

Saara Karjalainen

KEHON ERI KEHYKSET NAISTENLEHDISSÄ

Millaista kehopuhetta Trendi- ja Eeva-lehdissä käytetään?

KEHON ERI KEHYKSET NAISTENLEHDISSÄ

Millaista kehopuhetta Trendi- ja Eeva-lehdissä käytetään?

Saara Karjalainen
Opinnäytetyö
Kevät 2021
Viestinnän tutkinto-ohjelma
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Viestinnän tutkinto-ohjelma, Journalismin suuntautumisvaihtoehto

Tekijä: Saara Karjalainen

Opinnäytetyön nimi: Kehon eri kehykset naistenlehdissä

Työn ohjaaja: Satu Koho

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2021

Sivumäärä: 78 + 3 liitettä

Tutkielmassani tarkastelin kahta eri suomalaista naistenlehteä, Eevaa ja Trendiä. Tavoitteenani oli selvittää, millaista kehopuhetta lehdet sisältävät. Aineistonani minulla oli kymmenen Eeva-lehden ja kymmenen Trendi-lehden numeroa. Keskityn tutkielmassani lehtien journalistiseen sisältöön. Aineistoon kuuluvat lehtien kansien ja sisällön tekstit sekä kuvat. Mielenkiintoni tutkielman aiheeseen heräsi alun perin lukiessani naistenlehtiä ja tehdessäni huomion, että lehdissä käytetty kehopuhe ja -kuvasto on melko yksipuolista. Olen seurannut myös sosiaalisessa mediassa ja mediassa viime aikoina käytyä keskustelua siitä, miten tai millaisina julkista työtä tekevät naiset saavat julkisuudessa esiintyä. Tämä lisäsi kiinnostustani lähteä selvittämään, millaista naistenlehtien kehopuhe todella on.

Tutkin opinnäytetyötäni varten useita eri tutkimuksia, jotka tarkastelevat mediaa, naistenlehtiä ja naiseuden representaatiota. Syvennyin myös jonkin verran suomalaiseen naistenlehtitutkimukseen ja naistenlehtien historiaan Suomessa. Tietoperustani koostuu pääasiassa feministisistä media- ja viestintätutkimuksista. Tietoperustassani käyn läpi keskeisimmät käsitteet, jotka ovat kehopuhe, naistenlehti ja aikakauslehti, sekä käyttämäni tutkimusmenetelmät. Hyödynnän tekstien tarkastelussa kehysanalyysiä ja retorista analyysimenetelmää. Niiden avulla jaan kehoaiheet eri kehyksiin ja tutkin sitä, millaista retoriikkaa niissä on käytetty. Semioottista analyysimenetelmää käytän lehdien kansi- ja henkilökuvia tarkastellessani.

Eevan ja Trendin kehopuhe on monelta osin ristiriitaista. Puheesta välittyä sekä tiedostavuus ja ajan henkeen sopiva kehopositiivisuus että kauneushanteisiin ja naisilta vaadittuun kauneustyöhön nojaaminen. Kehopuhe vaihtelee molemmissa lehdissä lempeästä ja hyväksyvästä näkökulmasta suorittavaan ja kurinalaiseen. Keho ei lehtien puheessa ole yleensä koskaan valmis ja tarpeeksi hyvä sellaisenaan, vaan vaatii jatkuvaa kehittämistä ja parantelua. Trendi käyttää kehopuheessa paljon metaforia ja räväkkääkin retoriikkaa. Trendissä myös rikotaan tabuja ja normeja monen kehoaiheen kohdalla. Molemmissa naistenlehdessä kehosta puhuvat yleensä naiset ja monet kehoon liittyvät artikkelit ovat lukijaa ohjeistavia. Kuvat yleensä ylläpitävät vallalla olevaa kauneusideaalia. Toisaalta tätä myös rikotaan paikoin molempien lehtien sivuilla. Kuvista on löydettyä viissä äitiyteen ja naiseuteen liittyviä myyttejä.

Uskon, että tämän päivän ja tulevaisuuden naistenlehtien lukijat ovat yhä vaativampia ja tietoisempia siitä, millaista sisältöä tahtovat kuluttaa. Tutkielman tuloksia voitaisiin hyödyntää suomalaisten naistenlehtien sisällön kehittämisessä. Aihetta olisi kiinnostava tutkia myös keskittymällä vain yhteen kehopuheen kehykseen. Esimerkiksi seksuaalisuuden ympärillä olevaa puhetta voitaisiin tarkastella yhden naistenlehden osalta pidemmän aikavälin ajalta.

Asiasanat: kehopuhe, naistenlehti, aikakauslehti, viestintä, journalismi

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Programme in Communication, Option of Journalism

Author: Saara Karjalainen
Title of thesis: Kehon eri kehykset naistenlehdissä
Supervisor: Satu Koho
Term and year when the thesis was submitted: Spring 2021
Number of pages: 78 + 3 appendices

In my thesis, I examined two Finnish women's magazines, Trendi and Eeva. My goal was to find out how these magazines talk about bodies. My research material includes ten Eeva and Trendi magazines.

The reason I chose this topic, was that I'm an active reader of women's magazines. I have made the observation, that the body talk and body catalog they contain is not very diverse and that is why I wanted to find out how these magazines really talk about bodies.

First, I go through several feminist media and communication studies. I also tell a little bit about studies of Finnish women's magazines' history. In the first chapters of the thesis, I also present the most important concepts, such as body talk, women's magazine and magazine. I also go through the research methods that I use in this thesis: a frame analysis, a rhetorical analysis and a semiotic analysis.

The body talk of Eeva and Trendi is in many ways contradictory. The speech conveys both body positivity, as well as reliance on beauty ideals. The body is never ready and good enough, but it requires constant development and improvement. Eeva magazine fights against body changes brought on by age. Trendi magazine uses a lot of metaphors and even crisp rhetoric. On the other hand the magazine also breaks the taboos and norms on many body issues. The images usually maintain the beauty ideal. On the other hand, there is surprisingly reverse catalog of bodies in both magazines. Myths related to motherhood and femininity can be found in the pictures.

Keywords:

Body talk, women's magazine, magazine, journalism, communication

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	KEHOPUHE TUTKIMUKSEN KOHTEENA	8
	2.1 Mitä on kehopuhe?	8
	2.2 Keho mediatutkimuksessa.....	9
3	NAISTEN OMA LEHTI.....	13
	3.1 ”Naisellista” ja naisia kiinnostavaa sisältöä.....	13
	3.2 Naistenlehtitutkimusta Suomessa	15
	3.3 Järjestölehdistä kuluttajalehdiksi	16
	3.4 Naistenlehdet ja keho	17
	3.5 Kuvat ja kannet edustavat lehden arvomaailmaa	20
4	AINEISTO JA MENETELMÄT	22
	4.1 Räväkämpi Trendi ja perinteisempi Eeva	22
	4.2 Kehyanalyysi, retorinen analyysi ja semioottinen analyysimenetelmä	23
5	ANALYYSI	26
	5.1 Kansissa luvataan jakaa vinkkejä ulkonäön elvyttämiseen.....	26
	5.2 Hiusidentiteetti, ihorauha ja tukkajumalat	31
	5.3 Lempeää joutenoloa ja suorittamista	35
	5.4 Laihdutussisällölle ei anneta tilaa	40
	5.5 Trendin nainen on seksuaalinen toimija	42
	5.6 Kansi- ja lehtikuvissa rakennetaan ja murretaan myyttejä.....	47
	5.7 Eevan kansissa selviytymistarinat ovat suosittuja	53
	5.8 Taistelu iän tuomia muutoksia vastaan.....	56
	5.9 Neuvoja vaihdevuosien oireiden helpottamiseen ja fyysisen kunnon kohotukseen ..	59
	5.10 Laihduttaminen osana terveyden edistämistä	61
	5.11 Seksuaalisuuteen viitataan rivien välissä	62
	5.12 Ulkonäköideaalin mukaisia kehoja	64
6	TULOSTEN YHTEENVETO	67
7	POHDINTA	71
	LÄHTEET.....	73
	LIITTEET	79

1 JOHDANTO

Pääministeri Sanna Marin poseerasi naistenlehti Trendin sivuilla vuoden 2020 syksyllä. Hänellä oli yllään jakkutakki, jonka kaula-aukosta saattoi nähdä hieman paljasta rintakehää. Kun lehti julkaistiin, syntyi kohu. Media ja sosiaalinen media ryöpsähtivät yhtäkkiä täyteen kommentteja, jotka koskivat pääministerin kehoa. Osa ihasteli kaunista ja tyylikästä naista. Toiset kauhistelivat, miten pääministeri voi poseerata naistenlehdessä ja vieläpä tuollaisissa vaatteissa. Yhtä kaikki kommentit keskittyivät naisen kehoon ja sen esittämiseen mediassa.

Kehoon kohdistuva puhe on puhututtanut mediassa ja eri sosiaalisen median kanavissa laajalti viime vuosina. Naistenlehtiä pidetään stereotyyppisesti ulkonäköön ja kehopuheeseen keskittyvänä mediana. Naistenlehtien kuluttajana itsekin olen pistänyt merkille, että keho sen eri kehyksissään on isossa roolissa naisille suunnattujen aikakauslehtien riveillä ja rivien välissä. Samalla kun kehoista puhutaan kauniisti ja lempeästi, kuvat antavat hyvin yhdenlaista kuvaa vartaloista. Oma ennakkooajatukseni ennen tutkielman tekoa oli, että naistenlehtien kehoon kohdistuva sisältö on usein hyvin lukijaa hämmentävää ja ristiriitaista. Kehoihden yksipuolisuus ja ulkonäkökeskeisyys nousivat myös esiin omissa ennakko-oletuksissani.

Kehopuheen tarkastelu on merkittävää, sillä se ulottuu kaikkialle. Hekään, jotka eivät itse aktiivisesti lue naistenlehtiä, tuskin välttyvät törmäämästä niiden kansiin kauppojen kassoilla ja lehtihyllyissä. Journalismin opiskelijana ajattelen, että medially on suuri vaikutus siinä, millaisia aiheita nostetaan esiin ja miten niistä puhutaan. Tutkimukset osoittavat, että sillä, kuinka kehoista viestitään tai kehoa aiheena kehystetään, on merkitystä myönteisen tai kielteisen kehosuhteen syntymisessä. Lehdet ja muu media on iso osa ihmisten arkea, eikä media siis ole mitenkään erillään muusta arkisesta kehon ympärillä käytävästä keskustelusta.

Tutkielmassani tahdon selvittää, millaista kehopuhe naistenlehdissä todella on. Valitsin tutkimusaineistoksi kaksi keskenään erilaista ja osittain eri kohderyhmälle suunnattua lehteä. Eeva on perinteinen, yksi Suomen vanhimmista naistenlehdistä. Trendi taas edustaa tässä tutkimuksessa uudempaa ja hieman nuoremmalle sukupolvelle suunnattua naistenlehteä.

Tutkielman alussa määrittelen siinä tärkeimmät esiin nousevat käsitteet. Jouduin tutkielman teon alkuvaiheessa käymään rajantekoa siitä, voinko käyttää käsitettä kehopuhe kuvaamaan kaikkea

sitä, mitä tutkielmassani tarkoitan kehopuheen käsitteellä. Kehopuhe yleensä määritellään ulkonäköön kohdistuvaksi puheeksi, ja oma käyttötapani on tässä tutkielmassa termille kuitenkin laajempi. Lopulta tulin siihen tulokseen, että juuri kehopuhe on paras ja selkein termi kuvaamaan kehoon kohdistuvaa viestintää.

Keskityn tutkimaan naistenlehtien journalistista sisältöä eli lehtien mainokset jäävät tutkimuksen ulkopuolelle. Tutkin sekä kansien että lehden artikkelien tekstejä, otsikoita, ingressejä ja kuvatekstejä. Kehysanalyysiä hyödynnän jakamalla kehoaiheet tarkempiin alalukuihin. Kehoon liittyen tekstien tyyliä, toistuvuutta ja sanavalintoja tarkastelen retorisen analyysimenetelmän avulla. Kirjoitetun kehopuheen lisäksi tutkin kuvia, joiden tulkintaan käytän semioottista analyysimenetelmää eli tutkin kuvissa esiintyviä piilomerkityksiä ja myyttejä. Kaikkien menetelmien avulla pyrin selvittämään, miten tutkimissani lehdissä puhutaan kehosta ja millaisia näkökulmia siitä nostetaan esiin sekä sitä, miten kehoa kuvataan lehtien sivuilla ja kansikuvissa.

2 KEHOPUHE TUTKIMUKSEN KOHTEENA

Esittelen tässä luvussa kehopuheen käsitteen ja avaan, kuinka laajan merkityksen se tutkielmassa saa. Avaan kehopuheen käsitteen tarkemmin termien keho ja puhe avulla. Käytän kehopuhekäsitteen selittämisessä apuna englanninkielistä alkuperäistermiä ”body talk”, sillä se on käytetympi termi tutkimuskielessä. Samalla tuon esiin muutaman muun kehopuhetutkimuksen ympärillä olevan käsitteen, jotka kuvaavat kehopuheen tapoja. Tarkastelen lisäksi kehopuheeseen liittyvää aikaisempaa tutkimusta media- ja viestintätutkimuksen puolelta. Naistenlehdissä esiintyvään kehopuheeseen ja sen aiempaan tutkimukseen perehdyn vasta seuraavassa luvussa.

2.1 Mitä on kehopuhe?

Kehopuheen määritelmään on vaikeaa löytää selkeää kuvausta suomenkielisistä tutkimuksista, sillä terminä kehopuhe on melko tuore. Kehopuheen käsite tulee lähinnä vastaan mediassa, erilaisilla sosiaalisen median kanavilla sekä muussa populaarikulttuurissa. Sen sijaan englannin kielen ”body talk”-käsite on paljon käytetympi myös tutkimuskielessä.

Termin selittämisen kannalta on hyödyllistä avata ensin kehon ja puheen käsitteitä. Kielitoimiston sanakirja määrittelee kehon elävän ihmisen tai eläimen ruumiiksi (Kielitoimiston sanakirja 2020, s.v. keho). Sanoja keho ja ruumis käytetään usein rinnakkain toistensa synonyymeinä. Tästä määritelmästä poikkeaa kuitenkin käsitteenä vartalo, joka tarkoittaa selkeästi vain yhtä osaa kehossa. (Eronen & Lindfors 1999.) Koska käsittelen tutkielmassani laajemmin koko ihmiskehoon kohdistuvaa puhetta, käytän useimmiten keho-sanaa vartalon sijaan.

Puhe tarkoittaa tässä tutkielmassa kirjoitettua kieltä. Käytän samaa puheen käsitettä myös kuvia tarkastellessani. En näe tarpeelliseksi käyttää kuvien analysoinnissa mitään toista termiä, vaikka kuvat eivät olekaan puhetta sanan varsinaisessa merkityksessään. Kielitoimiston sanakirjan mukaan puhe voi tarkoittaa, puhutun kielen lisäksi tietenkin, jollekin erikoisalalle ominaista suullista tai kirjallista kielenkäyttöä (Kielitoimiston sanakirja 2020, s.v. puhe). Puhe-sanaa on alettu usein käyttää diskurssi-sanan sijasta. Sillä viitataan esimerkiksi lehti- ja verkkoteksteissä keskusteluun, vuorovaikutustapojen kokonaisuuteen ja yleensäkin laajemmin ottaen teksteihin. Puhe-sana liitetään kaikkeen sellaiseen, mikä kulloinkin on mielenkiinnon keskiössä: tasa-arvo, kasvatusta tai vaikka

koulutus. Näistä sanoista muodostetaan puhe-loppuosalla yhdyssanoja: tasa-arvopuhe, kasvatuspuhe ja koulutuspuhe. (Vilkamaa-Viitala 2010.)

Kehopuhe (body talk) on tarkemmin ihmisen ulkonäköön tai kehonkuvaan liittyvää puhetta, joka voi olla tuomitsevaa eli negatiivista tai hyväksyvää eli positiivista (Rudiger & Winstead 2013). Englannin kielessä käytetään lisäksi termiä ”fat talk”, jolla viitataan ihmisten ei-myönteiseen (unfavorable) oman kehon kommentointiin (Martz, Petroff, Curtin & Bazzini 2009). Suomen kielessä on käytössä lisäksi laihdutuspuhe-termi, joka voi tarkoittaa sosiaalista vuorovaikutuksen muotoa tai laajempaa yhteiskunnallista keskustelua. Vuorovaikutuksessa se voi näkyä yleisenä niin kutsuttuna small talkina erityisesti naisten keskuudessa. Laajemmassa mittakaavassa laihdutuspuhe on yhteiskunnan eri osa-alueilla jatkuvasti käytävää keskustelua laihdutuksesta, sen eri muodoista ja tarpeellisuudesta. Laihdutuspuhe rakentaa sekä ylläpitää käsitystä vartalosta jatkuvan muokkaamisen kohteena. (Harjunen & Kyrölä 2007, 306.) Laihdutuspuhe liittyy myös laajempaan laihdutuskuulttuuriin käsitteeseen. Laihdutuskuulttuuriksi kutsutaan yleistä ilmapiiriä, jossa ihmisiä arvotetaan heidän kehonsa koon perusteella. Laihdutuskuulttuuriin liittyy laihuuden ihannointi ja lihavuuden pitäminen sairautena ja epätoivottuna. (Chastain 2019.) Painopuhe on myös tutkielmassa esiin nouseva termi. Painopuheeksi kutsutaan nimenomaan painoon kohdistuvaa kehopuhetta (Mikkilä 2020).

Tässä tutkielmassa termi kehopuhe kuvaa laajemmin kaikkea kehoon kohdistuvaa viestintää, joka voi olla tässä tapauksessa tutkittavissa lehdissä esiintyvää tekstiä ja kuvaa. Tutkimani kehoaiheet voivat koskea ulkonäköä, terveyttä, hyvinvointia, seksuaalisuutta, sukupuolta tai painoa ja laihduttamista. Jätän kehopuheen ulkopuolelle varsinaiset muoti- ja pukeutumisasiheet, elleivät ne selkeästi liity kehoon aiheena.

2.2 Keho mediatutkimuksessa

Kehoaiheisiin liittyvää tutkimusta on tehty mediatutkimuksen alaisuudessa paljon. Kehopuhetta erilaisten tutkimusten kohteena voikin pitää merkittävänä, sillä se, miten kehoista puhutaan ei ole merkityksetöntä. Useat tutkimukset ovat esimerkiksi osoittaneet yhteyksiä negatiivisen kehopuheen ja kehotyytymättömyyden välillä (Arroya & Harwood 2012). Tutkimuksissa on tullut ilmi myös yhteys tuomitsevan kehopuheen ja sairaalloisen syömiskäyttäytymisen välillä (Clarke, Murnen & Smolak 2010). Lisäksi syömishäiriöisten kehopuhetta ja sen erilaisia tapoja viestintäalustoilla on

tutkittu. Esimerkiksi eräässä brittiläistutkimuksessa on tutkittu syömishäiriösivustoja, joilla syömishäiriöitä sairastavat henkilöt keskustelevat. Tutkimuksen mukaan sivustolla esiintyvällä kehopuheella toisinnetaan laihuuksihanteita ja syömishäiriöidentiteettejä. (Riley, Rodham & Gavin 2009, 353–356.) Median on nähty vaikuttavan myös lasten ja nuorten kehonkuvan ja kehotytyväisyyden muodostumiseen. Kehonkuvalla tarkoitetaan ihmisen käsitystä omasta kehostaan. Se taas vaikuttaa siihen, näkeekö ihminen itsensä hyväksyttävänä tai sopivana. (Väestöliitto 2020.) Esimerkiksi vuonna 2013 julkaistuissa australialaistutkimuksissa löydettiin yhteys suuremman media-altistuksen ja korkeamman kehotytyttömyyden välillä (McLean 2013, Kontoniemen 2014, 13–14 mukaan).

Varsinkin feministinen mediatutkimus on keskittynyt paljon keho- ja ruumiillisuusaiheiden tutkimiseen. Ruumisnormeja tutkinut Katariina Kyrölä toteaa, että ruumiin normatiivista kokoa koskevassa feministisessä mediatutkimuksessa on keskitytty yleensä syömishäiriökäyttäytymiseen. Lisäksi on tutkittu paljon sitä, miten hoikkuus rakentuu mediassa ihanteeksi ja millainen yhteys sillä on naisruumiiden ja syömisen kontrollointiin. Kyrölän mukaan kauneusihanteiden, ruumiillisuuden ja mediaesitysten suhdetta koskeva feministinen keskustelu on painopisteiltään muuttunut 1960-luvun lopulta 1990- ja 2000-luvuille tultaessa. Esimerkiksi 1970-luvulla elokuvaa ja kirjallisuutta tarkasteltiin tuolloin representaatiojärjestelminä, joissa naisruumis saa merkityksensä puutteena tai poissaolona. Niin 1970- kuin 1980-luvulla myös todettiin, että elokuvien naiskuvat ylläpitävät naisten yhteiskunnallista sortoa ja että heidät asetetaan alistettuun asemaan seksualisoinnilla. (Kyrölä 2006, 108–110, 113.)

Mediassa esiintyvää kehojen moninaisuutta on tutkittu vuosien varrella jonkin verran. Susan Bordo on kiinnittänyt tutkimuksissaan huomiota mediassa näkyvään valkoiseen kauneusihanteeseen. Vaikka Bordon mukaan mediassa näkyy enemmän ei-valkoisia naisia kuin aiemmin, kauneusihanteisiin liittyvät edelleen usein vaalea ihonväri, suorat hiukset sekä pieni ja suora nenä. Haastattelututkimuksissa on käynyt myös ilmi, että lihavuus on joissain kulttuureissa sallitumpaa kuin toisissa. Tämä osoittaa toisaalta sen, että mediassa näkyvät kehot eivät koskaan täysin hallitse median katsojien omia kauneuskäsityksiä. (Kyrölä 2006, 116–117.) Samanlaisia johtopäätöksiä on tehty eräässä amerikkalaisessa tutkimuksessa (Nouri Hill & Orrel-Valante 2011), jossa tutkittiin lukiolaisten nuorten naisten kehotytyttömyyttä ja laihuuksihanteita. Tutkimus osoitti esimerkiksi sen, että aasian-amerikkalaiset naiset altistuvat vähemmän laihuuksihanteelle mediassa kuin euroopan-amerikkalaiset. Aasian-amerikkalaiset lisäksi näyttivät sisäistäneen vähemmän laihtumisen

ihannetta ja matalampaa kehotytyväisyyttä. Suomalaisia naistenlehtiä tutkiessani on mielenkiintoista laittaa merkille tämän tyyppiset tutkimukset. Naiskehon esittämisen yksipuolisuus on puhuttanut myös Suomessa sekä mediassa että sosiaalisessa median alustoilla paljon viime vuosina.

Osa naistenlehdissä esiintyvistä kehoaiheista koskee terveyttä. Anna-Maria Mäki-Kuutin väitöskirjassa on tutkittu populaaria terveysviestintää. Tämän tutkielman ja kehopuheen kannalta olennaista kyseisessä väitöskirjassa on tulos siitä, että populaari terveysviestintä suosii usein kokemuspuheenvuoroja ja selviytymistarinoita. Väitöskirjan mukaan terveyden edistämiseen pyrkivä media-puhe sulkee helposti ulos ne, jotka ovat kaikkein vaikeimmassa tilanteessa. Nykytilassa terveyden kannalta pysytteleviä ei yhdistetä lähtökohtaisesti onnellisuuteen tai mahdollisuuteen muutoksesta. (Mäki-Kuutti 2020, 113.) Tutkiessani naistenlehtien kehopuhetta tahdon selvittää myös terveyteen liittyvää puhetta. On kiinnostavaa tarkastella sitä, mitä naistenlehdissäkin usein vilahtelevat selviytymistarinat viestivät kehoista tai miten niissä kehoa kuvataan.

Mäki-Kuutin tutkimuksessa mainitaan myös, että sekä suosittuja että kiisteltyjä muodonmuutos- ja painonpudotustelevisio-ohjelmia, kuten Olet mitä syöt tai Suurin pudottaja kritisoidaan niiden kielteisestä ja syyllistävästä kehopuheesta sekä sairauksilla pelottelusta. Tällaisen kehopuheen katsotaan vahvistavan stereotyyppioita painosta ja terveydestä. Tutkimuksen mukaan kyseisten tv-sarjojen tarinoita on ruokkimassa huolipuhe, johon liittyy ajatus siitä, että terveelliset elämäntavat toimivat ihmisen arvon ja moraalien mittana. (Mäki-Kuutti 2020, 87.) Samaisessa tutkimuksessa on tarkasteltu myös vuosien 1893–1981 terveysoppaita. Vaikka tutkittavana olevat oppaat ovat vanhoja, on mielenkiintoista, että naisille suunnatuissa oppaissa naisen kehoa ja terveyttä on käsitelty etenkin varhaisille naistenlehdille tyypilliseen tapaan ohjeistavaan sävyyn (katso luku 3.4). Oppaiden puhetapa on naisia neuvova ja ohjeistava. Niissä ruumiillisuutta lähestytään ulkopuolisen katseen kautta, eikä henkilökohtaisille kokemuksille anneta juurikaan tilaa. (Mäki-Kuutti 2020, 101.)

Mainoksia ja mediakuvastoa onkin tutkittu paljon erilaisista kehoon liittyvistä näkökulmista, kuten millaisia kehoja mainoksissa tuodaan esiin tai miten eri sukupuolet esitetään mainoksissa. Myös aikakauslehtien mainoksia on tutkittu paljon. Esimerkiksi niiden kieltä, sukupuolten representaatioita ja visuaalisuutta on analysoitu. (Töyry, Saarenmaa & Särkkä 2011, 30.) Harri Sarpavaaran mainonnan ruumiillisuusrepresentaatioita käsittelevän väitöskirjan mukaan mainoksissa nautinto esimerkiksi liitetään useammin naisten ja kurinalaisuus miesten ruumiillisuuteen. Sarpavaara mainitsee, että mainoksissa nainen esitetään ylipäättäänkin yleensä ruumiillisempana olentona kuin

mies. Hän toteaa myös, että mainoselokuvien voidaan osaltaan nähdä luovan ja ylläpitävän jo olemassa olevaa painetta olla tietyn näköisiä ja kokoisia. Tällainen paine kohdistuu suuremmin nimenomaan naisiin. (Sarpavaara 2004, 76, 115.) Vaikka oma tutkimukseni rajautuukin lehtien journalistiseen sisältöön eli mainokset jäävät tarkastelun ulkopuolelle, on kiinnostavaa huomata, kuinka keskenään erilaisia ja eri tarkoitukseen olevia medioita tutkittaessa on päästy usein samantapaisiin johtopäätöksiin siitä, kuinka kehoja esitetään.

3 NAISTEN OMA LEHTI

Tämä luku pitää sisällään määritelmät naistenlehdelle ja aikakauslehdelle. Sekä aikakaus- että naistenlehti ovat molemmat käsitteinä hieman vaikeasti rajattavissa. Aikakauslehtien määrittelymistä vaikeuttaa käsitteen laajuus: aikakauslehti ja sen sisältö voivat olla melkein mitä vain. Naistenlehden määritelmässä haasteen asettaa kysymys naiseudesta ja siitä, mikä on naisille kiinnostavaa sisältöä ja voidaanko sellaista edes määrittää.

Tuon naistenlehden käsitettä avatakseni esiin niiden yleisimpiä piirteitä. Tämän lisäksi syvennyn tarkemmin aikaisempaan aikakauslehtitutkimukseen. Tarkastelen myös aikakauslehtien visuaalisuuden, kuvien ja kansien merkitystä.

3.1 ”Naisellista” ja naisia kiinnostavaa sisältöä

Naistenlehti on nimensä mukaisesti naisille suunnattu aikakauslehti. Se pitää sisällään aineistoa, jonka katsotaan kiinnostavan naisia. Usein kuitenkin naistenlehtiä käsittelevissä tutkimuksissa käsitteitä ”nainen” tai ”naisuus” ei ole sen kummemmin pohdittu tai määritelty. Naistenlehdet ovatkin ensisijaisesti määritelty lehden kohderyhmän mukaan toisin kuin useimmat muut aikakauslehdet, jotka jaotellaan lajityyppihin sisältönsä perusteella. (Töyry 2005, 25–27.) Lehteä voidaan suomalaisia naistenlehtiä tutkineen Maija Töyryn mukaan nimittää naistenlehdeksi, kun lehti sisältää naiselliseksi katsottuja aihepiirejä ja puhuttelee lukijoitaan naisina. Länsimaalaisten naistenlehtien päätyyppi on kuluttajalehti. (Töyry 2008, 26–27.) Tutkimani Eeva ja Trendi kuuluvat tähän kuluttajalehtien tyyppiin.

Naistenlehdet ovat merkittävä osa länsimaisten naisten arkea. Journalistisena instituutiona ne ovat vakiinnuttaneet paikkansa. Eri naistenlehtien sisältö, rakenne ja visuaalinen ilme ovat yksilöllisiä. Jokainen lehti tavoittelee aihepiirien käsittelyssä omaa tyyliään. (Töyry 2008, 21.) Toisaalta Töyry mainitsee naistenlehtiä tutkineen Cynthia Whiten todenneen, että länsimaisilla naistenlehdillä on 1600-luvun lopulta alkaen kehittynyt myös yhteisiä ominaisuuksia (White 1970, 270, Töyryn 2008, 21, mukaan). Naistenlehtien jutut ovat sekä realismia että fantasiaa ja näiden kahden yhdistelmiä. Selkeästi fiktiivisten juttujen lisäksi fantasiaa voivat olla myös ulkonäköön ja kulutukseen keskittyvät artikkelit. Realismia taas ovat muun muassa henkilö- ja ihmissuhdejutut. Se, miten lukija juttuihin

suhtautuu, vaikuttaa siihen, millainen fiktiivisyyden aste henkilöjutulla kulloinkin on. Joskus myös naistenlehden henkilökuvassa kuvattu niin sanotusti ”liian täydellinen” henkilö eli esimerkiksi huippumalli voi realistisestikin kuvailtuna tuntua lukijasta ei-samaistuttavalta. (Siivonen 2006, 227–229.)

Yksi naistenlehdille ominainen piirre on se, että ne ammentavat aiheensa usein yksityiselämästä. Yksityistä lähestytään julkisuuden henkilöiden kautta ja julkista puolestaan yksityisen kautta. (Koskinen 1998, 94.) Yleistä ja yksityistä voidaan yhdistellä vaikkapa niin, että kirjoitetaan jostain teemasta tai aiheesta yleisellä tasolla ja liitetään sen osaksi henkilöhaastattelu. Naistenlehden henkilöjutuille tyypillistä on myös, ettei niissä kirjoiteta henkilöstä kielteiseen sävyyn. Henkilökuvan naisella asiat ovat useimmiten hyvin, mitään ongelmia ei ole tai ne on jo voitettu. (Siivonen 2006, 230–239.)

Aikakauslehden perinteinen määritelmä ei ole aivan selkeärajainen (Töyry 2005, 21). Yleensä aikakauslehdillä tarkoitetaan lehtiä, jotka ilmestyvät vähintään kaksi kertaa vuodessa. Ne sisältävät myös muuta journalistista sisältöä kuin yleistä uutis- tai ilmoitusmateriaalia. Lisäksi lehtien tulee olla yleisesti saatavissa, että ne voidaan luokitella aikakauslehdiksi. (Kurikka & Takkala 1983, Töyryn 2005, 22 mukaan.) Töyry mainitsee Claes-Göra Holmbergin todenneen, että sanomalehteen verrattuna aikakauslehti on myös vähemmän ajankohtainen ja julkaisuasteeltaan harvempi (Töyry 2005, 22). Ulkoasultaan aikakauslehti on myös monipuolisempi kuin sanomalehti (Töyry ym. 2011, 30). Aikakauslehti on tarkoitettu säännöllisin väliajoin julkaistavaksi ja tästä syystä sen on ponnistettava synnyttääkseen kestäviä lukijasuhteita (Töyry 2008, 25).

Aikakauslehden määritelmän tapaan myös sen lajityyppien määritelmät ovat horjuvia (Töyry 2005, 22). Lajityyppi voidaan määritellä kohderyhmän, aihepiirin, ilmestymistiheyden tai jakelutavan mukaan. Jako ei kuitenkaan aina ole aivan yksiselitteinen, sillä yksi lehti voi kuulua useaan eri lajityyppiin. (Töyry ym. 2011, 29.) Naistenlehdet voidaan jaotella esimerkiksi yleisaikakauslehtiin ja erikoisaikakauslehtiin. Yleislehtien yleisöä ei ole niin tarkkaan määritetty kuin erikoislehdillä. Erikoislehdellä tarkoitetaan naistenlehtien tapauksessa esimerkiksi muoti- tai käsityölehteä. (Töyry 2005, 25.)

Ammatti- ja järjestölehdet ovat aikakauslehtien suurin ryhmä ja ne ovat useimmiten järjestöjen julkaisemia. Niille ideologiset tavoitteet ovat tärkeämpiä kuin kuluttajalehdillä, joiden liiketoiminta loppuu, ellei lehti tuota voittoa. Kuluttajalehdet kustannetaan joko irtonumeromyynnillä, tilaajamaksulla

tai ilmoitustilamyynnillä. Aikakauslehtien jakaminen lajityyppien eli genrejen alle ei riitä kuvaamaan yksittäisen lehden koko konseptia. Lehden konseptilla tarkoitetaan kokonaisuutta, jossa tietyn lehden toimituksen journalistisessa työssä yhdistetään lukijoiden oletetut tarpeet sekä julkaisijan tavoitteet. Tästä lähtökohdasta tuotetaan lehden sisältö. Yksittäinen aikakauslehti on siis ainutkertainen konsepti. Suomessa aikakauslehdet ovat tosin usein konseptilainoja eli lehtien lajityypit on omaksuttu ulkomailta. (Töyry 2008, 22, 25–26.)

3.2 Naistenlehtitutkimusta Suomessa

Aikakauslehtiä on tutkittu paljon, ja yleisimmin tutkimuskohteena ovat olleet nimenomaan naistenlehdet. Naistenlehtitutkimus on tyypillisesti keskittynyt sukupuolta ja sen esittämistä koskeviin kysymyksiin. (Töyry ym. 2011, 29.) Naistenlehtien tutkimus on Suomessa ollut monitieteistä ja niiden tarjoaman aineiston perusteella on tutkittu esimerkiksi muodin ja mainonnan kehitystä ja sukupuolirooleja sekä pureuduttu ruokakulttuurin muutokseen (Töyry 2005, 37). Toisaalta naistenlehdet ovat jääneet vähemmälle huomiolle yleisesti ottaen journalismitutkimuksessa. Varsinkin viestinnän tutkimuksessa niitä on pidetty ”hömpänä”, vaikka lehtien levikki on suuri. (Siivonen 2006, 226.) Mediatutkimuksessa naistenlehtiä on tutkittu pääasiassa feministisestä näkökulmasta (Turunen 2014, 40).

Kritiikkiä naistenlehtitutkimus on saanut sen yksipuolisuudesta. Yleensä tutkimuksissa on tarkasteltu naiseuden representaatiota eli esittämistä. Vähemmälle huomiolle taas ovat jääneet esimerkiksi naistenlehtien tuotannon eri puolet ja yleisö. (Töyry 2005, 30–31.) Naistenlehtien historiaa tutkineen Laura Saarenmaan mukaan naistenlehdet voisivat toimia käyttökelpoisina lähdeaineistoina myös esimerkiksi yhteiskuntaan, talouteen ja politiikkaan liittyvien kysymysten tutkimisessa (Saarenmaa 2007, 66).

Suomenkielistä tutkimusaineistoa aiheesta etsiessäni esiin nousi useamman kerran Maija Töyryn tekemä tutkimus varhaisista naistenlehdistä ja naiseuteen liittyvistä ristiriidoista. Tutkimus käsittelee suomalaisten naistenlehtien historiaa ja lajityypin kehitystä. Se pitää sisällään neljä varhaista suomalaista naistenlehteä. Töyryn tutkimuksen lähtökohdانا ovat kysymykset siitä, miten yksittäinen lehti sijoittuu osaksi naistenlehdistöä, miten lehti käsittelee naiseutta sekä kuinka naistenlehti pyrkii ratkaisemaan naisen elämän ristiriitoja. (Töyry 2005, 59–60.) Myös naistenlehtiä tutkineen

Arja Turusen mukaan Töyry on tutkimuksellaan paikannut suomalaisten naistenlehdistön aiemmin hyvin puutteellista tutkimusta. Niin ovat hänen mukaansa tehneet myös liris Ruoho ja Laura Saarenmaa, jotka ovat tutkineet naistenlehtijournalismin historiaa sekä naistenlehtien sisältöjä 1960-luvulta tähän päivään. (Turunen 2014, 39.)

Töyry ja Saarenmaa yhdessä niin ikään naistenlehtiä tutkineen Nanna Särkän kanssa toteavat artikkelissaan, että aikakauslehtien tutkimuksen haasteita ovat muun muassa sen hajanaisuus ja keskittyminen tiettyihin lehtinimikkeisiin. (Töyry ym. 2011, 29.) Esimerkiksi Kotiliettä on tutkittu paljon. Sen isoa suosiota tutkimuskohteena selittää se, että lehti on pitkäikäisin suomalainen naisten kuluttajalehti. Toisaalta valintaan voi vaikuttaa myös se, että muita vaihtoehtoja vain tunnetaan sen verran huonosti. (Turunen 2014, 39.)

Turunen käsittelee naistenlehtien historiaa käsittelevässä artikkelissaan myös yhtä muuta aikakauslehtitutkimukseen liittyvää ongelmaa, joka on aikakauslehtien historian puutteellinen tutkimus. Kun aikakauslehtihistorian tuntemus on heikkoa, tutkimuksen lähdeaineiston valinta, kontekstointi ja samalla koko analyysi voivat perustua puutteellisiin tietoihin. (Turunen 2014, 38–39.) Lisäksi suurin osa aikakauslehtitutkimuksista on tehty mediatutkimuksen ulkopuolella esimerkiksi kasvatustieteissä ja sosiologiassa. Tällöin aikakauslehdet eivät itsessään ole tutkimuskohde, vaan ne toimivat lähdeaineistona erilaisten ilmiöiden tutkimuksessa. (Töyry ym. 2011, 31–32.)

3.3 Järjestölehdistä kuluttajalehdiksi

Ensimmäinen suomalainen aikakauslehti ”Om konsten att rätt behaga” perustettiin vuonna 1782 ja se oli naisille suunnattu. Lehden nimi tarkoittaa suomeksi ”Oikean miellyttämisen taidosta”, ja se sisälsikin elämänohjeita nuorille naisille valistusajan hengessä. (Töyry 2005, 103–104.) Ensimmäinen suomenkielinen naistenlehti Koti ja Yhteiskunta perustettiin vuonna 1889. Näihin aikoihin perustettiin paljon muitakin aikakauslehtiä sekä uusia kirjapainoja ja -kauppoja. Lukuharrastus lisääntyi, ja myös kuvat tulivat tuolloin osaksi lehtiä. (Aikakausmedia.)

Ensimmäiset suomalaiset naistenlehdet olivat lyhytikäisiä. Om konsten att rätt behaga -lehteä seurasi vuonna 1856 julkaistu Aura ja vuosina 1860–1861 tullut Från nära och Fjerran. Kaikki kolme lehteä olivat omakustanteisia tai kirjapainon julkaisemia lehtiä. Jokainen näistä lehdestä onnistui

pysymään pystyssä vain alle puolesta vuodesta parhaimmillaan kahteen vuoteen. Vasta neljästä suomalaisesta naistenlehdessä nimeltään Koti ja Yhteiskunta alkoi naisten järjestölehtien aika, joka jatkui aina 1920-luvulle saakka. Naisten järjestölehdillä oli tuolloin hyvin tilaa, sillä niillä ei ollut kilpailijoinaan vielä naisille suunnattuja kuluttajalehtiä. Naisille suunnatut järjestölehdet hiipuivat lopulta puolueiden ja niiden omien julkaisujen syntyessä. Suomen varhaisimmat naistenlehdet eivät tavoitelleet liikevoittoa, vaikka niiden julkaisu usein päättyikin taloudelliseen tappioon. Monien järjestölehtien kuihduttua alkoi Suomen tulla myös pikkuhiljaa naisten kuluttajalehtiä 1930-luvulla. (Töyry 2008, 25–26.)

Nykyään Suomessa ilmestyy lähes 4000 aikakauslehteä. Aikakauslehden asema on vankka, mutta jatkuvassa muutoksessa. Osa aikakauslehdistä häviää, uusia tulee, ja teknologian tuomia mahdollisuuksia hyödynnetään nykyään julkaisemalla aikakauslehtiä printtilehden lisäksi sähköisillä alustoilla. (Aikakausmedia 2020.) Tämän päivän naistenlehtien päätyyppi on kuluttajalehti. Kuluttajalehden asema on vahvistunut yhteiskunnassa samaa vauhtia mainonnan ja kulutustavaroiden kysynnän kanssa. (Töyry 2008, 26.)

Nykyään naistenlehdet, kuten muutkin aikakauslehdet ovat mahdollista joko tilata, ostaa irtonumerona tai vastaanottaa jäsenyyden tai asiakkuuden perusteella. Lehdet voi usein lukea myös digitaalisessa muodossa. Kuluttajalehdissäkään mainosten osuus ei ylitä journalistisen sisällön osuutta. (Aikakausmedia 2020.) Aikakauslehtinimikkeiden määrä on vähentynyt viime vuosikymmenellä. Vielä 2010 eri aikakauslehtinimikkeitä on ilmestynyt Suomessa yhteensä 4867 kappaletta. Vuonna 2019 luku on ollut vain 3015. Myös aikakauslehtien irtonumeromyynti on pienentynyt viime vuosien aikana. Vuonna 2015 Suomessa myytiin suomalaisia aikakauslehtiä 12,7 miljoonaa kappaletta, kun taas 2020 myytyjen irtonumeroiden määrä on ainoastaan 10,1 miljoonaa. Kansallisen mediatutkimuksen mukaan vuonna 2020 Suomen luetuin naistenlehti ja samalla seitsemänneksi luetuin aikakauslehti oli Eeva, jolla on 336 000 lukijaa. (Aikakausmedia 2021.)

3.4 Naistenlehdet ja keho

Kehoa ja vartaloa myös naistenlehtien aiheena on tarkasteltu hieman osana suomalaista naistenlehtitutkimusta. Suurin osa tähän liittyvästä tutkimuksesta kohdistuu kuitenkin pitkälti Suomen varhaisimpiin naistenlehtiin. Varhaisia suomalaisia naistenlehtiä tutkinut Maija Töyry muun muassa

toteaa tutkimuksessaan, ettei 1920-luvun Kotiliedessä naisen kehoa esitetty vielä keskeneräisenä ja jatkuvan parantelun kohteena. Tuolloin myös kaikenlaiset kauneudenhoitoaiheet olivat lehdessä harvinaisia. Kun kauneudenhoidosta puhuttiin, oli puhe sen ympärillä keinoaineita kaihtavaa. Töyryn teoksessa mainitaan vuoden 1923 Kotilieden numero, jossa kauneudenhoitoa käsittelevän jutun yhteydessä todetaan muun muassa, että ”väriaineista emme piittaa” ja ”kesakot ovat sentään pirteämmän ja terveemmän näköiset, kuin puuteroidut kasvot”. Kysymys- ja vastauspalstalla toki etsittiin ja saatiin vastauksia kauneudenhoitoa koskeviin kysymyksiin. Kotilieden mainonta myös ohjeisti kauneudenhoidon lisäksi esimerkiksi hampaiden hoidossa. (Töyry 2005, 286.)

Kehoon liittyviä aiheita lähimpänä olivat tuolloin ensimmäisten suomalaisten naistenlehtien aikana pukeutumiseen liittyvät lehtijutut. Töyry mainitsee Kotiliesiä 1920-luvulta 1960-luvulle tutkineen Aikasalonen todenneen, että Kotiliedessä muoti ja vaatteet olivatkin lehden keskeisiä aihepiirejä. Aikasalonen tutkimuksen mukaan lehdessä esimerkiksi paheksuttiin naisten liian kepeää kevätpukeutumista ja vääriä jalkineita. Tässä pukeutumiseen liittyvässä puheessa oli kuitenkin ristiriitaa, sillä lehden kuvissa talvitakkeihin sonnustautuneet piirroskuvamallit olivat kesäkengät jaloissaan. Ristiriita tuli esiin myös artikkeleiden ja ilmoitusten pukeutumisasiheiden erilaisuudessa. Artikkeleissa alleviivattiin huomion herättämisen kielteisyyttä ja yhdenmukaisuutta naisten pukeutumisessa. Samaan aikaan lehden ilmoitukset korostivat erottautumista tyylikkäällä pukeutumisella, naiseuden ja jopa eroottisuuden tavoittelua. (Töyry 2005, 286–287.) Tämä on kiinnostavaa tutkimustulosta sitäkin ajatellen, että yksi ennen tutkielman tekemistä itselläni olleista ennako-oletuksista liittyy nimenomaan naistenlehtien ristiriitaisuuteen.

Ristiriitaisuus kehoon liittyvässä puheessa nousee esiin muissakin tutkituissa varhaisissa naistenlehdissä. Vuosina 1889–1911 ilmestynyt *Koti ja Yhteiskunta* -lehdessä esimerkiksi vastustettiin korsettien käyttöä useissa eri lehden numeroissa. Siitäkin huolimatta lehden liitteenä tarjottiin lukijoille kaavoja puvuista, jotka oli mahdoton pukea päälleen ilman vyötäröä kaventavaa korsettia. (Töyry 2008, 25.) Naistenlehdissä esiintyvää ristiriitaa on nostanut esiin myös perinteisiä naistenlehtiä tutkinut Marjorie Ferguson. Hänen mukaansa ristiriitaa on nimenomaan naistenlehtien välittämässä kuvassa naisten elämästä ja siitä selviytymisestä. Naisille suunnatut lehdet ovat perinteisesti kehottaneet herkuttelemaan ruokaohjeilla ja samaan aikaan velvoittaneet laihdutusjutuilla tarkkailemaan syömistään ja tavoittelemaan ihannevirtaloa. (Ferguson 1983, 184–185, Siivosen 2006 mukaan.)

Töyryn mukaan varhaisessa Kotiliedessä naisellinen identiteetti oli myös itsestäänselvyys. Esimerkiksi maskuliinisille naisille ei ollut lehtien sivuilla tilaa. 1920-luvun Kotiliedessä ei puhuttu suoraan myöskään naisen seksuaalisuudesta, mutta sen sijaan lehden naisen itsekuria korostava linja voidaan Töyryn mukaan katsoa naisen seksuaalisuuden säätelyksi. Lehti saattoi esitellä lukijalleen houkuttelevasti esimerkiksi silkkisiä ja pitsisiä alusvaatekankaita, joita kuitenkin seuraavassa kohdassa kiellettiin käyttämästä ja suositeltiin niiden sijaan vaatimattomampaa kangasta. (Töyry 2005, 287–288.)

Naistenlehtitutkimuksessa on läpi ajan keskitytty enemmän naiseuden representaatioon eli lehtien esittämän naiskuvan tutkimiseen (Ruoho & Saarenmaa 2011, 10), kuin varsinaiseen kehopuheeseen. Toki naiseuden representaatiota käsittelevät tutkimukset tuovat usein esiin kehon esittämisen kautta myös kehopuheeseen liittyviä seikkoja. Esimerkiksi venäläisiä naistenlehtiä tutkinut Holly Porteous on todennut, että naisille suunnatuissa lehdissä eräänlainen kauneustyö esitetään naisen velvollisuutena. Kauneustyö-termillä Porteous viittaa työhön, joka kohdistuu omaan kehoon. Se on kehon ja kasvojen muovaamista niin, että ne olisivat lähempänä naisellisen ulkomuodon ihannetta. Porteousin mukaan lehdissä esiintyvä ulkonäköön liittyvä sanasto toivottujen ja ei-toivottujen piirteiden käytössä on yhtenäistä ja osoittaa lukijalle käsityksiä siitä, mikä on keskeistä naiselliselle ulkonäölle. Naisruumis on tutkittavissa lehdissä usein kuvattu jollain tapaa puutteellisena tai viallisena. Esimerkeiksi Porteous luettelee hiuksiin liittyvät tavat puhua: hiukset eivät ole vain hiukset, vaan ne ovat aina pöyheät tai veltot, kuivat tai rasvaiset, kähärät tai sileät. Myöskään lanheet eivät ole vain kehon osa, vaan jotain sellaista, mitä tulee pienentää tai korostaa oikealla tavalla ja oikeanlaisilla vaatteilla. (Porteous & Paloposki 2014, 20.)

Porteous toteaaakin, että naistenlehdet usein sisältävät ajatuksen niin kutsutusta problemaattisesta ruumiista. Hänen mukaansa naisille suunnatuissa lehdissä ruumiinosat käydään läpi vuorotellen ja niiden ”ongelmat” luvataan korjaantuvan yhdistämällä kauneustyö ja sopivat tuotteet. Hän mainitsee esimerkiksi venäläisen Cosmopolitan-lehden, jonka mukaan tietty tuote ”pehmentää atleettiset hartiat” tai luvataan ”lisää pituutta käyttämällä minihametta ja korkeita korkoja”. Ehkä kaikkein parhaiten esiin tällaista ajatusta ongelmallisesta ruumiista tuo tutkittavan Cosmopolitanin numeron lausahdus, jonka mukaan ”pituutta voi tasapainoittaa leveällä hameella, jossa on voimakas kirkasvärinen printti”. Lehden mukaan tällä tavalla ”suhteesi näyttävät normaalimmilta”. (Porteous & Paloposki 2014, 21.) Perinteisiä naistenlehtiä tutkinut Marjorie Ferguson on myös kuvaillut naistenlehtien yhdeksi piirteeksi neuvoilla ja rohkaisulla myymisen (Siivonen 2006, 226). Varhaisiin suomalaisiin naistenlehtiin perehtyneen Maija Töyryn löydökset ovat samantyyppisiä. Töyryn mukaan

neuvovan tyylin ja sisällön voidaankin katsoa kuuluvan jollain tavalla naistenlehtiin, sillä sitä on naistenlehdissä ollut lähes aina. Maija Töyryn suomalaisten naistenlehtien historian tutkimuksesta käy ilmi, että jo 1889 perustetussa Koti ja yhteiskunta -naistenlehdessä neuvovaa sisältöä oli keskimäärin 26 prosenttia. (Töyry 2005, 212.)

Kehoon ja kauneustyöhön liittyvät metaforat eli kielikuvat ovat erityisen kiinnostavaa antia Porteousin tutkimuksessa. Hänen mukaansa naistenlehdissä kauneustyö esitetään metaforien kautta väliin, joka auttaa kesyttämään kurittoman naiskehon ja mahdollittamaan sen tiettyihin sukupuoli-tettuihin ulkonäkönormeihin. Esimerkiksi eräänlaiset sotaan liittyvät metaforat esiintyvät lehdissä useasti. Nämä metaforat vahvistavat Porteousin mukaan ajatusta kehosta vihollisena, jota vastaan on velvollisuus taistella. Tutkimus osoittaa, että naistenlehdissä ”jatkuva taistelua” voidaan käydä esimerkiksi ihon kanssa ”selluliittirintamalla” tai ”sodassa liikapainoa vastaan”. (Porteous & Paloposki 2014, 21.) Porteousin tutkimuksen poiminnat ovat hyvin lähellä ennen tutkielman tekoa itselläni olleita ennako-oletuksia naistenlehdissä esiintyvistä kehopuheesta.

3.5 Kuvat ja kannot edustavat lehden arvomaailmaa

Koska tutkin tutkielmassani myös naistenlehtien kansi- ja lehtikuvia, on hyvä paneutua myös niiden merkitykseen aikakauslehdissä. Kansi on aikakauslehden tärkein sivu, sillä se on ensimmäinen asia, jonka lukija lehdestä näkee. Sen perusteella tehdään valinta, halutaanko lehti avata ja jatkaa sen lukemista. Kansi vaikuttaa irtonumeromyynnissä myös ostopäätökseen. (Johnson & Prijatelj 2007, 281, Lyytikäisen 2020, 5 mukaan.) Lehden kannen ulkoasulla on merkitystä, sillä sen on edustettava lehden arvomaailmaa. Kansi antaa lupauksen, mitä lehti sisältää ja, millaisia lukukokemuksia lehden kautta voi saada. (Bröms 2016, 42.) Henkilökuvissa aikakauslehti voi henkilön esitystavan valintaa tehdessä rikkoa konventioita eli sovinnaisia tai perinteisiä tapoja ja tällä tavalla korostaa lehden erityisyyttä (Weselius 2014, 49).

Myös Töyry, Saarenmaa ja Särkkä korostavat artikkelissaan visuaalisuuden keskeistä roolia aikakauslehdelle. Aikakauslehden koko ulkoasu on sanomalehteen verrattuna monipuolisempaa ja monitasoisempaa. Eri aikakauslehtien identiteettien rakentumisessa visuaalisuus näyttelee myös tär-

keää osaa. (Töyry ym. 2011, 30.) Aikakauslehdet usein tunnistaakin aikakauslehdiksi niiden visuaalisuudestaan. Yksittäisen aikakauslehden uniikin konseptin suhde siinä tuotettuun valokuvaan on kiinteä. Aikakauslehdissä julkaistut kuvat ovat hyvin omaleimainen osa lehteä. Niiden merkitys ei siis välttämättä avautuisi edes, jos ne irrotettaisiin lehdestä irrallisiksi. (Weselius 2014, 37–38, 46.)

Aikakauslehtikuvissa on uutiskuviin verrattuna eroja. Sanomalehtikuvissa kuva usein itsessään heittää lukijan huomion ja kertoo tarinan. Aikakauslehtien henkilökuvat taas voivat olla mitä tahansa ja yhdessäkin lehdessä voi olla keskenään hyvin erilaisia kuvia eri juttutyyppeiden yhteydessä. Myös aikakauslehden kuvat kertovat tarinoita, mutta ne tekevät sen eri tavalla. Aikakauslehdessä julkaistun henkilökuvan tarina voi liittyä täysin fiktiiviseen tapahtumaan tai esittää reportaasimaisesti tulkinta jostakin todellisesta tapahtumasta. Kuva voi myös esimerkiksi esittää haastatellun henkilön kuvitteellisessa roolissa tai vaikka visualisoida henkilön unelmaa hänestä itsestään. Toisaalta suurin osa aikakauslehden kuvista on rutiininomaisempia ja tavallisempia. Henkilökuvissa studio- tai luontoympäristö ja hymyilevät kasvot ovat tavallisimpia. (Weselius 2014, 46–48.)

Voisi siis kuvitella, että sillä, minkälaiset kehot lehden kanteen ja sen sivuille päätyvät, vaikuttaa lukijan kuvaan lehden arvoista ja asenteista. Viime aikoina olen törmännyt useinkin keskusteluun siitä, miksi naistenlehtien kehokuvasto on niin yksipuolista ja vain tietynlaista kehoihannetta ylläpitävää. Naistenlehdissä myös kansikuvat ovat pääsääntöisesti kuvia kehoista – useimmiten naisten kehoista. On mielenkiintoista lähteä tarkastelemaan, onko kehojen moninaisuuden esittämiseen kiinnitetty tutkimissani lehdissä miten paljon huomiota.

Mediakuvaston vaikutus lukijaan ei tietenkään ole aina täysin yksioikoinen. Ruumisnormeja tutkinut Katariina Kyrölä toteaa, että usein oletetaan niin, että mediassa esitetyt yleensä tavallista hoikemmat kehot houkuttavat tai pakottavat naisia laihduttamaan. Tällöin kapea kehoihanne estäisi erilaisuuden näkemisen hyväksyttävänä. Tätä kutsutaan niin sanotuksi viestinnän lääkeruiskumalliksi. Tällaista näkemystä siitä, että representaatiolla on suora vaikutus yleisöön, on usein kuitenkin kritisoitu. Silti kuvilla on iso merkitys ja ne epäilemättä vaikuttavat ihmisen muodostamiin käsityksiin kehoihanteista. (Kyrölä 2006, 107.)

4 AINEISTO JA MENETELMÄT

Tässä luvussa esittelen tutkielmani aineiston ja perustelen, miten olen valinnut sen. Kerron, millaisia lehtiä valitsemani aineiston naistenlehdet ovat, millainen lukijakunta niillä on ja kuinka paljon lukijoita kyseisillä lehdillä on. Aineiston lisäksi käyn läpi tutkielmassa käyttämäni tutkimusmenetelmät. Minulla on käytössäni kolme eri tutkimusmenetelmää. Lehtien tekstejä tutkin kehysanalyysin ja retorisen analyysin keinoin. Toisin sanoen jaan eri kehoaiheet kehysanalyysin avulla eri kehyksiin ja retorista analyysimenetelmää hyödynnän tarkastelemalla kehopuheen retoriikkaa. Semioottista analyysimenetelmää käytän lehtien kansien ja sisällön kuvia tutkiessani. Etsin kuvista sekä ilmeisiä että piilomerkityksiä semioottisen menetelmän avulla.

4.1 Räväkämpi Trendi ja perinteisempi Eeva

Tahdoin valita tutkittavakseni kaksi eri-ikäisille naisille suunnattua lehteä. Tutkittavia lehtiä valitseni kiinnitin lisäksi huomiota niiden sisältöjen monipuolisuuteen sekä ajankohtaisuuteen. Sekä Trendi että Eeva ovat sisällöltään keskenään melko erilaisia, mutta molemmista lehdistä löytyy monipuolisesti aiheita aina kosmetiikasta ja muodista hyvinvointiin ja yhteiskuntaan. Syvennyn sekä lehtien kansiin että sisältöön. Tutkielmasta olen rajannut pois mainokset eli keskityn tarkastelemaan lehtien journalistista sisältöä.

Lehtien journalistiseen sisältöön kuuluvat lehtien kannet, artikkelit, otsikot, ingressit, kuvatekstit sekä henkilökuvat. Ingressillä tarkoitetaan lehtiartikkelin johdantoa tai johdatetta (Kielitoimiston sanakirja 2020, s.v. ingressi). Henkilokuva taas on henkilöä esittävä kuva. Se voi olla perinteisen potretin lisäksi myös uutis-, kuvitus- tai reportaasikuva. (Weselius 2014, 55.) Tutkimissani lehdissä henkilökuvat ovat kuitenkin yleensä juuri tällaisia perinteisempiä, jossa julkisuuden henkilöt tai tavalliset ihmiset poseeraavat studio- tai luontomiljöössä taustallaan. Tutkielmassani nousee myös useaan kertaan esiin termit henkilöhaastattelu, henkilötarina, henkilöartikkeli ja henkilöjuttu. Viittaamalla näillä jokaisella samaan asiaa: tarinaan, joka on kirjoitettu jostain kiinnostavasta henkilöstä. Henkilöjutun päähenkilö voi olla joko julkisuuden henkilö tai tavallinen, julkisuudesta entuudestaan tuntematon henkilö. (Uutismedian liitto.)

Tutkimani aineisto pitää sisällään kymmenen Trendi-lehden numeroa, jotka ovat julkaistu aikavälillä 27.12.2019 ja 5.11.2020. Nimestään huolimatta Trendi käsittelee vaate- ja kosmetiikkatrendien lisäksi myös työ- ja hyvinvointiaiheita sekä yhteiskunnallisia ilmiöitä (Aikakausmedia 2020). Lehti ja sen brändi ovat myös kotimaisia, eikä Trendille siis löydy näin ollen samannimistä vastinetta muista maista.

Trendi kuuluu A-lehdet-konserniin. Aikakausmedian verkkosivuilla Trendi on kuvailtu lehdeksi, jonka kohderyhmää ovat kaiken ikäiset naiset, joita yhdistää iloinen elämänasenne ja mielenkiinto laadukkaaseen journalismiin ja visuaalisuuteen. Lehti ilmestyy kymmenen kertaa vuodessa ja vuonna 2020 sillä oli 44 000 lukijaa. (Aikakausmedia, Mediakortit 2020.)

Myös Eeva on osana samaa A-lehdet-konsernia. Eeva on Trendiin verrattuna selkeästi vanhempi ja perinteikkäämpi naistenlehti Suomessa. Se on Kansallisen Mediatutkimuksen mukaan Suomen luetuin naistenlehti (Media Audit Finland Oy 2020). Vuonna 2020 Eevalla oli jopa 336 000 lukijaa (Aikakausmedia 2021). Lehden kohderyhmää ovat aikuiset naiset, jotka panostavat itseensä ja elämänlaatuunsa. Lehti tarjoaa omien sanojensa mukaan syvällisiä ja herättäviä henkilöhaastatteluita, matkajuttuja, kauniita kodin esittelyjä, ruokajuttuja sekä muotia, kauneutta ja terveyttä. Lisäksi Eevassa on kulttuuripalsta, joka esittelee ajankohtaisia teatteriin, kirjallisuuteen ja musiikkiin liittyviä tapahtumia. (Aikakausmedia 2020.) Aineistoni pitää sisällään kymmenen Eevan numeroa, jotka on julkaistu aikavälillä 29.1.2020–28.10.2020.

4.2 Kehysanalyysi, retorinen analyysi ja semioottinen analyysimenetelmä

Lehtien tekstejä tutkiessani käytän apunani kehysanalyysiä. Kehysten avulla ihmiset havainnoivat, nimeävät ja tunnistavat asioita. Kehystämisen käsite on peräisin sosiologi Erving Goffmanilta, joka tutkiessaan arkista vuorovaikutusta havaitsi, että ihmisten tilanteenmäärittelyt eli kehykset vaikuttavat vuorovaikutukseen ja sen sujuvuuteen. Viestinnän tutkimuksessa kehystämällä viitataan muokkauksen ja valintojen prosessiin, jonka avulla erilaisia mediaesityksiä tuotetaan. Se voi olla myös asiayhteyden rakentamista esitettävälle asialle. Kehystämisen keinot voivat olla esimerkiksi kielellisiä, visuaalisia tai äänellisiä. (Seppänen & Väliaverron 2012, 97.)

Informaatiotutkimuksen ja viestinnän professori Erkki Karvosen mukaan kehysanalyysi tarjoaa kätevän työkalun mediatutkimukseen. Kehyksen (frame) käsitteellä voidaan tarkoittaa työprosessia, jossa esimerkiksi toimittajat järjestävät informaatiota laittamalla asioita tottuneesti tiettyihin kehyksiin. Toisaalta yksittäinen asia voidaan ympäröidä erilaisilla kehyksillä, joka myös muuttaa sen luonnetta. Asioille voidaan valita sopiva kehys joko tiedostaen tai tiedostamatta ja saada näin esitettävä asia näyttämään halutunlaiselta. (Karvonen 2000, 1.) Median kuluttajien kannalta journalistien rutiininomaiset mallit ja tavat kehystää rajaavat sitä, millaisena uutisaihe representoidaan eli esitetään. Esimerkiksi politiikkaa kehystetään usein kiistoina, pelinä tai teatterina. Nämä kehykset vaikuttavat taas siihen, miten ihmiset suhtautuvat politiikkaan tai poliitikkoihin. (Seppänen & Väliiveronen 2012, 98.)

Kehysanalyysi mahdollistaa tutkielmassani kehopuheen teemoittelun eri kehyksiin, joiden avulla pystyn helpommin hahmottamaan tekstin sävyjä ja vivahteita. Eskolan ja Suorannan mukaan teemoittelu on hyvin lähellä kehystämisen käsitettä ja sen tarkoituksena on nostaa ja erotella tutkittavasta aineistosta tärkeitä teemoja tutkimusongelman ratkaisemista ajatellen. Näin voidaan vertailla erilaisten teemojen esiintymistä. (Eskola & Suoranta 1998, 175.)

Hyödynnän tutkielmassani myös retorista analyysimenetelmää. Retoriikalla tarkoitetaan yleisön vakuuttamista argumentaation keinoin. Argumentaatioissa pyritään saada yleisö sitoutumaan esitettyyn väitteeseen tai asiaan lisäämällä väitteen uskottavuutta ja toisaalta vähentämällä sen kanssa kilpailevien väittämien asemaa. Retoriikka on kielenkäytön ominaisuus ja näin ollen myös läsnä kaikenlaisessa kielenkäytössä, kirjoitetussa tai puhutussa. Retorisella analyysillä voidaan tutkia merkitysten tuottamisen prosesseja sellaisesta näkökulmasta, miten eri todellisuuden versiot pyritään tehdä vakuuttaviksi ja kuinka lukijat, kuulijat tai keskustelukumppanit saadaan sitoutumaan niihin. (Jokinen 2016, 185.) Retorista analyysimenetelmää käyttämällä voidaan tutkia esimerkiksi tekstin kielikuvia, kielellisiä valintoja ja asenteita (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006).

Journalismissa retoriikkaa voidaan tutkia esimerkiksi sanojen järjestystä, toistuvuutta, tekstin tai puheen kieltä analysoimalla. Myös käytetyt lähteet ja valitut haastateltavat ovat retorisia keinoja. Retoriikkaa voidaan tutkia myös tarkastelemalla, miten asioista puhutaan, kenen näkökulmasta juttua kerrotaan tai ovatko käytetyt lainaukset suoria vai epäsuoria. Lisäksi journalistisen sisällön retoriikkaa voidaan arvioida tutkimalla siinä käytettyjä emotionaalisia eli tunnepitoisia ilmaisuja, metaforia eli kielikuvia, tarinallisuutta tai rinnastuksia. (Koistinen 1998.)

Itse hyödynnän analyysimenetelmää syventymällä tutkimissani lehdissä käytettyihin sanavalintoihin ja niiden toistuvuuteen. Retorisia keinoja tutkimalla pyrin selvittämään, miten Trendissä ja Eevassa puhutaan kehosta ja millaisia seikkoja tai näkökulmia siitä nostetaan esiin. Tutkin myös sitä, ketkä puhuvat kehosta eli millaisia haastateltavia kehoa koskeviin artikkeleihin on valittu tai millaisia muita lähteitä niissä on käytetty.

Kansi- ja lehtikuvia tarkastelen semioottista analyysimenetelmää käyttäen. Semiotiikka tutkii merkkejä ja niiden toimintaa (Fiske 1992, 61). Semioottinen tutkimus kohdistuu myös merkkien käyttöön tarvittavaan älyllisiin prosesseihin sekä merkkien vaikutusta ajatteluun ja tunteisiin (Tarasti 1992, 5). Sen tutkimuskohteita onkin vaikea rajata kovin selvästi ja kapeasti. Tutkittavat merkit voivat olla esimerkiksi kuvia, kirjaimia, eleitä tai ilmiöitä. Merkin käsite on myös monimutkainen. Merkin on sanottu olevan jokin, joka edustaa jotakin toista. Merkin materiaalista olemusta kutsutaan merkkivälineeksi. Esimerkiksi kirjoitetun sanan merkkiväline muodostuu musteesta paperilla. Jokin asia toimii kuitenkin merkkinä vasta, kun sillä viitataan johonkin toiseen eli kun syntyy merkkisuhde. (Veivo & Huttunen 1999, 19–23.)

Tässä tutkielmassa hyödynnän semioottista analyysimenetelmää tutkimalla lehti- ja kansikuvista löytyviä merkityksiä. Semioottinen menetelmä mahdollistaa kuvien syvällisen tarkastelun. Tutkin semioottisen analyysin avulla, miten kehoa kuvataan valitsemieni lehtien kuvissa ja mitä arvoja ja asenteita kuvat edustavat. Ilmeisiä merkityksiä kutsutaan semiotiikassa denotaatioiksi ja piilo- tai sivumerkityksiä konnotaatioiksi. Konnotaatio on vuorovaikutusta, joka syntyy merkin ja sen tulkitsijan välillä. (Fiske 1992, 113.)

Tarkastelen myös, millaisia kehoon ja naiseuteen liittyviä myyttejä lehtien kuvat pitävät sisällään, ja ovatko kuvat jonkinlaisessa ristiriidassa lehtiin kirjoitetun kehopuheen kanssa. Myytillä tarkoitetaan kertomusta, jonka avulla kulttuurissa selitetään tai ymmärretään todellisuuden eri puolia. Alkukantaiset myytit liittyvät elämään ja kuolemaan ja ihmisiin ja jumaliin. Nykyään myytit koskevat usein esimerkiksi mieheyttä ja naiseutta tai tiedettä ja perhettä. (Fiske 1990, 116.)

5 ANALYYSI

Valitsin tutkittavakseni kymmenen Eeva- ja Trendi-lehden numeroa, joista tarkastelen kehoon liittyvää journalistista sisältöä. Tutkin lehdistä kanteen nostettuja tekstejä, kansikuvia, lehtien henkilökuvia, kehoaiheisiin liittyviä otsikoita, ingressejä, kuvatekstejä sekä artikkeleiden leipätekstejä. Ensimmäisessä kuudessa alaluvussa käsittelen Trendin kehopuhetta. Siirryn luvusta 5.7 alkaen Eevan kehopuheen tarkasteluun.

Jaoin kehoa käsittelevät aiheet kehysanalyysin avulla neljän eri kehyksen sisään, jotka ovat hyvinvointi ja terveys, ulkonäkö, seksuaalisuus ja sukupuoli sekä painopuhe. Kehoiheiden teemoittelu helpottaa kehopuheessa käytetyn retoriikan analysointia. Tärkeimpänä ja oleellisimpana kysymyksenä on se, miten kehoista näissä lehdissä puhutaan. Lisäksi selvitän, millaisia näkökulmia kehosta nostetaan esiin sekä miten kehoa kuvataan naistenlehtien kuvissa. Havainnollistan analyysiäni nostamalla otteita ja kuvakaappauksia lehtien kansista ja sivuilta.

5.1 Kansissa luvataan jakaa vinkkejä ulkonäön elvyttämiseen

Trendien kansien retoriikkaa tarkasteltaessa huomattavaa ovat erilaiset kehoon ja sen ulkonäköön liittyvät voimakkaat sanavalinnat ja emotionaaliset ilmaisut. Esiin nousevia tunteisiin vetoavia sanoja ovat esimerkiksi ”kriisi”, ”elvytys”, ”väärä” ja ”jumala”. Suuri osa näistä sanoista sisältyy johonkin hius- tai kosmetiikkajuttuun, josta on nostettu kanteen nasevan kuuloisia sanamuotoja, kuten ”hiuskriisi” ja ”tukkajumalat” (Trendi 1/2020). Muita hiuksiin liittyviä ilmaisuja ovat myös ”rotanhäntä”, ”tätitukka” ja ”koronatukka” (Trendi 6/2020), joilla kaikilla pyritään kuvaamaan jonkinlaisia ongelmia ja haasteita hiuksiin liittyen. Rotanhäntä ja tätitukka ovat kannen perusteella osa sellaista käsitettä, kuin ”väärä tukkaidentiteetti”.



Kuva 1.

Lausahdus ”Onko sinulla väärä tukkaidentiteetti?” puhuttelee suoraan lukijaa, ja sisältää itsessään jo oletuksen, että lukija on pohtinut omaa suhdettaan hiuksiinsa. Sana ”väärä” on myös tunnepitoisen ilmaisu. Sillä voidaan viitata jonkin asian virheellisyyteen tai paikkansapitämättömyyteen (Kielitoimiston sanakirja 2020, s.v. väärä). Koronatukkaan taas luvataan ”elvytystä” lehden sivuilla. Tässä tapauksessa elvytyksellä viitataan hiuksien pelastamiseen. Elvyttäminen on sanana merkitykseltään vahva, sillä se on teko, johon ryhdytään silloin, kun muuta ei ole enää tehtävissä. Sillä viitataan jonkin asian eloon herättämiseen ja virvoittamiseen (Kielitoimiston sanakirja 2020, s.v. elvyttäminen).

Kansissa esiintyy myös tavallisempia naistenlehtimäisiä ulkonäköön ja sen paranteluun liittyviä ilmaisuja. Sellaisia ovat esimerkiksi ilmaisut ”tehohoidot yöksi” (Trendi 5/2020) ja ”upea tukka helposti” (Trendi 9/2020). Lehti lupaa usein myös sen kansien alta paljastuvan kiinnostavia vinkkejä ulkonäön hoitoon ja huolehtimiseen. Ohjeet voivat liittyä esimerkiksi ihon ja kasvojen hoitoon, kuten Trendi-lehden numerossa 3/2020: ”Testasimme kasvohoidot: syväkuorinta, neulaus”. Usein ulkonäköaiheissa käytetty kieli on nimenomaan lukijaa puhuttelevaa ja neuvovaa. Neuvovan tyylin ja sisällön voidaankin katsoa kuuluvan jollain tavalla naistenlehtiin, sillä sitä on naistenlehdissä ollut lähes aina. Kuten tutkielman tietoperustastakin käy ilmi, Maija Töyryn jo 1889 perustetussa Koti ja yhteiskunta -naistenlehdessä neuvovaa sisältöä oli jopa 26 prosenttia. (Töyry 2005, 212.)

Samanlainen ohjeistava retorinen valinta on selvästi jatkunut naistenlehdissä näihin päiviin saakka. Lukijaa puhutellaan Trendin kansissa tuttavallisesti yksikön toisessa persoonassa. Tämä tuo lehden lähemmäksi lukijaa. Yleensä puhuttelu liittyy tutkittavien lehtien kansien kehoaiheissa ihon ja hiusten hoitoon. Alla on yksi esimerkki lukijan puhuttelusta ulkonäköaiheessa Trendin kannessa:



Kuva 2.

Vaikka kosmetiikan ja erilaisten hoitojen hyötyjä ulkonäön kohentelussa nostetaan kansissa esiin, pysyvämpää kehonmuokkausta käsitellään tarkastelemissani kansissa hyvin vähän. Esimerkiksi kauneusleikkauksiin viitataan vain yhdessä kannen otsikossa: ”Loppu salailulle – 3 tarinaa kauneusleikkauksista” (Trendi 4/2020). Tätä nostoa ei ole kirjoitettu neuvovaan tai ohjeistavaan sävyyn. Kirjoitetun otsikon kielen tyyli ei ole myöskään varsinaisesti aiheella mässäilevä tai kohumainen. Enemminkin tuntuu siltä, että sillä tahdotaan normalisoida ja vähentää kauneusleikkauksiin liittyviä käsityksiä ja ennakoasenteita. Se antaa samalla kuvan lehden arvoista: on sallittua, että ihminen, tässä tapauksessa nainen, saa tehdä keholleen, mitä haluaa.

Hyvinvointiaiheet ovat kehoon liittyvästä sisällöstä Trendissä heti ulkonäön jälkeen toiseksi suosituimpia kannen aiheita. Myös osa kosmetiikka-aiheista kuuluu selkeästi tähän kategoriaan. Seuraava kanteen nostettu otsikko on yksi tyypillisimmistä esimerkeistä hyvinvointiaiheesta: ”Testasimme kasvohoidot: syväkuorinta, neulaus, happopinnoite + parhaat meikkivoiteet” (Trendi 3/2020). Kyseinen nosto on aiemmin esiteltyjen ulkonäköaiheiden tapaan vinkkejä ja ohjeita lupailtava. Se on myös samalla esimerkki kehopuhetta sisältävästä aiheesta, jossa yhdistyvät ulkonäkö ja hyvinvointi. Kaikki kannen aiheet eivät siis selkeästi osu vain yhteen selkeään kehykseensä, vaan siinä voi yhdistyä luonnollisesti useampia teemoja. Toinen samantyylinen hyvinvointia ja ulkonäkösisältöä yhdistelevä otsikko käsittelee ihoa:



Kuva 3.

Termillä ”ihorauha” viitataan luultavasti tutumpaan käsitteeseen ”kehorauha”. Se taas liittyy yhteiskunnalliseen kehopositiivisuusliikkeeseen, joka peräänkuuluttaa jokaisen oikeutta kehorauhaan, toisin sanoen vapautteen elää millaisessa kehossa tahansa ilman, että saa osakseen kielteistä kommentointia (Omaheimo & Särmä 2017). Ihorauhan julistaminen lehden kannessa luo jonkin verran ristiriitaa siihen, miten kehoista kannen nostoissa puhutaan. Samaan aikaan, kun toivotetaan rauhaa jollekin kehon osalle, vain muutamaa lehden numeroa aiemmin sitä samaa kohtaa kannus-tettiin parantelemaan tai ylläpitämään sen kuntoa kosmeettisilla hoidoilla.

Selkeästi pelkästään terveyteen rajautuva kehopuhe on Trendin kansissa vähäisempää. Tällä voi olla jotain tekemistä lehden nuorehkon lukijakunnan kanssa. Nuoremmille naisille suunnattu sisältö ei välttämättä sisällä yhtä paljon terveyttä ja sairauksia käsittelevää aineistoa, kuin vanhemmalle kohderyhmälle suuntaavat lehdet. Trendi ei toisaalta myöskään varsinaisesti mainosta itseään terveysaiheita käsittelevänä lehtenä.

Ainoat selvästi terveysaiheisiin rajatuvat nostot käsittelevät kuukautiskiertoa ja nuorten uupumista:

Kannattaisiko elää kuukautiskierron mukaan? (Trendi 6/2020)

Bloggaaja Eeva Kolu: ”Milleniaalien uupumus ei johdu vain työstä” (Trendi 6/2020)

Mitä jos ahdistuksen syy onkin PMS? (Trendi 7/2020)

Nämä nostot eivät ole selkeästi neuvovia, kuten osa aiemmista tapauksista. Neuvomisen sijaan ne ovat kysyviä ja ikään kuin ehdottavat lukijalle vaihtoehtoja. Yllä mainitut kuukautiskieroon ja uupumukseen liittyvät otsikot on valittu työteemaisen lehden eli 6/2020 numeron kanteen, mikä tuo työaiheiden rinnalle myös jaksamiseen liittyvää sisältöä. Mielestäni tämä viestii jonkinlaisesta lempeämmästä suhtautumisesta kehoon. Antamalla erilaisia näkökulmia samaan aiheeseen lukijaa ei ohjailta vain yhdenlaiseen ajatukseen kehosta. Eli tässä tapauksessa kehosta ei puhuta esimerkiksi vain kaikkivoipana työjuhtana vaan nostetaan esiin myös jaksamisen ja terveyden merkitystä.

Naistenlehtiä on kutsuttu hyvin ristiriitaisiksi. Ne sekä vapauttavat että vangitsevat lukijoitaan ristiriitaisilla ohjeilla. Ruokaohjeissa kehoitetaan herkuttelemaan ja laihdutusjutut vaativat itsekuria. (Siivonen 2006, 226.) Onkin mielestäni huomion arvoista, että tutkimieni Trendi-lehtien kannet eivät juurikaan sisällä laihduttamiseen liittyvää sisältöä, vaikka se kuitenkin yleisesti usein mielletään tai on ainakin mielletty naistenlehtien perusaiheeksi. Painopuhe ei saa kansissa lähes ollenkaan tilaa.

Trendin kansissa painoon tai laihduttamiseen viitataan oikeastaan vain kerran lehden numeron 9/2020 kannessa: ”Juontaja Alma Hätönen: ’Ennen laihdutin jokaista työtä varten’”. Kyseinen nosto antaa ymmärtää, että tunnettu juontaja on aiemmin laihduttanut töitään varten, mutta ei tee sitä enää nykyään. Trendi-lehti mahdollisesti tahtoo käsitellä painopuhetta juuri tällaisesta tiedostavammasta kulmasta. Nykyään ollaan tietoisempia siitä, millaisia seurauksia ja vaikutuksia haitallisella keho- ja painopuheella on. Eri naistenlehdet ovat voineet tehdä tietoisien linjauksen olla nostamatta esiin laihduttamista sankari- tai hyvinvointitekona.

Trendin kansien kehoppuheessa myös seksuaalisuus ja sukupuoli nousevat esiin. Väestöliiton verkkosivuilla seksuaalisuus määritellään ihmisen perusominaisuudeksi. Sitä ei voi erottaa muusta ihmisenä olemisesta. Seksuaalisuuteen kuuluvat esimerkiksi sukupuoli, siihen liittyvät roolit, seksuaalinen suuntautuminen ja lisääntyminen. (Väestöliitto 2020.) Trendin kansissa teemaa käsitellään muun muassa seksuaaliterapian ja seksuaalisen ahdistelun näkökulmista:



Kuva 4.



Kuva 5.

Seksuaalisuudesta puhutaan lehdessä näiden nostojen perusteella melko monipuolisesti. Kannen otsikko kehosuhteen muuttumisesta seksuaaliterapian avulla tuo esiin seksuaalisuuden voimaannuttavaa puolta. Toisaalta samaan teemaan liittyen on kirjoitettu myös hyvin erilaisesta kulmasta, seksuaaliseen ahdisteluun liittyvästä traumasta. Molempien seksuaalisuutta käsittelevien nostojen kohdalla on pelkästään jo kantta tarkastelemalla selvää, että seksuaalisuutta käsitellään lehden sisällä yksittäisten ihmisten tarinoiden kautta.

Naiseutta, äitiyttä ja raskautta tuodaan esiin kansien teksteissä. Nostan esiin muutaman niihin liittyvän kannen otsikon, sillä ne limittyvät olennaisesti sukupuolta käsittelevien aiheiden piiriin:

Ihana äitiys – Yrittäjä Mia Ehrnrooth: "Miksi johtajia ei näy kuvissa lapsi kainalossa?" (Trendi 4/20)

Onko koskaan täydellinen aika saada lapsia? (Trendi 4/20)

Nauti muodista raskaanakin (Trendi 4/2020)

Marja Kihlström: "Olen kokenut orgastisen synnytyksen" (Trendi 3/2020)

Keskityn tutkielmassani naiseuden ja äitiyden osalta nimenomaan kehoa koskeviin aiheisiin. Naiseudella tarkoitetaan sukupuoleen liittyvää ihmiskäsitystä, jonka määrittelyyn vaikuttaa senhetkinen käsitys ihmisestä, miehestä ja naisesta. Naiseus on jokaiselle henkilökohtainen käsite, johon vaikuttavat muun muassa oma kasvatus, lapsuus ja perhe sekä kaikki tapahtumat omassa eleytyssä elämässä. Kautta aikojen naiseutta on määritelty myös vertailemalla samanlaisuutta ja erilaisuutta suhteessa mieheen. (Heinämaa & Saarinen 1983, 10–11, 18 Häkkisen 2012, 5 mukaan.)

Erilaiset käsitykset siitä, miltä naisen kuuluisi näyttää tai käyttäytyä, muuttuvat helposti normiksi, jonka mukaan naiset yrittävät toimia (Cameron 1996, 91). Tällaisia normeja ovat esimerkiksi erilaiset keho- ja kauneushanteet, joita tällä hetkellä ovat muun muassa nuoruus, hoikkuus ja pituus. Myös sopusuhtaiset kasvot, suuret silmät, vartalon kurvikkuus ja karvattomuus voidaan katsoa kuu- luvan vallitseviin naisen kehoon liittyviin kauneushanteisiin. (Mattola 2015, 12.) Kuten jo kanteen nostettujen ulkonäköaiheiden osalta tuli todettua, Trendi-lehden kansitekstien välillä on tässä nai- sen kehoihanteen esittämisessä nähtävillä jonkinlaista ristiriitaa. Välillä pyritään neuvomaan, kuinka lehteä lukeva nainen voisi ainakin kevyesti parannella kehoaan. Toisessa lehden kannessa taas vannotaan kehorauhan nimeen ja luvataan kertoa, kuinka lukija voi rakastua omaan kehoonsa.

Teksteissä esiintyvää ja lehden ylläpitämää naisen kehoon liittyvää ideaalia on vaikea tarkastella ilman, että tutkii niitä suhteessa kannen kuvaan. Tarkastelen kannen kuvia tarkemmin alaluvussa 5.5. Hyödynnän kuvien analyysissä semioottista analyysimenetelmää.

5.2 Hiusidentiteetti, ihorauha ja tukkajumalat

Trendin sisältämät kauneus- ja ulkonäköaiheet jatkavat osittain samanlaista linjaa kannen kanssa. Selkeimmin ulkonäköön liittyvä kehopuhe tulee esiin kosmetiikka-artikkeleiden sisältämien metafo- rien ja toisinaan räväköidenkin ilmaisujen muodossa. Venäläisiä naistenlehtiä tutkineen Holly Por- teousin mukaan naistenlehdissä käytetyt metaforat ovat välineitä, jotka auttavat kesyttämään ku- rittoman naiskehon ja mahduttamaan sen sukupuolitettuihin ulkonäkönormeihin (Porteous & Palo- poski 2014, 21). Ulkonäkönormeilla tarkoitetaan vallalla olevia joko koko yhteiskuntaa tai tiettyä ryhmää koskevia sosiaalisia sääntöjä liittyen ulkonäköön (Kukkonen, Pajunen, Sarpila & Åberg 2019, 84). Lehden jokainen numero sisältää erilaisia tuote-esittelyjä sekä asiantuntijoiden tai julki- suudesta tuttujen henkilöiden jakamia vinkkejä ulkonäön hoitoon, parantamiseen ja ylläpitoon. Esi- merkiksi Trendin numerossa 10/2019 esitellään vuoden 2020 parhaat kosmetiikkatuotteet. Kysei- sen artikkelin ihonhoitotuotteita käsittelevä osio pitää sisällään lupauksia erilaisten rasvojen ja voi- teiden vaikutuksista: ”Sisältää myös rasvahappoja, hyaluronihappoa ja kollageenia, jotka kosteut- tavat ihoa ja auttavat kiinteyttämään sitä”. Samanlaista ihon kuntoon ja ulkonäköön liittyvää sanas- toa käytetään useassa muussakin lehden numerossa. Kiinteyden lisäksi ihon toivotaan olevan muun muassa ”kimmoisa”, ”kirkas” ja ”terveellisemmän sävyinen” (Trendi 1/2020). Myös ”hehkuva iho” on lehden perusteella tavoiteltava asia (Trendi 2/2020).

Useimmiten ihonhoitotuotteista puhuttaessa tuodaan esiin myös niiden ihoa nuorentavia ominaisuuksia: ”– voi auttaa ehkäisemään juonteiden syntymistä” ja ”– iho tuntuu kosteutetulta, heleältä ja kimmoisalta”. Jonkinlainen taistelu iän merkkejä vastaan nousee esiin monessa muussakin lehden jutussa. Esimerkiksi Trendin numeron 3/2020 ”Kauneus” -palstan jutussa on testattu ja arvioitu erilaisia ihonhoidon menetelmiä. Happopinnoitehoitoa testannut ja sitä varten ihoanalyysissä käynyt toimittaja on todennut jutussa analyysin tuloksista seuraavasti: ”Iholleni ei ehtinyt myöskään juonteita – siitäs sait kolmenkympin kriisi!” Saman lehden numeron ”Testissä” -palstalla on esitellyt erilaisia meikkivoiteita, joista yhden luvataan palauttavan kasvoille ”nuorekkaan hehkun”. Trendin numerossa 2/2020 erään kauneusaiheisen artikkelin otsikko tiivistää hyvin vaateet ihon huolenpidolle: ”Ihon pieni pyyntö. Kuulas iho, kaunis meikki ja hus pois ikääntymisen merkit. Kauneusgurut täyttävät kaikki toiveesi”.

Lehti toisaalta kehottaa kiinnittämään ihoonsa jatkuvaa huomiota, mutta vannoo myös ”ihorauhan” nimeen. Trendin numerossa 7/2020 ihoon, sen ulkonäköön ja hyvinvointiin tuodaan lempeämpää näkökulmaa. ”Ihorauhan aika” -artikkelissa kolme ihosairaudesta tai -haasteesta kärsivää naista kertoo ”ihonsa tarinan” ja pohtii suhdettaan jollain tapaa ongelmalliseen tai poikkeavaan ihoonsa. Tapa, jolla ihosta puhutaan, on rehellinen ja lempeä. Artikkelin viesti tulee esiin jo sen ingressissä: ”Näppylät ja ihottumat, tästä lähtien lupaamme ajatella teistä kauniisti. Venla, Heidi ja Minna kertovat, miten he hyväksyivät ihonsa”. Kaikenlaiset ihot ovat lehden mukaan ”tavallisia”. Jutussa myös nousee esiin ajatus siitä, ettei ulkonäkö ole kaikki kaikessa. Viesti tulee esiin haastateltujen henkilöiden sanomana. Yksi juttuun haastatelluista naisista toteaa esimerkiksi näin: ”Mielestäni itsetunto ei riipu siitä, miltä näyttää – – Vaikka ihoni on nykyään punaisista täplistä kirjava, itsetuntoni on vahvempi kuin koskaan.” Lukijalle tuodaan esiin selkeästi kosmetiikka- ja ihonhoitotuotteita esittelevistä artikkeleista poikkeavaa kehopuhetta. Tämä on yksi sellaisista ristiriitaisuuksista, joka toistuu lehdessä monen muunkin kehoaiheen kohdalla.



Kuva 6.

Hiuksista puhuttaessa puhutaan usein jostain isomman ja merkittävämmän kuuloisesta asiasta kuin pelkästään ulkonäöstä. Hiukset eivät ole lehden artikkelissa vain hiukset, vaan edustavat jostain suurempaa roolia naisen elämässä. Trendin numerossa 6/2020 vilahtaa jopa pariin otteeseen sana ”hiusidentiteetti”. Tukkaidentiteettiä käsittelevässä kokonaisessa artikkelissa (Kuva 6) pohditaan sitä, mitä merkityksiä erilaiset hiusten muutokset tekevät ihmisen identiteetille. Juttuun on haastateltu bloggaaja Meri Himasta, joka lehden mukaan ”tuntee tukkatuskan” ja on pohtinut hiusidentiteettiään useita kertoja elämänsä aikana. Jutussa tuodaan esiin sitä, miten hiustyylin vaihtelu on vaikuttanut välillä suurestikin Himasen käsitykseen ulkonäöstään. Lyhyt polkkatukka on esimerkiksi saanut hänet pitämään itseään jopa rumana. Artikkelissa puhutaan myös sitä, että kehon ulkonäöllä on merkitystä myös siihen, miten ihminen nähdään muiden silmin. Juttuun haastateltu Turun yliopiston erikoistutkija Erica Åberg toteaa: ”Ulkonäkö kertoo muille, millainen ihminen olet ja hiukset ovat tässä tärkeä osa.” Jutun läpi lukijaa puhutellaan tuttavalliseen tapaan yksikön toisessa persoonassa, kuten tehdään monen muunkin kauneutta tai ulkonäköä käsittelevien aiheiden kanssa.

Hiuksien merkitys jonkinlaisena suurempana asiana naisen elämässä korostuu myös Trendin numeron 1/2020 ”tukkajumalia” käsittelevässä jutussa. Artikkelin on haastateltu muutamaa julkisuudessa olevaa naista, joiden hiukset aiheuttavat yleisesti muissa naisissa ihailua. Näyttelijä-laulaja Maria Ylipäältä kysytään jutussa esimerkiksi sitä, miten hänen hiustyylinsä vaikuttaa hänen identiteettiinsä. Artistilta ja radiojuontajalta Rebekka Kuukalta on taas kysytty hänen omaa suhdetta hiuksiinsa. Samaisessa jutussa käytetään myös ilmaisuja, kuten ”hiuskriisi”, ”hiushaave” ja ”vakiokampaus”, jotka korostavat entisestään ajatusta siitä, että hiukset tosiaan nähdään osana henkilön tai tässä tapauksessa ainakin naisen identiteettiä ja ajatusta itsestään sekä kehostaan.

Hiusaiheissa iän tuomat merkit kannustetaan sekä peittämään että näyttämään. Jo mainitussa hiusidentiteettiä käsittelevässä jutussa Maria Ylipääkin toteaa antavansa harmaiden hiusten kasvaa esiin ja kertoo, että hänestä ”olisi ihanaa olla mummona hopeahiuksinen” (Trendi 1/2020). Myös lehden 2/2020 ”Kehon puolella” -palstalla haastateltu malli Carol Roine kertoo olevansa ylpeä harmaista hiuksistaan. Jutussa selviää tosin, ettei oman harmaantuneen hiuksen kasvattaminen ole ollut Roineelle helppoa vaan se sai hänet tuntemaan ensin olonsa ”vanhaksi ja tylsän näköiseksi”. Varsinainen ristiriita nousee esiin lehden 9/2020 numeron artikkelissa, jossa sekä annetaan lupa harmaiden hiusten näkymiselle että puhutaan ”hiusten anti-ageingista” eli ikääntyvän hiuksen hoidosta ja harmaiden hiusten piiloon värjäyksestä. Jutussa mainitaan, että hiusten anti-ageing on parhaillaan iso trendi ja esitellään siihen liittyvä harmaantumista hidastava tuote.

Ulkonäön luonnollisuus on lehden puheessa tavoiteltavaa. Trendin numerossa 4/2020 rusketusaiheen otsikossa todetaan vitsikkäästi: ”Mitä Trump ei tekisi? Ei kiitos oranssille! Päivetä kasvot hienovaraisesti”. Kyseisen jutun itseruskettavien tuotteiden kerrotaan antavan muun muassa ”kauniin tasaisen hehkun”. Ajankohtaisimpia hiustrendejä käsittelevässä artikkelissa taas korostetaan, että ”omista hiuksista saa nyt tykätä” ja että oman hiusvärinsä takaisin kasvattanut henkilö on nyt ”luonnollisuustrendin aallonharjalla” (Trendi 9/2020). Heti seuraavalla rivillä kuitenkin jo todetaan melko ristiriitaisesti, että ”oma hiusvärikin saattaa vaatia ylläpitoa ollakseen kaunis”. Lehden numerossa 6/2020 tietynalaista huolettomuuttakin ulkonäössä ihailaan – mutta vain sopivissa määrin. Hiustenlaitossa ja meikissä kannustetaan viihtymään ”sopivan viimeistelemättömässä lookissa”. Luonnollisuutta hehkutetaan myös Trendin numerossa 10/2019, jossa esitellyn meikkivoiteen kehutaan antavan ”täydellisen luonnollisen” ja ”kuulaan” ihon. Lopputulos ulkonäössä meikkituotteen käyttämisen jälkeen on lehden mukaan ”siistitty, muttei liian meikattu”. Tietynlaiseen luonnolliseen ulkonäköön siis kannustetaan, mutta usein sen saavuttaminen vaatii Trendin mukaan erilaisia tuotteita, hoitoja tai ulkonäön siistimistä.

Trendin kehoa koskevassa puheessa näkyy selkeästi myös tietoisuus ja ajan hermolla oleminen. Kehosta ja sen ulkonäöstä puhutaan suoraan – välillä hyvin lempeästi, toisinaan räväkästi. Lehti selkeästi tiedostaa vallalla olevat ulkonäkönormit ja kauneusihanteet ja niiden rikkomisen yritystäkin voi Trendin sivuilla nähdä. Tässäkään asiassa ei voi olla törmäämättä ristiriitaan, joka eri kehoartikkeleiden sanomien välille syntyy. Yhdessä lehden numerossa ulkonäköutkija lida Kukkonen mainitsee, että ulkonäöllä on suuri merkitys työelämässä (Trendi 7/2020). Hän toteaa myös, että ”ulkonäkönormeja rikotaan ihailtavasti, ja kehopositiivisuudesta puhutaan paljon”. Jutussa nousee esiin jopa se kauneuskulttuurin ristiriitaisuus, jota itsekin tutkielmassa käsittelem. Kukkonen toteaa osuvasti, että ”pitäisi näyttää hyvältä ja tehdä töitä sen eteen, mutta samalla pitäisi rakastaa itseään sellaisena kuin on”. Jutun lopussa todetaan vielä, että ulkonäköön liittyviä vinoumia olisi hyvä purkaa ja että ulkonäöllä ei pitäisi olla väliä ”ellet ole malli”.

Samanlaista tiedostavaa ja jopa rajoja rikkovaa ulkonäköpuhetta esiintyy muissakin Trendin numeroissa. Monesti kehopuhe tulee esiin haastateltavan henkilön ajatuksien kautta. Toisin sanoen yleistä asiaa eli kehoa ja esimerkiksi sen ulkonäköä käsitellään yksilön oman tarinan kautta. Tästä yhtenä hyvänä esimerkkinä on pääministeri Sanna Marinin haastattelu Trendin numerossa 8/2020. Sanna Marin mainitsee jutussa tiedostavansa, että ”naisen ulkonäkö on aina keskustelunaihe”. Tässä lehti tuo ulkonäköön liittyvää kehopuhetta yleisellä tasolla esiin. Pääministeri Marin kertoo

myös omaa kokemustaan asiasta. Hän sanoo pyrkivänsä pukeutumaan ja laittamaan hiuksensa pääministerinä aina samoin tavoin, koska hän tahtoo, että ”keskitytään asioihin”, eikä siihen, miltä hän näyttää. Toisaalta tietynlaista kehopuhetta on jo se, ettei naispääministerin haastattelussa juurikaan keskitytä ulkonäköön tai siitä puhumiseen, vaan juttu pitää sisällään aivan muita aiheita.

Venäläisiä naistenlehtiä tutkineen Holly Porteousin käyttämä kauneustyön käsite näkyy hyvin Trendin sivuilla. Kauneustyöllä tarkoitetaan omaan kehoon kohdistuvaa työtä. Porteous mainitsee, että naistenlehdissä esiintyvän sanasto toivottujen ja ei-toivottujen kehon piirteiden käytössä osoittaa lukijalle käsityksen siitä, mikä on naiselliselle ulkomuodolle keskeistä. (Porteous & Paloposki, 2014, 20.) Trendin tapauksessa niin hiusten kuin meikin osalta naisen ulkonäössä ihaillaan juuri nuorekkuutta ja sopivaa luonnollisuutta. Ulkonäkö ei ole vain ulkonäkö, vaan se viestii jostain merkittävämmästä ja laajemmasta asiasta ihmisen elämässä. Tässä on kuitenkin lehden käyttämässä puheessa myös jonkin verran ristiriitaa. Vaikka kehoon kannustetaan kiinnittämään paljon huomiota, sen ympärillä käytetään monesti myös melko maltillista ja lempeääkin retoriikkaa. Trendi tiedostaa nykypäivän kauneusnormit ja -ideaalin, ja pyrkii myös rikkomaan ja taistelemaan sitä vastaan. Yhtä aikaa sitä samaa ihanneulkonäköä kannustetaan kuitenkin lehden puolesta tavoittelemaan. Luonnollisuuden vaade on paradoksaalinen, kun samaan aikaan se tuntuu vaativan kymmeniä eri kosmetiikkapurnukoita ja tehohoitoja.

5.3 Lempeää joutenoloa ja suorittamista

Trendin kehopuhe ei keskity suinkaan vain ulkonäköön ja sen kohentamiseen. Lehdessä terveys- ja hyvinvointiaiheiden ympärillä oleva kehopuhe linkittyy oikeastaan välillä isoksikin osaksi kosmetiikka-artikkeleita. Usein asiantuntijoiden ja ammattilaisten lehdessä jakamat ohjeet ja neuvot liittyvät kehon hellimiseen ja hyvinvoinnin parantamiseen eri tavoin. Osoivana esimerkkinä vinkkejä antavasta artikkelista toimii Trendin numerossa 6/2020 ”Parasta ajateltavaa”-palstan lyhyt juttu. Siinä kosmetologi Katja Kokko kertoo omia hyvinvointirutiinejaan ja neuvoo esimerkiksi, miten ihoa voi hemmotella. Hänen mukaansa esimerkiksi ”muutama kerros happopitoista hoitonestettä elvyttää auringosta pintakuivuneen ihon”. Jutussa vinkataan myös led-valohoitolaitteesta, jolla voidaan hoitaa ikääntyvää ihoa ja kiputiloja. Varsinaisten tuoteohjeiden lisäksi Kokko nostaa esiin omia hyvinvointirutiinejaan, joihin kuuluvat esimerkiksi joka-aamuinen kahden tunnin astringenttien käyttö, meditaatio ja hengitysharjoitukset. Hän kertoo niiden vaikuttavan myös ihon hyvinvointiin. Trendiä

tarkastelemalla voi huomata, että sen kehon hyvinvointia koskeva puhe on usein ulkonäköpuhetta lempeämpää. Toisaalta hyvinvointi myös usein tuodaan esiin lehdessä jonain sellaisena asiana, jota pitäisi aktiivisesti ja monin eri työkaluin tavoitella.

Samankaltaisia hyvinvointiin liittyvää ohjeistavaa kehopuhetta on poikkeuksetta jokaisessa tarkastelemassani Trendi-lehden numerossa. Tietynlainen luonnollisuuden ihailu näkyy ulkonäköaiheiden lisäksi myös hyvinvointijutuissa. ”Spa-metsässä”-otsikolla varustetussa jutussa (Trendi 8/2020) todetaan: ” – metsässä oleilun on tutkittu olevan mindfulnessia parhaimmillaan. Mättäillä samoilu voi vähentää stressiä ja rentouttaa.” Samassa jutussa myös mainitaan, miten kosmetiikkateollisuus on ryhtynyt hyödyntämään luonnon antimia tuotteissaan. Lopuksi jutussa vielä esitellään muutama tällainen tuote, jotka esimerkiksi ”rauhottavat” ja ”taistelevat epäpuhtauksia vastaan”. Tutkija Holly Porteousin mukaan (Porteous & Paloposki 2014, 21) sotaan liittyvät metaforat vahvistavat naistenlehdissä ajatusta kehosta vihollisena, jota vastaan on syytä taistella. Tässä kyseisessä Trendi-lehden esimerkissä sotaa käydään ihon epäpuhtauksia vastaan.

Vaikka Trendin kehopuheen perusteella hyvinvointi vaikuttaa olevan vaikeasti saavutettavissa, lehdessä haastatellut julkisuuden henkilöt ja tavalliset ihmiset ovat yleensä onnistuneet siinä. Moni lehden henkilöjuttu kuvaa sitä, miten haastatellun henkilön haasteet ja vaikeudet on jo voitettu. Kuten tutkielman tietoperustassa tuli todettua, tämä on tyypillinen piirre naistenlehdien henkilöjutuissa (katso luku 3.1). Trendissä se korostuu erityisesti hyvinvointia ja terveyttä käsittelevissä henkilöhaastatteluissa. Lehden numerossa 9/2020 on pitkä henkilöjuttu hyvinvointivaikuttajana työskentelevästä Karita Tykkästä. Jutussa yleistä ja yksityistä yhdistellään liittämällä yleisen tason aihe eli tässä tapauksessa hyvinvointi osaksi henkilöhaastattelua. Jutussa Tykkä kertoo omista elämänvaiheistaan ja muun muassa siitä, miten hän on aiemmin ollut kehonsa suhteen kurinalaisempi, mutta ei ole sitä enää. Henkilöjutun ingressi kuvaa tätä muutosta:

Jos joku vaikuttaa superihmiseltä, niin aamuisin avantoon pulahtava hyvinvointivaikuttaja Karita Tykkä. Aiemmin hän uskoi kurinalaisuuden tuovan onnea, mutta nyt hän ajattelee, ettei hyvä olo vaadi dieettejä.

Juttu rakentuu listatusta viidestä eri opista, joita noudattamalla lukija voi päästä lähemmäksi haastatellun henkilön kokemaa hyvinvointia. Opit puhuttelevat suoraan lukijaa: ”Kuuntele kehoasi joka päivä”, ”Säilytä herkkyys”, ”Arvosta elämää”, ”Muista haltioitua” ja ”Tiedä, mitä teet”.

Jutun tyyli puhua Tykästä ja hänen hyvinvointiaan käsittelevistä elämänvalinnoistaan on ihaileva. Artikkelissa mainitut joka-aamuinen meditaatio, juoksulenkki ja avantouinti kotirannassa näyttää lehden mukaan ”helpolta”, mutta samaan aikaan ”tuntuu vähän kadehdittavalta”. ”Ollapa reipas, kuten Tykkä!” ja ”Tykän energisyyttä ihailee moni” tekstissä myös todetaan. Ihailevalla sävyllä lukijaa ohjataan tai ainakin kannustetaan ajattelemaan, että tätä on hyvinvointi ja näitä asioita keho tarvitsee voidakseen hyvin.

Kyseisessä henkilöjutussa kehosta puhutaan ensin suorittavana työjuhtana. Tykkä on jutun mukaan aiemmin ajautunut ylikuntoon ylitreenaamisella ja liian vähällä vedenjuonnilla. Ruokaa hän piti tuolloin vain välttämättömänä polttoaineena. Ylikuntoon ajaututtuaan Tykkä lopetti urheilun jokisikin aikaa kokonaan. Myöhemmin hän tahtoi palata urheilun pariin ”vasta kun oikeasti haluaisi sitä ja se tuntuisi hyvältä”. Nykyään Tykkä kuuntelee kehoaan ja sen merkkejään herkemmin. Tavallaan voisi ajatella, että jutussa kannustetaan lukijaa nimenomaan tietoisempaan oman kehon tarkkailuun. Myös lepäämisen merkitystä korostetaan kertomalla, kuinka nykyään ”ei Tykkäkään ole aina reipas, kykenevä tai voimakas”. Toisaalta henkilöjutun kehopuhe on kuitenkin edelleen melko kehon suorituksia korostavaa. Artikkelin varrella luetellaan ensin pitkä lista Tykän saavutuksia ja hyvinvointirutiineja, minkä jälkeen toteamus siitä, ettei hän aina ole niin pystyvä tai reipas, jättää silti kuvan, että hyvinvointi ja terveys ovat suorittamista. Tietynlainen liika täydellisyys tekee myös hyvinvointiaiheiseen juttuun haastatellusta henkilöstä lukijalle ei-samaistuttavan.

Hyvinvointi- ja terveyspuhetta esiintyy myös paljon tavallisten julkisuudesta tuntemattomien henkilöiden haastatteluissa. Tällaiset henkilöjutut ovat Trendissä usein eräänlaisia selviytymistarinoita. Terveysteen liittyvä kehopuhe taas tulee yleensä esiin sairauksien tai vammojen kuvailussa. Monesti juttua varten haastateltava henkilö on aiemmin sairastanut jotain sairautta, kärsinyt lähipiiriin ihmisten sairauksista tai joutunut esimerkiksi onnettomuuteen ja selvinnyt siitä. Lehden numerossa 8/2020 kuvataan Saana Kivirannan elämän käännekohtia. Yksi niistä on Konginkankaan bussiturma, jonka jälkeen Kivirannan kehoa kuvataan näin: ”Jalkani, käteni, selkäni ja olkapääni olivat murtuneet. Rautakehikko piti selkääni oikeassa asennossa.” Kiviranta puhuu myös onnettomuuden jälkeisestä aivovammastaan ja työkyvyttömyyseläkkeelle jäämisestään: ”Koska näytän ulospäin ihan terveeltä, moni ei usko, että olen vammautunut.”

Jutussa tuodaan esiin, ettei kehon vamma aina näy muille ulospäin. Kehosta ja sen rajoituksista puhutaan tämän tyyppisissä artikkeleissa hellään sävyyn. Henkilöjutun mukaan keho ei jaksakaan ja se tarvitsee jaksakseen myös lepoa. Tällainen tapa puhua kehosta eroaa selkeästi kehopuheesta, jossa kehon hyvinvointia mitataan sen suorituksilla ja pystyvyydellä.

Myös ”Kehon puolella” -palstalla puhutaan terveydestä. Lehden numerossa 6/2020 nostetaan esiin haastateltavana olevan Meri Mortin kertomana kuukautiskierron vaikutusta kehoon ja mieleen. ”Ovulaation aikaan olen elossa”, sanoo jutun otsikko. Jutussa haastateltu nainen kertoo löytäneensä nautinnon ja seksuaalisuuden kuukautiskierronsa kautta. Kuukautisista puhutaan normalisoivaan ja luonnolliseen sävyyn. Mort sanoo myös hidastavansa elämää kuukautisten aikana, mikä auttaa jaksamisessa kuukautiskierron muina aikoina paremmin. Kehopuheeseen tuodaan selkeästi lempeämpää kulmaa myös kuukautisaiheen osalta.

Selkeästi pelkästään terveyteen keskittyviä artikkeleita on lehdessä melko vähän. Lähimpänä tätä ovat lyhyet jutut jostain ajankohtaisesta villityksestä tai trendistä, jonka luvataan tuovan hyvinvointia tai kohentavan terveyttä. Yksi esimerkki tällaisesta on unirytmien ja hyvinvointiin liittyvä lyhyt lehti-juttu, joka sisältää kolme eri asiaa, jonka ”voimme oppia 5 AM -klubilaisilta” (Trendi 2/2020). 5 AM -klubilla viitataan kanadalaisen johtajagurun Robin Sharman kehittämään trendiin, jonka mukaan ihminen voi olla tuottavampi ja hyvinvoivampi herätessään joka aamu kello viideltä. Jutussa annetaan vinkkejä rauhoittumiseen, ahdistuksen vähentämiseen sekä uni- ja päivärytmien muodostamiseen. Artikkelissa kehosta puhutaan kokonaisuutena, jonka terveyteen vaikuttavat sekä psyykkiset että fyysiset tekijät.

Samantyylinen terveys- ja hyvinvointiaiheinen artikkeli on ”Ihan paljaana”-otsikolla kulkeva juttu Trendin numerossa 6/2020. Siinä nostetaan esiin trendikästä ”skinfastingia”, joka kulkee käsikädessä muun lehden sisältämän luonnollisuutta ihailevan puheen kanssa. Jutussa sanotaan näin: ”Skinfastingissa minimoidaan kosmetiikkatuotteiden käyttö, jotta iho saa palautua luonnolliseen tasapainoonsa.” Tekstin kehopuhe on ristiriidassa kosmetiikkatuotteiden esittelyä pursuavan muun lehden sisällön kanssa. Skinfastingista kerrotaan nimittäin olevan hyötyä, jos ”iho on ärsyyntynyt esimerkiksi tuotteiden vaihtelusta tai happojen, retinolin tai C-vitamiinin käytöstä”. Samalla sivulla esitellään ja vinkataan kuitenkin erilaisista kosmetiikkatuotteista.

Trendin terveysaiheet käsittelevät myös esimerkiksi laiskottelua, hengittämistä, nukkumista ja syömistä. Joutenolosta ja laiskottelusta puhutaan sekä numerossa 4/2020 että 6/2020. Ensimmäisenä

mainitun laiskuutta käsittelevän artikkelin otsikko tuo esiin suhtautumisen joutenoloon: ”Laiskuus tekee ahkeraksi”. Jutussa ensin puhutellaan lukijaa sanomalla, että ”tarvitset lisää laiskottelua” ja ”liskottelu on sitä, että tekee jotain, mikä ei tähtää päämäärään”. Tekstissä kuitenkin korostuu, että laiskottelun tärkein hyöty on lisätä ihmisen tuottavuutta: ”Levännyt ihminen on tuottavampi. Liiallinen ahkeruus on tuottavuuden pahin vihollinen.” Kehopuhe nojaa taas kehon jatkuvaan suoriutuvuuteen ja jaksamiseen.

Toisaalta toisessa joutenoloa käsittelevässä jutussa (Trendi 6/2020) tuodaan aiheeseen erilaista näkökulmaa. Jutussa kysytään: ”Missä välissä keho ja mieli palautuvat, jos vapaa-aikakin on ohjelmoitua ja suorittamista?” Artikkelissä myös kyseenalaistetaan aktiivisuusrannekkeiden tarpeellisuutta ja dieetikulttuurin hyötyä kehon terveydelle. Jutussa kysytään asiantuntijoilta ajatuksia lisäksi oikeanlaisen hengityksen tärkeyteen, nukkumiseen ja syömisen sääntöihin. Artikkelissä keho kuvataan kokonaisuutena, mutta siihen suhtaudutaan lempeämmin ja niin, ettei se tarvitse jatkuvasti työkaluja kehittyäkseen. Molemmissa jutuissa kehosta puhutaan yleisellä tasolla, joka poikkeaa henkilöjuttujen yksilöiden omista tarinoista ja niistä nousevasta kehopuheesta. Se, että terveydestä puhuu alan ammattilainen, eikä asia perustu vain yksittäisen henkilön henkilökohtaiseen tarinaan, antaa artikkelin sanomasta lukijalle pätevemmän kuvan.

Raskautta, synnytystä ja lapsettomuutta käsitellään Trendissä myös jonkin verran. Raskaana olevasta ja raskauden jälkeisestä muuttuneesta kehosta puhutaan lehdessä melko avoimesti ja armollisesti. Näyttelijä ja yrittäjä Mia Ehrnrooth kertoo lehden raskausteemaisessa numerossa 4/2020 hyväksyvänsä sen, ettei synnyttänyt vartalo ole enää samanlainen, eikä hän koe paineita treenaamisesta. Jutussa tuodaan esiin myös äidin kehon hyvinvointia univajeesta puhumisen myötä. Artikkelissä Ehrnrooth kertoo lisäksi avoimesti kokemastaan keskenmenosta ja sen jälkeisestä ajatuksistaan kehoon liittyen: ”Ajattelin, että tästä ovat selvinneet monet naiset ennen minua. Uskon siihen, että keho on viisas.” Kokemistaan synnytyksistä Ehrnrooth puhuu ”voimaannuttavina”.

Raskausaiheesta puhutaan lehdessä monipuolisesti ja yleensä juuri henkilöjuttujen muodossa. Raskaana olevaa kehoa yleensä ihailaan: ”Minusta on upeaa, kun vatsa näkyy” ja ”Raskausmaha on minusta kaunis–” (Trendi 4/2020). Raskaudesta ja raskaaksi tulemisesta puhutaan kuitenkin ennako-oletuksiani syvällisemmin raskauden ja äitiyden tuomien haasteiden sekä esimerkiksi lapsettomuuden kautta. Tahattomasta lapsettomuudesta puhuvat yleensä julkisuudesta entuudestaan

tuntemattomat naiset. Esimerkiksi Mari Kekäle kertoo 8/2020 Trendissä käyneensä läpi lapsettomuushoitoja ja tullessa lopulta raskaaksi. Myös lehden 5/2020 numerossa Anastasia Frei toteaa syöpähoitojen aiheuttaneen vaikeuksia tulla raskaaksi. Aihetta käsitellään jutussa raa'an rehellisesti. Frei puhuu syöpähoidoista selvinneestä kehostaan kauniisti: "Vitsit, miten upea keho minulla on, ajattelin hyvinä hetkinä. Kerta toisensa jälkeen se kestää hoidot ja palautuu." Toisaalta Frei tuo myös lapsettomuuteen liittyviä pelkoja esiin: "Joskus ajattelen, että olen viallinen nainen. Naiselle olisi luontaista tulla raskaaksi."

5.4 Laihdutussisällölle ei anneta tilaa

Vastoin tutkielman tekoa edeltäneitä ennakko-oletuksiani Trendissä ei ole juurikaan laihdutus- tai painopuhetta. Artikkeleissa liikunnasta ei puhuta laihduttamiskeinona. Lehdessä ei myöskään jaeta painonpudotusvinkkejä tai tietynlaisiin dieetteihin sopivia ruokaohjeita. Henkilöjutuissa ei nosteta esiin haastattelun henkilön painon vaihtelua tai lihomisia tai laihtumisia, ellei se nimenomaan liity johonkin henkilötarinassa käsiteltyyn sairauteen.

Laihdutuksen loppu

*Alma Hätönen, 30, päätti, ettei pudota painoaan enää televisiota varten.
Energiaa vapautui mukavampiin asioihin.*

Kuva 7.

Kuten useimpia kehoaiheita Trendissä, myös laihduttamista käsitellään henkilötarinoiden kautta. Vaikka lehdessä ei ole annettu tilaa painonpudotustarinoille, paino ja laihdutus mainitaan joidenkin henkilöhaastattelujen yhteydessä. Esimerkkinä toimii Trendin numerossa 9/2020 oleva artikkeli, johon on haastateltu kolmea julkista työtä tekevää henkilöä. "Katseiden alla"-otsikolla kulkevassa jutussa julkisuuden henkilöt kertovat, mitä he ovat oppineet ulkonäön merkityksestä. Juontaja Alma Hätönen kertoo artikkelissa lopettaneensa laihduttamisen televisiotöitään varten. Jutun näkökulmasta kertoo jo sen alaotsikko "Laihdutuksen loppu" (Kuva 7). Hätönen on jutun mukaan kokeillut aiemmin erilaisia paastoja ja kuureja laihduttaakseen. Hätönen toteaa, ettei ole koskaan sairastanut varsinaisesti syömishäiriötä, mutta tietää oman syömiseen suhtautumisensa olleen häiriintynyttä. Juttu ei kannusta laihduttamaan tai pidä laihduttamista sankaritekona, vaan se antaa ym-

märtää, että lehdessä ollaan tietoisia laihduskulttuurin olemassaolosta ja tuodaan aiheeseen uudenlaista näkökulmaa. Hätönen nostaa painon tai ulkonäön edelle kehon pystyvyyden ja kertoo esimerkiksi tankotanssin muokanneen hänen kehosuhdettaan.

Samaisessa jutussa myös juontaja Sami Kuronen kertoo omia kokemuksiaan julkisen työn aiheuttamista ulkonäköpaineista. Juttu on yksi harvoista lehden artikkeleista, johon on haastateltu miestä. Kuronen kertoo lopettaneensa muutamia vuosia aiemmin tupakanpolton, minkä seurauksena hänen painonsa nousi. Tuntematon ihminen kommentoi tuolloin hänen kasvanutta mahaansa. Eniten Kuronen kertoo kokeneensa ulkonäköpaineita aloitettuaan työnsä televisiossa. Kuronen sanoo pohtineensa ulkonäköään esimerkiksi näin: ”Vertasin itseäni muihin esiintyjiin ja saatoin stressata esimerkiksi siitä, mitä muut ajattelevat, jos olen lihonut viisi kiloa.” Jutussa tuodaan esiin henkilön suhtautumisen muutosta painoon ja laihdutukseen. Haastateltavien kautta viestitään, ettei painon tarkkailu ole välttämätöntä tai tarpeellista. Laihdutuspuheessa ei ihannoida laihdutusta tai painonpudotusta suoritukseksi ja onnistumisena.



Kuva 8.

Painosta ja laihduttamisesta puhutaan myös syömishäiriöiden ja häiriintyneen kehosuhteen kautta. Monessa jutussa vinoutunut kehosuhde tai sairaus on taakse jäänyttä elämää ja haastateltu henkilö suhtautuu laihduttamiseen ja kehoonsa tänä päivänä eri tavalla. Esimerkiksi lehden 9/2020 numeron henkilöjutussa Anna Penttilä kertoo anoreksiaan sairastumisestaan ja siitä parantumisen (Kuva 8). Kehon ja syömisen kontrollointi oli hänen lapsuudessaan normalisoituja asioita. 12-vuotiaana Penttilä alkoi laihduttaa ja sairastui muutamassa kuukaudessa syömishäiriöön. Jutussa Penttilä puhuu paranemisestaan. Hän kertoo olevansa huolissaan nykyisestä terveys- ja hyvinvointikeskeisestä keskustelukulttuurista. Penttilä toteaa: ”On hyvä asia, että ihmiset haluavat oppia itsestään, mutta itseään ei pitäisi joutua koko ajan työstämään ikään kuin suoritukseksi”.

Trendin numerossa 6/2020 haastateltu Saida Suonio kertoo järkyttävien elämäntapahtumien saaneen hänet kontrolloimaan syömistään ja laskemaan kaloreita teini-ikäisenä. Hän sanoo laihtuneensa tuolloin paljon. Myös Kevin Koho sanoo henkilöhaastattelussaan (Trendi 7/2020) Amerikan

huippumalli haussa -televisiosarjan saaneen hänet pelkäämään lihomista nuorempana. Koho kertoo haastattelussa tarkkailleensa tämän vuoksi syömistään ja lenkkeilleen. Tässäkin artikkelissa mainitaan, että ”ruuan ja liikunnan sairaaloinen kyttäminen loppui nopeasti”. Jutun loppupuolella tuodaan kuitenkin myös esiin sitä, ettei lihomisen pelko ole tänäkään päivänä kokonaan poissa Kohon mielestä: ”Toisinaan mietin, että onpa vatsani pehmeä.” Artikkelissa kuitenkin mainitaan, että Koho suhtautuu asiaan nykyään eri tavalla: ”Silloin sanon itselleni, että sen kuuluukin olla, ja se on ihan hyväksyttävää.”

Trendin numerossa 4/2020 ”Kehon puolella”-palstalla toimittaja Emmi Nuorgam nostaa esiin yhteiskunnassa vallalla olevia ulkonäkönormeja. Hän kertoo haaveilleensa työstä televisiossa, mutta ajattelevansa myös, ettei se olisi hänelle mahdollista, ”koska lihavat eivät sovi sinne”. Nuorgam kyseenalaistaa lihavan naisen roolia yhteiskunnassa, joka on tällä hetkellä yleensä ”hölmön hassuttelijan rooli”. Nuorgam myös kertoo saavansa tv-esiintymisiensä jälkeen usein kommentteja lihavuudestaan. Jutussa mainitaan, että kun Nuorgam julkaisee sosiaalisessa mediassa uimapuku-kuvan itsestään, hän ei tahdo selitellä lihavuuttaan, koska ”eihän ulkonäkönormeihin sopivienkaan tarvitse selitellä, miksi he ovat kuvissa uimapuvuissa”.

Trendin henkilöjutut murtavat totuttua laihdutuspuhetta. Kehopuhe on laihdutus- ja painopuheen osalta myös kaikin puolin keho- ja ulkonäkönormeja rikkovaa. Sen sijaan lehdestä puuttuu kokonaan laihdutuskulttuurin sanelema kehopuhe, joka kannustaa tai ihannoit hoikkuutta.

5.5 Trendin nainen on seksuaalinen toimija

*”Dildon omistava
nainen on
itsenäinen
voimaleidi,
mutta tekopillun
hankkiva mies
on säälittävä
runkkari.”*

Kuva 9.

Seksuaalisuutta koskevan puheen monipuolisuus ei yllättänyt Trendi-lehtiä tarkastellessa. Seksuaalisuudesta ja kehosta puhutaan paljon laajemmin kuin vain seksiin keskittyen. Kuvittelin etukäteen seksuaalisuutta käsittelevien artikkeleiden olevan lukijaa ohjeistavia. Vaikka en ajatellut seksuaalisuuteen liittyvän kehopuheen olevan naisen siveellisyyden vaatimusta korostavaa, kuten varhaisessa Kotiliedessä (Töyry 2005, 286–287), yllätyin hieman Trendin jopa tabuja rikkovasta puheesta naisen seksuaalisuuden ympärillä.

Seksuaalisuudesta puhutaan lehden sivuilla suurin sanavalinnoin. Yllä oleva kuva (kuva 9) antaa osviittaa retoriikasta, jollaista aiheen ympärillä käytetään. Lainaus on artikkelista (Trendi 5/2020), jonka otsikko ja ingressi kuuluvat näin:

Terveisiä sängystä. Olisiko sinulla hetki aikaa jutella seksistä? No kiva. Nyt puhutaan parisuhdeseksistä, himojen häpeämisestä, panokoneista ja muka vääränlaisista nänneistä. Hyppää sänkyyn, siellä ovatkin jo Laura Friman, Sita Salminen ja Kaisa Merelä.

Kuten ingressikin sen kertoo, artikkelissa kolme sosiaalisesta mediasta ja julkisuudesta tuttua naista juttelevat seksuaalisuudesta ja seksistä. Jutussa vilisee sanoja ja ilmaisuja, kuten ”seksiposiitivisuus”, ”superseksuaalisuus”, ”kehonkuva” ja ”myyttiset panokoneet”. Juttuun haastateltu seksuaalikasvattaja Kaisa Merelä kuvailee seksiposiitivisuutta näin: ”Seksiposiitivisuusaate pyrkii purkamaan juuri oletuksia siitä, että seksuaalista ihmistä pitäisi esittää tietyllä tavalla.” Merelä jatkaa aiheita toteamalla, ettei kaikkien tarvitse olla superseksuaalisia, vaikka se olisikin tällä hetkellä muotia. Kehonkuva nousee esiin sosiaalisen median vaikuttajan Sita Salmisen jakaessa omia haasteitaan kehoon liittyvien epävarmuksiensa kanssa. Myyttiset panokoneet taas kuvastavat yhtä artikkelissa käsiteltyä miesten seksuaalisuuteen liittyvää stereotypiaa, jonka mukaan miehet tahtovat seksiä kenen tahansa kanssa ja milloin vain.

Juttu on tyyliltään somepostausmainen. Artikkelin on kirjoitettu keskustelumuotoon, eli se voisi naistenlehden sijaan yhtä hyvin olla ulkoasunsa puolesta jonkin sosiaalisen median kanavan kommenttikenttä. Juttuun valitut haastateltavat ovat jokainen myös somen kautta monelle lukijalle tuttuja. Sisällöltään artikkeli vastaa tätä päivää ja modernimpaa keskustelua seksuaalisuudesta, kehoista ja seksistä. Samanlainen retoriikka olisi varmasti kohauttanut vielä kymmenenkin vuotta sitten, saattikka Suomen ensimmäisissä naistenlehdissä 1700–1800-luvuilla. Kuten Maija Töyrynkkin naistenlehtitutkimuksessa (Töyry 2005, 287) käy ilmi, ei varhaisissa suomalaisissa naistenlehdissä puhuttu sanallakaan naisen seksuaalisuudesta. Sen sijaan lehdissä naisen itseuria korostettiin, millä

Töyryn mukaan pyrittiin säätelemään heidän seksuaalisuuttaan. Tästä on tultu hurja askel eteenpäin, eikä ainoastaan avoimen, räväkän tai suoran seksipuheen kautta. Trendissä nainen on seksuaalinen toimija, jolla on valta omasta kehostaan ja sen seksuaalisesta ilmentämisestä. Edellä kuvatussa seksiä ja seksuaalisuutta käsittelevässä artikkelissakin masturboinnista puhutaan ”hyvinvointitekona”. Muutama sivu eteenpäin olevassa lehtijutussa seksilelu on sijoitettu muutta mutkitta muun hyvinvointia ja nautintoa ylläpitävän tuotekattauksen joukkoon.

Seksuaalisuutta lähestytään myös haasteiden ja ongelmallisuuden kautta. Puhutaan esimerkiksi halujen eriparisuudesta parisuhteessa (Trendi 5/2020), seksuaalisesta ahdistelusta (4/2020) ja Me too -ilmiöstä sekä elokuvien intiimikohtauksista (8/2020). Sita Salminen avaa parisuhteessa kokeemaansa seksihalujen eriparisuutta tämän luvun alussa mainitussa ”Terveisiä sängystä”-jutun haastattelussa. Aihetta ei ihmetellä ja kauhistella, vaan sitä normalisoidaan. Seksuaalinen häirintä ja ahdistelu nousevat esiin lehden numerossa 4/2020, johon on kirjoitettu henkilöjuttu artisti Ireneestä eli Jutta Ruonansuusta. Juttu käsittelee Ruonansuun lapsuutta, nuoruutta ja urapolun eri vaiheita. Jo ingressissä paljastetaan, että taustalla on vaikuttanut jokin henkilökohtainen trauma. Artikkelin edetessä selviää, että lapsuudessa Ruonansuun pianonsoiton opettaja ahdisteli häntä seksuaalisesti. Jutussa kerrotaan, kuinka opettajan aiheuttama ahdistelu ja nöyryyttäminen, saivat Ruonansuun masentumaan, ahdistumaan ja lopulta romahtamaan pahasti. Seksuaalisen ahdistelu aiheutti myös trauman, jota Ruonansuu on työstänyt traumaterapiassa.

Tämänkin henkilöjutun kaava kulkee samalla tavalla: tarinan lopuksi, tultaessa tähän päivään, pahimmat vaikeudet on jo voitettu. Jutussa ei juurikaan keskitytä syvemmin kehon kokemuksiin tai seksuaalisuuteen. Kehopuhe nousee esiin lähinnä seksuaalista ahdistelua ja sen aiheuttamaa traumaa ja mielenterveysongelmia käsiteltäessä. Ruonansuun romahduksesta puhutaan ympäripyörein sanakääntein: ”Soitin ambulanssin ja pyysin päästä valvottavaksi, etten tuhoaisi itseäni.” lopussa Ruonansuu toteaa: ”Rajani ovat ehjät.” Tällä hän viittaa siihen, ettei hän enää siedä itseensä tai kehoonsa kohdistuvaa epäasiallista käytöstä. Juttu on kirjoitettu tarinalliseen tyyliin ja kuvitettu jopa taiteellisin henkilökuvin. Metaforamaiset ilmaisut itsensä tuhoamisesta ja rajojen ehjyydestä tukevat tätä artikkelin tietynlaista taiteellista otetta.

Kehon rajoihin puututaan Me too -ilmiön kautta Trendin numerossa 8/2020. ”Suoraan asiaan” otsikoidussa artikkelissa puhutaan elokuvien seksikohtauksista ja kansainvälisesti tunnetun Me too -ilmiön vaikutuksista niihin. Me too -kampanja on vuonna 2006 alkunsa saanut, mutta vasta vuonna 2017 valtavaksi someilmiöksi levinnyt liike, jonka kautta monet julkisuudesta tutut ja tuntemattomat

henkilöt jakoivat omia kokemuksiaan seksuaalisesta häirinnästä tunnisteella #metoo. Kampanja on aiheuttanut asennemuutosta esimerkiksi elokuva-alalla. (Yle Uutiset 2018.) Aihe tuodaan Trendissä esiin ensin näyttelijän Saara Kotkaniemen omien kokemusten kautta. Jutussa pureudutaan kuitenkin aiheeseen myös laajemmin yleisellä tasolla. Kotkaniemi kuvailee ensimmäisen intiimikoh-
tauksensa kuvaamista seuraavasti:

Kuvaustilanteessa vastassa oli selvästi jännittynyt, kokematon julkkis, joka oli bookattu projektiin viime hetkellä. Hän kieltäytyi kylpytakista ja sanoi 'paneemanhan tänne on tultu'. Kohtauksessa meidän piti olla doggy-asennossa, ja tämä mies läiskytteli minua pakaraille löysällä peniksellään.

Kotkaniemi kuvailee myös tuntemuksiaan kohtauksien kuvaamisen jälkeen. Hän kertoo tunteensa olonsa hyväksikäytetyksi ja alhaiseksi. Näyttelijän omien kokemusten jälkeen pureudutaan aiheeseen yleisemmällä tasolla. Artikkelin mukaan Kotkaniemi ihmetteli alan yleisten sääntöjen puuttumista ja päätti koota ne itse, mitä varten hän teki selvitystyön alan työntekijöiden kokemuksista intiimikohtausten teosta. Jutussa nostetaan esiin joitain näitä elokuva-alan ammattilaisten kokemuksia, esimerkiksi sitä, että suurinta osaa näyttelijöistä ja ohjaajista intiimikohtaukset jännittävät etukäteen. Kotkaniemi mainitsee, että oletus siitä, että suomalaiset suhtautuvat alastomuuteen "rennon rempseästi", tekee kohtausten kuvaamisesta vaikeaa. Kukaan ei tahdo näyttäytyä muiden silmissä omituisessa valossa.

Jutussa kehon alastomuutta käsitellään työn ja ammatin kautta, mutta samalla tuodaan esiin myös henkilökohtaisia tunteita ja ajatuksia, joita alastonkohtaukset aiheuttavat. Vaikka aihealue on herkkä, siitä puhutaan lehdessä ilman mystifiointia tai kauhistelua. Tässäkin näkyy mielestäni Trendin pyrkimys vähentää seksuaalisuuden ympärillä olevia tabuja. Artikkelin ei ole kovin tunnepitoinen, vaan vakavasta aiheesta puhutaan asiapitoisesti, haastateltavan omia kokemuksia poissulkematta. Tietynlainen suoruus sanavalinnoissa, kuten "doggy-asento" tai "löysällä peniksellä" antavat kuvan, että Trendi uskaltaa puhua seksuaalisuudesta ja seksistä avoimesti.



Kuva 10.

Seksuaalinen nautinto on yksi osa-alue, johon Trendin kehopuheessa törmää. Aiempien masturbointiin ja seksileluihin liittyvien esimerkkien lisäksi seksuaalinen nautinto nousee esiin henkilötari-
noiden kautta. Useita kertoja esiin nostamalla kehoa ja kehonkuvaa tarkastelevalla ”Kehon puo-
lella” -palstalla käsitellään seksuaalista nautintoa muutaman kerran. Jo luvussa 5.3 mainitsemas-
sani Meri Mortin haastattelussa Mort kertoo kuukautiskiertonsa vaikutuksista seksuaaliseen nau-
tintoon (Trendi 6/2020). Kuten yllä näkyvässä ingressissäkin todetaan (kuva 10), Mort elää kuu-
kautiskiertonsa mukaan ja on sen avulla löytänyt seksuaalisuuden ja nautinnon. Seksuaalisesta
nautinnosta ja kehon luonnollisista toiminnoista puhutaan hyvin luontevaan sävyyn. Jutun kerron-
tatapa on lämminhenkinen, ja nautintoa korostetaan. Mort kertoo muun muassa osallistuneensa
aiemmin tanssiretriittiin, jonka jälkeen hän alkoi paremmin tunnistaa, mitä hänen kehonsa tarvitsee
ja mistä se nauttii. Alettuaan seuraamaan kuukautiskiertoaan tarkemmin Mort kokee tuolloin otta-
neensa ”nautinnon omiin käsiinsä”. Tämä jatkaa lehden samanlaista kehopuhetta seksuaalisuuden
ympäriällä, jossa nainen on seksuaalinen toimija. Mort käyttää kuluneesta elämänvaiheesta myös
ilmaisua ”seksuaalinen herääminen”. Artikkelissa Mort sanoo kuukautisten myötä tulevaisuutta tie-
toiseksi omasta keholisuudesta ja kohdustaan. Hän kertoo seksuaalisten halujensa heräävän ovu-
laation aikaan. Artikkelin mielestäni yksi hyvä esimerkki jutusta, joka tuo esiin Trendin arvoja ja
asenteita kehon ympärillä. Häpeää ja hiljenemistä rikotaan myös seksuaalisuuden osalta.

Tarkastelemissani Trendissä ei hieman yllättäen puhuta juurikaan seksuaalisuuden tai sukupuolen
moninaisuudesta. Parisuhteita, seksiä ja seksuaalisuutta käsitellään yleensä heteronormatiivisesta
ja cissukupuolisesta näkökulmasta käsin. Heteronormatiivisuuden käsitteellä viitataan ajatteluta-
paan, jossa heteroseksuaalisuus nähdään muita seksuaalisia suuntautumisia luonnollisempana ja
toivotumpana. Cissukupuolisella henkilöllä taas tarkoitetaan ihmistä, jonka sukupuoli-identiteetti
vastaa hänen syntymässään määriteltä sukupuolta. (Seta 2021.) Löysin tarkastelemistani leh-
distä vain yhden artikkelin, jossa on käsitelty sukupuolen moninaisuutta ja kehonkuvaa muunsu-
kupuolisen henkilön näkökulmasta kerrottuna. Muunsukupuolinen henkilö voi olla sekä nainen että
mies, jotakin niiden väliltä tai kokonaan tämän jaon ulkopuolelta (Seta 2021). Trendin numerossa
7/2020 Big Brother -realitysarjasta tuttu Kevin Koho puhuu henkilöjutussa omasta sukupuoli-iden-
titeetistään, kehonkuvastaan ja seksuaalisuudestaan. Sukupuoli-identiteetti on henkilön oma sisäi-
nen ymmärrys sukupuolestaan tai sukupuolettomuudestaan (Seta 2021).

Koho kertoo, että muut ihmiset määrittelevät hänet jatkuvasti mieheksi, vaikka hän on muunsu-
kupuolinen. Tähän hän toteaa: ”Se saa minut tuntemaan, että ikään kuin minulla itselläni ei olisi

valtaa määritellä itseäni ja kehoani.” Koho sanoo myös olevansa ahdistunut siitä, että muut ihmiset ovat hänen kehostaan ja sukupuolestaan niin pakkomielteisiä. Tulevaisuudessa hän toivoo suhteen omaan kehoonsa olevan parempi. Artikkelissa Kohon kerrotaan ”naljailevan tyyliensä kautta heteronormatiivisille käsityksille”. Hän tekee sen esimerkiksi värjäämällä viiksensä pinkeiksi tai käyttämällä hameita ja mekkoja. Jutun lopussa Koho ottaakin kantaa vaatetusalan sukupuolittuneisuuden sanomalla: ”Miksi hame ei juuri koskaan ole unisex, mutta housut ovat? Kaiken järjen mukaan hamehan olisi täydellinen penikselle – siinä on tilaa ja housuissa ei.”

Kevin Kohon haastattelu on kymmenestä tutkimastani Trendistä ainoa, jossa seksuaalisuuden sukupuolen moninaisuutta nostetaan esiin. Lehti antaa puheillaan kehoista tätä kautta jonkin verran suppean kuvan. Toki naistenlehdissä tietoisestikin keskitytään yleensä naisiin, koska lehti on naisille suunnattu. Kaikki lehden lukijat eivät kuitenkaan oletettavasti ole heteroita, cissukupuolisia tai omaa samanlaisia kehoja samanlaisine seksuaalisuuksineen. On varmaan kuitenkin jo jollain tapaa tajunnanräjäyttävää, että tämän päivän naistenlehdessä ollaan näinkin tietoisia ja ajan hermolla, että osataan tuoda vallitsevista normeista poikkeavaakin näkökulmaa lehden kehopuheeseen. Seksuaalisuus on Trendissä hyvinvoinnin, terveyden ja ulkonäön tapaan osa-alue, jota naisen tulisi jatkuvasti kehittää ja tutkailla. Ajatus siitä, ettei keho ole koskaan valmis, tuntuu olevan hallitsevin ajatus kaikissa tarkastelemissani kehyksissä.

5.6 Kansi- ja lehtikuvissa rakennetaan ja murretaan myyttejä

Trendin kansikuviin on kuvattu julkisuudesta tuttuja ja ihailtuja henkilöitä. Kymmenestä kannesta yhdeksässä esiintyy nainen. Ainoan poikkeuksen tekee lehden numero 10/2019, jonka kanteen on valittu näyttelijä Antti Holma. Kuvatut henkilöt ovat iältään kaikki alle 50-vuotiaita. Heidät on kuvattu yleensä hymyilevinä, vahvasti meikattuina ja muotiin erikoistuneelle lehdelle ominaiseen tapaan sen hetken trendeihin sopivat vaatteet yllään studiotauktan edessä poseeraten. Kansikuvat ovat vahvoine valoine ja varjoineen muotilehtimäisiä ja viimeisteltäviä.



Kuva 11.

Yllä oleva kuva on hyvin tavanomainen esimerkki Trendi-lehden kannesta. Kyseisen Trendin numeron (9/2020) kannessa esiintyy tunnettu malli ja juontaja Karita Tykkä. Tarkastelemalla kansikuvia semioottisen menetelmän valossa on niistä löydettävissä myös erilaisia piilomerkityksiä ja myyttejä. Tutkittavista kansista tällaisia löydettävissä olevia myyttejä ovat naiseuden ja äitiyden myytit, joita tässä tapauksessa sekä vahvistetaan että rikotaan.

Kriittisessä feminismissä naiseuteen liittyviä ihanteita nimitetään naiseuden ideaaliksi. Yhteiskunta on ylläpitänyt sitä esimerkiksi esittämällä naiseutta tietyllä tavalla mediassa. (Markula & Kennedy 2011, 2 Kangasniemen 2014, 12 mukaan.) Yksi naiseuden ideaaliin kuuluva piirre on nuoruus. Naistenlehdissä nuoruuden ideaali näkyy niin tekstissä kuin kuvissa, joilla molemmilla pyritään torjumaan kauneuskatastrofia eli vanhenemista. Lehtien tapa tarkastella vanhenevan naisen ruumista liittyy länsimaisessa yhteiskunnassa oleviin pelkoihin, kuten kuolemaan, ikääntymiseen ja ruumiin rappeutumiseen. (Halonen 2005, 22.)

Tekstien lisäksi myös kuvista on löydettävissä naiseuteen ja kehoon liitettäviä ihanteita. Naisen keho esitetään naistenlehdissä usein taisteluaireenana. Lehtijutut kertovat, mihin taistelutoimet ulkonäkötyössä tulee milloinkin kohdistaa. (Halonen 2005, 23.) Ideaalin vartalon lisäksi tähän naiseuden ihanteeseen kuuluu nuorekkuuden ihanne. Tutkittavissa Trendi-lehden kansissa esiintyvät naiset ovat kaikki alle 50-vuotiaita ja iästään riippumatta lähes rypyttömiä ja sileäihoisia. Kirkkaasta studiovalaistuksesta huolimatta kansikuvahenkilöiden kasvoilla ei näy juonteita tai silmäpusseja. Nuoruuden ihanteen lisäksi tietynlainen luonnollisuuden ideaali nousee kuvia tulkitessa esiin: vahvat kuvausmeikit ja valojen ja varjojen ammattitaitoinen käyttö tekevät kasvoista virheettömän näköisiä. Ne synnyttävät mielikuvan puhtaasta ja luonnollisesta ihosta, jonka eteen on paradoksaalisesti todellisuudessa nähty luultavasti hyvinkin paljon aikaa ja vaivaa.

Trendin kansikuvat eivät varsinaisesti pyri taistelemaan juurikaan naiseuden myyttiin liittyvää ihannevirtaloajatusta vastaan. Kannen naiset edustavat melko yhdenmukaista ulkonäköihannetta. Henkilöt ovat vartaloltaan hoikkia, heillä on naiselliseksi mielletyt hiukset, meikit ja vaatteet. Yleensä kannen naiset on kuvattu myös hymyilevinä ja itsevarman oloisina. Kansikuvien henkilöt edustavat virheettömällä ja tasaisen näköisellä ihollaan juuri sitä naiseuteen liitettävää ihanneulkonäköä, mitä kanteen nostetut tekstit joko rakentavat tai pyrkivät purkamaan. Tämä luo hyvin ristiriitaisen mielikuvan lehden kehopuhetta koskevista arvoista ja asenteista.



Kuva 12.

Miehuuden ihannetta voidaan katsoa haastettavan hieman lehden numerossa 10/2019. Kyseisen lehden kannessa (kuva 12) poseeraa näyttelijä Antti Holma. Kansikuvassa yhdistyy maskuliiniseksi ja feminiiniseksi määritellyt piirteet: yhtäältä kovuus, toisaalta pehmeys. Holman kasvat ovat maskuliinisen kulmikkaat ja niillä on pieni hymy. Hänen ulkonäkönsä osuu myös hyvin tämänhetkiseen kauneusideaaliin. Hänen asentonsa viestittää rentoutta ja itsevarmuutta. Toisaalta Holmalla on yllään takki, jossa on kukkakuosia, joka taas voidaan kuviona mieltää perinteisemmin feminiiniseksi ja naiselliseksi.

Toinen kansikuvista esiin nouseva myytti liittyy äitiyden esittämiseen lehdessä. Äitimyytti tarkoittaa ihannekuvaa siitä, millainen äidin tulisi olla (Auvinen 1979, 183, Lotvosen 2018, 6 mukaan). Väestöliiton artikkelin mukaan äitiyteen liitetään yleensä ajatus äidin loputtomasta hyvydestä, kärsivällisyydestä ja väsymättömyydestä (Riihonen, Oulasmaa & Laru 2020). Vaikka perinteinen äitiyden ihanne ei sovi enää aina nykynaisen moninaisuuteen, hyvän äidin malli on kuitenkin se, mihin omia kokemuksia sovitetaan (Jyväskylän yliopisto 2020). Tässä ajassa tapa toteuttaa äitiyttä on jatkuvassa muutoksessa. Äitiyden kulttuurinen mallitarina on yhtä aikaa salliva ja suvaitseva, mutta

myös syyllistävä ja stereotyyppinen. Kulttuurissa vallitseva ristiriita perinteisten ja nykypäivän äitiyden mallitarinan välillä ajaa äidit ahtaalle. (Ahtikari 2018, 12, 88.) Toisaalta äitimyytin liittyminen siihen, millainen raskaana oleva tai synnyttänyt keho on hyväksyttävä. Synnytyksen jälkeiseen kehonkuvaan liittyy paineita, joiden koetaan osittain syntyvän verrattessa omaa kehoa mediassa esiintyvien henkilöiden kehoihin (Hämäläinen, Kauniskangas & Laitsalmi 2017, 24). Tutkielmassani keskityn tutkimaan äitimyytin nimenomaan kehoihanteiden valossa.



Kuva 13.

Äitiys ja äidin keho esitetään ihailevassa valossa Trendi-lehtien kansissa. Tutkittavista lehdistä yhteensä kahden lehden kannessa puhutaan äitiydestä tai kuvataan sitä. Nykypäivän perinteistä äitimyytin kyseenalaistava kulttuuri näkyy kansissa. Äitiyden myytin muserretaan puhumalla orgastisesta synnytyksestä, muodista nauttimisesta raskausaikana sekä äitijohtajista. Äitiysteemaisen lehden kanteen (kuva 13) on kuvattu yrittäjä Mia Ehrnrooth pieni lapsi sylissänsä (Trendi 4/2020). Ehrnroothilla on yllään alusvaatteet, joiden päällä on läpikuultava mekkoomainen vaate. Kuvassa esitetty keho solahtaa helposti tämän päivän naisen kauneusihanteeseen: hoikka vartalo naisellisine muotoineen. Kansikuva yhdessä kanteen nostettujen tekstien kanssa tuo esiin taas jonkinlaista ristiriitaa. Ne viestittävät, että äidit saavat olla esimerkiksi johtajia ja nauttia seksuaalisuudestaan sekä modikkaista vaatteista. Toisaalta kuva hymyilevästä, energisen näköisestä, ihannevaratalon omaavasta julkisuuden henkilöstä luo vain hyvin yhdenlaista kuvaa synnytyksen jälkeisestä kehosta. Naiseuden myytin tapaan myös äitimyytin sekä murretaan että rakennetaan.



Kuva 14.

Kannen tapaan lehden sivuilla olevissa kuvissa esiintyvät naiset vastaavat keholtaan yleensä kauneusideaalia. Hoikkuus, pitkähiuksisuus ja luonnollisennäköinen meikki yhdistävät suurinta osaa kuvatuista henkilöistä, olivat he sitten julkisuuden henkilöitä tai niin kutsuttuja ”taviksia”. Lehden kuvissa on kuitenkin myös nähtävillä ulkonäkönormien ja kehohanteiden rikkomista.

Trendin henkilökuvat voidaan jakaa pääasiassa muutamaa erilaista ryhmään: muotikuviin, joissa esiintyy sekä ammattimalleja (kuva 14) että julkisuuden henkilöitä, julkkisten henkilökuviin sekä julkisuudesta tuntemattomien henkilökuviin. Näiden lisäksi lehdessä on jonkin verran vanhoja arkisto- ja lehdistökuvia julkisuuden henkilöistä sekä pieniä mustavalkoisia kasvokuvia toimittajista tai juttuun haastatelluista henkilöistä. Lehden muotia, trendejä ja kosmetiikkaa esittelevissä aiheissa kuvissa esiintyy useimmiten ammattimalleja, välillä myös julkisuudesta tuttuja henkilöitä. Heidän kehonsa ovat yleensä hoikkia ja vallitseviin kauneushanteisiin solahtavia. Lehden kuvissa esiintyy myös selkeästi eniten valkoihoisia kehoja. Kosmetiikka- ja muotiartikkeleiden kuvien mallit ovat useimmiten melko nuoria. Puhuttiin sitten ikääntyvästä ihosta tai nuoremmasta ihosta, ihonhoitojuttujen ohessa olevissa kuvissa esiintyy poikkeuksetta juuri nuoria ja sileäihoisia naisia. Ainoastaan ihorauhaa käsittelevässä artikkelissa näkyy kuvissa myös tästä poikkeavia ihoja (7/2020). Tosin kyseiseen juttuun haastattelut ihosairauksista tai -haasteista kärsivien tavallisten henkilöiden kuvat ovat hyvin pieniä, kun taas esimerkiksi pisamanaamaisen mallin kuva on saanut paljon isomman tilan artikkelin yhteyteen. Iäkkäitä ja rypyisempiäkin ihoja tokin Trendin sivuilla näkyy. Ne kuuluvat yleensä jollekin ihailulle ja ikoniselle henkilölle, jonka kuva on nostettu esiin ”Tyylihuusut”-osiossa.

Lehden henkilötarinoissa kuviin ovat päätyneet vaihtelevasti julkisuuden henkilöt ja tavalliset ihmiset. Osassa henkilöjutuissa julkisuuden henkilö on kuvattu muotikuvamaisesti studiotaukua vasten ja trendikkäisiin vaatteisiin puettuna. Tämä on hyvin tavanomaista muotilehden genreen kuuluvalla lehdelle. Tällaisissa henkilökuviissa on panostettu visuaalisuuteen ja trendikkyyteen. Vaikka kuvan

keskiössä onkin siinä esiintyvä henkilö, on tämän tyylisten kuvien yhteydessä usein myös mainittu, kuka on luonut henkilölle kuvassa näkyvän tyylin. Kehon esittäminen tällä tavalla on ominaista Trendin konseptille. Lehden lukija ei välttämättä katso tällaisia muotikuvia samoin kuin tavallisten ihmisten henkilökuvia, joihin hän pystyy samaistumaan helpommin.



Kuva 15.

Yksi mielenkiintoisimmista julkisuuden henkilöä esittävistä kuvista on pääministeri Sanna Marinista otettu kuva (kuva 15). Marinilla on siinä yllään musta bleiseritakki ja vintagekoru. Kuvassa itsessään ei sinänsä ole mitään erikoista tai tavanomaisesta muotikuvasta poikkeavaa, mutta se nosti lehden julkaisun aikaan ympärilleen ison kohun. Kuva herätti keskustelua siitä, miten pääministerin on soveliaista pukeutua ja millaisissa kuvissa hän voi esiintyä. Sosiaalisessa mediassa käydyssä keskustelussa osa piti Marinin vaatetta liian avoimena ja paljastavana pääministerille, kun taas osa puolusti Marinin vapautta pukeutua juuri niin kuin tämä haluaa. Moni oli sitä mieltä, että samanlaista kohua ei olisi syntynyt, jos kyseessä olisi ollut mies eikä nuori nainen. Se, että Trendin sivuilla naispuolinen pääministeri kuvataan kuten kuka tahansa julkista työtä tekevä nainen, antaa viitteen lehden arvomaailmasta: naisella on oikeus näyttäytyä sellaisena, kuin tämä haluaa, oli hän sitten poliitikko tai laulaja. Trendi viestii tällä sitä että kaikilla on oikeus omaan kehoonsa ja sen esittämiseen haluamallaan tavalla.



Kuva 16 ja 17.

Julkisuudesta entuudestaan tuntemattomat henkilöt ovat yleensä kuvattuna samaistuttavammassa ympäristössä koti- tai luontomiljöössä naistenlehden henkilökuvalle tyypilliseen tapaan. Tästä poikkeuksena ovat ”Kehon puolella” -palstan studiossa kuvatut henkilökuvat (kuva 16 ja 17), joissa esiintyy julkisuuden henkilöiden lisäksi myös entuudestaan tuntemattomampia kasvoja. Kehoa ja siihen liittyviä tarinoita ja kokemuksia käsittelevän palstan kuvissa kehot on kuvattu yleensä hieman paljaammin kuin lehden muilla sivuilla. Palstan kuvissa esiintyy selkeästi moninaisempi kirjo erilaisia kehoja. Kuvien viesti tuntuu selkeältä: tahdotaan normalisoida erilaisia kehoja. Yhdessä lehden numeron kuvassa esiintyy henkilö, jolla on vammautunut keho, toisessa numerossa palstan kuviin on valittu lihava keho. Kehoiheissa myös sukupuolen moninaisuutta on otettu huomioon ottamalla palstan juttuun muunsukupuolinen henkilö.

Toki samaan aikaan kun kyseisen palstan kuvat raottavat kuvaa luonnollisemmasta ja moninaisemmasta kehokuvastosta, ovat kehoista otetut kuvat myös aiempien kuvien tapaan muotilehtimäiseen tyyliin viimeistellyjä valoin, varjoin ja jälkikäsitteilyin. Henkilöiden ihot ovat poikkeuksetta tansaisia ja lähes virheettömiä. Myös meikit, hiukset ja vaatteet on harkittu tarkkaan.

5.7 Eevan kansissa selviytymistarinat ovat suosittuja

Yllätyksekseni sain todeta, että Eevan kansista ei kehopuhetta juurikaan löydy. Tarkasteleminiin kansiin ei ole nostettu esimerkiksi ulkonäön parantelua tai hyvinvointia koskevia aiheita. Ennakkoletuksistani poiketen myöskään laihdutussisältöä ei kansissa näy. Ainoat kehoon liittyvät kannen nostot ovat sairauksiin keskittyviä otsikoita. Nostoissa yleensä viitataan joko selviytymistarinoihin, joissa sairaudet ovat jo selätettyjä, tai omaisten tarinoihin, joissa sairaus on vienyt jonkun läheisen henkilön.



Kuva 18.

Yllä oleva kanteen nostettu 6/2020 numeron otsikko on tavanomainen Eevan kannessa. Samantyyliä nostoja löytyy muistakin lehden numeroista. Esimerkiksi huhtikuun (4/2020) Eevassa on otsikko, joka kuuluu näin: ”Kansanedustaja Hanna-Leena Mattila: ’huumeet veivät molemmat veljeni.’” Molempia kannen nostoja yhdistää sairaus tai riippuvuus, josta otsikon puhujan läheinen ihminen kärsii. Näissä tapauksissa sairaudesta puhuvat siis muut kuin sairauden itse kokevat. Kumpikaan nosto ei sen syvällisemmin viittaa kehoon, mutta koska käsittelen kehoa laajasti eri näkökulmista, kuten terveysaiheiden kautta, ajattelen näiden jollain tapaa sivuavan kehopuhetta. Luultavasti itse sairautta ja sitä kautta myös kehoa kuvaillaan vasta varsinaisessa lehden sisällä olevassa jutussa. Jälkimmäisessä otsikossa puhuja on kansanedustaja Hanna-Leena Mattila, ensimmäisessä esimerkissä puhuja ei ole vielä tiedossa.

Sairauksiin viitataan myös syys- ja marraskuun lehtien kansissa. Eevan numerossa 9/2020 kanteen on nostettu lehden sisältämä aihe otsikolla ”Aivosairautensa hyväksynyt Birgitta Öunap: ’Elämännälkäni on vain kasvanut’”. Saman tyylinen nosto löytyy Eevan numeron 11/2020 kannesta: ”Tietokirjailija Krista Launonen: ’Nauran syövälleni päin naamaa’”. Molempia otsikkoja yhdistää jokin sairaus, jonka sairastunut ja sairaudestaan puhuja on hyväksynyt. Molemmissa nostoissa kehosta puhutaan myönteisesti ja toiveikkaasti: sairaus ei ole lannistanut tai vienyt elämän iloa. Sairautta jopa suorastaan ilkutaan nauramalla sille päin naamaa. Sairaudesta puhutaan näissäkin tapauksissa selviytymistarinoiden kautta, joiden yleisyys terveysviestinnässä nousi esiin tietoperustassa (luku 2.2). Samaisessa luvussa mainitsin, että erilaiset tämän tapaiset kokempuhevuo-rot terveysaiheisessa mediapuheessa ovat tavanomaisia. Sen lisäksi, että selviytymistarinat ja terveyden edistämiseen pyrkivä puhe voivat tuoda lohtua ja toivoa, ne voivat jättää ulkopuolelle vaikeammassa tilanteessa olevat (Mäki-Kuutti 2020, 113). Mäki-Kuutti toteaa terveysviestintää tutkivassa väitöskirjassaan, että terveysviestinnässä niitä, jotka pysyttelevät terveyden kannalta nykytilassa, ei usein yhdistetä onnellisuuteen. Yllä olevissa esimerkeissä on nähtävillä jopa sairaudesta

kärsivien henkilöiden kehojen kaikkivoipaisuutta ja sankarillisuutta. Sairauksistaan kertovien Öu-napin ja Launosen puheessa yhdistyy samanlainen asenne: minä en anna periksi.

Myös syömishäiriö nousee kerran esiin tutkimieni Eeva-lehtien kansista. Numerossa 4/2020 on otsikko, joka kuuluu näin: ”Äiti ja tytär Laura Tuomarila & Venla Edelmann: ’Syömishäiriöstä tuli yhteinen kokemus’”. Usein syömishäiriöstä puhutaan vain sairauden kokeneen suulla. Tämä kannen nosto poikkeaa tavanomaisesta syömishäiriökertomuksesta siinä, että aiheesta puhutaan sekä äidin että tyttären näkökulmasta: ”yhteinen kokemus” antaa ainakin kuvan, että sairautta tul- laan käsittelemään nimenomaan kahdesta eri näkövinkkelistä käsin. Kannen perusteella ei vielä selviä, onko syömishäiriöstä parannuttu eli onko lehden sisällä oleva juttu tavanomainen selviyty- miskertomus. Vain lukemalla kannen otsikon ei voi selvittää, onko syömishäiriöön sairastunut jut- tuun haastatelluista henkilöistä äiti vai tytär vai jopa molemmat. Tässä otsikossa ei myöskään sen syvemmin vielä puhuta kehosta.

Kuten totesin, Eevan kannet eivät vilise ulkonäköaiheita. Löysinkin ainoastaan yhden ulkonäköön viittaavan kehoaiheen tarkastelemistani kansista:



Kuva 19.

Yllä oleva nosto korostaa ulkonäön merkitystä naisen elämässä. Se tukee Trendi-lehden kohdalla toteamaani ajatusta, että ulkonäkö ei selkeästikään ole vain ulkonäkö, vaan se näyttelee naisen elämässä suurta roolia esimerkiksi työelämässä. Jopa Terveysten ja hyvinvoinnin laitoksen pu- heenjohtaja, jonka työ ei liity millään tavalla ulkonäköön, saa noston perusteella eniten palautetta juuri ulkonäöstään. Kannen otsikko ei tosin kerro vielä millaista puhe ulkonäön ympärillä Eevassa on, mutta ainakin se antaa lupauksen, että lehden sisältämä juttu pitää sisällään ulkonäköä koske- vaa puhetta.

Kuten tutkielman tietoperustassakin mainitsen, aikakauslehtien kannet kuvastavat lehden arvo maailmaa (katso luku 3.5). Eevan kannet antavat lehden kehopuheesta vain ensivaikutelman. Kehoa ei tuoda kannen puheessa esille sairauksia ja yhtä ulkonäköön liittyvää kannen nostoa lukuun ottamatta. Vain kansien kehopuhetta tarkastelemalla on todettava, että kehosta puhutaan lähinnä terveystieteiden vinkkelistä käsin. Lehden lukijakuntaa ajatellen tämä tuntuu ihan loogiselta ja selkeältä valinnalta. Vaikka terveys ja erilaiset sairaudet ovat suosittuja aiheita myös nuoremmille suunnatuissa naistenlehdissä, nousevat ne yhä keskeisimmiksi ja ajankohtaisimmiksi aiheiksi lehdissä, joiden lukijakunta on vanhempaa. Eevan konseptiin toisaalta kuuluvat myös erilaiset terveysaiheet (Aikakausmedia 2020), joten ei ole ihmeäkään, että niitä on usein nostettu lehden kanteen. Ainakin kansien perusteella Eevassa kehopuhe nousee esiin useimmiten erilaisten selviytymiskertomuksien ja julkisuudesta tunnettujen henkilöiden haastattelujen kautta. Lehdessä ääneen pääsevät julkisuudesta tuttujen henkilöiden lisäksi myös tavalliset ihmiset. Trendiin verrattuna Eeva sisältää kansien perusteella enemmän henkilöjuttuja, joiden päähenkilöinä toimivat miehet.

5.8 Taistelu iän tuomia muutoksia vastaan

Vaikka Eevan kansista ei kehopuhetta juuri löydy, lehden sisällössä puhutaan kehoista melko monipuolisestikin. Ulkonäköä koskevaa kehopuhetta esiintyy Eevassa selkeimmin iän tuomien merkien tarkastelulla. Niin henkilötarinoissa kuin kosmetiikka-aiheisissa artikkeleissa käsitellään iän tuomia ulkonäön muutoksia ja niihin liittyvää suhdetta. Kuten monen muunkin kehoon liittyvän aiheen kohdalla, myös iän aiheuttamiin muutoksiin suhtaudutaan sekä hyväksyvästi että torjuen. Eevan numerossa 2/2020 on haastateltu meikkitaiteilija Raili Hulkkosta. Artikkelissa Hulkkoselta on kysytty hänen suhtautumistaan iän tuomiin kehon muutoksiin. Tähän Hulkkonen toteaa, että kaikenikäiset ihmiset ovat kauniita, eikä hän pelkää omaa ikääntymistään. Toisaalta hän kuitenkin ”kehottaa kaikki suomalaisia naisia korostamaan katsettaan luomivärillä tai rajauskynällä, koska ilman meikkiä vaaleat piirteet näyttävät helposti väsyneiltä”. Kehopuhe ikään liittyvässä kehopuheessa on hieman ristiriitainen. Hulkkonen ei omien sanojensa mukaan mieti ryppyjään, mutta toteaa, että meikillä saa ”kirkastettua kasvojen ilmettä”. Hän myös sanoo, että vaatteilla voi korostaa tai peittää vartaloa sopivalla tavalla. Samaan aikaan viestitetään, että ikääntyvä keho on ihan hyväksyttävä, mutta sen ei saa kuitenkaan antaa näkyä ihan kokonaan muille.

Ikääntyvään kehoon suhtautumista pohditaan todella monessa Eeva-lehden henkilötarinassa. Usein näihin artikkeleihin on haastateltu jotain julkisuuden henkilöä. Kosmetiikka-aiheisissa artikkeleissa jaetaan myös vinkkejä ja ohjeita ulkonäön nuorentamiseen. Samalla tavalla niissä ikääntymisen tuomia muutoksia vastaan sekä taistellaan että kannustetaan hyväksymään ne. Eevan numerossa 3/2020 ”Unohtuiko jokin?” -otsikolla kulkevan artikkelin ingressissä puhutellaan lukijaa: ”Jos olet laiminlyönyt kaulan ihon hoitamisen, se kannattaa nyt ottaa osaksi kauneudenhoitorutiinia.” Ingressissä käytetty retoriikkaa on vahvaa ja tunteisiin vetoavaa. Varsinkin laiminlyömisestä puhuminen kehoaiheen yhteydessä on omiaan herättämään syyllisyyttä sellaisessa lukijassa, joka ei ole kiinnittänyt kaulansa ihoon aiemmin huomiota. Ihon ikääntymisestä viestitään asiana, jota tulee torjua viimeiseen asti: ”Kaulan iho pitää puhdistaa päivittäin aivan kuten kasvot, jotta lika ja ilmansaasteet eivät aiheuta ennen aikaista vanhenemista.” Toisaalta Eevan numerossa 9/2020 harmaiden hiuksien puolesta jopa puhutaan artikkelissa ”Armaat harmaat?”. Samassa jutussa kuitenkin ehdotetaan harmaiden hiusten piiloon värjäämistä.

Ihon ehdoilla

*Anitra Ahtola ei tunne
paineita ulkonäöstään,
sillä hänelle vanheneminen on
luonnollinen osa elämää.*

Kuva 20.

Neulaus saa ihon hehkumaan

*Miksi kasvojen ihoa kannattaa rei'ittää? Esittelemme kolme erilaista neulaushoitoa,
jotka tuovat nuorekkuutta ikääntyville iholle.*

Kuva 21.

Lehden kehoaiheista retoriikkaa tarkasteltaessa en voi olla törmäämättä ilmaisuihin, kuten ”allit kuriin” ja ”iho sileäksi” (Eeva 5/2020). Myös erilaisia ihohoitoja ja ihonhoitotuotteita käsittelevissä artikkeleissa toivotaan ”selluliitin ja nestekertymien poistoa” (Eeva 4/2020), ”nuorekasta hehkua” (6/2020) ja häivyttävien ”ikäntymisen merkkejä” (Eeva 6/2020). Eevassa nuorekkuutta ihaileva kauneusideaali näkyy siis vahvasti. Julkisuudesta tunnetut henkilöt myös jakavat lukijoille omia kauneusvinkkejään. Esimerkiksi lehden numerossa 6/2020 tanssikouluyllyrittäjä Anitra Ahtola vinkkaa lukijoille omia kauneuteen liittyviä tuotteitaan. Jutun kieli on neuvovaa ja lukijaa ohjeistavaa. Ahtola kertoo artikkelissa, ettei ota paineita ulkonäöstään, koska ”vanheneminen on luonnollinen osa elämää” (kuva 20). Tämä on hyvä esimerkki juuri siitä ristiriitaisesta kauneustyöstä, josta naistenlehtiä tutkinut Holly Porteous mainitsee tutkimuksessaan (katso luku 3.4). Lukijalle annetaan kuva, että jokaisella on vastuu parannella kehoaan. Toisaalta Eevan kosmetiikka-aiheissa viestitään samalla, että keho on hyvä juuri sellaisena, oli minkä ikäinen tahansa, eikä ulkonäöllä ole niin

suurta merkitystä kuin vaikkapa terveydellä. Useissa kosmetiikkaa ja muita erilaisia tuotteita esittelevissä artikkeleissa keskitytään ulkonäön sijaan enemmänkin tuotteiden hyvinvointi- ja terveysvaikutuksiin.

Eevan henkilötarinoissa ulkonäköä koskeva kehopuhe nousee esiin myös haastateltavien ulkonäön kuvailulla. Yhtenä esimerkkinä tällaisesta jutusta on lehden numeron 10/2020 näyttelijä Heidi Krohnia käsittelevän artikkelin kohta. Juttu alkaa Krohnin kuvailulla: ”Valkokankaalta tuttu kaunis hymy ja sädehtivä katse ovat tallella: näyttelijä Heidi Krohnissa, 86, on edelleen karismaa.” Samaan tapaan samaisen numeron talousvaikuttajan Anne Brunilan haastattelussa Brunilan ulkonäköä kuvataan muun muassa toteamalla, mitä hänellä on haastatteluhetkellä yllään ja miten hän istuu ”rennosti jalkojensa päällä” ja ”hiukset laskeutuvat vapaasti hartioille”. Osassa henkilöhaastatteluissa tuodaan esiin lisäksi haastateltavan suhdetta omaan kehoonsa, usein aiemmin mainitsemiä iän tuomien muutoksien kautta. Mikä on silmiin pistävää, vain naisia käsittelevissä henkilöjutuissa pohditaan kehosuhdetta. Miehiltä ei yleensä ole kysytty heidän kokemuksiaan tai suhtautumistaan iän tuomiin kehon muutoksiin. Tämä luo kuvaa siitä, että kauneustyö on enemmän naisille suunnattua kuin miehille. Lehden kehopuheen mukaan naisen kuuluu välittää ulkonäöstään ja torjua siihen kohdistuvia epämiellyttäviä muutoksia. Yksi poikkeus tähän Eevan artikkeleista löytyy: numerossa 2/2020 näyttelijä Ernest Lawson puhuu ulkonäkönsä kohdistuneesta kiusaamisesta. Lawson kertoo lapsena joutuneensa kiusatuksi ja myöhemmin kokeneensa väkivallan uhkaa ihonvärinsä takia. Jutussa ei kuitenkaan sen enempää käsitellä Lawsonin suhdetta ulkonäkönsä tai kehoonsa, kuten osassa henkilötarinoissa, joihin on haastateltu naispuolista julkisuuden henkilöä.

Kehon ulkonäölle annetaan merkitystä ja samalla viestitään, ettei ulkonäkö ole kaikki kaikessa. Osassa henkilötarinoissa korostetaan haastatellun henkilön rentoa asennetta ulkonäkönsä. Esimerkiksi näyttelijä Kristiina Halttu toteaa Eevan numerossa 6/2020, ettei hän ole kokenut tarvetta miellyttää miehiä ulkonäöllään. Mielestäni tällä korostetaan sitä, että kenelläkään ei ole velvollisuutta näyttää tietynlaiselta. Eevan kehopuhe on ulkonäön osalta välillä hyvinkin tiedostavaa ja sensitiivistä. Lehden numeron 11/2020 henkilöartikkelissa käsitellään muun muassa sitä, kuinka Tehyn puheenjohtaja Millariikka Rytönen on saanut uransa aikana kehoonsa kohdistuvaa kommenttia. Jutussa todetaan näin: ”Millariikka ottaa mielellään vastaan työhönsä liittyvää kritiikkiä, mutta painolla, pukeutumisella tai hiusten värillä ei ole mitään tekemistä osaamisen kanssa.” Edellä olevassa tekstissä poimitussa lauseessa kehon ulkoisille piirteille ei anneta arvoa vaan keskitytään ihmisen muihin piirteisiin.

5.9 Neuvoja vaihdevuosien oireiden helpottamiseen ja fyysisen kunnon kohotukseen

Kuten jo Eevan kansien tarkastelusta voi päätellä, lehden kehopuheesta suurin osa keskittyy terveys- ja hyvinvointiaiheiden ympärille. Useissa kosmetiikkaa tai erilaisia kehon hoitoja esittelevissä artikkeleissa puhutaan yleensä siitä, miltä jokin tuote tuntuu keholla tai millaisia vaikutuksia sillä on hyvinvointiin ja terveyteen. Monesti lehden ”Terveudeksi”-palstalla käsitellään juuri tuotteiden tai palveluiden terveysvaikutuksia. Esimerkiksi numerossa 6/2020 palstalla esitellään vastustuskykyä parantava lisäravinne sekä ihoa pehmentävät ja kosteuttavat tehotipat. Palstan teksteissä kehoa tahdotaan helliä ja huoltaa. Samaisella palstalla nostetaan esiin myös vinkkejä, joilla silmistä voi pitää huolta. Lisäksi osa hyvinvointia ja terveyttä esiin nostavasta kehopuheesta keskittyy iän tuomiin vaivoihin tai haasteisiin. ”Terveudeksi”-palstalla puhutaan vaihdevuosista esittelemällä aiheesta kirjoitettua kirjaa. Iän tuomista kehon mullistuksista ei puhuta siis vain ulkonäön kautta vaan myös terveyteen ja hyvinvointiin liittyen. Lyhyessä vaihdevuosia käsittelevässä pätkässä kehon ja mielen oireista puhutaan monipuolisesti tuomalla esiin lisäksi vaihtoehtohoitoja oireiden lievittämiseksi.

Ikääntyvä keho nouse esiin myös henkilötarinoiden kautta. Niissä pohditaan usein sitä, miltä ikään-tyminen tuntuu kehossa ja kuinka iän tuomiin vaivoihin suhtaudutaan. Näyttelijä Kjell Westö esimerkiksi toteaa henkilöjutussa (Eeva 8/2020), että pitkät työrupeamat tuntuvat iän myötä kehossa. Jutussa sanotaan, että ”ikä tuntuu jäsenissä” ja ”joka paikkaa kolottaa”. Samanlaista kuvailua on lehden saman numeron toisessa artikkelissa, jossa näyttelijä Sari Havas sanoo iän tuovan kehoon rajoitteita ja jumeja, joita hän uskoo liikunnalla voivan estää. Iän tuomiin muutoksiin suhtaudutaan lehdessä usein siis myös lempeän hyväksyvästi ja jopa huumorilla. Useissa artikkeleissa kuvataan ja korostetaan lisäksi sitä, miten joku tunnettu henkilö pitää iästään huolimatta yhä huolta kehostaan ja fyysisestä kunnostaan. Eevan numerossa 9/2020 Hannele Pokan elämäntapoja kuvaillaan ihailevaan sävyyn: ”Kunnostaan huolehtiva Hannele nukkuu iltakymmenestä aamuviiteen ja aloittaa päivänsä aina aamuhölkällä.”

Liikuntaan ja urheiluun suhtaudutaan usein kehon terveyden ja hyvinvoinnin kautta. ”Kunnon aika on nyt” -artikkelissa (Eeva 8/2020) kannustetaan ”kuntoremonttiin”. Artikkelin ingressissä todetaan, että monet iän tuomat vaivat voidaan välttää parantamalla kehon lihas- ja kestävyyskuntoa. Jutussa pääsääntöisesti keskitytään nimenomaan fyysisen kunnon kohottamiseen terveyssyiden vuoksi luettelemalla liikunnan tuomia terveyshyötyjä. Artikkelissa neuvoja jakavat vanhuslääketieteen professori sekä personal trainer ja liikuntabiologi. Jutun väliotsikot neuvovat lukijaa: ”aloita kevyesti”,

”ala hikoilla”, ”nauti kävelystä” ja ”treenaa lihaksia”. Teksti korostaa kunnan kohentamista ja jaksamisen lisääntymistä. Ohjeistus on suoraa, mutta kehoa ei kuitenkaan neuvota kurittamaan. Liikunnan vastapainona jaksamiselle ja kehon tuntemuksien kuuntelulle sekä tunnustelulle annetaan tilaa kehopuheessa. Lehden numerossa 11/2020 rentoutumista ja sen merkitystä jaksamiselle käsitellään artikkelissa ”Osaatko rentoutua?”. Juttu kannustaa kehon tuntemusten kuunteluun. Artikkelissa käsitellään myös esimerkiksi hengityksen merkitystä kehon rentoutumiselle. Kyseisen jutun kehopuhe on lempeää ja myötätuntoista. Keho ei sen mukaan vaadi parantelua tai jatkuvaa jaksamista ja suoriutumista.

Ikääntymisen vaivojen lisäksi Eevassa tuodaan esiin sairauksia ja niiden oireita. Suuri osa terveyteen ja hyvinvointiin keskittyvästä kehopuheesta onkin juuri erilaisten sairauksien oireiden kuvailua osana henkilötarinoita. Esimerkiksi aivoverenvuodon oireita kuvaillaan lehden numerossa 8/2020 muun muassa seuraavasti: ”hän sai näköhäiriöitä”, ”käsivarsi puutui” ja ”vartalo oli osittain halvaantunut”. Useissa henkilötarinoissa toistuu kehopuheen osalta saman tyyppinen kaava. Haastateltava henkilö, yleensä julkisuudesta tuttu, kertoo, kuinka aiemmin elämä oli suorittamista, sairauksia tai pahoinvointia. Jonkin elämän kriisin tai traagisen tapahtuman myötä hän koki valaistumisen, ja nykyään hän pitää hyvää huolta itsestään ja kehostaan, minkä johdosta elämänlaatu on parantunut. Esimerkkinä tästä on Eevan numerossa 2/2020 oleva Janina Fryn henkilöhaastattelu. Tarinan kulku on tiivistetty hyvin artikkelin ingressiin:

Janina Fry joutui hyvästelemään parin vuoden sisällä molemmat vanhempansa. Suru vei elämältä pohjan, mutta pysähtymään hän suostui vasta oman syöpädiagnoosin myötä. Sairaus opetti antamaan aikaa tärkeimmälle ihmiselle: hänelle itselleen.

Usein tällaisissa artikkeleissa kehopuhe tulee esiin rivien välistä: aiemmin henkilö suoritti elämänsä, eikä osannut pysähtyä. Vasta sairaus, uupumus tai muu romahdus kehon kunnossa sai hänet muuttamaan suuntaa. Tämän tyyppisten tarinoiden päähenkilöt ovat nykyään kaikkivoipia ja energisiä. Kehoon liittyvät vaikeudet on voitettu ja ne ovat taakse jäänyttä elämää.

5.10 Laihuttaminen osana terveyden edistämistä

Kenties suurin yllätys, jonka koin Eevoja tutkiessani, oli se, ettei laihtumiseen juurikaan kannusteta. Kuvittelin etukäteen törmääväni laihtujien sankaritarinoihin, joissa kiloja pudottaneita ylistetään ja ihailaan. Kuten tutkielman tietoperustassakin mainitsen, laihtutuspuhe on kuitenkin selaista yhteiskunnan eri osa-alueilla käytävää keskustelua, jota käydään laajalti ja jatkuvasti (katso luku 2.1). Vaikka laihtujien sankaritarinoita ei lehdessä nähdäkään puhutaan painosta tai laihtumisesta välillä henkilötarinoiden yhteydessä. Esimerkiksi 2/2020 Eevassa näyttelijä Saara Pakkasvirta kertoo muiden elämänmuutoksiansa ohessa laihtumisestaan. Hän toteaa jutussa olleensa ”todella lihava ja melkein liikuntakyvytön”. Pakkasvirta sanoo artikkelissa myös näin: ”Minun piti laihtua.” Jutussa laihtuksesta kertova osuus jatkuu sillä, että Pakkasvirta kertoo vähentäneensä syömistä, käyneensä uimahallissa ja kävelleensä paljon, minkä tuloksena hänen painonsa putosi kahdeksantoista kiloa.

Artikkelissa laihtumiseen liitetään vahvasti terveysaspekti. Pakkasvirta toteaa diabeteksen kadonneen ja astman helpottaneen laihtumisen myötä. Hän korostaa vielä, ettei ”aio enää lihoa takaisin”. Artikkelissa laihtumisesta puhutaan terveystä edistävänä päätöksenä sanomalla näin: ”Saara Pakkasvirta on tehnyt kaksi terveyteen liittyvää hyvää päätöstä. Hän lopetti tupakoinnin poltettuaan 50 vuotta ja laihtutti sittemmin 18 kiloa.” Jutussa ei varsinaisesti ihaila laihtumista, mutta silmiin pistävää on, että pudonneiden kilojen määrä kerrotaan artikkelissa jopa kahteen otteeseen. Laihtumista selkeästi arvostetaan ja sen terveyshyötyjä tahdotaan tuoda esille. Hoiempi keho nähdään aina ikään kuin hieman parempana kuin lihava. Kuten Anna-Maria Mäki-Kuutin tutkimuksessa (katso luku 2.2) mainitaan, tällainen kehopuhe vahvistaa stereotyyppisiä painon ja terveyden yhteydestä toisiinsa.

Laihtumisen arvostaminen tulee lyhyesti esiin samaisessa lehden numerossa uudestaan. Henkilöhaastattelussa Irmeli Knuutti kertoo kasvaimestaan ja sen tuomasta äänen menetyksestä. Juttu ei muuten käsittele painoa tai laihtumista, mutta Knuutti kuitenkin toteaa artikkelissa laihtuneensa sairastumisensa myötä. Artikkelissa laihtuminen nähdään positiivisena, vaikka se ei olekaan ollut tarkoituksenmukaista vaan tapahtunut sairauden aiheuttamien nielemisvaikeuksien vuoksi. Jutussa Knuutti toteaa seuraavasti: ”Jos sairastumisestani hakee jotain positiivista, niin olen laihtunut sen aikana parikymmentä kiloa.” Toisaalta toteaman voi nähdä humoristisena letkautuksena muuten synkän aiheen keskellä. Samalla se nojaa tuttuun laihtuskulttuuriin, jonka mukaan laihtuminen on aina plussaa, oli se sitten tavoiteltua tai ei.

Painopuheen kanssa ollaan välillä myös hyvinkin tiedostavia ja laihdutuskuultuuria pyritään jopa kevyesti rikkomaan. Jo edellisessä luvussa mainitsemani Tehyn puheenjohtaja Millariika Rytkösen tarinaa käsittelevässä artikkelissa (Eeva 11/2020) viitataan painoon. Jutussa todetaan, ettei Rytkösen mielestä esimerkiksi painolla ole tekemistä ihmisen osaamisen kanssa. Rytkönen sanoo myös, että painoa käytetään usein ”lyömäaseena” ja että ”naisia yritetään hiljentää” tällä tavalla. Tämä tuo uudenlaista ajankohtaisempaa kulmaa ja asennetta painoa käsittelevään puheeseen, jossa ihmisen painolle, lihavuudelle tai laihuudelle ei anneta sen suurempaa merkitystä.

Eevan liikunta-aiheisissa artikkeleissa ei myöskään keskitytä niin paljon painoon, kuin mitä olin alun perin ajatellut. Edellisessä terveys- ja hyvinvointiaiheita käsittelevässä luvussa nostamani artikkeli ”Kunnon aika on nyt” (Eeva 8/2020) ottaa jutun lopussa esiin kuitenkin myös kehon ulkonäköön viittaavaa painopuhetta. Jutussa asiantuntijoina toimivat personal trainer ja liikuntabiologi Timo Haikarainen sekä geriatrian eli vanhuslääketieteen professori Timo Strandberg. Muutoin liikuntaa kunnon kohotuksen ja terveyshyötyjen näkökulmasta käsittelevän artikkelin lopussa todetaan seuraavasti: ”Haikarainen tietää myös, että monet naiset ovat yllättyneet iloisesti lihaskuntoharjoittelun ulkonäkövaikutuksista. Lihaskuntoharjoittelu kiinteyttää koko kehoa, mikä piristää yleisilmettä.” Etenkin jälkimmäinen lause kehon kiinteyttämisestä kuvastaa, miten hyvinvointi edellä kulkevaan puheeseen on saatu mukaan kehon ulkonäön kurinpitoa. Viimeinen lause arvottaa erilaisia kehoja keskenään. Kiinteytetyn kehon siis sanotaan näyttävän paremmalta kuin ei-kiinteytetyn kehon.

5.11 Seksuaalisuuteen viitataan rivien välissä

Eevan kehopuheessa viitataan harvemmin seksuaalisuuteen. Seksuaalisuus vilahtaa esiin tutkimissani lehden numeroissa vain muutaman kerran, mikä on oikeastaan jopa hieman yllättävää siihen nähden, kuinka paljon lehdessä käsitellään ihmisen hyvinvointia ja terveyttä. Seksuaaliterveyden teemaa ei siitä huolimatta nosteta oikeastaan ollenkaan esiin.

Seksuaalinen häirintä mainitaan osana yhtä henkilöartikkelia Eevan numerossa 8/2020. Oopperaulaja Monica Groop kertoo jutussa lyhyesti, kuinka oopperapiireissä naisille on tarjottu välillä roolia ”vastapalveluksia vastaan” ja miten jotkut ”miehet käyttävät hyväkseen tilaisuutta kosketteluun

lavalla”. Groop toteaa jutussa, että hänellä itsellään on ollut kuitenkin aina ”voimakas koskemattomuus”, eikä hän ole kokenut minkäänlaista seksuaalista häirintää. Jutussa ahdistelusta ei tosin käytetä termiä seksuaalinen häirintä, vaikka siihen selkeästi kyseisessä tekstikohdassa viitataan. Sen sijaan ahdistelusta puhuttaessa on tehty sanavalintoja, kuten ”ehdottelu” ja ”koskettelu”.

Tein havainnon, että Eevassa seksuaalisuuteen viitataan muutenkin yleensä hieman kierrellen tai välillä myös huumorin varjolla. Muusikko Mikko Alataloa ja hänen vaimoan Seija Alataloa haastatellaan Eevan syyskuun numerossa 9/2020. Artikkelissa ei varsinaisesti käsitellä suoraan seksuaalisuutta tai kehoa, mutta aihetta sivutaan ympärilyövästi ja hieman humoristisesti. Jutussa Mikko Alatalo toteaa esimerkiksi, että ”tiukan paikan tullen intohimoakin on” ja jatkaa vaimostaan ja hänen yöpuvustaan näin: ”Kyllä ne villasukat ja yöpaita ovat viedä viimeisenkin seksikkyyden, mutta nainen löytyy sieltä alta.”

Eevassa naisen tai naiskehon seksuaalisuutta harvoin nostetaan esiin. Naisen keho esitetään monella muulla tapaa toiminnallisena. Eevassa puhutaan esimerkiksi raskaudesta, liikunnasta ja työn tekemisestä, mutta sen sijaan seksuaalisena toimijana ei naista tai sen kummemmin ketään muutakaan lehdessä tuoda esiin. Yllä olevassa Mikko ja Seija Alatalon haastattelussakin seksuaalisuuteen viittaa ainoastaan mies. Löysin ainoastaan yhden esimerkin, jossa seksuaalisuudesta puhuvat myös naiset. Eevan numerossa 8/2020 näyttelijät, äiti ja tytär Sari Havas ja Asta Sveholm ottavat haastattelussaan kantaa seksuaalisuuden esittämiseen mediassa:

Vanhat asenteet näkyvät yhä siinä, miten perinteisesti seksuaalisuutta käsitellään mainoksissa, televisiosarjoissa ja elokuvissa. ”Tarinat rakennetaan yhä miesten miellyttämiseksi”, seksuaaliterapeutiksi kouluttautunut Sari tietää.

Artikkelissa nostetaan myös esiin sitä, miten tulevassa elokuvassa Sveholmin näyttelemä päähenkilö on seksuaalisesti aktiivinen toimija. Sveholm toteaa toivovansa, että elokuva voisi toimia kimmokkeena seksuaalisuuteen liittyvien tabujen purkamiselle. Artikkelin on kymmenestä tutkimastani Eeva-lehdestä ainoa, jossa on tällaista kantaa ottavaa naisen seksuaalisuuteen ja kehoon liittyvää puhetta.

5.12 Ulkonäköidealin mukaisia kehoja



Kuva 22.

Kuva 23.

Tutkimieni Eevan numeroiden kansikuviin on kuvattu julkisuudesta tuttuja naisia, joista suurin osa on iältään noin 40–60-vuotiaita. Tästä poikkeuksena ovat huhtikuun numeron kannessa äitinsä Laura Tuomarilan kanssa poseeraava 21-vuotias Venla Edelmann sekä elokuun lehden kannessa niin ikään äitinsä Sari Havaksen kanssa kuvattu 27-vuotias Asta Sveholm (kuva 23). Kansikuvien henkilöt on joko kuvattu studiotauستا vasten, tai sitten he poseeraavat luonto- tai kotimiljöössä.

Eevan kansiin on Trendi-lehden tapaan kuvattu naiskehoja, jotka kaikki osuvat helposti vallitsevaan länsimaiseen kauneusidealiin: naisilla on naiselliseksi luokitellut hiukset, meikit ja vaatteet. Kannessa nähdyt kehot ovat hoikkia ja kasvojen ihot sileitä, henkilön iästä riippumatta. Ulkonäöltään kansikuvien henkilöt eivät juuri eroa toisistaan, vaan jatkavat samanlaista naistenlehtien kannessa yleensäkin nähtyä vain yhdenlaista kuvastoa kehoista. Kansikuvien henkilöistä jokainen on myös valkoihoinen. Kuvien kehoja ei ole esitetty toiminnallisesti. Henkilöt yleensä istuvat tai seisovat staattisessa asennossa. Kanteen kuvattuja kehoja yhdistävät lisäksi itsevarma olemus, hymy ja tietynlainen feminiininen pehmeys.

Kuten Trendistä myös Eevan kansikuvista on semioottista analyysimenetelmää hyödyntämällä löydettävissä naiseuden myytti (katso luku 5.6). Naiskehoja ja naiseutta esitetään kansissa vain tietyllä tavalla. Kuten jo mainitsin, kuvatut kehot eivät poikkea vallitsevasta ihanneulkonäöstä. Naiseuden ideaaliin kuuluva nuoruuden ihanne tulee vastaan kansikuvien rypyttömiksi meikatuissa ja jälkikäsitellyissä ihoissa. Tummiä silmäalusia ja kasvojen juonteita on saatu peittoon voimakkaiden valojen ja varjojen avulla. Vaikka lehden kohderyhmää ovat Eevan omien sanojensa mukaan ”aikuiset naiset”, ei iän sovi näkyä kuvatuissa kehoissa. Kannen tekstit ja kuvat ovat myös jonkinlaisessa

ristiriidassa tässä asiassa: teksteissä viitataan iän tuomiin sairauksiin ja vaivoihin, mutta toisaalta ikä ei saa näkyä kannen kuvien kehoissa.

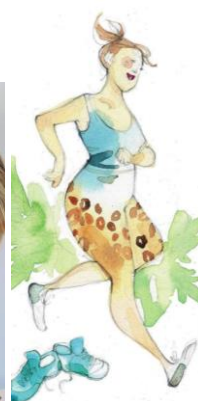
Ristiriitaisuutta on havaittavissa myös luonnollisuuden ihannoinnissa. Kansikuvien naiskehot edustavat luonnollista kauneutta, vaikka jokainen kanteen kuvatusta henkilöstä on todellisuudessa meikattu vahvasti. Kuvausmeikit ja kuvien jälkieditointi synnyttävät mielikuvaa luonnollisesta ja hehkuvan nuorekkaasta ihosta. Todellisuudessa kuvien viimeistelyyn ja luonnollisen mielikuvan synnyttämiseen on luultavasti nähty hyvinkin paljon aikaa ja vaivaa.



Kuva 24.



Kuva 25.



Kuva 26.

Lehden sisällä kehoa esitetään sekä henkilö- että piirroskuvissa. Henkilökuvuihin on kuvattu molempia, julkisuuden henkilöitä ja niin kutsuttuja taviksia. Lehti sisältää myös pariskuntien sekä äitien ja tyttärien yhteishaastatteluja, joissa kuvituksena on luonnollisesti käytetty heidän yhteiskuviaan. Siitä huolimatta, että kyseessä on naistenlehti, kuvissa esiintyy naisten lisäksi paljon miehiä (kuva 24). Tästä poikkeuksena ovat toki kosmetiikka- tai muotiaiheiset artikkelit, joissa malleina toimii poikkeuksetta pelkästään naiskehoja (kuva 25). Oli henkilön sukupuoli mikä tahansa, kehot ovat kansikuvien tapaan kuvattu usein passiivisina ja paikallaan. Henkilöt poseeraavat luonto- tai kotiympäristössä naistenlehtimäiseen tapaan. Henkilökuvat vastaavat hyvin tavallisimpia aikakauslehtien kuvia, joissa henkilöt on kuvattu hymyilevinä studio- tai luontomiljöössä. Kansista poiketen osa henkilötarinoiden kuvista ei näytä ihan yhtä viimeistellyiltä ja muokatuilta. Kehot on kuvattu sellaisina, kuin ne ovat ihon juonteineen, ryppyineen ja epätasaisuuksineen. Toki tästä poikkeavat suuressi kosmetiikka- tai muotikuvien mallien kuvat, jotka ylläpitävät samaa nuoruutta ja luonnollisuutta suosivaa kauneusideaalia kansikuvien tapaan.

Suomalaisten julkisuuden henkilöiden lisäksi Eeva-lehdessä on kuvia ulkomaisista supertähdistä lehden loppupuolelle sijoitetulla "Glamour"-palstalla. Kyseisen palstan henkilötarinoiden kuvat poikkeavat selkeästi lehden muista kuvista. Juttujen kuvat on usein hankittu erilaisista kuvatoimistoista. Artikkeleiden supertähdet seisovat kuvissa esimerkiksi punaisella matolla, elokuvien kuvauksissa tai kadulla paparazzin kuvaamana. Kuvien henkilöitä tai heidän kehojaan ei näytetä samaistuttavina, vaan kehot on kuvattu tavallaan "liian täydellisinä".

Valokuvien lisäksi Eevan sivuilla kehoa näytetään piirroskuvien muodossa. Piirroskuvissa naiskeho kuvataan usein jonkin askareen parissa. Keho ei ole samalla tavalla paikallaan oleva ja passiivinen kuin henkilökuvien poseerauksissa. Esimerkkinä tällaisesta kuvasta on yllä oleva piirroskuva (kuva 26) juoksevasta naisesta, joka on sijoitettu osaksi kunnon kohennusta käsittelevää "Kunnon aika on nyt" -artikkelia. Piirroskuvissa kehot ovat hieman moninaisempia. Kuvien hahmojen vartalot eivät ole aina hoikkia tai nuoria, vaan kehoa on kuvattu monipuolisemmin. Jopa ikääntymisen voi nähdä osan piirroskehojen harmaista hiuksista.

6 TULOSTEN YHTEENVETO

Ennako-oletukseni naistenlehtien kehopuheesta vastasi lopulta jonkin verran todellisuutta. Ajattelin etukäteen, että tutkimieni lehtien aiheissa keho ja nimenomaan se, miltä se näyttää, nousevat lehtien keskeisimmiksi aiheiksi. Tässä ennakkoluulossani osuin osittain oikeaan. Etenkin Trendissä kehoa kehystetään paljon juuri ulkonäköön keskittyen. Tutkimani kymmenen Trendi-lehden kehoaiheesta suurin osa käsittelee ulkonäköä, kun taas Eevassa kehoaiheet painottuvat selkeimmin terveyteen ja hyvinvointiin.

Kehopuheen tavat tulevat esiin jo lehtien kansista. Trendin kannet sisältävät paljon kehon ympärillä pyörivää räväkkääkin retoriikkaa ja metaforia. Kanteen nostetuilla tunteisiin vetoavilla sanavalinnoilla viitataan kehon osiin, yleisimmin hiuksiin ja ihoon. Ulkonäköpuhe jatkuu samanlaisena lehden sisällä. Hiukset eivät ole lehden teksteissä vain hiukset, vaan niillä on selkeästi jokin suurempi rooli ihmisen, varsinkin naisen, elämässä. Kosmetiikka- ja ihonhoitoaiheissa näkyvät kauneusideaali ja ulkonäkönormit, joista korostuvat erityisesti sopivalla tavalla luonnollisen ja nuorekkaan ulkonäön ihannointi. Luonnollisuus on lehden puheessa trendikästä niin hiuksissa kuin meikissä, mutta ristiriitaisesti sen saavuttamiseksi tarvitaan kuitenkin monta eri tuotetta, palvelua tai purnukkaa. Kehoiheisien artikkeleiden äänessä ovat tavalliset julkisuudesta entuudestaan tuntemattomat naiset, julkisuuden henkilöt ja asiantuntijat. Useimmiten puhujina toimivat naiset, paria miesten haastattelu lukuun ottamatta. Yleensä kehon paranteluun tai hoitoon liittyvissä artikkeleissa puheen sävy on lukijaa ohjeistavaa ja neuvovaa. Kehon ulkonäköön liittyy lehden kehopuheen mukaan tavallaan joitain sääntöjä, joista saa halutessaan poiketa mutta vain ulkonäkönormiin sopivasti.

Toisaalta Trendi selkeästi tiedostaa nykypäivän kauneusnormit ja pyrkii myös rikkomaan niitä. Varsinkin kehonkuvaa ja kehosuhdetta käsittelevissä ”Kehon puolella” -palstan haastatteluissa moniin kehoon liittyviin normeihin otetaan vahvasti kantaa ja niitä jopa pyritään rikkomaan. Samaan aikaan kun kehon eri osiin kannustetaan kiinnittämään jatkuvaa huomiota ja tavoittelemaan ihanneulkonäköä, vannotaan kehorauhan nimeen. Tämä on vain yksi niistä ristiriidoista, joka Trendin kehopuheessa tulee esiin.

Eevassa ulkonäköpuhe ei korostu yhtä selkeästi, eikä lehden kanteen juurikaan nosteta ulkonäköön liittyvää kehopuhetta. Trendin tapaan myöskään Eevassa ei voi olla huomaamatta vallalla olevia kauneusihanteita ja ulkonäön isoa roolia naisen elämässä. Eevan kosmetiikka-aiheisissa

jutuissa taistellaan iän tuomia merkkejä vastaan ja tavoitellaan nuorekasta ulkonäköä. Myös risti-riitaa on havaittavissa: iän tuomia ulkonäön muutoksia vastaan tulee kamppailla, mutta välillä ne kannustetaan hyväksymään. Kosmetiikkapalstalla puhe on usein lukijaa ohjeistavaa ja vinkkejä jakavaa. Ulkonäköpuheessa ei toistu niinkään erilaiset tunteisiin vetoavat metaforat, vaan kehopuheen tyyli on yleensä neutraalimpaa Trendiin verrattuna. Lehden henkilötarinoissa pohditaan monesti haastateltavan suhdetta ikääntyneeseen kehoon ja ulkonäön muutoksiin. Kehopuheessa äänen pääsevät sekä ihailut julkisuuden henkilöt sekä tavalliset ihmiset ja erilaiset asiantuntijat. Mikä on huomattavaa, niin henkilöjutuissa haastateltujen ihmisten ulkonäköä kuvaillaan välillä osana artikkelia.

Toisaalta Eevan kosmetiikka-aiheisissa artikkeleissa viestitään usein samalla myös sitä, että keho on hyvä juuri sellaisenaan, eikä esimerkiksi ulkonäöllä ole niin suurta merkitystä kuin kehon terveydellä. Samaa viestiä on luettavissa myös henkilöjuttujen kautta. Yhtä aikaa ulkonäölle annetaan iso merkitys ja samalla korostetaan kuitenkin, ettei ulkonäkö ole kaikki kaikessa.

Jo Eevan kansista voi havaita lehden kehopuheen keskittyvän terveyteen ja hyvinvointiin. Trendissä hyvinvointi nousee myös heti ulkonäön jälkeen suosituimmaksi kehoaiheeksi. Molemmissa lehdissä hyvinvointiteema tulee esiin usein inspiroivina tarkoitettujen henkilöhaastattelujen ja eräänlaisten selviytymistarinoiden kautta. Yleensä tällaisten tarinoiden kaava on samanlainen: henkilö on aiemmin suorittanut elämäänsä tai tehnyt muita huonoja valintoja elintavoissaan, sairastunut tai kohdannut jonkun muun suuren tragedian ja siitä selvittyään muuttanut elämänsä suuntaa. Tällaisissa artikkeleissa keho on usein voittanut jo esteet ja sairaudet ja kehoon suhtaudutaan nykyään arvostaen ja kunnioittaen. Eevassa erilaiset kehojen sairaudet ja niiden kuvailut nousevat selkeästi enemmän esiin. Monia tuotteita tai erilaisia kehon hyvinvointiin liittyviä palveluja korostetaan Eevassa nimenomaan kehon terveyttä edistävinä. Iän tuomat mullistukset kehossa nousevat esiin myös hyvinvointi- ja terveystarinoissa. Niistä puhutaan sekä osana henkilöhaastatteluja että terveysaiheisia artikkeleita.

Tutkielman tuloksissa itseni eniten yllätti paino- ja laihdutuspuheen vähäisyys naistenlehdissä. Molemmissa tarkastelemissani lehdissä ollaan aiheen kanssa selkeästi tiedostavia ja sensitiivisiä. Hoikkuuden ihanne toki tulee esiin kuvien ja lehtien välittämien yhteiskunnan kauneusihanteiden kautta, mutta siitä huolimatta kummassakaan lehdessä ei ole annettu tilaa laihdutus- tai painonpudotustarinoille. Eevassa ja Trendissä ei jaeta painonpudotusvinkkejä tai erilaisiin dieetteihin sopivia ruokaohjeita. Trendin henkilöjutuissa ei myöskään nosteta esiin haastateltujen painon vaihtelua,

laihtumisia tai lihomisia osana heidän tarinaansa. Tätä tehdään välillä Eevan henkilöhaastatte-
luissa. Liikunnasta ei usein puhuta laihdutuskeinona tai kehon ulkonäön parantelun työkaluna, tosin
tähän löysin yhden poikkeuksen Eevan kunnon kohottamiseen liittyvästä artikkelista. Siinä kehon
kiinteyttämisen kuvaillaan tuovan piristystä myös ulkonäköön. Joissain Eevan henkilöartikkeleissa
laihduttaminen liitetään osaksi terveyden edistämistä tuomalla laihduttamisen terveyshyötyjä esille.
Eevan journalistisessa sisällössä onkin nähtävillä Trendiä enemmän jonkinlaista laihdutuskulttuurin
vaikutusta. Laihtumisesta, oli se sitten tavoiteltua tai ei, puhutaan arvostavaan sävyyn ja laihtunut
keho nähdään usein lihavampaa terveempänä.

En yllätynyt siitä, että seksuaalisuuden ja kehon ympärillä käytävä puhe on keskenään hyvin eri-
laista Trendissä ja Eevassa. Trendissä seksuaalisuudesta puhutaan paljon. Sille on omistettu ko-
konaisia artikkeleita, ja jo käytetyt sanavalinnat ja näkökulmat rikkovat aiheeseen liittyviä tabuja,
normeja ja stereotyyppioita. Trendin sivuilla nainen on seksuaalinen toimija. Seksuaalisuusteemaa
käsitellään lisäksi hyvin monipuolisesti, joskin useimmiten melko heteronormatiivisesti. Seksuaali-
suudesta puhutaan muun muassa kehon terveyden ja hyvinvoinnin, parisuhteen, seksuaalisen ah-
distelun sekä traumojen kautta. Aiheesta puhutaan myös laajemmalla yhteiskunnallisella tasolla.
Trendin kehopuheessa seksuaalisuus nähdään merkittävänä ja oleellisena osana ihmisen elämää.
Sen sijaan Eevassa seksuaalisuus jää muiden kehoaiheiden taustalle. Seksuaalisuuteen viitataan
kehopuheessa yleensä vain rivien välissä – ja silloinkin aiheesta puhuu mies. Tästä poikkeuksena
on Eevan yksi artikkeli, jossa haastatellut naiset ottavat kantaa median tapoihin käsitellä seksuaa-
lisuutta.

Yksi tutkielman ennakoajatuksistani oli kehopuheen ristiriitaisuus. Molemmissa lehdissä ristiriitai-
suus toistuu eri kehoaiheiden kehyksien sisällä. Kehopuheessa korostuvat ulkonäön merkitys ja
kauneusihanteet, mutta samalla niitä vastaan taistellaan. Ikääntymisen merkit tulee sekä häivyttää
että hyväksyä. Kehon hyvinvointi on välillä hyvinvointia lisäävien toimenpiteiden ja asioiden suorit-
tamista ja toisinaan lempeää joutenoloa sekä kehon viestien kuuntelua. Myös tekstien ja kuvien
välillä on kehopuheessa havaittavissa jonkin verran ristiriitaisuuksia. Vaikka teksteissä vannotet-
tasiin kehorauhaa, ei viesti mene lukijalle perille, kun kuvat tuovat esiin vain tietynlaisia kehoja.

Kun naistenlehtien kuvia tarkastelee semioottisen analyysin valossa, päällimmäisenä nousevat
esiin jo useamman kerran mainitsemani ulkonäköihanteet. Niin Trendissä kuin Eevassa kuvatut
kehot solahtavat usein vallalla olevaan naisen kauneusideaaliin: kehot ovat hoikkia ja naisilla on
naisellisiksi mielleytyt hiukset, meikki ja vaatteet. Trendissä on kuitenkin nähtävillä jonkin verran

tämän naismyytin murtamista, sillä lehden sivuilla on ulkonäköideaaliin kuuluvien kehojen lisäksi myös monipuolisempaa kehokuvastoa. Lisäksi mieskehoa kuvataan yhdessä lehden kannessa tietynlaisia miehisiä stereotyyppioita rikkoen. Toinen myytti, jonka löysin lähinnä Trendin kuvista, on äitimyytti. Se näkyy äititeemaisen numeron kannessa ja sivuilla, joissa on kuvattuna vain yhdenlaista raskauden jälkeistä kehoa. Äidin kehoa kuvataan tutkittavissa lehden numeroissa tekstein ja kuvin hyvin yksipuolisesti. Kuvat energisen näköisestä ja ihannevirtalon omaavasta henkilöstä luo hyvin yhdenlaista kuvaa synnytyksen jälkeisestä kehosta. Toisaalta rakentamisen ja ylläpitämisen lisäksi äitimyyttiä myös murretaan näyttämällä äidit esimerkiksi seksuaalisina olentoina ja johtajina.

Kaiken kaikkiaan molempien tutkimusaineistona olevien lehtien kehopuheessa yhdistyvät ristiriitaisuudet ja ajatus siitä, että keho vaatii jatkuvaa kehittämistä. Tarkastellaan kehoa sitten missä valitussa kehüksessä tahansa – hyvinvoinnin ja terveyden, ulkonäön, seksuaalisuuden ja sukupuolen tai painopuheen näkökulmasta – se ei ole koskaan sellaisenaan valmis ja riittävä. Keho tarvitsee jatkuvasti uudenlaisia, hienon kuuloisia työkaluja kehittyäkseen ja tullakseen paremmaksi. Tähän ovat kannustamassa lehtien sivuilla äänensä saavat sekä ihailut julkisuuden henkilöt että samaisuttavat tavikset.

7 POHDINTA

Ennen tutkielman tekoa pohdin jonkin verran sitä, onko valitsemani aineisto tarpeeksi laaja ja voiko sen perusteella tehdä tulkintaa tutkittavien lehtien kehopuheesta. Sain kuitenkin pian huomata, että käyttämäni tutkimusmenetelmät mahdollistavat aiheen monipuolisen tarkastelun. Kehysanalyysi yhdessä retorisen analyysimenetelmän kanssa toimivat työssä erinomaisesti, ja niiden avulla pystyin tekemään aineistosta kattavasti erilaisia havaintoja. Kymmenen Eeva-lehden ja kymmenen Trendi-lehden perusteella on mahdotonta saada täysin kokonaisvaltaista kuvaa siitä, millaista kyseisten naistenlehtien kehopuhe on, mutta uskon, että tämä tutkielma antaa jo riittävän kattavan käsityksen siitä, millaisia arvoja ja asenteita tutkimani lehdet aiheen tiimoilta edustavat.

Haastavinta tutkielman teossa oli loppujen lopuksi jopa hieman yllättävästi kehopuheen rajaaminen. Niin tietoperustaa kootessa kuin tutkielman analyysivaiheessa oli toisinaan haastavaa rajata, mikä kaikki on kehopuhetta ja mikä jää sen ulkopuolelle. Tämä vaati jatkuvaa pohdintaa, rajausta ja analysointia, jotta aineisto ja sitä kautta analyysi eivät lähtisi rönsyilemään sivupoluille. Kuten olin ennen tutkielman aloittamista jo aavistellut, kuvien tarkastelu jäi lopulta pienempään rooliin lehtien kannen ja sisällön tekstien rinnalla. Jossain vaiheessa jopa kyseenalaistin päätöstäni ottaa kuvat osaksi tutkittavaa aineistoa. Tulin pohdinnoissani kuitenkin siihen tulokseen, että se kannatti. Ilman kuvien tarkastelua olisi ollut vaikeaa saada riittävän laajaa ja realistista kuvaa lehtien kehopuheesta.

Omaa tulevaa työuraani ajatellen tutkielman tekeminen oli hyvinkin kiinnostavaa ja tarpeellista. Tutkielman teossa itselleni journalismiopiskelijana koen antoisimpana sen, että olen päässyt perehtymään käsittelemääni kehoaiheeseen niin syvällisesti. Aiemmin tehtyjen median keho- ja representaatiotutkimuksien lukeminen ja omien havaintojen tekeminen sai pohtimaan kehopuheen käyttöä tarkemmin. Teenpä sitten töitä minkälaisissa journalismin tai viestinnän tehtävissä tahansa, ajattelen, että toimittajan on tarpeellista pohtia ja kyseenalaistaa myös omia asenteitaan. Sillä miten mediassa kehoista puhutaan tai millaisia kehoja siellä näytetään, on väliä. Ainakin minut tutkielman teko sai pohtimaan, onko kehon ympärillä oleva keskustelu ja näkyvillä oleva kehokuvasto edelleenkin turhan suppea ja tietynlaiseen normiin sekä ideaaliin nojaava. Miten kaikin tavoin se loppujen lopuksi näkyy median kuluttajan elämässä? Vaikka kehopositiivisuusaate on tuonut viime vuosina virkistävää asenteiden muutosta, niin kuinka paljon esimerkiksi laihdutuskuulttuuri tulee edelleen näkyväksi eri lehtien sivuilla ja kansissa?

Itseäni jäi tutkielmaa tehdessä laajemminkin kiinnostamaan seksuaalisuusteeman näkyminen naistenlehdissä. Kuten totesin analyysiosiossa, Trendi-lehden avoimuus ja monipuolisuus aiheen ympärillä yllättivät. Uskon, että viime vuosien saatikka vuosikymmenien aikana on tapahtunut paljon muutosta siinä, miten naisen kehosta tai seksuaalisuudesta puhutaan naistenlehdissä. Aihetta voisi esimerkiksi tutkia yhden naistenlehden osalta pidemmältä aikaväliltä. Ei tarvitsisi mennä kuin kymmenisen vuotta taaksepäin, niin monessa naistenlehdessä seksuaalisuus on ollut kokonaan vaiettu ja valtavaa häpeää kantava aihe. Uskon, että tämänkin tutkielman kohdalla tulokset voisivat olla hyvin erilaiset vain joitain vuosia aiemmin. Kenties tätä tutkielmaa ei olisi voitu tai ehkä tahdottukaan tehdä vielä kymmenen vuotta sitten, sillä sen aihe on niin aikaan ja siinä vallitseviin asenteisiin sidottu.

Uskon, että tutkielmaani voisi hyödyntää suomalaisten naistenlehtien kehityksessä. Tutkielman tuloksia tarkastelemalla voitaisiin pohtia, millaiselle kehopuheelle tai kehokuvastolle lehdissä tahdotaan antaa tilaa. Tätä kautta naistenlehtiä voitaisiin kehittää palvelemaan paremmin tämän päivän ja tulevaisuuden lukijoita. Jo nyt on nähtävillä muutosta ihmisten asenteissa. Uskon vahvasti, että varsinkin tulevaisuudessa naistenlehtien lukijat ovat yhä tiedostavampia ja tarkempia siitä, millaista sisältöä he tahtovat kuluttaa.

Tämän päivän median kuluttajat ovat toisaalta tiedostavia ja ajan hermolla, mutta samaan aikaan naiskuva on edelleen monessa paikkaa hyvin kapea. Samoin se, miten tai millaisena nainen saa esiintyä julkisuudessa, on yhä melko rajattua. Tämän osoittaa johdannossa mainitsemani naispääministerin pukeutumisen aiheuttama kohu: julkista työtä tekevä nainen ei saa vielä 2020-luvullaakaan kaikkien mielestä esiintyä julkisuudessa haluamallaan tavalla. Medialla ja sen osana myös naistenlehdillä on tässä arvojen ja asenteiden muutoksessa iso rooli. Muutosta ei tapahdu, elleivät lehdet ole valmiita kehittämään naisrepresentaatiota, kehokuvastoa tai tapojaan puhua kehoista.

LÄHTEET

Ahtikari, Salla-Maria 2018. Äitimyytistä postmoderniin äitiyteen. Kategoria-analyysi äitiyden kulttuurisesta rakentumisesta. Hakupäivä 19.11.2020, <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/57678/URN:NBN:fi:jyu-201804182119.pdf?sequence=1>.

Aikakausmedia 2020. Mediakortit, Eeva. Hakupäivä 11.01.2021, <https://www.mediakortit.fi/mediakortit/eeva/18/#kmt-profiles>.

Aikakausmedia 2020. Mediakortit, Trendi. Hakupäivä 9.11.2020, <https://www.mediakortit.fi/mediakortit/trendi/143/#kmt-profiles>.

Aikakausmedia. Mikä on aikakauslehti? Hakupäivä 20.11.2020, <http://www.aikakausmedia.fi/mediakasvatus/aikakauslehdet-mediakasvattajina/mikae-on-aikakauslehti/>.

Aikakausmedia 2021. Aikakauslehtifaktat. Hakupäivä 19.04.2021, <http://www.aikakausmedia.fi/tieto-tutkimuksia/aikakauslehtifaktat/>.

Arroya, Analisa & Harwood, Jake 2012. Exploring the Causes and Consequences of Engaging in Fat Talk. Hakupäivä 27.01.2021, <https://www.tandfonline.com.ezp.oamk.fi/2047/doi/abs/10.1080/00909882.2012.654500>.

Bröms, Birgitta 2016. Aikakauslehden kannen tutkiminen visuaalisuuden ja typografian näkökulmasta. Hakupäivä 20.11.2020, https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/108571/Birgitta_Broms_opinnaytetyo%208.5.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Cameron, Deborah 1996. Sukupuoli ja kieli. Feminismi ja kielentutkimus. Tampere: Vastapaino.

Chastain, Ragen 2019. Recognizing and Restisting Diet Culture. National Eating Disorders Association. Hakupäivä 08.05.2021, <https://www.nationaleatingdisorders.org/blog/recognizing-and-restisting-diet-culture>.

Clarke MacDonald, Paige, Murnen, Sarah K. & Smolak, Linda 2010. Development and psychometric evaluation of a quantitative measure of “fat talk”. Hakupäivä 27.01.2021, <https://www-science-direct-com.ezp.oamk.fi:2047/science/article/pii/S1740144509000989?via%3Dihub>.

Eronen, Riitta & Lindfors, Rauni 1999. Kielikello. Hakupäivä 11.11.2020, <https://www.kielikello.fi/-/ruumis-elava->.

Eskola, Jari & Suoranta, Juha 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.

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

Halonen, Irma Kaarina 2005. Uhkaava ikä ja naistenlehden kurittava katse. Teoksessa Median merkitsemät. Ruumis ja sukupuoli kuvassa (toim. Laiho, Marianna, Ruoho, Iiris), 15–25. Jyväskylä: PS-kustannus.

Harjunen, Hannele & Kyrölä, Katariina 2007. Teoksessa Koolla on väliä! Lihavuus, ruumisnormit ja sukupuoli (toim. Katariina Kyrölä ja Hannele Harjunen), 306. Helsinki: Like.

Hämäläinen, Emmi, Kauniskangas, Maisa & Laitsalmi, Petra 2017. Synnyttäneen naisen kehonkuva – Sisällönanalyysi blogiteksteistä. Hakupäivä 22.04.2021, https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/140147/Hamalainen_Emmi%20Kauniskangas_Maisa%20Laitsalmi_Petra.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Jokinen, Arja, Juhila, Kirsi & Suominen, Eero 2016. Diskurssianalyysi. Teoriat, peruskäsitteet ja käyttö. Tampere: Vastapaino.

Jyväskylän yliopisto 2020. Moninaiset äidit – tutkimukset laajentavat kuvaa äitiydestä. Tutkimus uutiset. Hakupäivä 18.11.2020, <https://www.jyu.fi/fi/ajankohtaista/arkisto/2020/05/moninaiset-aidit-2013-tutkimukset-laajentavat-kuvaa-aitiydesta>.

Kangasniemi, Sara 2014. Ristiriitainen nainen. Naiskuvan rakentuminen Sport-lehdessä. Hakupäivä: 18.11.2020, <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/43293/1/URN%3ANBN%3Afi%3Aju-201404281588.pdf>.

Karvonen, Erkki 2000. Tulkintakehys (frame) ja kehystäminen. Teoksessa Media ja viestintä. Tampere: Media- ja viestintätieteellinen seura.

Kielitoimiston sanakirja 2020. Helsinki: Kotimaisten kielten keskus ja Kielikone Oy. Hakupäivä 20.04.2021, <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/elvytt%C3%A4%C3%A4>.

Kielitoimiston sanakirja 2020. Helsinki: Kotimaisten kielten keskus ja Kielikone Oy. Hakupäivä 09.05.2021, <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/ingressi?searchMode=all>.

Kielitoimiston sanakirja 2020. Helsinki: Kotimaisten kielten keskus ja Kielikone Oy. Hakupäivä 10.11.2020, <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/keho>.

Kielitoimiston sanakirja 2020. Helsinki: Kotimaisten kielten keskus ja Kielikone Oy. Hakupäivä 19.04.2021, <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/puhe?searchMode=all>.

Kielitoimiston sanakirja 2020. Helsinki: Kotimaisten kielten keskus ja Kielikone Oy. Hakupäivä 11.11.2020, <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/v%C3%A4%C3%A4r%C3%A4>.

Koistinen, Mikko 1998. Media-analyysi. Tekstistä tulkintaan. Pelkkää taloutta. Retoriikka journalismin tutkimuksessa. Helsinki: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus.

Kontoniemi, Karoliina 2014. Nuorten naisten kokemuksia ja näkemyksiä kehonkuvaa rakentavista asioista. Hakupäivä 20.11.2020, <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/43864/URN:NBN:fi:ju-201406302180.pdf?sequence=1>.

Koskinen, Taava 1998. Anna-lehden kannet ajan ja ikuisuuden ikoneina. Teoksessa Kurtisaaneista kunnian naisiin. Näkökulmia Huora-akatemiasta. Helsinki: Yliopistopaino.

Kukkonen, Iida, Pajunen, Tero, Sarpila, Outi & Åberg, Erica 2019. Miten asenteemme ruokkivat ulkonäköyhteiskuntaa? Teoksessa Ulkonäköyhteiskunta, ulkoinen olemus pääomana 2000-luvun Suomessa. Helsinki: Into.

Kyrölä, Katariina 2006. Ruumis, media ja ruumiinkuvat. Teoksessa Sukupuolishow, Johdatus feministiseen mediatutkimukseen (toim. Anna Mäkelä, Liina Puustinen & Iiris Ruoho), 107–110, 113, 116–117, 206. Helsinki: Gaudeamus.

Lotvonen, Kati 2018. Nykyajan äitimyytti. Hakupäivä 22.04.2021, https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/153893/Lotvonen_Kati_2018_11_05.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Lyytikäinen, Essi 2020. Millainen on toimiva aikakauslehden kansikuva? Hakupäivä 20.11.2020, https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/337890/Lyytik%C3%A4inen_Essi.pdf?sequence=2&isAllowed=y.

Martz, Denise M., Petroff, Anna B., Curtin, Lisa & Bazzini, Doris G 2009. Gender Differences in Fat Talk Among American Adults: Results from the Psychology of Size Survey. Hakupäivä 03.02.2021, <https://link.springer.com/article/10.1007/s11199-009-9587-7>.

Mattola, Miika 2015. Kehonkuva ja ulkonäköpaineet: lukiolaisten kokemuksia median vaikutuksesta. Hakupäivä 23.11.2020, https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/103231/Mattola_Miika.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Media Audit Finland Oy 2020. Kansallinen mediatutkimus 2020. Hakupäivä 11.01.2021, <https://mediaauditfinland.fi/tilastot/>.

Mäki-Kuutti, Anna-Maria 2020. Terveyskuri mediayhteiskunnassa. Populaari terveystiedettä toimijuuden ja hallinnan kenttänä. Hakupäivä 08.02.2021, <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/123313/978-952-03-1709-6.pdf?sequence=5>.

Nouri, Mahsa, Hill, Laura G. & Orrell-Valente, Joan K. 2011. Media exposure, internalization of the thin ideal, and body dissatisfaction: Comparing Asian American and European American college females. Hakupäivä 15.03.2021, <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1740144511000647?via%3Dihub>.

Omaheimo, Raisa & Särnä, Saara 2017. Kuuma läskikeskustelu. Häiriköt-Päämaja. Hakupäivä 21.04.2021, <https://voima.fi/hairikot/artikkeli/kuuma-laskikeskustelu/>.

Porteous, Holly & Paloposki, Päivi 2014. Kauneustyö venäläisissä naistenlehdissä. Idäntutkimus. Hakupäivä 12.01.2021, <https://journal.fi/idantutkimus/article/view/79349>.

Riihonen, Riikka, Oulasmaa, Minna & Laru, Suvi 2020. Väestöliitto. Kohti riittävän hyvää äitiyttä. Hakupäivä: 18.11.2020, https://www.vaestoliitto.fi/vanhemmuus/tietoa_vanhemmille/parisuhteen-happy-hour/tietoa/kohti-riittavan-hyvaa-aitiytta/.

Riley, Sarah, Rodham, Karen & Gavin, Jeff 2009. Doing Weight: Pro-Ana and Recovery Identities in Cyberspace.

Rudiger, Jonathan A. & Winstead, Barbara A. 2013. Body talk and body-related co-rumination: Associations with body image, eating attitudes, and psychological adjustment. Hakupäivä 27.01.2021, <https://www-sciencedirect-com.ezp.oamk.fi:2047/science/article/pii/S1740144513000880>.

Ruoho, Iiris & Saarenmaa, Laura 2011. Edunvalvonnasta elämänpolitiikkaan. Naistenlehdet journalismina ja julkisuutena. Hakupäivä 03.03.2021, <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/65742/978-951-44-8374-5.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Saaranen-Kauppinen, Anita & Puusniekka, Anna 2006. KvaliMOTV – Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietovarasto. Hakupäivä 11.01.2021, https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_6_5.html.

Sarpavaara, Harri 2004. Ruumiillisuus ja mainonta. Diagnoosi tv-mainonnan ruumiillisuusrepresentaatioista. Hakupäivä 16.02.2021, <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/67380/951-44-5953-9.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Seppänen, Janne, Väliaverronen, Esa 2012. Mediatyhteiskunta. Tampere: Vastapaino.

Seta 2021. Sateenkaarisanasto. Hakupäivä 30.04.2021, <https://seta.fi/sateenkaaritieto/sateenkaarisanasto/>.

Siivonen, Jonita 2006. Lohduttava ja piinaava naistenlehti. Teoksessa Sukupuolishow, Johdatus feministiseen mediatutkimukseen. Helsinki: Gaudeamus.

Tarasti, Eero 1992. Johdatusta semiotikkaan. Esseitä taiteen ja kulttuurin merkkijärjestelmästä. Helsinki: Gaudeamus.

Turunen, Arja 2014. Naistenlehdet Suomessa 1880-luvulta 1930-luvulle. Teoksessa Media ja viestintä. Tampere: Media- ja viestintätieteellinen seura.

Töyry, Maija, Saarenmaa, Laura & Särkkä, Nanna 2011. Monitieteisyyden haaste aikakauslehtitutkimuksessa – kohti konsepti- ja tutkimustietoisuutta. Teoksessa Media & Viestintä. Tampere: Media- ja viestintätieteellinen seura.

Töyry, Maija 2005. Varhaiset naistenlehdet ja naisten elämän ristiriidat. Neuvotteluja lukijasopimuksesta. Helsinki: Helsingin yliopisto.

Töyry, Maija 2008. Naistenlehtien keskinäiset erot ja samankaltaisuudet. Teoksessa Media & Viestintä. Tampere: Media- ja viestintätieteellinen seura.

Uutismedian liitto. Henkilöjuttu. Mediakasvatus. Hakupäivä 09.05.2021, <https://juttutyypit.fi/juttutyypit/henkilojuttu/>.

Veivo, Harri & Huttunen, Tomi 1999. Semiotikka. Merkeistä mieleen ja kulttuuriin. Helsinki: Edita.
Vilkamaa-Viitala, Marjatta 2010. Puhetta puheesta. Kotimaisten kielten keskus. Hakupäivä 19.04.2021. https://www.kotus.fi/nyt/kolumnit_artikkelit_ja_esitelmat/sana_sanasta_ajan_sanojen_tustaa_%282005_2013%29/puhetta_puheesta.

Väestöliitto 2020. Nuoret. Seksuaalisuus. Hakupäivä 17.11.2020, <https://www.vaestoliitto.fi/nuoret/murrosika/seksuaalisuus/>.

Weselius, Hanna 2014. Suunniteltu kuva: henkilövalokuvien rakentaminen aikakauslehdissä. Helsinki: Aalto-yliopiston taiteiden ja suunnittelun korkeakoulu, median laitos, Musta taide.

Yle Uutiset 2018. Yhden miehen sikailun paljastamisesta se alkoi: näin #metoo-tviitti on ravistellut maailmaa. Hakupäivä 30.04.2021, <https://yle.fi/uutiset/3-10048821>.

LIITTEET

KUVA 1

Trendi 6/2020. Lehden kannen nosto.

KUVA 2

Trendi 1/2020. Nosto lehden kannesta.

KUVA 3

Trendi 7/2020. Lehden kannen osa.

KUVA 4

Trendi 4/2020. Lehden kannen nosto.

KUVA 5

Trendi 5/2020. Lehden kannen osa.

KUVA 6

Trendi 6/2020. Kuvakaappaus artikkelista Oletko tukkasi vanki?.

KUVA 7

Trendi 9/2020. Kuvakaappaus artikkelista Katseiden alla.

KUVA 8

Trendi 9/2020. Kuvakaappaus Kehon puolella -palstalta.

KUVA 9

Trendi 5/2020. Kuvakaappaus artikkelista Terveisiä sängystä.

KUVA 10

Trendi 6/2020. Kuvakaappaus Kehon puolella -palstalta.

KUVA 11

Trendi 9/2020. Trendi-lehden kansi.

KUVA 12

Trendi 10/2019. Kansikuva näyttelijä Antti Holmasta.

KUVA 13

Trendi 4/2020. Kansikuva yrittäjä Mia Ehrnroothista.

KUVA 14

Trendi 5/2020. Kuvakaappaus lehden muotijutusta.

KUVA 15

Trendi 8/2020. Henkilokuva pääministeri Sanna Marinista.

KUVA 16

Trendi 7/2020. Kuva Kevin Kohosta.

KUVA 17

Trendi 4/2020. Kuva toimittaja Emmi Nuorgamista.

KUVA 18

Eeva 6/2020. Kuvakaappaus lehden kannesta.

KUVA 19

Eeva 11/2020. Kuvakaappaus lehden kannesta.

KUVA 20

Eeva 6/2020. Kuvakaappaus artikkelista Ihon ehdoilla.

KUVA 21

Eeva 10/2020. Kuvakaappaus artikkelista Neulaus saa ihon hehkumaan.

KUVA 22

Eeva 9/2020. Kansikuva juontaja Vappu Pimiästä.

KUVA 23

Eeva 8/2020. Kansikuva näyttelijöistä Sari Havaksesta ja Asta Sveholmista.

KUVA 24

Eeva 6/2020. Henkilökuvaa kirjailija Juha Hurmeesta.

KUVA 25

Eeva 7/2020. Kasvokuva ihonhoitoartikkelissa.

KUVA 26

Eeva 8/2020. Piirroskuva artikkelista Kunnon aika on nyt.