttuurintutkimuksissa. Ongelmana pidetään sitä, että painoindeksi vaikuttaa objektiiviselta mittarilta, mutta todellisuudessa se ei ole kulttuurisista arvoista irrallinen (Harjunen 2007, 205). Suomalaisistakin on tehty lihavuustilastoja BMI-lukemien pohjalta (esimerkiksi Terveiden ja hyvinvoinnin laitos), mutta en käytä niitä, koska lihavuuden määrittely ei noudata tässä artikkelissa BMI-mittareita. Erotukseksi lääketieteellisestä tutkimuksesta yhteiskuntatieteissä ja kulttuurintutkimuksessa onkin päätetty käyttää eri nimekkeitä. Harjusen ja Kyrölän mukaan tulisi käyttää sanoja lihava ja lihavuus, mutta ilman negatiivista konnotaatiota. (Harjunen&Kyrölä 2007, 15.) Tässä artikkelissa käytän lihavan rinnalla määritelmää ei-hoikka, jota myös Rossi on käyttänyt (Rossi 2007, 136).

Ei-hoikkuus on nähty varsinkin kumppanivalinnassa stigmana eli negatiivisesti leimaavana piirteenä. Tästä esimerkkinä voi mainita 1990-luvun puolivälissä valmistuneen Sittonin ja Blanchardin psykologian alalla tehdyn tutkimuksen, jossa laadittiin kaksi henkilökohtaista-ilmoitusta kahteen amerikkalaiseen sanomalehteen. Toisessa ilmoituksessa romanttista kumppania etsi nainen, joka ilmoitti olevansa alkoholismista toipumassa, ja toisessa nainen, joka ilmoitti olevansa 50 paunaa (22 kiloa) ylipainoinen. Muuten ilmoitusten teksti oli samanlainen. Ylipainoiseksi itsensä maininnut sai vähemmän vastauksia. (Sitton & Blanchard 1995, 1185–1186.)

Vaihtoteorialla (*attribute trade*) viitataan usein tutkimuksiin siitä, kuinka naisen ulkoinen viehättävyys on perinteisesti vaihdettu miehen korkeaan koulutukseen. Vaihtoteoriaa kumppanivalinnan perustana tutkinut amerikkalainen käyttäytymistieteilijä Judie Carmalt työryhmineen tarkasteli erityisesti sitä, kuinka muilla ominaisuuksilla käytiin kauppaa suhteessa lihavuuteen. Tutkimuksen 1400 pariskuntaa osoittivat, että ei-hoikilla oli hoikkia vähemmän fyysisesti viehättäviä kumppaneita. Tämä koski etenkin valkoihoisia naisia. Korkea koulutus, mukava persoonallisuus ja siisti ulkonäkö lisäsivät kuitenkin mahdollisuutta ”hyvännäköiseen” (tässä tapauksessa amerikkalaisen käsityksen mukaan terveen painoindeksin omaavaan) kumppaniin ja vähensivät siten lihavuuden tuomaa haittaa. Tutkimuksen mukaan sekä naiset että miehet pystyivät paikkaamaan vähemmän viehättävää ulkonäköään hyvällä koulutuksella. (Carmalt et al. 2008.) Jähmeät stereotypiat lihavuuden suhteen liittyvätkin Harjusen ja Kyrölän mukaan paitsi sukupuoleen, sosiaaliseen statukseen ja ikään, myös etnisyyteen: oletetaan

esimerkiksi, että tummaihoisella naisella on ja kuuluukin olla isompi takamus kuin valkoihoisella (Harjunen & Kyrölä 2007, 11).

2000-luvun loppupuolella tehtiin useita etnisen taustan huomioivia vertailevia tutkimuksia. Yahoo-deittipalvelun heterodeittiprofiileja (6000 kappaletta) koskevan tutkimuksen mukaan valkoihoisilla ja miespuolisilla oli eniten tiettyjä toivomuksia ulkonäön suhteen. He halusivat tapailla hoikkia ja treenattuja naisia, kun taas afrikkalaisamerikkalaiset ja latinomiehet suosivat rehevämpiä naisia. (Glasser et al. 2009, 14–33.) Länsimaisessa kulttuurissa sosiaalisesti hyväksyttävä vartalo on tarkasti määritelty. Hoikkuusideaalista on tullut normi, johon kaikkien oletetaan pyrkivän. Naisille tämä vaatimus on ollut tiukempi kuin miehille. (Harjunen 2004, 412.) Ruumisnormilla tarkoitetaan sitä, että tietynlaista ruumista pidetään terveenä, normaalina, kauniina ja toimivana tietyssä ajassa ja kulttuurissa (Harjunen & Kyrölä 2007, 22). Tässä artikkelissa ei kuitenkaan keskitytä etnisyyteen, sillä aineisto on etnisesti homogeeninen.

Aikaisemmat tutkimukset painottavat siis ulkonäön suurta merkitystä seurustelusuhteissa ja sitä, että länsimaisessa kulttuurissa lihavuus nähdään usein henkilöä stigmatisoivana tekijänä. Monica Whitty ja Katelyn Y.A. McKenna ovat kuitenkin esittäneet, että itsensä totuudenmukaisesti kuvailevat onnistuvat parhaiten kumppaninhausassa internetissä (McKenna et al. 2002; Whitty 2008, 1708). Minua kiinnostaa se, kuinka suomalaiset deitti-ilmoituksissaan käsittelevät vahvasti normitettua ei-hoikkuutta tietäen, että se on valtavirtaisen kumppani-ihanteen ulkopuolella. Pyrin vastaamaan tähän kysymykseen tutkimusaineistoni avulla lähestymällä tekstejä kognitiivisen antropologian ja lähiluvun avulla.

Ulkonäköihanteet kulttuurisesti jaettuina käsityksinä

”Omaa kultaa kaipaa 24v xl kokoinen tyttölapsi Savosta. Olen htajuinen, luotettava, eläin ja lapsirakas. Toivoisin sinun olevan VAPAA, htajuinen ja suurella sydämellä varustettu 22-35v normaali suomalainen mies. Ei seikkailua, kesäromanssia jne!”

Nainen 24-vuotias, XL

Aineistoni perusteella internetin kumppaninhakuilmoitukset ovat usein kaavamaisia rakenteeltaan, ja myös niissä rakennetut sukupuoli-eritykset ovat stereotyyppisiä. Väitän tämän johtuvan ainakin osittain siitä, että lukiessaan deitti-ilmoituksia ihmiset alkavat tiedostamattaan pitää oikeana ja kenties ainoana vallitsevaa tapaa tehdä ilmoitus ja painottaa tiettyjä asioita tietyllä tavalla. Tähän voidaan liittää myös näkemys tietoisesta toisin tekemisestä, joka yhtä lailla kertoo siitä, että vallitseva tapa on sisäistetty. Internetin deittipalvelun alkuaikoina ilmoitukset olivat pitkälti ominaisuuslistauksia liittyen lehti-ilmoitusperinteeseen ja myös Monica Whitty mainitsee ”ostoslistat” (*shopping-lists*) (Whitty 2008, 1716). Seurattuani deitti-ilmoituksia yli kymmenen vuoden ajan voin todeta, että listauksia näkee edelleen, mutta niitä pidetään vanhanaikaisina. Edelleen on olemassa vaatimuksia kumppanin suhteen, mutta ne puetaan yleensä enemmän tarinan asuun kuin ranskalaisin viivoin

ilmaistuihin luetteloihin. Tämä tiedostamaton yhteisymmärrys deitti-ilmoituksen ”käsikirjoituksesta” on esimerkki jaetusta kulttuurisesta mallista.

Kulttuurisen mallin teorian tausta on kognitiivisessa antropologiassa. Teorian mukaan jaamme samassa kulttuurissa samanlaisia käsityksiä, esimerkiksi yhteisesti hyväksytyä tietoa ihanteellisen kumppanin olemuksesta tai siitä, miten kumppaninhakuilmoitus laaditaan. Tämän teorian mukaan tutkimani internetin kumppaninhakuilmoituksiin kirjoitetut esittelytekstit tai visuaaliset tarinat eivät ainoastaan kerro kirjoittajasta, vaan ne muotoutuvat aina suhteessa siihen, mitä henkilö kuvittelee nimenomaan internetissä olevan kumppaninhakuilmoitustekstin olevan. Saman kulttuuritaustan omaavat henkilöt lukevat ja tulkitsevat näitä ilmoituksia. He lukevat myös rivien välit ja ymmärtävät senkin, mitä ei suoraan sanottu, mutta mihin viitataan. Kun jaamme samassa kulttuurissa samanlaisia käsityksiä, tiedämme, mitä sisältöjä odottaa tietyltä ilmiöltä.

Kulttuurisen mallin käytössä tutkimuskohteena ovat kognitiivisen antropologian pioneerin Roy Goodwin D'Andraden mukaan ihmisten enkulturaatiassa (kulttuuriin kasvamisen prosessissa) opitut ajatukset ja käsitykset, niin sanottu kulttuurinen tietous, jonka katsotaan ohjaavaan käyttäytymistä ja toimintaa (D'Andrade 1995). Yksilöt oppivat olemassa olevat sosiokulttuuriset säännöt koskien seksiä, rakkautta ja kumppanin etsintää, ja näitä ohjeita toistavat ja ylläpitävät muun muassa media, vanhemmat ja vertaisryhmät, koulusysteemi, uskonnolliset ja poliittiset ideologiat ja lainsäädäntö (Regan 2008). Tutkijan refleksiivisyys, eli hänen oma kulttuurinen tietämyksensä ja oma kokemushistoriansa, on olennaista kulttuurin sisäisten koodien tunnistamisessa silloin, kun tutkittavana on kulttuuri, johon tutkija myös itse kuuluu.

Vaikka lähestymistapani ei nojaa sukupuolentutkimukseen tai queer-teorioihin, tunnistan silti kulttuurisen mallin teoriaan sopivana Judith Butlerin (1990) käsityksen toistotekojen avulla muodostettavasta sukupuolisten kuvien ja seksuaalisuuksien kaavamaisuudesta. Esimerkiksi henkilöt poseeraavat kuvissa tietyllä tavalla, koska haluavat mukautua tiettyyn visuaaliseen, kulttuurisesti hyväksytyyn järjestykseen. Etenkin mainonnan kuvamaailma lujittaa kaksijakoista sukupuolieroja ja normittaa oikeiksi, haluttaviksi ja kauniiksi vain tiettyjä sukupuolen esittämisen tapoja. Myös Rossin mukaan nykyistä kauneusihannetta ohjaa erityisesti hoikkuusvaatimus. (Rossi 2003, 12,21, 32, 36, 43.)

Tyypilliset ulkonäköihanteet ovat kulttuurisesti yhteistä tietoa, jonka jakavat myös internetin kautta kumppania etsivät henkilöt. Ihanteellista ulkonäkönormia rikkovat esitykset, esimerkiksi maininta lihavuudesta ja se miten siitä puhutaan, noudattavat myös yhteisesti jaettuja ja kulttuurissa opittuja käsityksiä siitä, miten niistä pitäisi puhua.

Kuka on ei-hoikka, kuka hetero, ja miten tätä voi tutkia

Lihavuus tai ei-hoikkuus on tässä tarkastelussa ainoastaan ilmoittajan itsensä määrittelemä ominaisuus lomakekentässä, joskaan ei suoraan näillä termeillä. Käytetyn kumppaninhakupalvelun omat lokeroinnit (hakuparametrit) rajaavat siten myös tutkimusaineistoa. Ei-hoikka viittaa tässä omaan arvioon, kun profiilin

lomakeosiossa pyydetään määrittelemään valikosta valitsemalla oma ruumiinrakennetyyppi. Vaihtoehdot olivat: atleettinen, hoikka, sopusuhtainen, pyöreä ja XL. Vaihtoehdot pyöreä ja XL luetaan tässä tarkastelussa eniten ei-hoikkuutta vastaaviksi, ja käsite ei-hoikka tulee selvemmäksi, sillä pyöreä ei välttämättä edes ole lihava. Myös sukupuoli oli samalla tavalla ilmoittajan itsensä määrittelemä ominaisuus.

Psykologi Anna Lindqvistin mukaan sukupuoli määritellään nykyään jo yleisesti sosiaalisesti rakennetuksi biologisen määräävyyden sijaan. Ihminen on sosiaalistettu ajattelemaan sukupuolta binaarisen kahtiajaon mukaisesti ja Lindqvist on kritisoinut vahvasti tutkimuksissa tehtyjä dikotomista jakoa miehiin ja naisiin. Sellainen tutkimus, jossa jo lähtökohtaisesti jaetaan väestö kahteen ryhmään, vahvistaa Lindqvistin mukaan olemassa olevia stereotyyppisiä sukupuolieroista. (Lindqvist 2013, 143–145) Lainaan sukupuolentutkimuksesta performanssin käsitettä väittäen, että tässä heteronormatiivisessa tutkimuskontekstissa, keskiössä on kuitenkin nimenomaan kaksinapaisuus, biologisen sukupuolen määrittämien henkilöiden ilmaisutavat. Erilaiset ilmaisutavat muodostavat kokonaisuuden, jota voi kutsua heteronormatiisuuden performanssiksi. Yhteiskuntatieteiden tohtori Jiri Niemistä soveltaen: identifioidut tiettyyn heteronormatiiviseen subjektipositioon tapahtuu performoimalla eli esittämällä niitä ominaisuuksia, jotka on yleisesti ymmärretty siihen kuuluviksi. Performatiivisen sukupuolikäsityksen mukaan sukupuolisuuutta tuotetaan joka hetki uudelleen toistamalla tiettyjä sääntöjä ja normeja niin sosiaalisissa käytännöissä, diskursseissa kuin instituutioissakin. (Nieminen 2013, 42, 32.)

Nettideittailupalveluissa on jo lähtökohtaisesti vahva biologiseen sukupuoleen painottuva konteksti: hakijat ovat joko miehiä, naisia tai pareja ja he hakevat miehiä, naisia tai pareja. Ilmoittajan oletetaan raksivan ruutuun biologinen sukupuolensa, oli hänen sosiaalisesti rakennettu sukupuolensa millainen hyvänsä. Kohtelen ilmoittajan profiilissaan antamia tietoja niin kuin ne olisivat valideja, vaikka en voi sitä todistaa enkä myöskään kieltää. Suomalaisessa yhteiskunnassa heteronormatiivisuuteen liitetään erityisesti miehen ja naisen väliselle rakkaudelle pohjautuva suhde (Suopajarvi 2009, 29). Heteroseksuaalinen matriisi tai hegemonia asettaa miehen ja naisen toisilleen vastakkaisiksi ja toisiaan täydentäviksi (Nieminen 2013, 35). Vaikka tutkimuskontekstini on vahvasti heteronormatiivinen, se, kuka on oikeasti hetero, ei ole oikeastaan tässä olennaista.

Sen sijaan olennaista on se, että toimijat asettavat itsensä heterotoimijuuden kontekstiin. Teoreettisen mallini mukaan henkilöt pyrkivät toistamaan tiettyssä kontekstissa nimenomaan siihen liittyviä sisältöjä, olivat ne todellisuudessa täysin valideja tai ei. Tässä tapauksessa etsin tietynlaista heterostereotypiaa, sitä, millä tavalla heteroseksuaalisessa kontekstissa suhtaudutaan ei-hoikkuuteen, ja millaista performanssia ulkonäöstä ja painosta käydään.

Konstruktionismin mukaan todellisuuskäsitys rakentuu aiemman tiedon ja kokemusten varaan. Todellisuuskäsitystä rakennetaan yhdessä muiden kanssa, vuorovaikutuksessa kulttuurin, sosiaalisen ympäristön ja instituutioiden tarjoamien kertomusmallien kanssa (Heikkinen 2001, 116–117, 119). Kertomistyyli on

kulttuurinen konstruktio, kulttuurinen malli. Se näkyy eri kertomusaineistoissa selkeästi yhtenevänä tapana kertoa (Knuutila 2010, 31). Kerromme aina jollekin, ja ennakoimme sitä, mikä on hyväksyttävää tai mistä ei kannata puhua. Organisaatiotutkija ja sosiologi Barbara Czarniawska kutsuu tällaisia puhetapoja tietyn yhteisön tai yhteiskunnan ”oikeutetuiksi tarinoiksi”. (Czarniawska 2004, 5–6).

Voidaan väittää, että nykyisin kulttuuristen mallien lähteet ovat pitkälti tiedotusvälineissä, kirjallisuudessa ja yleisissä keskusteluissa. Kulttuurisia malleja tutkittaessa kieli onkin keskeinen sosiokulttuurisen todellisuuden ja henkilökohtaisen ymmärryksen muotoutumisessa. Sen vuoksi kiinnitän tekstianalyysissä huomiota varsinaisen sanaston lisäksi myös paralingvistisiin piirteisiin kuten metaforiin ja toistoon. Erityisesti analysoin deitti-ilmoitusten vapaatekstikenttää, koska siinä ei rajoiteta ilmaisumuotoa tai ilmaisun pituutta. Tarkastelen erityisesti henkilönjoko omasta ulkonäöstään tai hakemansa henkilön ulkonäöstä antamia lisätietoja.

Tutkimusaineiston deitti-ilmoitukset ovat luonteeltaan puolistrukturoituja eli kaikille yhteisen lomakekentän lisäksi on olemassa vapaatekstikenttä. Lomakekentän tietoja ei kuitenkaan ollut pakko täyttää vaan esimerkiksi ruumiinrakennetyypin saattoi jättää tyhjäksi ja silti oli mahdollista edetä lomakkeella profiilin julkaisuun asti. Tarkastelin ensin laajemmin ulkonäköä kuvaavaa sanastoa. Aineistoa uudelleen läpikäydessä kiinnitin ensin huomiota ilmoittajan itsensä määrittelemään lomakeosion ruumiinrakenneluokitukseen ja sen jälkeen vapaatekstikenttään. Käytin tutkimusmetodina lähilukua tarkoittaen sillä sitä, että olen läpikäynyt ja eriteltyt aineiston kielellistä ilmaisua järjestelmällisesti ja yksityiskohtaisesti. Luennassa olen kiinnittänyt huomiota tekstin monimerkityksisyyteen ja kerrostuneisuuteen. Olen pyrkinyt tunnistamaan aineistosta esille nousevia teemoja, kuvaamaan, analysoimaan, tulkitsemaan ja ymmärtämään tekstejä ja merkityksiä. Tätä voidaan kutsua myös hermeneuttiseksi tekstintulkinnaksi, aineiston lähiluvun pohjalta rakentuvaksi tulkinnaksi (Turunen 1995). Niistä ilmaisuista tai avainsanoista, joiden suhteen esiintyi toistoa, muodostin kategorioita teemoittain. Lopputuloksena luotu kulttuurinen malli on minun tutkijana tekemä tulkinta tietyn ryhmän kulttuurisesta eli sosiaalisesti opitusta tiedosta (D’Andrade 2005, 84; Shore 1996, 10–11).

Tarkat mitat ja itse tulkittu ruumiinrakennetyyppi

”Jos mul varaa esittää jotai vaatimuksii ni saisit olla nätti ja suht hoikkaki, kemiai silti tärkeempii. myönnän kyl et tota ulkonäköö tulee hiuka katottuu”

Mies 40-vuotias, hoikka

Yllä olevan esimerkin lisäksi aineistosta löytyi useita viittauksia siihen, että tietoisuus vallitsevista ulkonäköihanteista on olemassa. Samoin oli olemassa tieto siitä, että kumppaninhakuilmoituksessa esitetään yleensä toiveita tai vaatimuksia haettavan henkilön suhteen. Henkilön pohdinta siitä, onko hänellä varaa esittää vaatimuksia, on helpoimmin tulkittavissa vaihtoteorian kautta: onko mies itse niin suosittu, että hän voi valita tai toivoa, ja kuinka pitkän vaatimuslistan hän voi laatia voidakseen vielä menestyä kumppaninhaussa.

Monica Whittyn tutkimusaineistossa suurin osa deittailijoista pyrki esittämään itsestään fyysisesti mahdollisimman viehättävän kuvan internetin deittipalvelussa. Whitty tosin mainitsee myös aikaisemmat tutkimukset, joissa oli päädytty toisenlaiseen tulokseen: internet-kumppaninhaun parhaimpana puolena pidettiin sitä, että virtuaalisessa mediassa kiinnostus tapahtuu sanojen eikä fyysisen ulkonäön kautta. Internet-kumppaninhaku nähtiin ideaalisena, koska se pystyi eliminoimaan ajan, paikan ja ruumiin ja sen sijaan yhdistämään mielen ja sielun. (Whitty 2008, 1714). Väitän, että Whittyn omassa tutkimuksessa näkyy jo niin sanottu visuaalinen käänne, joka tapahtui sosiaalisen median nousun myötä: kuvien jakamisesta tuli teknisesti helppoa ja yleisesti hyväksyttyä.

Suuri yhteisymmärrys ulkonäön esille ottamisesta vallitsi myös omassa aineistossani. Suurin osa aineiston deittailijoista kertoi sekä pituutensa että ruumiinrakennetyypinsä profiilissaan (taulukko 1). Miehillä oli luonnollisempaa esittää tietonsa tarkoin pituus- ja painomitoin. Kokonormeihin liittyikin keskeisesti kysymys sukupuolittuneista kauneushanteista ja ulkonäöstä. Vaikka lihavuus on leimaavaa kummallekin sukupuolelle, se leimaa selvästi enemmän naisia (Kyrölä 2007, 52). Se voi olla selittävänä tekijänä sille, että naiset eivät suosineet tarkkoja mittoja samassa määrin. Kolmasosa miehistä ja naisista jatkoi ulkonäköön liittyvien seikkojen (joko oman ulkonäkönsä tai etsimänsä kumppanin) käsittelyä vapaatekstikentässä lomaketietojen lisäksi.

Taulukko 1.

Profiilissa kerrottu	Naiset	Miehet
sekä ruumiinrakennetyyppi että pituus	80 %	91 %
ainoastaan pituus, ei ruumiinrakennetyyppejä	8 %	3 %
ainoastaan ruumiinrakennetyyppi, ei pituutta	5 %	2 %
ei ruumiinrakennetyyppejä eikä pituutta	7 %	4 %
	100 %	100 %

Vaikka ruumiinrakennetyyppi oli itse valittavissa ja tulkittavissa, vapaatekstikentässä oli nähtävissä epäröintiä sen suhteen, miten lomakevalikossa annettuja vaihtoehtoja tulisi tulkita. Ohjeistusta ei palvelun puolesta ollut. 34-vuotias mies, joka oli merkinnyt ruumiinrakennetyypikseen atleetti, pohti tilannetta vapaatekstikentässä seuraavasti:

”En ole mikään bodarityyppi, enkä haluakaan olla. Ehkä olen hieman lihava.”

23-vuotias nainen taas oli valinnut ruumiinrakennetyypikseen sopusuhtainen, mutta epäröi valintaansa vapaatekstikentässä:

”Oonkohan nyt läski ku laitan et olen sopusuhtainen.”

Vastausten todenmukaisuuteen on mahdotonta ottaa kantaa eli kyseessä ei ole välttämättä henkilön todellinen ruumiinrakenne. On myös otettava huomioon tahallisen vääristelyn mahdollisuus. Siksi tarkastelun kohteena onkin se, miten itsensä ei-hoikiksi luokittelevat (joko ruumiinrakenne pyöreä tai XL) käsittelevät ulkonäkökysymystä ilmoituksessaan tietäen, että se ei vastaa heteronormatiivista kokoihannetta.

Komea ja sopusuhtainen – lähes täydellinen

Sopusuhtaisilla, atleeteilla tai hoikilla deittailijoilla, eli heillä, jotka ilmoittivat olevansa jotain muuta kuin ruumiinrakenteeltaan pyöreitä tai XL-kokoisia, oli yhteisiä piirteitä. Jos heidän vapaatekstikentässään oli ihanneominaisuuksien luettelo tai luettelo heidän mielestään negatiivista asioista, lihavuus oli usein mukana negatiivisten piirteiden listalla yhdessä huume- tai mielenterveysongelmien kanssa. Tämä huomio rinnastuu mielenkiintoisesti Sitton ja Blanchardin amerikkalaiseen tutkimukseen, jossa vertailtiin kahden kuvitteellisen ilmoituksen – päihdeongelmaisen ja ylipainoisen – saamaa vastaanottoa. Suomalaisessa aineistossa lihavuuden mainitseminen negatiivisten piirteiden listalla oli yleensä miesten tapa rajata ehdokkaita.

”Jos olet römeä-ääninen, maitovalaan kokoinen ja muotoinen lähiöruusu, jatka sen oikean hakemista.”

Mies 51-vuotias, atleetti

”Kunhan et vedä aineita, roiku exässäsi, etkä ole pullukka..”

Mies 29 -vuotias, hoikka

Toinen yhteinen tekijä tälle ryhmälle oli se, että he odottivat hakemaltaan kumppanilta samoja ominaisuuksia, mitä heillä itsellään oli. Psykologian tohtori Pamela Regan on teoksessaan *The Mating Game* luokitellut kumppaninvalinnan selitysmalleja. Samankaltaisuushypoteesin mukaan seurustelupartneri valitaan omia piirteitä vastaavasti: fyysisesti viehättävä valitsee toisen fyysisesti viehättävän, taustoiltaan samanlaisen ja samoihin arvoihin uskovan. (Regan 2008, 4–8.) Yllä olevista esimerkeistä kuvastuu länsimainen hoikkuusideaali. Kulttuurisista lähtökohdista lihavuutta tutkineiden esikuvana toimiva feministifilosofi Susan Bordon mukaan ruumiin muodosta ja koosta on tullut länsimaisen yksilön moraalisen ja henkisen tilan symboli. Kiinteä ja treenattu ruumis heijastaa sitä, että ihminen välittää itsestään. Lihavuus puolestaan merkitsee tahdon ja elämäntilanteen puutetta. (Bordo 1993, 93, 95.)

”Etsin mukavaa sporttista rauhallista miestä. Itsekkin olen katseenkestävä sporttinen nainen.”

Nainen 43-vuotias, hoikka

”Olen mukava hoikka sportti ja monipuolinen mies. Esin sua hoikka ja sportti nainen.”

Mies 55-vuotias, hoikka

Kolmas yhteinen nimittäjä oli, että muiden kuin pyöreä- tai XL-ruumiinrakenteen ilmoittaneiden joukossa havaitsin huomattavasti enemmän kerskailua ja omakehua. Tämä huomio tukee hoikkuuden yhteiskunnallista hyväksyttävyyttä ja samalla ei-hoikkuuden tuomaa leimautumista, väheksyntää ja sosiaalista haittaa.

”Kauniskin saa olla, koska mä olen komea”

Mies 44-vuotias, atleetti

”Annetaan rakastavaan kotiin lähes täydellinen mies”

Mies 35-vuotias, atleetti

”Tuuli ei vie mutta toivottavasti sinä teet sen.” Kuusi tapaa ottaa kantaa ylipainoon

Aineiston miehistä 7,2 prosenttia ja naisista 21 prosenttia ilmoitti ruumiinrakennetyypikseen pyöreä tai XL. Aineistosta pystyi erottamaan kuusi erilaista kategoriaa eli kulttuurista mallia, sen suhteen, miten pyöreä tai XL -tyyppi otettiin esiin ja miten sitä käsiteltiin ilmoituksessa. Ensimmäinen kategoria oli myöntää asia ja tietoisena kulttuurisesta ulkonäköihanteesta huomauttaa itse, että oikeastaan laihdutuskuuri olisi tarpeen tai että sellainen on juuri menossa. Harjusen mukaan ei-hoikat usein haluavat ajatella lihavuutta vain välitilana, väliaikaisena tilana, joka on ohimenevää. Sen vuoksi laihduttamista voi pitää normatiivisena pakkona ja luonnollisena tavoitteena, sillä sen avulla voidaan saavuttaa sosiaalinen hyväksyminen. Etenkin television laihdutusohjelmat toistavat ”Jokaisen lihavan sisällä on hoikka ihminen”-ajattelua, jonka mukaan ei-hoikkuus on este todellisen persoonan esilletuloon, ja vasta laihduttamisen kautta ihmiset saavat esille ”todellisen minänsä”. (Harjunen 2007, 206–207, 214; Pajala 2007, 96)

”Hieman fyysisellä puolella pyöreä, mutta aloittanut projektin tämän muuttamiseksi. Etsin seuraa juuri täältä, koska en ole uskaltanut lähestyä naista suoraan ulkona.”

Mies 23-vuotias, pyöreä

”Sinulla on elämä, mutta elämäsi mahtuisi meikäläisen kaltainen laihduttava pätkätyöläinen.”

Nainen 51-vuotias, XL

Toinen kategoria oli jättää koko tai ruumiinrakenne huomioimatta vapaatekstikentässä ja jättää tieto ylipainosta ainoastaan lomakekenttään. Kategoria oli selvästi olemassa, mutta on vaikea vetää johtopäätöksiä siitä, mitä se tarkoittaa. On mahdollista, että tällaisessa tapauksessa deittaaja halusi välttää koko ulkonäkö/koko -aihepiiriä, tai sitten hän ei kokenut tarpeelliseksi ottaa asiaa enää puheeksi tai selitellä mitään vaan raksi lomakkeessa riitti hänelle. Näin tehnyt henkilö ei välttämättä pitänyt kokoaan ongelmallisena tai tärkeänä, tai sitten hän oli täysin tyytyväinen ulkonäkönsä.

Kolmannessa kategoriassa profiilissa korostettiin muita piirteitä kuin ulkonäköä tai kokoa. Tämä muistuttaa eniten aiemmin mainittua vaihtoteoria-tutkimusta, jonka mukaan korkea koulutus, miellyttävä persoonallisuus ja itsestään huolehtiminen nostivat ei-hoikan muuten heikompaa menestystä kumppaninhaussa. Tässä kategoriassa saattoi esiintyä jopa muuten harvinaista kerskailua.

”Monesti olen kavereilta kuullut, että luonteeni on jotain sanoin kuvaamattoman hienoa, mutta mene ja tiedä. Ulkonäöltäni parhaiten noista vaihtoehdoista minua kuvaa tuo kohta XL. Kyllä, olen sen kokoinen pehmeä ja muodokas nainen eli nyky käsityksen mukaan lihava.”

Nainen 21-vuotias, XL

”No, niin. Olen huumorintajuinen, rehellinen, romanttinen, avoin, luotettava, fiksu ja raitis elämäntaiteilija.”

Mies 37-vuotias, pyöreä

Neljäs tapa tuoda ei-hoikkuutta esiin deitti-ilmoituksessa oli huumorin ja stereotyyppien kautta. Voitiin käyttää valmiita hokemia tai sanoa isokokoisuus hausemmalla tavalla (esimerkiksi muhkea, uhkea, isoluinen) tai ilmaista se käyttäjänimessä kuten Isojussi, Pullukka tai Fat ass princess. Tämä oli mielenkiintoinen ratkaisu siinä mielessä, että yleensä käyttäjänimen tai nimimerkin tarkoitus on paitsi suojata oikeaa identiteettiä, myös toimia houkuttimena, mainoksena varsinaiseen ilmoitukseen (mm. Whitty & Buchanan 2010,6). Näin ollen huumorin kautta ei-hoikkuuden esiintyminen nimimerkissä voidaan nähdä positiivisena lähestymistapana lihavuuteen. Whittyn ja Buchanan vuoden 2010 tutkimuksen mukaan nimimerkillä oli myös merkitystä: etenkin miehet olivat erityisen kiinnostuneita fyysisiin piirteisiin viittaavista nimimerkeistä (Whitty & Buchanan 2010, 14). Oman aineistoni deittaajat ilmaisivat huumorin avulla myös nimimerkkien ulkopuolella edustavansa suurta rakkautta, suurta sydäntä ja suurta onnetta.

”Olen iloinen, vilkas ja kokoa xxl. Tuuli ei vie mutta toivottavasti sinä teet sen.”

Nainen 45-vuotias, pyöreä

”Lepposahan minä oon”

Mies 46-vuotias, XL

Viides kategoria oli suorasukainen, hivenen aggressiivinenkin, tapa ilmaista olevansa ei-hoikka. Naistutkija Outi Pajalan mukaan lihavuuteen liitetään länsimaisessa kulttuurissa vahvasti ennalta määrättyjä tarinoita, joissa lihavuus nähdään aina itse aiheutettuna (Pajala 2007, 96). Tässä kategoriassa länsimaisen kulttuurin hoikkuusihanne oli hyvin tiedossa, samoin kuin ei-hoikkuuteen liittyvät stereotypiat. Kutsun kategoriaa hyökkäys on paras puolustus -kategoriaksi. Usein silti vihamielisenkin ilmaisun takana on nähtävissä pyrkimys korostaa sisäisen kauneuden tärkeyttä, joka on yksi tapa ohittaa pelkän ulkonäön tai koon (negatiivisesti) määrittämä persoonallisuuskuva. Ja lukuisat hymiöt pehmentävät hieman viestiä.

"--- Sitten muutama rivi ihan suoraa tekstiä että säästyään turhalta vaivalta..eli jos naisessa tärkeintä se että ulkonäöllisesti on missi,en ole etsimäsi.Olen xl kokoinen ja jos se on joku este niin ainahan voit ohittaa profiilini:) En väitä että ulkonäkö ei merkitsisi itselleni mitään,mutta naama onkin kunnossa ja aina kannattaa tutustua siihen mitä kuoren alta löytyy:)Siis hyvät miehet älkää vaivautuko jos luulette että olen joku "helppo nakki" sillä arvostan itseäni sellaisena kuin olen ja mieluummin olen sitten vaikka yksin jos ei muuta:)"

Nainen 21-vuotias, XL

"--- jos oletat löytäväs täältä jonku bodybuilder lihaskimpun armottomilla vuosituloilla niin suosittelen lopettamaan lukemisen tähän ja etsimään muualta sitä oikeaa, meinaa sitä et täältä löydä, olen ihan perus XL luokan sälli terveellä järjellä, ikävä kyllä huonolla ruokavaliolla ---"

Mies 26-vuotias, XL

Tosin sopusuhtaistenkin joukosta löytyi yhtä lailla sisäistä kauneutta peräänkuuluttavia. Vaikka kyse ei ollut painosta, komean ulkonäön paine oli yhtä vallitseva.

"Tähän pitäisi kai laittaa jotain typerää ulkonäkökuvausta, jossa kehun olevani sellainen jonka jalkojen juureen kaatuu kaikki naiset, mutta kun minä en ole. Olen tavallinen kaveri, ilman sen suurempia illuusioita itsestään ja omasta kuvastaan. En tietääkseni ole ruma tai kaunis, tai edes komea."

Mies 30-vuotias, sopusuhtainen

Ottamalla kantaa siihen, että "tähän pitäisi kai laittaa jotain..." sopusuhtainen 30-vuotias mies kuitenkin samalla osoitti olevansa perillä kirjoittamattomista säännöistä eli myös kulttuurisesta mallista kumppaninhaku-ilmoituksen sisällön tavanomaisesta rakenteesta. 25-vuotias sopusuhtainen nainen taas otti kantaa kumppaninvalinnan yleiseen ulkonäkökeskeisyyteen:

”Turn off on pinnallisuus ja ulkonäkökeskeisyys. Minuun ei siis tee vaikutusta peilinkautta otetut kuvat vatsalihaksista tai mikään muu pullistelu.”

Nainen 25-vuotias, sopusuhtainen

Rossi on jakanut koon esittämisen tavat pejoratiiviseen (halventavaan) ja affirmatiiviseen (hyväksyvään) (Rossi 2007, 136). Kuudetta ja viimeistä kategoriata voidaan kuvata affirmatiiviseksi, tai mikäli esitystapa on tarpeeksi vahva, ”kurittomaksi”. Deittaja oli XL tai pyöreä, mutta ilmeisen sinut asian kanssa. Hän ei arastellut liittä kuvaa tai kuvia profiiliinsa tai jopa esittää omia vaatimuksia hakemansa kumppanin suhteen. Vaatimuslistat olivat silti määrällisesti yleisempiä sopusuhtaisten, atleettien ja hoikkien kohdalla. Tässä kategoriassa ruumiinrakenne oli ehkä vain maininnan tasolla, mutta se kuitenkin mainittiin, ja sen lisäksi kerrottiin muita ominaisuuksia.

”Ruumiinrakenteeltani en vastaa modernia kauneusihannetta: lantioni on kapea ja ylipainoakin on, joten painovoimalla on vaikutuksensa. Olen muutenkin kookas naiseksi, pituutta melkein 170cm, paino 95kg. Nilkkani ovat sirot ja sääreni kauniin muotoiset. Etsin rinnalleni parrakasta, savutonta, aktiivista, mielellään erilaisista peleistä (lautapelit, roolipelit, korttipelit) pitävää, kissarakasta miestä. Hintelät, tupakoitsevat, kissa-allergikot ja parran vastustajat älkööt vaivautuko.”

Nainen 33-vuotias, XL

Puhuessaan ”kurittomasta naisesta” Kathleen Rowe Karlyn ottaa esimerkiksi tv-komedienne Roseanne Barrin. Kaikkein kurittominta on Karlynin mukaan se, että Roseanne haluaa aktiivisesti itse luoda ja kontrolloida kuvaa itsestään eikä antaudu ulkoa päin tulevan arvioinnin kohteeksi. Samanlaisesta kurittomuudesta voidaan puhua kun nainen tai naisen ruumis koetaan konventionaalisen sukupuoli-representaation kannalta ylettömänä; esimerkiksi liian lihavana, liian vanhana tai liian seksuaalisena. Kurittomuus tarkoittaa sitä, että nainen ei toimi odotetun toimintamallin mukaan, ei ole hiljaa ja huomaamaton vaan päinvastoin. (Rowe 2002, 10– 11.)

Oli myös deittailijoita, joille haettavan kumppanin ei-hoikkuus ei ollut ongelma, vaan osassa jopa haun kohde. Näitä deittailijoita oli kaikissa ruumiinrakenneryhmissä. Tutkimusaineistossa suurin osa sallivista kommentteista käsitteli naisia, jotka olivat kumppaninhaun kohteena.

”Hei! onko kaikki kauniit vapaat rehevät tytöt kadoneet suomesta kun yhtään ei ole näkyvissä”

Mies 41-vuotias, pyöreä

”Etsin sinua pehmeän naisellinen, luonnollinen nainen. On vain hyvä jos olet muodokas ja rehevä, nainen on minusta kauneimmillaan sellaisena.”

Mies 27-vuotias, atleetti

Ulkonäköjä monenlaisten käsikirjoitusten mukaan

Ulkonäköihanteet kuten kokonormitkin ovat sosiaalis-kulttuurisesti rakentuneita, kulttuurisesti yhteistä tietoa. Myös internetissä kumppania hakevat ihmiset ovat tietoisia ei-hoikkuuden ihanteesta. Käsitystä ylläpidetään toistamalla sitä mediassa ja meille kaikille tutuissa instituutioissa, kuten koulussa. Toiston myötä ihanteesta tulee normi, itsestäänselvyys, jota vasten myös itseä peilataan. Se, millaista ihmistä halutaan kumppaniksi, ja millainen kumppani itse halutaan olla, on yhtä lailla seuraus meille jatkuvasti tarjotuista ymmärtämisen malleista.

Tietoisuus kumppaninhausassa ja myös internetin deittisivuilla vallitsevista ulkonäköihanteista on olemassa: suurin osa otti ulkonäkönsä ilmoituksessaan kantaa. Suurimmassa osassa profiileita oli määritelty oma pituus ja ruumiinrakennetyyppi, eli se on hyväksytty olennaiseksi osaksi paitsi itsensä esittämisen tapaa kumppaninhausassa, myös osaksi itsensä esittämisen tapaa nettideittailun kontekstissa. Se, että kolmasosa henkilöistä jatkoi ulkonäköön liittyvien seikkojen käsittelyä vapaatekstikentässä lomaketietojen lisäksi, tukee tätä päätelmää.

Aineisto jakautui paitsi tarkoituksellisella esijaolla, myös sisältönsä puolesta, hoikkiin ja ei-hoikkiin. Hoikkien suhteen aikaisemmat tutkimustulokset kumppaninhausan ja ulkonäön/painon suhteen näkyivät vahvasti. Pejoratiivisinta eli halventavinta reaktiota ei-hoikkuuteen osoittivat ne, jotka olivat itse hoikkia. Lihavuus nähtiin useammin epätoivottuna heidän ilmoituksissaan, mutta negatiivisista kommentteista huolimatta sitä ei käsitelty esimerkiksi sairautena. Samoin esiin tuli stereotypia moraalista ja henkisestä rappiosta, jonka oletetaan olevan ei-hoikkuuden taustalla.

Kulttuurinen malli on aina tutkijan tekemä tulkinta tietyn ryhmän kulttuurisesta eli sosiaalisesti opitusta tiedosta. Kumppaninhakijat eivät tekstiä kirjoittaessaan ajatelleet tietoisesti kirjoittavansa sukupuolesta, ulkonäköihanteista, lihavuudesta tai suomalaisuudesta. Kävin aineistoa läpi keskittyen tapoihin puhua ulkonäöstä. Aineistosta erottui kuusi kategoriata eli kulttuurista mallia, sen suhteen, miten ei-hoikkaa ruumiinrakennetta käsiteltiin. Yksikään omakuva ei ollut samalla tavalla pejoratiivinen kuten ei-hoikkuus hoikkien teksteissä, vaan niissä tavoiteltiin eri tavoin sosiaalista hyväksyntää.

Hoikkuusideaaliin pyrkiminen näkyi erityisesti ensimmäisessä kategoriassa, jossa laihdutusavoitteet mainittiin. Ilmoittamalla laihduttamisprojektistaan tai -aikeistaan, he olivat askeleen lähempänä sosiaalista hyväksyntää. Kolmannessa kategoriassa ruumiinrakenteeltaan pyöreä tai XL korosti erityisesti muita ominaisuuksia itsessään kuin ulkonäköä. Kuudetta kategoriata voidaan kuvata affirmatiiviseksi. Harjusen mukaan on voimauttavaa, jos voi omaksua ei-hoikkuuden osaksi identiteettiä, identifioitua lihavaksi. Usein tämä pyrkimys kuitenkin aiheuttaa ristiriitaisia tunteita ja hyväksyminen voi olla vaikeaa, varsinkin jos kyse on tilanteista, joissa ruumiin

koko on korostuneesti esillä, kuten mahdollisen seurustelukumppanin tapaaminen. (Harjunen 2007, 217–218.) Jos ajattelee tätä kategorialla ”kurittoman naisen” käsitteen kautta, identifioidut ei-hoikaksi voidaan nähdä tietoisena vastalauseena vallitseville normeille.

Tutkijana osasin etukäteen arvata muun muassa huumorin avulla lähestymisen. Se on stereotyyppinen keino esittää myös populaarikulttuurissa lihava henkilö: hauska, kömpelö, hyväntahtoinen ja kaikin puolin vaaraton. Sen sijaan en osannut etukäteen arvata vaikenemisen kategorialla (kategoria 2), jossa koko tai ruumiinrakenne ohitettiin pelkällä valikon kokomerkinällä. Myöskään hyökkäävää asennetta en osannut ennakoita, vaikka siinä pyritään aktiivisesti tekemään vastavirtaan ”leppoisan pullukan” mielikuvaa samalla kun se kritisoi ulkonäkökeskeisyyttä kumppaninvalinnassa. Toinen toisin tekevä kategoria oli kuudes kategoria, salliva ja myönteinen, ehkä vähän kuritonkin, joka käy toisella tavalla ylipainoisuuden leimaavuutta vastaan.

Oli myös deittailijoita, joille haettavan kumppanin ei-hoikkuus ei ollut ongelma, vaan osassa jopa haun kohde. Näitä deittailijoita oli kaikissa ruumiinrakenneryhmissä. Tutkimusaineistossa suurin osa myönteisistä kommentteista käsitteli naisia, jotka olivat kumppaninhaun kohteena. Kuitenkin aikaisemmissa tutkimuksissa todetaan, että erityisesti naisilla ruumiin hoikkuus yhdistetään ”oikeanlaiseen” hyväksytyyn feminiinisyyteen eikä lihava naisruumis täytä sosiaalisesti ja seksuaalisesti hyväksyttävälle naisruumiille asetettuja nykynormeja (Harjunen 2007, 214). Se, että 7,2 prosenttia aineiston miehistä ja 21 prosenttia naisista on ilmoittanut ruumiinrakennetyypikseen pyöreä tai XL kertoo päinvastoin sen, että naiset eivät ole erityisesti arkailleet ilmoittaa ruumiinrakennetyypinään.

Syytä siihen, että tässä aineistossa naisten suhteen ylipaino oli sallitumpaa kuin miesten kohdalla, voi pohtia ainakin kahdesta näkökulmasta. Ensimmäinen on kysymys naisihanteesta; onko mahdollista, että ihanteellinen nainen Suomessa poikkeaa niin paljon länsimaisen populaarikulttuurin tuottamasta naiskuvasta? Tämä ei liene todennäköistä, sillä suomalainen naiskauneusihanne myötäilee länsimaista ihannetta (mm. Harjunen 2007). Toinen näkökulma on faktapohjaisempi eli nettideittipalvelun tilastollinen rakenne. Huomattavasti suurempi osa käyttäjistä on miehiä kuin naisia. Näin ollen miesten välinen kilpailu halukkaista naisdeittailijoista on kovempaa, joka voi aikaansaada sen, että mainitsemalla pyöreys ihanteena, erotetaan positiivisesti edukseen tässä kohderyhmässä.

Itsensä esittämisen tavat virtuaalisessa kumppaninvalinnan kontekstissa noudattelivat pitkälti länsimaisen heteronormatiivisuuden käsikirjoitusta. Teoreettisen mallin mukainen kulttuurinen tietous käy selittävästä tekijästä saaduille tuloksille. Joskin täytyy aina muistaa, etteivät kulttuuriset mallit ole kiinteitä tai muuttumattomia, vaan eläviä ja variaatioita sallivia. Esimerkiksi vaatimuslistauksia, jotka ennen ajateltiin perustavanlaatuisiksi sisällöiksi, ei ole enää niin paljoa. Toinen seikka on se, että jos pyrkii tekemään toisin, vastavirtaan, ja muuttamaan yleistä mallia, täytyy tuntea ensin vallitseva käytäntö, että sitä vastaan voi kapinoida.

”Ei sitten pidä lukea noita hakukriteereitä kuin piru raamattua. En tosiaankaan arvota ihmisiä senttimetrien tai kilogrammojen mukaan, sopusuhtaisuus kai miellyttää, terve sielu terveessä ruumiissa. Kyllähän sitä jokaisella omat kriteerinsä on, ja kuori herättää kiinnostuksen, ihminen on visuaalinen eläin. Kemia, sikäli kuin sitä sattuu olemaan, tuppaa kuitenkin aina mylläämään mietityt kriteerit uuteen uskoon.”

Mies 37-vuotias, sopusuhtainen

Kirjoittaja työskentelee tohtorikoulutettavana Turun yliopiston digitaalisen kulttuurin oppiaineessa.

Viitteet

[1] Määrittelen deittipalvelun internetissä toimivaksi, ylläpidetyksi ympäristöksi, jossa toimitaan anonyymeina itse luotujen (deitti)profiilien kautta. Tavoitteena on etsiä sopivaa seuraa erilaisten hakuparametrien avulla. Palvelun tarkoituksena on saattaa yhteen kaksi potentiaalisesti toisistaan kiinnostunutta henkilöä. Sen jälkeen, tapauksesta riippuen, käydään ensin sähköpostinvaihtoa tai chat-keskustelua, jonka jälkeen sovitaan tapaaminen. On myös mahdollista siirtyä välittömästi reaali maailman tapaamiseen.

Lähteet

918 profiilia Deitti.net -palvelusta, kerätty v. 2012

Kirjallisuus

Bordo, Susan. 1993. *Unbearable Weight. Feminism, Western Culture, and the Body*. Berkeley, Los Angeles & London: University of California Press.

Buss, David. 1994. *The evolution of desire. Strategies in human mating*. New York: Basic Books.

Butler, Judith. 1990. *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge.

Carmalt, Julie H, John Cawley, Kara Joyner & Jeffery Sobal. 2008. Body Weight and Matching With a Physically Attractive Romantic Partner. *Journal of Marriage & Family* 70, 5: 1287–1296.

Christensen, Harold T. 1947. Student views on mate selection. *Marriage and Family Living* 9, 4: 85–88.

Czarniawska, Barbara. 2004. *Narratives in social science research*. Sage Publications.

D'Andrade, Roy G. 1995. *The Development of Cognitive Anthropology*. Cambridge: Cambridge University Press.

D'Andrade, Roy G. 2005. Some methods for studying cultural cognitive structures. Teoksessa *Finding culture in talk*, toim. Naomi Quinn, 83–104. New York: Palgrave MacMillan.

Glasser, Carol L., Belinda Robnett & Cynthia Felician. 2009. Internet Daters' Body Type Preferences: Race – Ethnic and Gender Differences. *Sex Roles* 61: 14–33.

Harjunen, Hannele. 2004. Lihavuus ja moraalinen paniikki. *Yhteiskuntapolitiikka* 69, 4: 412–418.

Harjunen, Hannele. 2007. Lihavuus välitilana. Teoksessa *Koolla on väliä! Lihavuus, ruumisnormit ja sukupuoli*, toim. Katariina Kyrölä ja Hannele Harjunen, 205-227. Helsinki: Like.

Harjunen, Hannele & Katariina Kyrölä 2007. Johdanto. Lihavuustutkimusta toisin. Teoksessa *Koolla on väliä! Lihavuus, ruumisnormit ja sukupuoli*, toim. Katariina Kyrölä ja Hannele Harjunen, 9-46. Helsinki, Like.

Heikkinen, Hannu L.T. 2001. Narratiivinen tutkimus – Todellisuus kertomuksena. Teoksessa *Ikkunoita tutkimusmetodeihin II*, toim. J. Aaltola & R. Valli, 116–132. Jyväskylä: PS-kustannus.

Karlyn, Kathleen Rowe. 2002. Roseanne: kuriton nainen kotijumalattarena. *Lähikuva* 3/2002, 9-18.

Knuuttila, Seppo. 2010. Tutkimusaineistojen muodostaminen. Teoksessa *Vaeltavat metodit*, toim. Pöysä & Järviluoma & Vakimo, 19-42. Joensuu: Suomen Kansantietouden Tutkijain Seura..

Kyrölä, Katariina. 2007. Lihavuusvaara! Pelon politiikka ja lihava ruumiillisuus Helsingin Sanomissa. Teoksessa *Koolla on väliä! Lihavuus, ruumisnormit ja sukupuoli*, toim. Katariina Kyrölä ja Hannele Harjunen. 49-82. Helsinki: Like.

Lindqvist, Anna. 2013. How to measure gender myths: a practical tool for gender-sensitive research in experimental psychology. Teoksessa *Masculinity and femininity : stereotypes/myths, psychology and role of culture*, toim. Jacob M. Aston & Estela Vasquez, 143-153. Hauppauge, N.Y.: Nova Science Publishers.

McKenna, Katelyn Y. A., Amie S. Green & Marci E. J. Gleason. 2002. Relationship formation on the internet: what's the big attraction? *Journal of Social issues* 58, 1: 9-31.

Nieminen, Jiri. 2013. *Hegemonisesta maskuliinisuudesta miesten moneuteen: kriittisen miestutkimuksen mahdollistuminen valtio-opillisessa ajattelussa*. Tampere: Tampere University Press.

Pajala, Outi. 2007. ”Mielessä häämötti punainen mekko” Vaate, sukupuoli ja laihduttaminen Painonvartijat-yrityksen ”menestystarinoissa”. Teoksessa *Koolla on väliä! Lihavuus, ruumisnormit ja sukupuoli*, toim. Katariina Kyrölä ja Hannele Harjunen, 83-106. Helsinki: Like.

Regan, Pamela C. 2008. *The Mating Game. A primer on love, Sex, and Marriage*. 2nd ed. Los Angeles: Sage .

Rossi, Leena-Maija. 2003. *Heterotehdas. Televisiomainonta sukupuolituotantona*. Helsinki: Gaudeamus.

Rossi, Leena-Maija. 2007. Kyllin hyvä mainosruumiiksi? Hyväksytyt vartalon rajojen venytystä televisiomainonnassa. Teoksessa *Koolla on väliä! Lihavuus, ruumisnormit ja sukupuoli*, toim. Katariina Kyrölä ja Hannele Harjunen, 133 -159. Helsinki: Like.

Sitton, S. ja S. Blanchard. 1995. Men's preferences in romantic partners: obesity vs addiction. *Psychological reports* 77, 1185–1186.

Suopajärvi, Tiina. 2009. *Sukupuoli meni metsään*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Swami, Viren, Carolina Caprario, Martin J. Tovée & Adrian Furnham. 2006. Female physical attractiveness in Britain and Japan: a cross-cultural study. *European Journal of Personality* 20, 1: 69–81.

Tovée, Martin J. & Piers L. Cornelissen 2001. Female and male perceptions of female physical attractiveness in front-view and profile. *British Journal of Psychology* 92, 2: 391–403.

Turkle, Sherry. 1995. *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon&Schuster.

Turunen, Kari E. 1995. *Tieto ja tiede*. Jyväskylä: Atena kustannus.

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

Whitty, Monica & Tom Buchanan. 2010. What’s in a Screen Name? Attractiveness of Different Types of Screen Names Used by Online Daters. *International Journal of Internet Science*, 5, 1: 5–19.