

# **PÄÄMÄÄRÄNÄ KAUNIS RUUMIS**

**Kosmeettiset toimenpiteet kauneusvloggaajien ruumiin  
projektin toteuttamisen teknologiana**

Inka Nieminen  
Kandidaatintutkielma  
Sosiologia  
Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos  
Jyväskylän yliopisto  
Kevät 2021

## **ABSTRAKTI**

### **Päämääränä kaunis ruumis: Kosmeettiset toimenpiteet kauneusvloggaajien ruumiin projektin toteuttamisen teknologiana**

Inka Nieminen

Sosiologia

Kandidaatintutkielma

Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos

Jyväskylän yliopisto

Ohjaaja: Hanna-Mari Husu

Kevät 2021

Sivumäärä: 31

Tutkielma käsittelee kosmeettisia toimenpiteitä osana kauneusvloggaajien ruumiin projektia ja esteettistä työtä YouTuben kauneusyhteisön vaikuttajina. Kosmeettiset toimenpiteet ovat niiden yleistymisestä ja normalisoitumisesta huolimatta kyseenalaisessa asemassa ruumiin muokkauksen teknologiana. Tutkielma tarkastelee, miten kauneusvloggaajat puhuvat ruumiin projektistaan ja esteettisistä toimenpiteistä sen toteuttamisen teknologiana. Lisäksi selvitetään, millainen rooli kosmeettisilla teknologioilla ja ulkonäön muokkauksella on vaikuttajan työssä.

Tutkielman teoreettisena viitekehyksenä hyödynnän Chris Shillingin ruumiin sosiologian teoriaa ruumista projektina. Ruumiin projektissa ruumis muodostuu suhteessa yksilön biologisiin ominaisuuksiin sekä häntä ympäröivään kulttuuriin. Ruumiin projekti rakentuu ruumiin työn kautta, jota tarkastelen feministisestä tutkimussuuntauksesta nousevan esteettisen työn käsitteen näkökulmasta. Esteettinen työ on sekä kauneuden eteen tehtävää työtä, että kauneusvloggaajien elämäntyylin ympärille kietoutunutta vaikutustyötä. Ruumiin projektissa ruumis on biologista pääomaa, jota vaihdetaan kulttuuriseen ja taloudelliseen pääomaan kauneusvloggaajien esteettisen työn kautta.

Tutkielman aineisto koostuu kahdeksan kauneusvloggaajan YouTube-sivustolla julkaisemasta videosta. Tutkimusmenetelmänä on teoriaohjautuva sisällönanalyysi. Analyysin tuloksena ruumiin projekti näyttäytyy aineistossa jatkuvana ongelmanratkaisun prosessina, jossa yksilö pyrkii ratkomaan omassa ulkonäössä koettuja virheitä sekä kauneustyöhön liittyviä haasteita. Kauneusvloggaajien tehdessä esteettistä vaikutustyötä ruumiin projekti muodostuu keskeiseksi osaksi omaa sosiaalisen median sisältöä, jonka jakaminen esittää vloggaajat aiheen asiantuntijoina. Kosmeettisten toimenpiteiden kyseenalaisen aseman vuoksi niiden käyttöä osana ruumiin projektia perustellaan yksilön oikeudella tehdä ruumiilleen mitä haluaa. Ruumiin muokkaus näyttäytyy kauneusvloggaajien tapana elää ruumista ja selviytyä naisten ulkonäköä arvottavassa kulttuurissa. Esteettisen työn tekijöitä kannustaa omasta ulkonäöstä huolehtimiseen myös omalla vaikuttajan uralla eteneminen.

Avainsanat: ruumiin projekti, kosmeettiset toimenpiteet, esteettinen työ, ulkonäkö, kauneus, vloggaus

# SISÄLTÖ

1	JOHDANTO.....	4
2	ULKONÄÖN MUOKKAUKSEN AMMATTILAISET.....	6
	2.1 Esteettiset teknologiat.....	6
	2.2 Kauneusvloggaus.....	7
3	TEOREETTINEN VIIITEKEHYS.....	9
	3.1 Kauniin ruumiin projekti.....	9
	3.2 Esteettinen työ.....	10
4	AINEISTO JA METODI.....	12
	4.1 Tutkimusaineisto.....	12
	4.2 Sisällönanalyysi.....	13
5	TULOKSET.....	15
	5.1 Ruumiin projekti – jatkuvaa ongelmanratkaisua.....	15
	5.2 Ruumiin projektin asiantuntijuus.....	17
	5.3 Ruumiin projektin oikeutus.....	20
6	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA.....	23
	LÄHTEET.....	27

# 1 JOHDANTO

Ulkonäön korostunut tarkastelu on aiheuttanut sen, että omaa ulkonäköä aletaan verrata muihin sekä kulttuurisiin ulkonäön normeihin, jolloin omassa ulkonäössä aletaan nähdä virheitä (Rossi 2013, 123). Lisääntynyt ja median ansiosta laajalle levinnyt tieto ruumiin muokkaamisen mahdollisuuksista on madaltanut kynnyistä toimenpiteeseen hakeutumiseen (Shilling 2012, 5). Koronan myötä etäyhteyksillä tehtävä työ on asettanut yhä suuremman joukon ihmisiä kameran eteen, mikä on kasvattanut ulkonäköpaineita ja esimerkiksi Yhdysvalloissa kosmeettisiin toimenpiteisiin hakeutuminen on sen seurauksena lisääntynyt (Pekonen 2021).

Yksi nykyaikamme merkittävä ulkonäön tarkkailijoiden ryhmä on YouTuben kauneusvloggaajat. Nämä esteettisen yrittäjät ovat mikrojulkikkia ja vaikuttajia (Banet-Weiser 2017; Weinzimmer 2018), jotka haluavat esittää itsensä katsojilleen tietyllä tavalla – täydellisinä. Ulkonäön ongelmakohtien peittäminen meikillä on keskeinen kauneusvideoiden rituaali, jota toistetaan videosta toiseen (Banet-Weiser 2017, 273). Täydellisen ulkonäön illuusiota tuotetaan lisäksi muokkaamalla omaa kuvaa erilaisilla kuvanmuokkausohjelmilla ennen sen julkaisemista tai jopa pysyvämmiin esteettisten toimenpiteiden avulla.

Täydellisyyttä ja kauneutta on tavoiteltu aina, mutta kehittynyt teknologia tarjoaa siihen uudenlaisia mahdollisuuksia (Marwick 2013; Rettberg 2014; Elias & Gill 2018). Muokkausta voidaan tehdä näyttävästi pyrkien epäluonnolliseen ulkonäköön (Pitts 2003) tai huomaamattomasti omaa luonnollista ulkonäköä hienovaraisesti parannellen (Askegaard, Martine & Roy 2002; Clarke & Griffin 2006, 198). Esteettisiin toimenpiteisiin liittyy edelleen tietynlaisia syyllistämistä ”feikistä” ulkonäöstä ja huijaamisesta täydellisen ulkonäön tavoittelun suhteen, vaikka toimenpiteet yleistyvät ja niiden käyttö normalisoituu. Tietyn ruumiin muokkaamisen keinot, kuten meikkaaminen tai urheileminen ovat edelleen hyväksytympiä kuin pysyvämmät ratkaisut, kuten ripsien pidennysten tai täyteaineiden käyttäminen (Gimlin 2001; Clarke & Griffin 2006).

Tutkin työssäni, miten kauneusvloggaajat, jotka ovat käyneet jo pidemmän aikaa kosmeettisissa toimenpiteissä, puhuvat ruumiin projektistaan ja esteettisistä toimenpiteistä sen toteuttamisen teknologiana. Lisäksi selvitän, millainen rooli kosmeettisilla teknologioilla ja ulkonäön muokkauksella on kauneusvloggaamisen kautta saavutettuun vaikuttajan työhön. Kauneuskirurgiaa ja ruumiinmuokkausta on aiemmin tutkittu erityisesti feministisestä (mm.

Davis 1995; Kinnunen 2008; Elias, Gill & Scharff 2017) ja kulutustutkimuksellisesta (mm. Askegaard ym. 2002; Rountree & Davis 2011; Wegenstein 2012) näkökulmasta.

Tutkimuksen viitekehyksenä toimii teoria ruumiin projektista (Shilling 2012; Staniec-Januszek 2019), jonka avulla tarkastelen kauniin ruumiin projektin rakentumista. Lisäksi tarkastelen kauneusvloggaajien tekemää työtä esteettisen työn teorian avulla (Gimlin 2000; Bannet-Weiser 2017; Dosekun 2017; Elias ym. 2017). Esteettisen työn käsitettä hyödynnän tutkielmassani sekä kauneuden eteen tehtävänä ruumistyönä (*body work*) sekä kauneusvloggaukseen liittyvänä työnä.

Tutkimusmetodiksi valitsin teoriaohjautuvan sisällönanalyysin, jota käytän kauneusvloggaajien YouTubeen julkaisemien videoiden analysoimiseen. Kaikki videoilla esiintyvät ovat oletetusti naisia. Vloggaajat kertovat videoilla omasta ruumiin muokkauksestaan esteettisten teknologioiden avulla. Rajaan tutkimukseni ulkopuolelle miesten ulkonäön muokkauksen, sekä sukupuolen korjaamisen ja synnynnäisten epämuodostumien tai onnettomuudessa syntyneiden vaurioiden muokkaamisen. Valmis aineisto antaa mahdollisuuden tarkastella sosiaalisen median kauneusyhteisöä sen omilla ehdoilla.

## 2 ULKONÄÖN MUOKKAUKSEN AMMATILAISET

### 2.1 Esteettiset teknologiat

Ihminen on pyrkinyt muokkaamaan ulkonäköään koko olemassaolonsa ajan, vain sen keinot ovat vaihdelleet. Ruumiin muokkauksen esteettisillä teknologioilla voidaan tarkoittaa kaikkea ruokavaliosta (Bordo 2004; Kyrölä & Harjunen 2017) afrikkalaisten heimojen pakollisiin venytyskoruihin (Burton 2001) tai meikkaamisesta (Clarke & Griffin 2006; Dosekun 2017) ja puhelimeen ladattavista kuvanmuokkaussovelluksista (Marwick 2013; Rettberg 2014; Elias & Gill 2018) plastiikkakirurgiaan (Davis 1997; Kinnunen 2008).

Lääketieteen ammattilaiset tekevät plastiikkakirurgiassa jaon korjaaviin ja esteettisiin toimenpiteisiin. Rekonstruktiviset toimenpiteet ovat kehon toimintakykyä parantavia korjauksia toimenpiteitä, jotka on mahdollista tehdä julkisessa terveydenhuollossa (Suomen Plastiikkakirurgiyhdistys 2018a). Esteettiset toimenpiteet ovat puolestaan ulkonäköön keskittyviä ja pyrkivät vastaamaan yksilön muutostoiveisiin. Suomessa esteettistä kirurgiaa ei tehdä julkisessa sairaanhoidossa. (Suomen Plastiikkakirurgiyhdistys 2018b.) Käytän tutkielmasani termiä esteettiset tai kosmeettiset toimenpiteet plastiikkakirurgian sijaan, koska tarkastelen erityisesti vloggaajien ei-kirurgista ruumiin muokkausta.

International Society of Aesthetic Plastic Surgery -yhdistyksen (ISAPS) teettämän tutkimuksen mukaan maailmassa tehtiin vuonna 2019 vajaa 25 miljoonaa esteettistä toimenpidettä, joista 11,3 miljoonaa oli kirurgisia toimenpiteitä ja 13,6 miljoonaa ei-kirurgisia toimenpiteitä. Kasvua vuoteen 2018 on tullut kirurgisten toimenpiteiden osalta 7,1 % ja ei-kirurgisten toimenpiteiden osalta 7,6 %. Eniten ei-kirurgisia toimenpiteitä tehdään Yhdysvalloissa ja kirurgisia Brasiliassa. (ISAPS 2019.) Luvut ovat kuitenkin vain suuntaa antavia ja esimerkiksi Suomi ei näy kyseisissä tilastoissa. Willberg (2018) kertoo ulkonäön muokkauksen yleistyneen suomalaisten nuorten keskuudessa, mutta tarkoista luvuista ei ole tietoa, koska yksityisklinikoilla käyntiä ei Suomessa tilastoida. Facebookissa on aiheeseen liittyviä ryhmiä, joissa on tuhansia ulkonäönmuokkauksesta kiinnostuneita suomalaisia sekä alalla toimivia asiantuntijoita.

Erilaiset 90-luvun puolivälissä kehittyneet turvallisemmat injektiohoidot mahdollistivat ruumiin muokkauksen ilman kirurgiaa (Haiken 1997, 291) ja jäävät usein vähemmällä huomi-

olle keskusteltaessa ulkonäön muokkauksen teknologioista. Vuonna 2019 yleisimpiä ei-kirurgista toimenpiteitä olivat Botox ja erilaiset täyteainepistokset. Injektiohoitojen käyttö kansainvälisellä tasolla kasvoi vuosina 2015–2019 40,9 %. (ISAPS 2019.) Botox on tietyissä piireissä arkipäiväistynyt, jopa kampaajalla käyntiin verrattu toimenpide (Cook & Dwyer 2016).

## **2.2 Kauneusvloggaus**

YouTube on suosituin videoiden jakamiseen käytettävä kanava ja osa populaarikulttuuria (Burgess & Green 2009; Bhatia 2018). Suurimman osan sosiaalisen median kauneuteen liittyvästä sisällöstä tuottavat YouTuben seurauksena kehittyneet digitaaliset yrittäjät – vloggaajat (Bhatia 2018), joiden sisällön katselukerrat muodostavat vuosittain 60 % kaikista katselukerroista brändien ja yritysten kanssa tarkasteltuna (Pixability 2018, 15). Vuonna 2018 YouTuben kauneusvideoita katseltiin arvioidusti 169 miljardia kertaa (Pixability 2018, 6). Kauneusvlogit alkoivat yleistyä YouTubessa vuodesta 2007 lähtien. Alkuvuosina videot liittyivät enimmäkseen meikkausvinkkeihin, mutta vuodesta 2009 alkaneen uuden aallon myötä videoiden sisällöissä alkoivat näkyä ostettujen tuotteiden esittely sekä erilaiset haastevideot. (Krause 2020.)

Kauneusvlogit ovat esteettisen työn ja yrittäjyyden tila, jossa itsevarmat naiset neuvovat, miten heidän katsojansa voivat tulla visuaalisesti viehättäviksi feminiineiksi yksilöiksi (Banet-Weiser 2017; Dosekun 2017). Kauneusvlogien keskiössä on ruumis ja erityisesti kasvojen muokkaus, jonka kautta tuotetaan uudelleen tavanomaista ja idealisoitua kauneutta (Banet-Weiser 2017, 273). Vlogit ovat samalla kotivideoiden uusi muoto, joilla kameralle höpöttämisestä tehdään ammatti (Berryman & Kavka 2017, 24). Harrasteluna alkaneen vloggauksen taustalla, on usein toive menestymisestä ja halu tulla kauneusteollisuuden tunnus-  
tamaksi vaikuttajaksi (Banet-Weiser 2017; Weinzimmer 2018). Vloggauksesta muodostuu tee-se-itse julkkisten ohituskaista mediajulkisuuden portinvartijoiden ohitse (Burgess & Green 2009, 23). Tie tähteyteen on ehdollinen katsojien positiivisille reaktioille videon sisällöstä, sillä katsojien tykkäykset videoista ja niiden kommentointi sekä käyttäjätilin seuraaminen vaikuttavat YouTuben algoritmiin lisäten käyttäjän näkyvyyttä hakutuloksissa (Berryman & Kavka 2017, 309, 316).

Sosiaalisen statuksen tavoittelu motivoi ihmisiä toimimaan sosiaalisessa mediassa (Marwick 2013). Sosiaalisessa mediassa statuksesta kertoo esimerkiksi seuraajien määrä. Vloggaajan

tulee yhdistellä sopivasti itsensä mainostamista luonnollisella tavalla sekä läheisyyden ilmentämistä katsojiin (Berryman & Kavka 2017, 309). Vloggauksella menestymiseen näyttäisi vaikuttavan lisäksi vloggaajan asenne, samaistuttavat arvot sekä ulkonäkö (Ylöstalo ym. 2018; Ladhari, Massa & Skandrani 2020). Myös tietynlaisesta houkuttelevasta persoonasta voi muodostua vloggaajan brändi (Marwick 2013; Duffy 2015), jolla hän saa katsojat seuraamaan itseään eri sosiaalisen median alustoilla.

Vaikuttajan aseman saavuttaneet kauneusvloggaajat pyrkivät tekemään monipuolisempaan sisältöä kanavilleen kehittämällä uusia kauneusvloggauksen trendejä sekä omaa brändiään (Pixability 2018, 20). Kauneusvlogien sisällön pyöriessä yhä enemmän vloggaajien elämäntyylin ympärillä ovat seuraajat päässeet yhä syvemmälle nykyajan julkkisten yksityiselämään (Berryman & Kavka 2017, 309). Tämä asettaa vloggaajat muiden tarkastelun ja kritiikin kohteeksi halusivat he eli eivät.



### 3 TEOREETTINEN VIITEKEHYS

#### 3.1 Kauniin ruumiin projekti

Ruumis on sosiologian keskeinen tutkimuskohde. Sosiaalisen konstruktionismin näkökulmasta ruumis nähdään syntymästä lähtien sosiaalisten instituutioiden rakentamana. Naturalistinen näkökulma tunnistaa ruumiin elämisen välineeksi, jolla havainnoidaan ympäröivää maailmaa ja reagoidaan siihen (Staniec-Januszek 2019, 130). Kolmas näkökulma, johon keskityn tutkielmassani, on epävarma ruumiillisuus eli ruumis projektina, johon vaikuttavat yksilön biologiset ominaisuudet sekä häntä ympäröivä kulttuuri (Shilling 2012).

Ruumiin tulkitseminen projektiksi poistaa kehon biologiset rajoitteet (Staniec-Januszek 2019, 131) ja asettaa yksilön ulkonäön sekä ruumiin koon, muodon ja sisällön muokkauksen kohteiksi (Shilling 2012, 7). Ruumis avautuu erilaisille vaihtoehdoille ja valinnoille (Shilling 2012, 5), ja omalle ruumiille voi tehdä mitä haluaa esittääkseen itsensä haluamallaan tavalla muodin tai mieltymystensä mukaan (Staniec-Januszek 2019, 131).

Ruumiin tulkitseminen projektiksi tekee siitä yksilön pääomaa, jota tulee hallita ja kehittää (Staniec-Januszek 2019, 132). Shilling liitti Bourdieun kulttuurisen pääoman käsitteeseen ruumiin fyysisen eli biologisen pääoman näkökulman, jota ilmennetään ulkonäön, ruumiin rakenteen ja voiman kautta. Fyysisen pääoman avulla voidaan tavoitella taloudellista, sosiaalista ja kulttuurista pääomaa, mutta mahdollisuudet siihen vaihtelevat sosiaalisen luokan mukaan. (2010, 477.) Ruumiin näkeminen pääomana, johtaa biologisen pääoman muodostumiseen hyödykkeeksi, jota voidaan parannella bioteknologian, kuten ihonhoidon, meikkaamisen ja plastiikkakirurgian keinoin (Staniec-Januszek 2019, 135). Toistuvasti kosmetisissa toimenpiteissä käyvien kohdalla ruumiin projekti näkyy tiukoissa viehättävyyden raameissa pysyttelemisenä ruumista jatkuvasti tarkkailemalla ja kauneusteknologioiden keinoin hallitsemalla (Gill 2007, 149).

Toimenpiteisiin hakeutumiseen liittyy kysymys, kenen vuoksi ulkonäön muokkausta tehdään ja mitä sillä tavoitellaan. Ulkonäön muokkaaja, yleisimmin nainen, voidaan nähdä sosiaalisen ympäristönsä uhrina (Wolf 1991; Holliday & Taylor 2006; McRobbie 2015) tai toimenpiteen avulla voimautuvana selviytyjänä ulkonäön perusteella arvottavassa ja rajavassa kulttuurissa (Haiken 1997; Gimlin 2001). Uhri-toimija vastakkainasettelussa tunnistetaan yksilön oma kokemus ruumiinkuvastaan sekä ympärillä vallitsevat kulttuuriset normit

osana ruumiin muokkausta (Askegaard ym. 2002; Gagné & McGaughey 2002; Kinnunen 2008). Esteettiset toimenpiteet kertovat Wegensteinin (2013, 115) mukaan yksilön joustavuudesta ja valmiudesta muuttaa itseään vaatimusten mukaiseksi.

Kosmeettisiin toimenpiteisiin hakeutumisen syyt koostuvat yksilöstä itsestään nousevista tarpeista, kuten halusta kohentaa itsetuntoa (Davis 1997; Askegaard ym. 2002; Kinnunen 2008; Dosekun 2017) tai vähentää sisäisen ja ulkoisen identiteetin ristiriitaa (Askegaard ym. 2002; Pitts 2003; Heyes 2008). Rosalind Gill puhuu ”postfeministisestä herkkyydestä”, jossa keskeistä on voimaantumisen omien ruumiin muokkaamista koskevien valintojen kautta (2007, 153). Ruumiin muokkaus voi olla myös keino erottautua muista, itse ilmaisun keino (Giddens 1991), jolloin muokattua ruumista käytetään keinona saavuttaa esimerkiksi tietynlainen asema (Holliday & Taylor 2006, 191).

Ympäröivä kulttuuri edellyttää jäseniltään ruumiin muokkaamista syntymässä saadusta luonnollisesta ruumiista kulttuuria paremmin vastaavaksi (Gimlin 2007, 355). Erilaiset fyysiset ulkomuodot näyttävät Shilling teorian kautta eriarvoisina ja asettavat yksilöt epätasa-arvoiseen asemaan (2010, 478). Yksilöiden biologiset ruumiiden erot voivat olla suuria, joten aikakautena, jolloin ulkonäköön kiinnitetään yhä enemmän huomiota, fyysisellä pääomalla ja sen muokkaamisen tiedostamisella on merkitystä (Staniec-Januszek 2019, 133).

Riskit ja niiden ennakointi ovat osa projektityöskentelyä. Ruumiin teknologisoista plastiikkakirurgia on vaikein oikeuttaa sen suurten riskien ja saavuttamattomien kauneusihanteita symboloimisen vuoksi (Gimlin 2001, 78). Kosmeettisen kirurgian riskejä lisää sen puutteellinen valvonta (Rountree & Davis 2011). Riskeistä huolimatta esteettinen kirurgia nähdään uskottavampana ruumiin muokkauksen kurina kuin hiljaisempi työ, jota tehdään itsensä hyväksymiseksi sellaisena kuin on (Heyes 2008, 67). Simidele Dosekun puhuu kauneudenhoitoon liittyvästä esteettisestä riskinotosta esteettisenä valppautena, joka on laskelmoivaa, itseä hallinnoivaa kauneuteen ja sen teknologioihin liittyvää riskien hallintatyötä. Esteettinen valppaus näkyy muun muassa taukojen pitämisenä tietyistä kauneusrutiineista (2017, 169.)

### **3.2 Esteettinen työ**

Tutkielman kannalta hyödyllinen käsite ruumiin projektin tarkasteluun on esteettinen työ ruumiintyön muotona. Ruumiintyö on keskeinen ruumiin sosiologian tutkimuskohde. Ruumiintyö voi olla työhön, kulttuuriin tai lisääntymiseen liittyvää (Shilling 2005, 73). Elias,

Gill & Scharff toteavat kauneustyön ja esteettisen työn olevan ruumiintyön alamuotoja. Esteettisen työn esteettisyys viittaa työtä tekevän henkilön ulkonäköön, ääneen, ryhtiin, käytökseen ja kehonkieleen. (2017, 35–36.) Esteettinen työ osana postfeminististä kulttuuria tarkastelee, mitä naiset haluavat ja voivat työnsä kautta saavuttaa (Lazar 2017, 64). Esteettisten ominaisuuksien perusteella yksilö valitaan työhön, jossa ulkonäöllä ja olemuksella on vaikutus asiakaskokemukseen. Sosiaalisessa mediassa tehtävä kauneustyön on hauskuudessaan vaikea nähdä perinteisen työn muodoksi (Lazar 2017, 64). Kauneusvloggaajien kohdalla ”työnantajina” ja ulkonäön arvottajina toimivat katsojat ja yhteistyötahot. Huoli ulkonäöstä ja ruumiista muodostuvat kauneusvloggaajan projektiksi, jota tulee suunnitella ja hallita laskelmoivasti (Elias ym. 2017, 39).

Esteettisen työn näkökulmasta naisilta odotetaan tietynlaista naisellista olemusta työelämässä, mutta silti naisellisuutta arvotetaan ja naisen osaaminen kyseenalaistetaan hänen toimiessaan työssään naisellisesti (Elias ym. 2017, 35). Suurin osa ruumiiseen kohdistettavasta bioteknologiasta, kuten meikkaus ja karvojenpoisto koskettavat naisia, mikä kertoo naisiin kohdistuvista tiukemmista fyysisen ulkonäön sosiokulttuurisista vaatimuksista (Staniec-Januszek 2019, 136). Länsimaisen naisen kohdalla tämä tarkoittaa ajan ja rahan kuluttamista ruumiin hallintaan (Gimlin 2007, 356). Tietynlaista esteettistä työtä vaaditaan kaikilta naisilta, osallistuivat he siihen tai eivät (Elias ym. 2017, 38). Ruumiin projektia tutkinut Budgeon (2003, 44) huomasi muokkauksen läpikäyneiden naisten normalisoivan omaan kehoon liittyvää tyytymättömyyttä puhumalla siitä kaikkien naisten ongelmana, jolloin muokkaus ei näyttäydy poikkeavana. Naisten ruumiin projekti voi tuoda heidät yhteen ja tehdä fyysiseen olomuotoon ja ulkonäköön perustuvasta sukupuolittuneesta väkivallasta ja alistamisesta näkyvämpää, kaikkien naisten yhteisen asian (Holliday & Taylor 2006 193).


Esteettinen yrittäjyys liittyy yhteen esteettisen työn ja siihen liittyvän toimijuuden ja kekseliäisyyden (Elias ym. 2017, 39). Senguel-Jones (2017, 220) selittää esteettisten yrittäjien esittävän itsensä työn kautta. Ringrose kuvaa näiden normien edellyttävän nuorilta naisilta itsensä esittämistä seksikkäästi ja naisellisesti (2013, 101). YouTuben kauneusyhteisöön liittyvät tietyt sosiaalisen median normit, joita noudattamalla kauneusvloggaajat houkuttelevat yhteistyötahoja elättääkseen itsensä vaikuttajan työllä (Seguel-Jones 2017, 220). Ilman internettiä monikaan näistä naisista ei työskentelisi kauneudenparissa samalla tavalla kuin vloggatessaan.

## 4 AINEISTO JA METODI

### 4.1 Tutkimusaineisto

Tutkielmani aineistona toimi kahdeksan kansainvälistä YouTube-videota (taulukko 1), joilla kauneusvloggaajat puhuvat omista esteettisistä toimenpiteistään. Videot on julkaistu naisten omilla YouTube-kanavilla vuosina 2018–2021. Naiset ovat arviolta 20–30-vuotiaita. Aineistoon valittujen videoiden tuli täyttää kolme vaatimusta: video on englanninkielinen, ei-kauallinen ja siinä kerrotaan henkilön omista ei-kirurgisista esteettisistä toimenpiteistä kasvojen alueella. Lisäksi videoiden valintaan vaikutti vloggaajan riittävän suuri seuraajamäärä, joka kertoo vloggaajan asemasta kauneusyhteisössä ja videoiden tekemisestä työkseen.

TAULUKKO 1. Videoiden tiedot

Käyttäjänimi, maa	Videon nimi	Videon julkaisupäivä	Videon katselumäärä	Seuraajamäärä	Videon pituus
Jamie Genevieve, Iso-Britannia	WHAT I'VE DONE – COSMETIC SURGERY & TREATMENTS JAMIE GENEVIEVE	12.3.2020	436 814	977 000	18:05
Laili Mirza, Iso-Britannia	WAS IT WORTH IT?	8.6.2020	143 583	343 000	22:34
Raven Elyse, Yhdysvallat	I spent over \$20K on cosmetic procedures. Was it worth it?	10.1.2021	398 563	1 710 000	25:48
Camilla Frederikke, Tanska	WHAT I'VE HAD DONE MY BEAUTY PROCEDURES	7.5.2019	32 414	258 000	14:18
Allana Davison, Kanada	EVERYTHING I'VE HAD DONE TO MY FACE 	15.5.2019	242 958	691 000	28:34
Emma Miller, Iso-Britannia	TRUTH ABOUT MY FACE   FAKE NOSE, FAKE LIPS? BEAUTY TREATMENTS COSMETIC SURGERY? EMMA MILLER	15.4.2018	47 200	233 000	21:57
Samantha Maria, Iso-Britannia	WHAT I'VE HAD DONE & WAS IT WORTH IT?   Botox, Filler, Mole removal	2.9.2019	252 775	1 760 000	20:18
AnnieJaffrey, -	WHAT I'VE HAD DONE  Beauty & Cosmetic Treatments   Annie Jaffrey	9.6.2019	120 265	844 000	23:21

Keräsin aineiston helmi-maaliskuussa 2021 YouTube-sivustolta. Ennen hakua tyhjensin selaimen selaushistorian ja evästeet, jottei aiempi katseluhistoria vaikuta hakutuloksiin. YouTube algoritmin vaikutukselta hakutuloksiin on mahdotonta välttää täysin. Videoiden hakutermeinä käytin yhdistelmiä sanoista ”cosmetic”, ”beauty”, ”aesthetic”, ”procedure”, ”surgery” ja ”enhancement” yhdistettynä ”my” hakusanaan.

Valmiin aineiston kohdalla on syytä arvioida, missä yhteydessä ja kenelle se on tuotettu (Turtiainen & Östman 2015, 52). Valitsemani videot ovat osa trendiä, jossa kauneusvlog-

gaajat paljastavat kaiken, mitä ovat tehneet kasvoilleen kasvohoidoista kosmeettisiin toimenpiteisiin. Vloggaajat ovat itse voineet päättää mistä puhuvat ja mistä eivät puhu. Keskityn naisten puheeseen kasvoihin kohdistuvista ei-kirurgisista toimenpiteistä ja rajaan siten ulkopuolelle muuhun kehoon kohdistuvan ruumiin muokkauksen.

Turtiainen & Östman huomauttavat internettiin tutkimuskenttänä ja -kohteena liittyvän tiettyjä erityispiirteitä, jotka tulee huomioida erityisesti aineiston eettisyyttä pohtiessa (2015, 66). YouTube on sisällön jakamiseen tarkoitettu palvelu eikä sinne jaettujen videoiden katsominen edellytä rekisteröitymistä. Toisaalta kauneusvloggaajat voivat kokea keskusteluvansa vain oman katsojakuntansa kanssa, jolloin videoiden sisältö on tarkoitettu vain rajatulle ryhmälle. Aineistoon viitatessani käytän vloggaajien käyttäjänimiä heidän edustamansa avoimuuden säilyttämiseksi. Käyttäjän nimimerkki on usein osa hänen identiteettiään, jolloin muun nimen käyttäminen voidaan nähdä tekijänoikeuksien loukkauksena hänen tuottamaan sisältöönsä viitatessa (Turtiainen & Östman 2015, 55).

## **4.2 Sisällönanalyysi**

Tutkimusmetodiksi valitsin teoriaohjautuvan sisällönanalyysin, jolloin teoria ja siitä nousevat käsitteet ohjaavat tiedon etsimistä aineistosta jättäen kuitenkin samalla tilaa aineistoista nouseville uusille ajatuksille. Sisällönanalyysissä noudatan Tuomi & Sarajärven (2018) ohjeita analyysin etenemisestä aineiston redusoinnista alaluokkiin luokitteluun ja lopulta yläluokkien abstrahointiin pääluokiksi teoreettisen viitekehyksen ohjamaana.

Aloitin aineiston analysoimisen teemoittelemalla litteroitua tekstiä värien avulla puheeksi esteettisestä yrittäjyydestä, ruumiin projektista sekä kosmeettisten teknologioiden käytöstä. Tekstin tekemisessä käytin apuna YouTuben omaa automaattista tekstitystä videosta, jos sellainen oli saatavilla. Lisäksi kävin litteroidun tekstin läpi videota kuunnellen ja korjasin tekstityksessä olevat virheet. Muutamalla videolla yksittäisten sanojen korjaaminen ei onnistunut puhujan murteesta johtuvan epäselvän lausumisen vuoksi. Koen ettei näiden yksittäisten sanojen puuttuminen vaikuttanut lauseen ymmärtämiseen tai pelkistetyn ilmaisun luomiseen siitä. Pelkistin teemoittelemanি ilmaisut ja käänsin samalla ilmaisut englannista suomeksi. Kääntämiseen liittyy aina väärintulkinnan riski eikä joidenkin ilmaisujen kääntäminen ollut mahdollista vastaavan ilmaisun puuttuessa suomen kielestä.

Viiden videon tekstit pelkistettyäni aloitin alaluokkiin ryhmittelyn selkeyttääkseni prosessia, koska lajiteltavia ilmauksia oli paljon. Viimeistelyäni ilmausten pelkistämisen lisäsin loput ilmaukset alustavasti nimeämiini alaluokkiin. Tämän jälkeen kävin alaluokkia läpi ja lajitte-  
lin joitakin ilmauksia uudelleen. Alaluokkia muodostui 41 kappaletta. Aloin hahmotella ala-  
luokista erilaisia yläluokkia (taulukko 2), jotka muodostin lopulta tutkimuksen tuloksia ku-  
vaaviksi teoreettisiksi käsitteiksi. Teoria ohjasi pääluokkien muodostamista, mutta ei asetta-  
nut sille liian tiukkoja rajoja, jolloin aineistosta nouseville uusille ajatuksille jäi tilaa.

TAULUKKO 2. Sisällönanalyysin ylä- ja pääluokat.

Yläluokat	Pääluokat
Muokkauksen motivaattorit Teknologian valinta Ajankäyttö Muokkaustulokset	Ruumiin projekti – jatkuvaa ongelmanratkaisua
Kauneusvloggaajan työ Muokkaukseen liittyvä tieto Riskipuhe	Muokkauksen asiantuntijuus
Mielipiteet muokkauksesta Negatiiviset kommentit ulkonäöstä Syyt muokkauksesta puhumiseen	Ruumiin projektin oikeutus

## 5 TULOKSET

### 5.1 Ruumiin projekti – jatkuvaa ongelmanratkaisua

Aineiston videoiden nuoret naiset puhuvat kosmeettisista toimenpiteistä keskeisenä osana ulkonäön muokkaustaan tai parannellun ulkonäön ollessa kyseessä osana ulkonäön ylläpitämistä. ”Käyn ottamassa täyteainetta huuliin kerran vuodessa... Pidän todella paljon huulten täyttämisestä enkä aio lopettaa täyteaineiden ottamista, se on yksi parhaista asioista mitä olen ikinä tehnyt,” Lailli Mirza kuvaa suhdettaan täyteaineisiin. Seitsemän kahdeksasta vloggaajasta käy säännöllisesti ottamassa täyteainetta huuliinsa. Emma Miller puolestaan kertoo huuliensa olleen aina ”töröhuulet”, jollaiset kaikki nykyään haluavat. Täyteainetta oli kokeillut eri puolille kasvoja neljä vloggaajista esimerkiksi poskien tai leuan alueelle kasvonpiirteitä muokatakseen.

Kallein yksittäinen toimenpide näyttää olleen hampaiden laminointi, jonka on ottanut kaksi vloggaajista. Taloudelliset resurssit ovat keskeisessä osassa vloggaajan valitessa ulkonäön paranteluun soveltuvaa kosmeettista teknologiaa. Samantha Maria suunnittelee ripsenpidennysten laittamista uudelleen:

[...] juttu on, että se on melko kallista. Esimerkiksi kun käyn toimenpiteessä se maksaa noin 150 puntaa, mutta minulla ne kestävät hyvän tovin eivätkä ne varise juurikaan. Näiden ripsien laatu on mahtava, koska ne näyttävät todella luonnollisilta, mistä pidän. Minusta se on ilman muuta sen arvoista.

Toimenpiteistä ollaan valmiita maksamaan, jos ne nähdään hintansa arvoisina. Aina rahalle ei saa vastinetta. Raven Elyse kertoo huonosta mikrobleidaukseen liittyvästä kokemuksesta: ”paikka, jossa kävin oli todella kallis eikä hintansa arvoinen, koska toimenpide oli uusi eikä asuinalueeni toimijat olleet ammattilaisia siinä.”

Merkittävänä syynä ruumiin muokkaukseen näyttäytyy tyytymättömyys omaan ulkonäköön ja halu parannella sitä. Muokkauksen syiden ollessa esteettisiä ne kumpuavat vloggaajan kauneusihanteista ja mausta oman ulkonäkönsä suhteen. ”Rakastan sitä [mikrobleidaukseen], koska luonnolliset kulmakarvani eivät kasva niin kuin haluaisin niiden kasvavan. Pidän siitä, että voin tatuoida ne pysyvästi kasvoilleni,” Raven Elyse kertoo. AnnieJaffrey puolestaan kertoo ottaneensa huuliin täyteainetta huulten epäsymmetrian korjailemiseksi.

En voi valehdella, minulla ei ollut ongelmaa sen [kulmien epäsymmetrisen kohoamisen] kanssa ennen kuin aloitin YouTubea ja huomasin sen, koska ennen kuin aloitin YouTube-videoiden tekemisen en koskaan oikeastaan katsonut itseäni peilistä, kun puhuin. (Lailli Mirza)

Yllä oleva lainaus kuvaa YouTube videoiden tekemisen lisänsen omien kasvojen tarkastelua. Viisi kahdeksasta vloggaajasta kertoo sosiaaliseen mediaan liittyvän työn saaneen tarkastelemaan omaa ulkonäköä niin että siitä alettiin löytää virheitä. ”Tämä on työtäni, näen naamani koko ajan, joten asiat alkavat tavallaan vaivaamaan minua, joten jos voin muuttaa sen, miksi en tekisi niin,” Jamie Genevieve kertoo kameran edessä työskentelystä. Samantha Maria kertoo käyneensä poistattamassa luomen otsastaan ennen häitään, koska: ”en halunnut sitä hääkuviini varastamaan showta”. Myös alkavat ikääntymisen merkit oli huomannut kuusi vloggaajaa itsetarkkailun myötä, mikä johti Botoxin käytön aloittamiseen hyvissä ajoin ryppyjen ehkäisemiseksi. Lailli Mirza kertoo käyttävänsä Botoxia kerran vuodessa ”nuorekkuuden ylläpitämiseen” ja varmistaakseen, ettei saa ”ennenaikaisia rypyjä.”

Neljä naisista on ottanut pari vuotta kestävän mikrobleidauksen, eli kulmakarvoilta näyttävän tatuoinnin. Tarvetta värjätä kulmia meikkauksen yhteydessä pyrittiin vähentämään myös kulmien kesto värjäykselle. Osa muokkauksesta pyrkii vastaamaan esteettiseen työhön kuluvan ajankäytön ongelmaan, kuten Camilla Frederikke selittää kulmien mikrobleidauksen hyödyistä: ”Kun meikkaan, eniten aikaa vie kulmien laittaminen, se on todella haastavaa, koska haluan täydelliset kulmat.” Lisäksi ”hyvän näköisenä” herääminen, näytti motivoivan vloggaajia pysyvämpiin ratkaisuihin turvautumiseen: ”voi vain herätä ja näyttää heti hyvältä, mikä vähentää aamuisin tehtäviä asioita,” Allana Davison kertoo syyn ripsenpidennysten ottamiseen.

Ruumiin muokkausta tehdään kulttuuristen ja muodin mukaisten arvojen saavuttamiseksi ja ruumis on kuin mikä tahansa hyödyke (Davis 1997, 17), jonka tulee ilmentää uusimpia kullutusvillityksiä. Osa kauneusvloggaajista pyrkii seuraamaan kosmeettisiin toimenpiteisiin liittyviä trendejä, vaikkei ulkonäössä nähtäisi ennen sitä ongelmaa. Muokkaus päätösten taustalla vaikuttavat sosiaaliset tekijät näkyivät trendien seuraamisen lisäksi esimerkiksi toimenpiteen ottamisena sitä suositeltaessa tai toisten toimenpiteistä inspiroitua. Camilla Frederikke kertoo päätyneensä kulmien mikrobleidaukseen ammattilaisen ehdottaessa sen kokeilemista. ”Ajattelin, että miksi ei. Jos en pidä niistä, ne haalenevat ajan myötä pois.”



Lailli Mirza kertoo halunneensa täyteainetta huuliinsa vasta nähtyään Kylie Jennerin ottaneen täytettä. Julkkisten toimenpiteistä inspiroituminen onkin yksi keskeisistä syistä kosmeettisten toimenpiteiden kulutuksen taustalla (Elliot 2011, 178).

Tiettyyn ulkonäköön tottuminen vaikeuttaa siitä luopumista (Elliot 2011, 178). Aineiston kauneusvloggaajat ovat ottaneet kosmeettiset toimenpiteet osaksi ruumiin projektiaan kaksikymppisinä tai jopa aiemmin. Ennen sitä muokkausta on tehty meikkaamalla ja muilla vähemmän pysyvillä menetelmillä. Ruumiin projektin jatkuvuuteen vaikuttaa kosmeettisten toimenpiteiden väliaikaisuus ja tarve ylläpitökäynneille, kun saavutettu tulos miellyttää ja se halutaan säilyttää. Ylläpitökäyntien lisäksi osa kauneusvloggaajista suunnitteli seuraavaa muokkauksen kohdetta. Samantha Maria kertoo katsojilleen: ”ainut ylimääräinen asia, jonka todella tällä hetkellä haluan, on hampaiden valkaisu, koska kahvi on todella tehnyt tehtävänsä ja tiedättekö, kun itsensä näkee nauraessa peilistä ja ajattelee [irvistää]” Ulkonäöstä on siis mahdollista löytää yhä uusia ongelmakohtia, jotka tulee esteettisen työn keinoin ratkaista.

Ruumiin muokkaus kosmeettisin toimenpitein on keino ratkaista ulkonäköön liittyviä kosmeettisia puutteita tai ongelmia pidempiaikaisesti. Yleensä ongelmat pyritään ratkaisemaan ennaltaehkäisten, kuten ikääntymisen merkkien kohdalla, jolloin rypyistä ei ehdi muodostua liian isoa ongelmaa, jonka ratkaisemiseen tarvittaisiin kirurgisia toimia. Lisäksi pyritään ratkaisemaan esteettiseen työhön liittyviä ongelmia ajankäytön tai teknologian suhteen. Onnistuneiden muokkausten tulokset luovat tarpeen jatkaa muokkausta ja ylläpitää saavutettua itseä miellyttävää ulkonäköä ennen sen katoamista. Toimenpiteen epäonnistuessa, niin ettei lopputulos miellytä, sitä joudutaan korjailemaan uudella toimenpiteellä.

## **5.2 Ruumiin projektin asiantuntijuus**

Aineiston videot eivät ole vloggaajien ensimmäisiä videoita kosmeettisista toimenpiteistä ja vloggaajat viittaavat videoillaan aiempiin aihetta käsitteleviin videoihinsa. ”Pari viikkoa sitten kuvasin koko huulien laittoon liittyvän prosessin sekä kulmienkohotuksen,” Allana Davison kertoo. Vloggaajan elämän pyöriessä kauneushoidon ympärillä katsojat pääsevät seuraamaan vloggaajan arjessa kotona tapahtuvaa esteettistä työtä sekä elämäntyyliin kuuluvaa kauneushoitoloiden toimenpiteissä käymistä.

Esteettisen työn tekijöinä kauneusvloggaajien ruumiin projektiin kuuluu tärkeänä osana ruumiin projektin ja sen aikana saavutetun tietämyksen jakaminen sosiaalisessa mediassa. ”Minulla on, haluaisin sanoa kokemusta, mutta ainakin tietämystä kauneusteollisuudesta ja toimenpiteistä, joissa käyn,” Lailli Mirza pohjustaa videonsa aihetta. Allana Davison kertoo ensin puhuvansa toimenpiteistä, joissa on käynyt ja niihin liittyvistä kokemuksista ja aikoo sen jälkeen antaa katsojilleen ”vinkkejä” ruumiin projektin aikana oppimistaan asioista. Videon tekemisen syyt liittyvät lisätiedon antamiseen kosmeettisista toimenpiteistä sekä katsojien inspiroimiseen oman ruumiin projektinsa toteuttamisessa toimenpiteiden avulla.

Elliot (2011, 179) toteaa kauneusteknologioihin liittyvien fyysisten ja psyykkisten riskien normalisoituneen niiden käytön yleistymisen myötä. Kosmeettisiin toimenpiteisiin, kuten mihin tahansa toimenpiteisiin liittyy riskejä. Raven Elyse toteaa: ”Kaikkeen plastiikkakirurgiasta täyteaineisiin liittyy hyviä ja huonoja puolia. Sinun täytyy olla tietoinen riskeistä, sinun täytyy olla tietoinen toisten kauhutarinoista.”

Ensimmäisellä kerralla, kun kävin ottamassa täyteainetta huuliin, sain todella pahat mustelmat. Minulla oli mustia ja sinisiä mustelmia leukaan asti. Se kesti kolme viikkoa. Kun käyt ensimmäisen kerran täyttämässä huulia, ne turpoavat todella paljon aluksi, mutta turvotus laskee kyllä. (Allana Davison)

Toimenpiteisiin liittyvästä kivusta, mustelmista ja muista haittapuolista puhutaan niitä normalisoiden. Haittavaikutukset ovat osa ruumiin projektia. Toimenpiteitä toistamalla kipu ja turvotus saattavat helpottua ja ”niihin tottuu”.

Haittavaikutuksia voi pyrkiä välttämään oikean ammattilaisen valinnalla. Emma Miller ja Samantha Maria varoittavat kosmeettisia toimenpiteitä vain rahan takia tekevistä toimipaikoista, jolloin toimenpiteen jälki voi olla huonoa. ”Jotkut haluavat vain tehdä rahaa epävarmuuksillasi, joten ole tarkka ja viisas, mene suositelluille, mene ammattilaisille, joihin luotat,” Emma Miller kertoo käytyään hoitolassa, jossa hänelle tyrkytettiin toimenpidettä. Kinnunen (2008, 70) haastatteli tutkimukseensa plastiikkakirurgeja, jotka myönsivät toimenpiteiden olevan kilpailtua toimintaa, johon liittyy toimenpiteitä tarjoavan ammattilaisen omat tavoitteet.

Toimenpiteiden epäonnistumisesta ei syytelty juurikaan ammattilaista, vaan tulokseen pettyminen oli oman hätiköinnin ja tiedonpuutteen syytä (Kinnunen 2008, 52). Emma Miller kertoo pettyneensä Botox-käyntiinsä ja neuvoo katsojia: “älkää tehkö niin kuin tein, kun

viimeksi menin eri lääkäriin vain, koska tarvitsin toimenpiteen heti samana päivänä.” Huonosta toimenpidetkokemuksesta kuuleminen saa Raven Elyse’n kysymään: ”onko yritetty päästä halvalla?” Ammattitaitoisen tekijän lisäksi onnistuneet tulokset ovat seurausta kauneusvloggaajan toimenpiteisiin liittyvästä pitkäjänteisestä taustatyöstä: ”teen paljon tutkimusta ja menen aina parhaan arvostelun saaneelle henkilölle ja kuuntelen aina ensin muiden kokemuksia, yritän vain olla todella varovainen,” Raven Elyse selittää toimenpiteen valitsemiseen liittyvää prosessia.

Useissa toimenpiteissä käyneinä ja niihin liittyvän tiedonhaun ja riskien selvittelyn viisastamana kauneusvloggaajat kertovat millaisen muutoksen erilaisilla toimenpiteillä voi saavuttaa. ”Lääkäri selittää sinulle, millainen muutos on mahdollista saavuttaa, mutta aina ei ole 100 % mahdollista saavuttaa mitä oikeasti haluat,” Lailli Mirza ohjeistaa. Hän kertoo myös mihin kaikkeen täyteaineita voi käyttää ja varoittaa pysyvämpien toimenpiteiden, kuten ihon alle asennettavien lankojen ottamisesta ihon silottamiseksi: ”tiedän, että monet ovat innostuneet niistä kissamaisista kulmista. Haluan teidän tietävän, että se on trendi, joka lopulta hiipuu. Et varmasti halua, että naamasi jää sen näköiseksi.”

Vielä 2000-luvun puolella nuorekkuutta ylläpitävät toimenpiteet, kuten Botoxin käyttö oli hyvä aloittaa noin 35-vuotiaana (Blum 2003, 72; Kinnunen 2008, 101). Kauneusvloggaajille on kehittynyt tästä kokemuksesta seurauksena eri käsitys. ”Jos et halua ennenaikaisia rypyjä, jos et ylipäättään halua rypyjä sinun kannattaa alkaa käyttämään Botoxia noin 25-vuotiaana,” neuvoo Lailli Mirza videollaan. AnnieJaffrey perustelee Botoxin varhaista käyttöään:

Teen sen ehkäisevistä syistä, koska en halua tämän juovan syvenevän ja muodostavan ryppyä seuraavien vuosien aikana. Kun ryppy on ehtinyt muodostua, siitä on vaikea päästä eroon. Mitä kauemmin ihosi on kurtussa, sitä nopeammin ryppy muodostuu pysyvästi, joten Botox rentouttaa lihaksen ja estää juovan muodostumisen.

Videoilla jaettu tieto liittyy eri pistoshoitojen tulosten kestoon sekä taukojen pitämisen tärkeyteen toimenpiteistä. Tauot muokkauksesta ja kauneustoimenpiteistä ovat osa ruumiin projektia ja ilmenevät videoilla riittävän tauon pitämisenä täyteaineen ottamisesta, jottei tulos muutu liian huomattavaksi. Simidele Dosekun (2017, 170) kutsuu kauneusteknologioista

pidettävää taukoa esteettisen tauon ottamiseksi, jolloin tietoisesti pidetään taukoa aikaa vievistä ja luonnollista ruumista vahingoittavista kauneusrutiineista, kuten Emma Miller kuvaillee ripsien kesto värjäyksen antavan ripsille tauon maskarasta.

Kauneusvloggaajien puheesta saa käsityksen, että ruumiin projektia voi tehdä väärällä tavalla. ”Kunhan olet varovainen ja teet sen oikeista syistä, niin ettet tee sitä ryhmäpaineen vuoksi, tai koska joku sanoi, että haluaa sinun tekevän asian ABC tai että näyttäisit paremmalta, jos tekisit jotakin, sen täytyy tulla sinusta itsestäsi,” Annie Jaffrey ohjeistaa. Keskeisin syy ruumiin muokkaukseen tulee olla henkilöstä itsestään nouseva halu muokkaukseen, vaikka taustalla vaikuttaisivat myös sosiaaliset tekijät. Myös Jamie Genevieve toivoo videonsa vaikuttavan katsojien ajatukseen muuttaa ulkonäköään muiden vuoksi: ”lopettakaa se.”

Kauneusvloggaajien ruumiin projekti on vuosien aikana rakentunut tärkeäksi osaksi heidän YouTube-videoidensa sisältöä. Ruumiin projektin vaiheista ja riskeistä puhutaan avoimesti. Sekä hyvät, että huonot kosmeettisiin toimenpiteisiin liittyvät kokemukset jaetaan katsojille, jotta heillä olisi luotettavampaa tietoa oman ruumiin projektinsa toteuttamiseen. Kauneusyhteisön vaikuttajina vloggaajat muistuttavat oman tietämyksensä rajallisuudesta ja jokaisen vastuusta hakea itse tietoa toimenpiteistä ennen niihin menemistä.

### **5.3 Ruumiin projektin oikeutus**

”Jos et ole ei-kirurgisten tai kirurgisten toimenpiteiden fani, niin sinun ei ehkä kannata katsoa tätä videota,” Samantha Maria varoittaa videonsa katsojia. Aineiston kauneusvloggaajista kuusi kahdeksasta toteaa videonsa alkuvaiheessa kosmeettisten toimenpiteiden ja ulkonäön muokkauksen niiden avulla olevan osalle ihmisistä vaikea aihe. Lailli Mirza kertoo tehneensä aiemmin videoita kosmeettisissa toimenpiteissä käymisestä ja toteaa: ”Tuntuu, että joudun antamaan varoituksen kaikissa näissä videoissa, koska ihmiset vain suuttuvat.”

Vloggaajat kokevat kosmeettisten toimenpiteiden olevan edelleen sosiaalisesti tuomittuja ja puhuvat saamistaan ikävistä kommentteista muokkaamisen suhteen. ”Ihmiset sanovat, että näytän erilaiselta ennen kuin aloin ottamaan täyteainetta huuliini [...] voi ei, näyttääpä pahalta, v\*tun feikki, todella ikäviä kommentteja [...] en ymmärrä miksi tarvitsee kirjoittaa niin kauheita asioita,” Camilla Frederikke kuvaa saamiaan ikäviä kommentteja huulistaan. ”Olen saanut paljon ikäviä kommentteja, ihmiset sanovat sitä ja tätä minusta,” Emma Miller

pohjustaa syytä videon tekemiseen ja avoimuuteen omista kosmeettisista toimenpiteistä. Ikävät kommentit ovat muutaman vloggaajan syy videon tekemiseen. Katsojille halutaan tehdä selväksi mitä kohtia kasvoista on muokattu ja mitkä piirteistä ovat osa omaa luonnollista ulkonäköä. ”Selventääkseni asiaa, en ole koskaan tehnyt mitään nenälleni tai huulilleni,” Emma Miller kertoo. AnnieJaffrey puhuu täyteaineiden käyttämisestä nenän muotoiluun: ”En henkilökohtaisesti ole tehnyt sitä ja jotkut teistä ovat kysyneet olenko tehnyt nenäleikkauksen.”

Pitts-Taylor (2007, 4) kuvaa kauneustoimenpiteiden normalisoituneen Yhdysvalloissa siinä määrin, että niiden kritisointi koetaan vanhanaikaisena ja muovista ilmettä suorastaan tavoitellaan. Kauneusvloggaajat perustelevat oikeutta oman ruumiin projektin toteuttamiseen perustellaan oikeudella ”tehdä omalle ruumiilleen mitä haluaa,”. ”Nämä ovat toimenpiteitä, joissa olen käynyt ja joista tykkään ja olen huomannut positiivisen muutoksen... Jos olet tyytyväinen siihen miltä näytät, hyvä niin. Jotkut meistä eivät ole onnellisia, jotkut meistä haluavat muuttaa asioita ja se sopii meille,” Lailli Mirza sanoo.

Puhuessani huulteni täyttämistä ihmiset sanovat ”olet roolimalli, millaisen esimerkin asetat lapsille bla bla bla” Tiedätkö mitä, jokaisella on oma kehonsa, elämä on lyhyt, tee mitä haluat sille. En tule ikinä ymmärtämään miksi ihmisillä on niin vahvoja mielipiteitä toisista. Mielestäni jokainen voi tehdä sitä, mikä tekee onnelliseksi ja saa tuntemaan olon mahtavaksi ja hyväksi omassa kehossaan. (Allana Davison)

Ulkonäön ja sen muokkauksen kommentointi tuomitaan. Omaan ruumiin projektiin halutaan toteuttaa ilman muiden puuttumista siihen.

Oikeus oman kehon muokkaamiseen näyttäytyy oikeutena esittää itsensä tietyllä tavalla (Staniec-Januszek 2019, 131). Täyteaineita käydään ottamassa ”halutun ilmeen luomiseksi”. ”En halua, että juonne kulmieni välissä muodostuu pysyväksi, jolloin näyttäisin vihaiselta koko ajan, en halua näyttää sellaiselta,” AnnieJaffrey kertoo. Naisellisuuden sekä viehättävyyden tavoittelu ja ylläpitäminen kosmeettisten teknologioiden avulla näyttäytyvät jopa ”luonnollisena keinona” taistella kehon muutoksia kohtaan (Clarke & Griffin 2006, 198).

Kauneusvloggaajat näyttäytyvät videoillaan kosmeettisten toimenpiteiden puolestapuhujina. Videoiden tarkoitus ei ole vloggaajien mukaan muuttaa kenenkään mielipidettä kosmeettisista toimenpiteistä, vaan tarkoitus on jakaa tietoa ja antaa neuvoja toimenpiteistä kiinnostuneille. Kauneusvloggaajat toivovat asiallista dialogia aiheesta videonsa kommentteihin.

Kauneusvloggaajien mielestä ruumiin muokkausta tulee tehdä salailematta ja ulkonäön ”luonnolliseksi” väittäminen muokkauksen jälkeen on väärin, koska se antaa vaikuttajien seuraajille epärealistisen käsityksen kauneudesta. ”Toisin kuin muut, mielestäni ei ole hyvä valehdella toimenpiteistä, joissa on käynyt,” Lailli Mirza kritisoi salailua.

Vloggaajat eivät täysin pysty olemaan kommentoimatta muiden ruumiin muokkausta, vaikka suoraa kritisointia ei haluta tehdä. ”Henkilökohtaisesti en pidä Botoxin ideasta. Se oikeastaan pelottaa minua vähän, koska en tykkää ajatuksesta myrkyistä. Täyteaineet eivät haittaa, koska ne ovat vain vettä ja hyaluronihappoa,” Camilla Frederikke kertoo. Lailli Mirza kritisoi vallitsevia kauneusihanteita käytyään ottamassa ohimoille täyteainetta: ”hän [hoitaja] sanoi, että ovaali kasvojenmuoto on naiselle ideaali, mikä on täysin väärin, jokaisella naisella on oikeus näyttää siltä miltä näyttää, on väärin sanoa, että sinun täytyy näyttää tietyltä ollaksesi feminiininen.” Kritiikki kohdistuu kauneusyhteisöön ja ruumiin muokkaukseen rajaaviin trendeihin.

Kauneusvloggaajien mukaan omalle keholle saa tehdä mitä haluaa eikä kenenkään tarvitse sitä kommentoida. Videoilla kuuluva ruumiin projektin oikeutuspuhe näkyy ruumiin projektista saatujen negatiivisten ja muokkaukseen arvottavien kommenttien tuomitsemisena. Ikävät kommentit herättävät tarpeen selkeyttää omaa ruumiin projektia katsojille ja avoimuuteen omasta ruumiin projektista. Puhetta jokaisen oikeudesta omaan ruumiiseensa rikkoo tietynlaisen muokkauksen arvosteleminen.

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Tutkielmani tavoitteena oli selvittää, miten kauneusvloggaajat puhuvat ruumiin projektistaan ja kosmeettisista toimenpiteistä sen toteuttamisen välineenä. Lisäksi pyrkimyksenä oli kuvata kosmeettisia teknologioita ja ulkonäön muokkausta osana vaikuttajan työtä. Tulokset kuvaavat ruumiin projektia ulkonäköön liittyvänä ongelmanratkaisuna sekä esteettistä työtä tekevien vloggaajien asiantuntijuutta kerryttävänä asiana. Lisäksi kosmeettisilla toimenpiteillä tehtävää muokkausta joudutaan oikeuttamaan sen kohtaamaan kritiikin vuoksi.

Vuosia jatkuneen muokkauksen myötä kauneusvloggaajat eivät enää mieti, tulisiko toimenpiteeseen mennä, vaan mikä toimenpide tulisi valita (Kinnunen 2008, 52). Ammattilaisten luotettavuus ja työn jälki suhteessa haluttuun lopputulokseen ja hyötyihin ovat keskeisiä valintakriteereitä. Vaikka itse toimenpide olisi hetkessä ohi, ei se tarkoita, että ruumis on valmis tai ettei sitä tarvitse enää muokata. Muokkauksen tulokset, hyvät tai huonot, ohjaavat toimenpiteisiin hakeutumista uudelleen ulkonäköön ja esteettiseen työhön liittyvien ongelmien ratkaisemiseksi. Muokkauksella pyritään ensisijaisesti näyttämään hyvältä, mutta samalla halutaan vähentää laittautumiseen kuluvaa aikaa, kuten Tynerin (2008, 39) havainnot kosmeettisten toimenpiteiden kulutuksesta syistä osoittavat.

Yksilön kauneuskäsitys ja suhtautuminen omaan ulkonäköönsä vaikuttavat siihen kokeeko hän ulkonäön muokkaamisen mahdolliseksi. Usko saavutettavissa olevaan kauneuteen ei vähennä ulkonäköön liittyviä huolia, vaan lisää itsen arvottamista ulkonäön kautta ja ahdistusta omasta ulkonäöstä. (Burkley ym. 2014, 477.) Vloggaajat ovat ulkonäköään muokkaamalla saavuttaneet tietyn ulkonäön, jonka menettäminen johtaa jatkuvaan itsetarkkailuun ja havaittujen virheiden korjaamiseen ja hyvältä näyttämiseen. Halutun ilmeen saavuttamiseen liittyy yksilön käsitys siitä, millaisen ulkonäön hän tulkitsee hyväksi ja tavoiteltavaksi. Saavutetun ulkonäön ylläpitäminen edellyttää sitoutumista ja toimenpiteiden toistamista osana ruumiin projektia. Ruumiin projektin ollessa jatkuva prosessi ei ole kysymys enää vain ulkonäöstä, vaan muokkaamisesta tulee tapa elää ruumista (Budgeon 2003, 46).

Kauneusvloggaajien ruumiin projektin vaihtoehdot ovat kapeat, kuten aiemmat tutkimukset osoittavat (Gill 2007, 149; Elias ym. 2017, 39). Viehättävyyden raameja ohjaavat sosiaalisessa mediassa nuoriin naisiin kohdistuvat naisellisuuden ja seksikkyyden odotukset (Ring-

rose 2013, 101) sekä vaihtuvat kauneustrendit. Pulleat huulet, rypytön iho ja kasvonpiirteiden symmetrisyys näyttäytyvät tämänhetkisenä vallitsevana normina menestyvän naisen ulkonäölle sosiaalisessa mediassa. Yksilön kauneusihanteet muodostuvat vuorovaikutuksessa kulttuurin ja sosiaalisen ympäristön kanssa. Kauneusvloggaajat uusintavat vallitsevaa kauneusihannetta ruumiin projektinsa kautta. Kauneusyhteisön sisältä nousevat trendit ja tiedostetut tai tiedostamattomat vaatimukset kauneusvloggaajan ulkonäöstä lisäävät vaikuttajien ulkonäköpaineita. Julkinen asema altistaa vloggaajat myös julkiselle kritiikille, joka kohdistuu heidän ratkaisuihinsa vastata heihin kohdistuviin ulkonäköpaineisiin. Sekä luonnollista, että muokattua ulkonäkö kritisoidaan katsojien toimesta ja vaikuttaa, siltä ettei vloggaaja voi välttyä ulkonäkönsä kohdistuvalta kritiikiltä teki sille mitä tahansa tai ei. Vloggaajat puhuvat vähän ulkonäön muokkauksen taustalla vaikuttavista sosiaalisista ja kulttuurisista vaatimuksista, mikä voi olla tietoista tai kertoa siitä, ettei ulkoapäin tulevia ulkonäkövaatimuksia tiedosteta. Yksilö voi kuvitella toimivansa riippumattomana ulkonäön sosiaalisista vaatimuksista, kuten Askegaard ym. (2002) tutkimuksessaan kuvaa. Tämä ei kuitenkaan poista sosiaalisen ympäristön vaikutusta yksilöön.

Ulkonäön muokkaaminen voi muodostua selviytymiskeinoksi ulkonäköön kohdistuvien vaatimusten keskellä. Oma identiteettiä rakennetaan tällöin voimaantumisen kautta, jolloin oma ulkonäkö on jotain, mihin voidaan ja pyritään aktiivisesti vaikuttamaan (Askegaard ym. 2002; Gill 2007; Dosekun 2017). Onnistuneet muokkaukokemukset ja -tulokset vahvistavat kauneusvloggaajien kokemusta kosmeettisten toimenpiteiden hyödyntämisestä osana ruumiin projektia. Muokkauksesta saatu kritiikki haastaa vloggaajien käsityksen toimenpiteiden hyväksyttävyydestä ja muokkausta joudutaan oikeuttamaan sekä itselle, että seuraajille. Gimlin puhuu ruumistaan muokkaavista naisista kulttuurisina neuvottelijoina, jotka pyrkivät selviytymään vaihtoehtojaan rajoittavassa kulttuurissa (2001, 107). Ulkonäköä saa muokata, kunhan sen tekee sosiaalisesti ja kulttuurisesti hyväksyttävällä tavalla. Kosmeettisten toimenpiteiden hyväksyttävyyden rajoittuu vielä toistaiseksi valtavirran ulkopuoliseksi ilmiöksi, vaikka se onkin yleistynyt selfiekulttuurin ja virtuaalineuvottelujen aiheuttaman itsetarkkailun myötä. Kauneusvloggaajat käyvät neuvottelua, jotta kosmeettiset toimenpiteet tunnustettaisiin hyväksyttäväksi ulkonäön muokkaamisen teknologiaksi.

Kauneusvloggaajat puhuvat muokkaukokemuksistaan ja ruumiin projektin aikana kertyneestä tiedosta avoimesti asiantuntijuutta osoittaen. Marwickin (2013, 199) mukaan avoi-



muus on mikrojulkkisten keino pyrkiä välttämään kritiikkiä epäaitoudesta paljastamalla itsestä riittävästi yksityistietoa. Vloggaajat kertovat saaneensa ilkeitä kommentteja ennen videon tekemistä, mikä on saattanut johtua muokkauksen riittämättömästä jakamisesta seuraajien kanssa. Avoimuus omasta ruumiin projektista voidaan nähdä kauneusvloggaajien keinona välttää projektiin liittyviä riskejä. Ulkonäön muokkauksen kritisoijat saattavat tunnistaa yksilön oikeuden tehdä ruumiilleen mitä haluaa, mutta nähdä silti tarpeelliseksi muokkauksen kommentoinnin. Kritiikin antajat voivat nähdä vloggaajat sosiaalisten ja kulttuuristen ulkonäkövaatimusten uhreina, päätyessään muokkaamaan ruumistaan, kuten Wolf (1991), Holliday & Taylor (2006) ja McRobbie (2015) ovat todenneet. Kosmeettisten toimenpiteiden kritisointi naisia alistavana ja tietynlaisista kauneusihannetta ajavana toimintana pyrkii kauneusihanteiden avartamiseen ja kehottaa itsetunnon kehittämistä ilman toimenpiteissä käymistä – itsensä hyväksymisen kautta.

Kauneusvloggaajat kertovat omassa ulkonäössä koettujen virheiden huomaamisen lisääntyneen YouTube-uran aloittamisen myötä. Koettujen virheiden korjaaminen on valinta, sillä riskeistä huolimatta esteettiset toimenpiteet nähdään helpompana vaihtoehtona, kuin itsensä hyväksyminen ulkonäönvirheistä huolimatta (Heyes 2008, 67). Muokkauksen ollessa seurausta toisaalta vloggaamisesta, toisaalta syy tehdä videoita, ruumiin projektiin liittyvä oikeuspuhe näyttäytyy keinona selittää omaa toimintaa itselleen ja välttyä sisäisiltä ristiriidoilta. Gimlin toteaa oikeutuspuheen näkyvän toimenpiteessä käyvien keskuudessa tarpeena vakuuttaa itsensä toimenpiteen ansaitsemisesta ja saavutetusta ulkonäöstä paremmin omaa itseä esittävänä. Muokkauksen puolesta puhuu myös ihmistä ympäröivän kulttuurin edellytys jäseniltään ruumiin muokkaamista kulttuurin normeihin vastaavaksi. (2007, 107, 355.) Aineiston vloggaajien kohdalla vaatimus on luonnollinen virheettömyys ja riittävä panostusta ulkonäön ylläpitämiseen. Kauneusvloggaajan työtä tehdään ulkonäöllä, jossa vloggaajan kasvot toimivat hänen käyntikorttinaan. Vloggaajat näkevät ruumiinsa pääomana, jota vaihdetaan kulttuuriseen ja taloudelliseen pääomaan (Shilling 2010, 477; Staniec-Januszek 2019, 135). Silloin ruumiin muokkauksen hyödyntäminen tietynlaisen aseman tavoittelu voi näyttäytyä välttämättömänä (Holliday & Taylor 2006, 191). Esteettisen työn ja vaikuttajan aseman menettämisen pelossa ulkonäön eteen täytyy nähdä jatkuvasti vaivaa tai menestys voi olla hetkessä ohi.

Ovatko kauneusvloggaajat jäävi taho kosmeettisten toimenpiteiden oikeuttamiseen, sillä he pyrkivät videoidensa avulla saamaan lisää kulttuurista ja taloudellista pääomaa? Banet-Weiser (2017, 275) huomauttaa kasvojen ja kehon muokkaamisen olevan vaihtokauppa materiaalisesta korvauksesta. Kauneusvloggaajat suosittelevat videoilla kauneushoitoloita, joissa ovat itse käyneet. Vaikka videot eivät ole vloggaajien kertoman mukaan sponsoroituja, tulevat vloggaajat todennäköisesti hyötymään toimipaikkojen mainitsemisesta. Aitoa kokemusta ja tietoa jakamalla kauneusvloggaajat rakentavat julkkiksen identiteettiä ja ruumista kasvattaen samalla valta-asemaansa kauneusyhteisössä (Genz 2014, 556). Vloggaajilla on kyky vaikuttaa katsojiensa kulutuskäyttäytymiseen ja tiettyjen tuotteiden suosimiseen, mikä puolestaan houkuttelee brändejä toimimaan yhteistyössä vaikuttajien kanssa (Ladhari ym. 2020).

Kosmeettisista toimenpiteistä avoimesti vloggaavien naisten videoista on syytä kysyä sama mitä Banet-Weiser (2014) kysyi Am I Pretty or Ugly -videoita tekevien tyttöjen itsetuntoa tarkastelevassa tutkimuksessaan: vievätkö videot huomion pois naisiin kohdistuvista ulkonäköodotuksista? Vaikka syyt muokkaukseen nousevat itsestä, uusintavat kauneusvloggaajat ruumiin projektinsa kautta naisia rajoittavaa kauneuskulttuuria (Gimlin 2001, 107). Ahdas kauneusihanne saa aikaan häpeää ja ahdistusta oman ulkonäön riittämättömyydestä. NykYTEknologioiden tarjotessa helpon mahdollisuuden muokkaukseen kauneusihanteiden tarkasteluun ottaminen ja rajoittavuuden tunnustaminen ei houkuttele, vaan päädytään muokkaamaan omaa ulkonäkö ympäristön vaatimusten mukaiseksi. Kosmeettisia toimenpiteitä kuluttavien kauneusvloggaajien omia kokemuksia naisia rajoittavasta kauneuskulttuurista ja ihanteista olisi syytä selvittää avoimen haastattelun keinoin. Tutkielman aineiston luotettavuuteen on vaikuttanut vloggaajien mahdollisuus päättää itse, mistä asioista puhuvat videoillaan. Videoilta ei kuulu vloggaajien ajatukset tai tunteet ajalta ennen kosmeettisten toimenpiteiden ottamista osaksi ruumiin projektiaan ja millainen siihen liittyvä valintaprosessi on ollut.

Rahan käyttäminen itseän voidaan nähdä moraalisesti hyväksyttävänä rakkauden osoittamisena itseään kohtaan (Kinnunen 2008, 54). Tämän käsityksen valossa itsensä hemmottelu ja olon paremmaksi tekeminen omassa kehossaan näyttäytyy oikeutettuna ja kannatettavana vaihtoehtona. Onko rohkea siis se, joka päättää muokata itseään kauneusnormeja vastaavaksi vai se, joka hyväksyy itsensä sellaisena kuin on?

## LÄHTEET

- Askegaard, Søren; Martine, Cardel G. & Roy, Langer. 2002. The Body Consumed: Reflexivity and Cosmetic Surgery. *Psychology & Marketing*, Vol. 19(10), 793–812. doi:10.1002/mar.10038.
- Banet-Weiser, Sarah. 2014. “Am I Pretty or Ugly? Girls and the Market for Self-Esteem.” *Girlhood Studies* Vol. 7(1): 83–101 Berghahn Journals. doi: 10.3167/ghs.2014.070107.
- Banet-Weiser, Sarah. 2017. “‘I’m Beautiful the Way I Am’: Empowerment, Beauty, and Aesthetic Labour.” Teoksessa *Aesthetic Labour: Rethinking Beauty Politics in Neoliberalism*, toimittajat Ana Sofia Elias, Rosalind Gill & C. Scharff, 265–282. Lontoo: Palgrave Macmillan.
- Berryman, Rachel & Kavka, Misha. 2017. “‘I Guess A Lot of People See Me as a Big Sister or a Friend’: the role of intimacy in the celebrification of beauty vloggers.” *Journal of Gender Studies*, Vol. 26(3): 307–320, doi:10.1080/09589236.2017.1288611.
- Bhatia, Aditi. 2018. “Interdiscursive performance in digital professions: The case of YouTube tutorials.” *Journal of Pragmatics*, Vol. 124: 106–120. doi:10.1016/j.pragma.2017.11.0010378.
- Blum, Virginia. 2003. *Flesh Wounds : The Culture of Cosmetic Surgery*. Berkeley: University of California Press.
- Bordo, Susan. 2004. *Unbearable weight: feminism, Western culture, and the body*. Berkeley: University of California Press.
- Budgeon, Shelley. 2003. “Identity as an Embodied Event”. *Body & Society*, Vol. 9(1): 35–55. doi:10.1177/1357034X030091003.
- Burgess, Jean & Green, Joshua. 2009. *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Burkley, Melissa; Burkley, Edward; Stermer, S. Paul; Andrade, Angela; Bell, Angel C. & Curtis, Jessica. 2014. “The Ugly Duckling Effect.” *Social Cognition*, Vol. 32(5): 466–483. doi:10.1521/soco.2014.32.5.466.
- Clarke, Laura H. & Griffin Meredith. 2006. “The body natural and the body unnatural: Beauty work and aging. *Journal of Aging Studies*, Vol. 21, 187–201. doi:10.1016/j.jaging.2006.11.001.

- Cook, Peta S. & Dwyer, Angela. 2017. "No longer raising eyebrows: The contexts and domestication of Botox as a mundane medical and cultural artefact." *Journal of Consumer Culture*, Vol. 17(3), 887–909. doi:10.1177/1469540516634414.
- Davis, Kathy. 1995. *Reshaping the female body : the dilemma of cosmetic surgery*. New York: Routledge.
- Dosekun, Simidele. 2017. "The Risky Business of Postfeminist Beauty." Teoksessa *Aesthetic Labour: Rethinking Beauty Politics in Neoliberalism*, toimittajat Ana Sofia Elias, Rosalind Gill & Christina Scharff, 167–181. Lontoo: Palgrave Macmillan.
- Duffy, Brooke Erin. 2015. "The Labor of Visibility: Gendered Self-Expression in the Social Media Imaginary." *The 16<sup>th</sup> Annual Meeting of the Association of Internet Researchers*. Luettu 4.5.2021, <https://journals.uic.edu/ojs/index.php/spir/article/view/9040/7133>.
- Elias, Ana Sofia & Gill, Rosalind. 2018. "Beauty surveillance: The digital self-monitoring cultures of neoliberalism." *European Journal of Cultural Studies*, Vol. 21(1), 59–77. doi:10.1177/1367549417705604.
- Elias, Ana Sofia; Gill, Rosalind & Scharff, Christina. 2017. "Aesthetic Labour: Beauty Politics in Neoliberalism." Teoksessa *Aesthetic Labour: Rethinking Beauty Politics in Neoliberalism*, toimittajat Ana Sofia Elias, Rosalind Gill & Christina Scharff, 3–50. Lontoo: Palgrave Macmillan.
- Elliot, Anthony. 2010. "'I Want to Look Like That!': Cosmetic Surgery and Celebrity Culture." *Cultural Sociology*, Vol. 5(4): 463–477. doi:10.1177/1749975510391583.
- Gagné, Patricia & McGaughey, Deanne. 2002. "Designing Women: Cultural Hegemony and the Exercise of Power among Women Who Have Undergone Elective Mammoplasty." *Gender & Society*, Vol. 16(6): 814–838. doi:10.1177/089124302237890.
- Genz, Stéphanie. 2015. "My Job is Me: Postfeminist celebrity culture and the gendering of authenticity." *Feminist Media Studies*, Vol. 15(4), 545–561. doi:10.1080/14680777.2014.952758.
- Gill, Rosalind. 2007. "Postfeminist media culture: Elements of a sensibility." *European Journal of Cultural Studies*, Vol. 10(2): 147–166. doi:10.1177/1367549407075898.
- Gimlin, Debra. 2000. "Cosmetic Surgery: Beauty as Commodity." *Qualitative Sociology* Vol. 23: 77–98. doi:10.1023/1005455600571.
- Gimlin, Debra. 2001. *Body Work: Beauty and Self-Image in American Culture*. Berkeley: University of California Press.

- Gimlin, Debra. 2007. "What Is 'Body Work'? A Review of the Literature." *Sociology Compass*. Vol. 1(1): 353–370, doi:10.1111/j.1751-9020.2007.00015.x.
- Haiken, Elizabeth. 1997. *Venus Envy: A History of Cosmetic Surgery*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Heyes, Cressida J. 2008. "NORMALISATION AND THE PSYCHIC LIFE OF COSMETIC SURGERY." *Australian Feminist Studies*, Vol. 22(52): 55–71. doi:10.1080/08164640601145061.
- Holliday, Ruth & Taylor, Jacqueline S. 2006. "Aesthetic surgery as false beauty." *Feminist Theory*, Vol. 7(2):179–195. doi:10.1177/1464700106064418.
- ISAPS. 2020. ISAPS International Survey on Aesthetic/Cosmetic Procedures, performed in 2019. Luettu 13.3.2021, <https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2020/12/Global-Survey-2019.pdf>.
- Kaplan, Dana. 2017. "Beautiful Israeli Girls: Between Being in the Present and Future Unpredictability." Teoksessa *Aesthetic Labour: Rethinking Beauty Politics in Neoliberalism*, toimittajat Ana Sofia Elias, Rosalind Gill & Christina Scharff, 369–384. Lontoo: Palgrave Macmillan.
- Kinnunen, Taina. 2008. *Lihaan leikattu kauneus*. Helsinki: Gaudeamus.
- Krause, Amanda. 2020. "Inside the YouTube beauty community that's turning makeup artists into millionaires." *Insider*. Luettu 12.3.2021, <https://www.insider.com/youtube-beauty-everything-you-need-to-know-jeffree-james-nikkietutorials-2020-3>.
- Kyrölä, Katariina & Harjunen, Hannele. 2017. "Phantom/liminal fat and feminist theories of the body." *Feminist theory*, Vol. 18(2): 99–117. doi:10.1177/1464700117700035.
- Ladhari, Riadh; Massa, Elodie & Skandrani, Hamida. 2020. "YouTube vloggers' popularity and influence: The roles of homophily, emotional attachment, and expertise." *Journal of Retailing and Consumer Services*. Vol. 54: 1–11. doi:10.1016/j.jretconser.2019.102027.
- Lazar, Michelle M. 2017. "Seriously Girly Fun!": Recontextualising Aesthetic Labour as Fun and Play in Cosmetics Advertising." Teoksessa *Aesthetic Labour: Rethinking Beauty Politics in Neoliberalism*, toimittajat Ana Sofia Elias, Rosalind Gill & Christina Scharff, 51–66. Lontoo: Palgrave Macmillan.
- Marwick, Alice E. 2013. *Status update: celebrity, publicity and branding in the social media age*. Yale: University Press.

- McRobbie, Angela. 2015. "Notes on the Perfect." *Australian Feminist Studies*, Vol. 30(83): 3–20. doi:10.1080/08164649.2015.1011485.
- Pekonen, Juho-Pekka. 2021. "Ulkonäkö-paineet etä-puheluissa näkyvät jo kauneus-leikkauksien kysynnässä Yhdysvalloissa." *Helsingin Sanomat*. 25.2.2021. Luettu 9.4.2021, <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000007826855.html>.
- Pitts, Victoria. 2003. *In the Flesh: The Cultural Politics of Body Modification*. New York: Palgrave Macmillan.
- Pitts-Taylor, Victoria. 2007. *Surgery Junkies: Wellness and Pathology in Cosmetic Culture*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Pixability. 2018. *The Digital Beauty Counter: How Beauty Marketers Can Connect With Consumers Through YouTube, Facebook, And Instagram Video*. Beauty Study 2018. Luettu 13.4.2021, [https://4cd6f516swoxc9lfa735xv12-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2018/11/Digital-Beauty-Counter\\_Pixability-2018.pdf](https://4cd6f516swoxc9lfa735xv12-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2018/11/Digital-Beauty-Counter_Pixability-2018.pdf).
- Rettberg, Jill W. 2014. *Seeing Ourselves Through Technology: How We Use Selfies, Blogs and Wearable Devices to See and Shape Ourselves*. Lontoo: Palgrave Macmillan.
- Ringrose, Jessica. 2013. "Are You Sexy, Flirty, or a Slut? Exploring 'Sexualization' and How Teen Girls Perform/Negotiate Digital Sexual Identity on Social Networking Sites." *Teoksessa New Femininities: Postfeminism, Neoliberalism, and Subjectivity*, toimittajat Rosalind Gill & Christina Scharff, 99–116. Basingstoke: Palgrave.
- Rossi, Leena-Maija. 2002. "Esteettisten ideaalien sukupuolipolitiikkaa: mainoskuvat halun, identiteettien ja ihanteiden tuottajina." *Teoksessa Kauneuden sukupuoli*, toimittajat Pauline von Bonsdorff & Anita Seppä, 107–131. Helsinki: Gaudeamus.
- Rountree, Melissa M. & Davis, Lenita. 2011. "A Dimensional Qualitative Research Approach to Understanding Medically Unnecessary Aesthetic Surgery". *Psychology & Marketing*, Vol. 28(10): 1027–1043. doi:10.1002/mar.20426.
- Shilling, Chris. 2005. *The Body in Culture, Technology and Society*. Lontoo: Thousand Oaks.
- Shilling, Chris. 2010. "Physical capital and situated action: a new direction for corporeal sociology." *British Journal of Sociology of Education*, Vol. 25(4): 473–487. doi:10.1080/0142569042000236961.
- Shilling, Chris. 2012. *The Body & Social Theory*. Kolmas painos. Lontoo: SAGE Publication.

- Staniec-Januszek, Ewa. 2019. "Applications of modern biotechnology from a perspective of body as a project." *Rozprawy Społeczne*, Vol. 13(2): 129–141. doi:10.29316/rs/113320.
- Suomen Plastiikkakirurgiyhdistys. 2018a. "Korjaava kirurgia." Luettu 13.3.2021, <https://suomenplastiikkakirurgiyhdistys.fi/potilaille-2/korjaava-kirurgia/>.
- Suomen Plastiikkakirurgiyhdistys. 2018b. "Esteettinen kirurgia." Luettu 13.3.2021, <https://suomenplastiikkakirurgiyhdistys.fi/potilaille-2/esteettinen-kirurgia/>.
- Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli. 2018. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Turtiainen, Riikka & Östman, Sari. 2015. "Verkkotutkimuksen eettiset haasteet: Armi ja anoreksia." Teoksessa *Otteita verkosta: Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät*, toimittajat Salla-Maaria Laaksonen, Janne Matikainen & Minttu Tikka, 48–64. Tampere: Vastapaino.
- Tyner, Keila Elizabeth. 2008. *Cosmetic technologies of the body: an exploration of self and identity through the consumption of nonsurgical cosmetic procedures*. Retrospective Theses and Dissertations. Iowa State University: Digital Repository. doi:10.31274/rtd-180813-16926.
- Wegenstein, Bernadette. 2012. *The Cosmetic Gaze : Body Modification and the Construction of Beauty*. Cambridge: The MIT Press.
- Weinzimmer, Lauren M. 2018. *Online and In the Spotlight: A Critical Analysis of The Beauty Vlogger*. Filosofian väitöskirja, University of Minnesota.
- Willberg, Ulla. 2018. "Nuoretkin käyvät kauneusleikkauksissa." Lapsen Maailma -sivusto. Luettu 20.3.2021, <https://lapsenmaailma.fi/teemat/terveys/nuoretkin-kayvat-kauneusleikkauksissa/>.
- Wolf, Naomi. 1991. *Kauneuden myytti*. Helsinki: Kirjayhtymä Oy.
- Ylöstalo, Hanna; Anttila, Anu-Hanna; Berg, Päivi & Härmä, Vuokko. 2018. "Uuden työn joustavat ruumiit." *Työelämän tutkimus*. Vol. 16(2): 113–125.