

Median adonikset – miehen representaatiot iltapäivälehtien seksiaiheisissa
artikkeleissa

Oona Mynttinen
Kandidaatintutkielma
Journalistiikka
Kevät 2020
Kieli- ja viestintätieteiden laitos
Jyväskylän yliopisto

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

| | |
|---|-------------------------------------|
| Tiedekunta – Faculty | Laitos – Department |
| Humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta | Kieli- ja viestintätieteiden laitos |
| Tekijä – Author | |
| Oona Mynttinen | |
| Työn nimi – Title | |
| Median adonikset – miehen representaatiot iltapäivälehtien seksiaiheisissa artikkeleissa | |
| Oppiaine – Subject | Työn laji – Level |
| Journalistiikka | Kandidaatintutkielma |
| Aika – Month and year | Sivumäärä – Number of pages |
| Helmikuu 2020 | 31 sivua + liitteet (1 sivu) |
| Tiivistelmä – Abstract | |
| <p>Tässä tutkielmassa kuvataan, millaisten diskurssien avulla miestä representoidaan suomalaisten iltapäivälehtien seksiaiheisissa artikkeleissa. Tavoitteena on analysoida esiin nousevaa maskuliinisuutta. Lisäksi tarkastellaan, kuka miehestä puhuu ja ylläpitävätkö vai haastavatko iltapäivälehdet yhteiskunnallisia valtarakenteita.</p> <p>Aineisto koostuu kahdeksasta artikkelista, joista neljä on Iltalehden ja neljä Ilta-Sanomien. Aineistoa analysoidaan kriittisen diskurssianalyysin menetelmin ja toistuvia puhetapoja pyritään kuvaamaan.</p> <p>Aineistosta nousi esille neljä diskurssia: <i>aina himokas mies</i>, <i>tunteeton mies</i>, <i>uusi mies</i> ja <i>itsevarma seksikone</i>. Artikkeleissa toistuu maskuliinisuuden vallitsevat piirteet eli halu harrastaa seksiä, itsevarmuus ja tunteettomuus. Miehen seksuaalisuus nähdään lähes poikkeuksetta myönteisenä asiana. Naiset ylläpitävät näitä diskurseja enemmän kuin miehet. Iltapäivälehdet eivät haasta vallitsevaa maskuliinisuutta, vaikka niillä olisi siihen mahdollisuus. Muutosta on havaittavissa, mutta sekin tapahtuu olemassa olevien diskurssien puitteissa.</p> | |
| Asiasanat – Keywords | |
| representaatio, maskuliinisuus, seksuaalisuus, iltapäivälehdet | |
| Säilytyspaikka – Depository | |
| Jyväskylän yliopisto, Kieli- ja viestintätieteiden laitos | |
| Ohjaaja – Supervisor | |
| Mikko Villi | |

Sisällys

| | |
|--|----|
| 1 Johdanto..... | 1 |
| 2 Miesihanteen lähtökohdat ja tutkimuksen viitekehys | 3 |
| 2.1 Aiempi tutkimus | 3 |
| 2.2 Representaatio ja diskurssi | 4 |
| 3 Mies..... | 6 |
| 3.1 Maskuliininen ylivalta | 6 |
| 3.2 Maskuliinisuus suhteessa seksuaalisuuteen | 7 |
| 3.3 Media seksuaalisuuden leikkikenttänä | 8 |
| 4 Tutkimusaineisto ja -menetelmät | 10 |
| 4.1 Aineiston rajaus | 11 |
| 4.2 Diskurssianalyysi tutkimusmetodina | 11 |
| 5 Analyysi..... | 14 |
| 5.1 Aina himokas mies | 14 |
| 5.2 Tunteeton mies..... | 16 |
| 5.3 Uusi mies | 18 |
| 5.4 Itsevarma seksikone..... | 19 |
| 6 Johtopäätökset | 21 |
| 7 Lopuksi..... | 25 |
| 7.1 Tutkimuksen reflektointi | 25 |
| 7.2 Mies kaipaa jatkotutkimusta | 26 |
| Kirjallisuus | 27 |

1 Johdanto

“...Ihanalla tavalla elämme aikakautta, jossa seksuaalisuus tai seksuaalinen vapautuminen on lähtenyt liikkeelle oikein ryöpsähtämällä, mutta sitten mä väitän, että iso kivipyörä tässä on miehen seksuaalisuus ja sen äärellä oleminen...” (Himocast 38/2019)

Mies haluaa muuttua. Feministiset liikkeet ja tasa-arvokysymykset ovat nostaneet sukupuoliroolit julkiseen keskusteluun, mutta keskustelun pääpuheenaihe on usein naisen rooli, kun esimerkiksi naisen seksuaalisesta vapautumisesta on puhuttu. Samaan aikaan miehet ovat kyselleet, miksi miehen rooli eli stereotyyppinen maskuliinisuus ei muutu modernisoituvassa yhteiskunnassa. (Julkunen 2012, 37–38.) Maskuliinisuus eli miesihanne onkin nähty ongelmallisena. Oletus seksuaalisesti aktiivisesta, väkivaltaisesta ja sulkeutuneesta sukupuolesta on luonut paineita miehelle (esim. Julkunen 2012).

Naisen on ajateltu olevan seksuaalisesti passiivinen. Miehellä taas on ollut valtaa (esim. DeFrancisco 1997; Karkulehto 2011), ja enemmän vapauksia (ks. Gardiner 2005). Näen miehen roolin kuitenkin vähintään yhtä ahtaana kuin naisen, sillä miehen on odotettu käyttäytyvän seksuaalisesti tietyllä tavalla. Ihanteet ja oletukset miehen vallasta näkyvät yhteiskunnassa ja mediassa, sillä samaan aikaan kun naisille tarjotaan tukea naistenlehdissä, miehille suunnattuja lehtiä harvoin näkee. Puutoksen myötä miehen seksuaalisuudesta kirjoitetaan vähemmän kuin naisen, jolloin miehen seksuaalinen vapautuminen ja ihanteen muuttaminen voikin olla haastavaa.

Media onkin otollinen paikka, jossa miesihanteita esitetään. (Karkulehto 2011, 28–29.) Medialla on valtaa luoda ja määritellä yhteiskunnallisen keskustelun puheenaiheita sekä vaikutus rakentaa identiteettejä ja käsityksiä todellisuudesta. (Seppänen & Väliaverron 2017, 170). Koska tiedotusvälineillä on valtaa siihen, mitä julkisessa keskustelussa käydään ja mitä ei, median sanotaan muokkaavan näkemyksiä myös sukupuolesta (Kroløkke & Sørensen 2006). Siksi näen median kiinnostavana tutkimuskohteena.

Tämän tutkimuksen lähtökohtana on kuvata, miten mies esitetään mediassa ja millainen maskuliinisuus on vallitsevaa. Valikoin aineistokseni Iltalehden ja Ilta-Sanomien seksiaiheiset artikkelit, koska lehdet ovat Suomen tavoitetuimmat mediat (FIAM 2019) ja koska lehdet julkaisevat sisältönsä ilmaiseksi. Kolmas peruste rajaukselle on, että näissä medioissa on erilliset lifestyle-tyyliset osastot seksille.

Tavoitteideni pohjalta tutkimuskysymyksiksi muodostui:

1. Millaisten diskurssien kautta miehen seksuaalisuutta representoidaan iltapäivälehdissä?
2. Millainen maskuliinisuus nousee hallitsevaan asemaan?

Pystyäkseni vastaamaan tutkimuskysymyksiini kattavasti käyn aineistoa läpi seuraavien apukysymysten avulla: miten miehestä puhutaan ja kuka miehestä puhuu? Entä uusintavatko vai haastavatko iltapäivälehdet yhteiskunnassa vallitsevaa maskuliinisuutta?

Voin nähdä kaksi merkittävää ilmiötä, jotka ovat vaikuttaneet tutkimusaiheeni ajankohtaisuuteen ja yhteiskunnalliseen merkitykseen. Ensimmäisenä pidän vuoden 2017 lokakuussa alkanutta #metoo-ilmiötä. Kyseessä on aihetunniste, joka nousi pinnalle sosiaalisessa mediassa, mutta joka kasvoi julkiseksi keskusteluksi seksuaalisesta ahdistelusta. Keskusteluissa toistuu usein sama asetelma, jossa mies on ahdistelija ja nainen kohde. #metoo-ilmiö on nostanut pöydälle miehen seksuaalisuuden, jota on kuvittanut valta ja väkivalta (esim. Julkunen 2012), ja antanut toivoa valtarakenteiden muuttumisesta ja uudesta kehityskulusta.

Toinen ilmiö, jonka koen vaikuttavan tutkimukseeni, on seksiposiitivisuus eli seksuaalinen vapautuminen. 2010-luvulla trendiksi nousseessa seksiposiitiivisessa kulttuurissa pääosin naiset, mutta myös miehet, ovat uskaltaneet tuoda esille omaa seksuaalisuuttaan tai haluttomuuttaan. Seksiposiitivisuudelle on vaikea löytää yhtä lähtöpistettä, mutta Helsingin Sanomat kirjoitti Nyt-liitteessä vuonna 2017 ilmiön alkaneen jo 1960-luvulla (Riikonen 2017). Seksiposiitivisuus näkyy blogeissa, sosiaalisessa mediassa, podcasteissa ja ajankohtaisohjelmissä. Keskustelun yhteydessä on huomattu, että miehen seksuaalisuus ei olekaan niin vapautunutta kuin sen on ehkä oletettu olevan (ks. esim. Merelä & Janakka 2019; Salmi 2018; 2019). Tutkin ongelmallista mieskuvaa ja analysoin valtarakenteita kriittisen diskurssianalyysin keinoin, mistä kerron tarkemmin luvussa 4.

Näen ristiriidan mainitsemieni ilmiöiden ja muutoshaluisen miehen välillä. Iltapäivälehdet ovat suurennuslasini alla, kun analysoin miesihanteita suomalaisessa mediassa. Haluan tutkia, onko mies tosiaankin muuttumassa ja jos on, millä ja kenen ehdoilla muutos tapahtuu.

2 Miesihanteen lähtökohdat ja tutkimuksen viitekehys

Tutkimukseni teoreettinen kulmakivi rakentuu miestutkimuksen ja feministisen mediatutkimuksen varaan. Seuraavaksi taustoitan lähtökohtiani ja erittelen aikaisempaa tutkimusta. Luvun lopussa määrittelen representaation ja diskurssin käsitteet. Sivuan mediarepresentaatiota ja mediakentän vaikutusvaltaa sukupuolidiskurssien esittäjänä, mutta paneudun asiaan tarkemmin luvussa 3.3.

2.1 Aiempi tutkimus

Tutkimukseni keskeisin tausta on miestutkimus. Miestutkimus tarkastelee kriittisesti sukupuoli- jaottelua ja tutkii sukupuolen merkityksiä (Jokinen, Ahlbäck & Kinnarinen 2012, 173). Miestutkimus on varsin uusi tieteenala ja sen voidaan nähdä kehittyneen akateemiseksi 1970-luvulla (mt.). Kansainvälisesti miesliike alkoi 1960–70-luvuilla Yhdysvalloissa feministien kritisoidessa patriarkaattia eli miehen ylivaltaa. Samaan aikaan homoliike toi esille miesroolin ahtauden ja seksuaalisuuden merkityksen identiteetille. (Jokinen, Ahlbäck & Kinnarinen 2012, 172–173.) Suomalaisen miestutkimuksen yhdeksi polttopisteeksi on muodostunut sodan ja väkivallan tutkimus, mikä johtuu sodan merkityksestä suomalaisen kulttuuriin (mts. 180). Käytän apunani feminististä mediatutkimusta, sillä miestutkimus on vasta alkutekijöissä, eikä se täten ole tarpeeksi kattavaa (mt.). Feministisessä mediatutkimuksessa tarkastellaan, miten sukupuoli ja sen merkitys muodostuvat median koneistossa kuluttajalle. Feminististä mediatutkimusta ei voi kutsua yhtenäiseksi tieteenhaaraksi, vaan se nähdään näkökulmana. (Mäkelä, Puustinen & Ruoho 2006, 7.)

Keskeistä feministisessä mediatutkimuksessa on pohtia journalismin luonteen ja käytännön kohtaamista sekä ihanteen ja toteutuksen välistä ristiriitaa. Tutkimus tarkastelee, mitä journalistisia tavoitteita toimituksilla on, ja miten esimerkiksi miesten ja naisten väliset uutisarvot eroavat toisistaan tai miten esimerkiksi lopputuloksessa näkyy, että miestoimittaja on kirjoittanut tekstin mieslukijalle. (Halonen 2007, 115.) Feministinen mediatutkimus käsittelee kysymyksiä sukupuolen näkökulmasta: onko olemassa naisjournalismia, jossa naiset tuottavat sisältöä toisilleen, entä pitäisikö sellaista olla? Naisnäkökulmasta journalismissa nähdään naisia alistavia käytäntöjä. Nainen on esimerkiksi usein sivuroolissa niin tuotannossa kuin lopputuloksessakin. (Halonen 2007, 118.) Näitä samoja kysymyksiä sovellan tutkimuksessani, jossa pohdin juuri miehen roolia ja sitä, kenelle sisällöt ovat tuotettu.

Miestä on tarkasteltu aiemminkin median näkökulmasta. Teresa de Lauretis (1980) on tutkinut elokuvien sukupuolidiskursseja 1980-luvulla, ja Paasonen (esim. 2005) on tutkinut pornon vaikutuksia sukupuolittumiseen mediassa. Porno on yleinen tutkimuskohde ja tuloksista on selvinnyt, että naiset eivät saa olla uteliaita omaa tai miesten seksuaalisuutta kohtaan (Laine 2005, 238–239). Nainen on myös usein alistetussa asemassa mieheen nähden (mts. 237). Queer-tutkimus on tarkastellut homoseksuaaleja miehiä mediassa. Karkulehto (2011, 168–170) toteaa, että homoseksuaaleja miehiä nähdään mediassa, mutta se tapahtuu heteroseksuaalien kustannuksella. Homous on usein salattavaa ja sille pitää hakea hyväksyntää (mt.).

Lisäksi tutkimusta on tehty muun muassa musiikkivideoista ja niissä esiintyvistä seksismistä ja patriarkaatin ylläpitämisestä (ks. Lewis 1990) sekä mainoksien sukupuolidiskursseista (ks. Goffman 1979). Aikaisempi tutkimus tarjoaa median luomaa mieskuvausta, mutta seksuaalisuus on harvemmin tutkimusten keskiössä. Kuten aikaisemmin todettu, kun miehen seksuaalisuutta tutkitaan, se tapahtuu usein pornon kautta (esim. Karkulehto 2011; Nikunen 2006). Porno, kuten muukin miestä ja maskuliinisuutta koskeva tutkimus, keskittyy usein miehen (väki)valtaan (esim. Karkulehto 2011). Näitä näkökulmia hyödyntämällä voin löytää yhteyden mediatutkimuksen ja miestutkimuksen välillä, ja tarkastella tuloksiani aiemman tutkimuksen avulla.

2.2 Representaatio ja diskurssi

Representaatio ja diskurssi voidaan joskus nähdä hyvin samaa tarkoittavina asioina, joten tutkielman selkeyden kannalta määrittelen molemmat käsitteet. Hallin (1997) määritelmän mukaan representaatio tarkoittaa merkityksellisten asioiden esittämistä tai sanoittamista kielen avulla. Hänen mukaansa representaatio on tärkeä osa prosessia, jossa merkitys luodaan ja jaetaan. Selvemmin sanottuna representaatio on esitys tai kuvaus jostain todellisesta. Se ei vain toisinnasta todellisuutta, vaan myös edustaa olemassa olevaa ja luo uusia esityksiä. Representaatiossa on aina kyse siitä, mitä kuvaukseen on otettu mukaan ja mitä siitä on jätetty pois. Asioiden esittäminen tärkeysjärjestyksessä ja asioiden esittäminen suoraan sekä epäsuoraan kuuluvat oleellisesti representaatioon. (Fairclough 1997, 136.)

Representaatiossa käytetty kieli ei ole aina puhuttua tai kirjoitettua, mutta se toimii kaiken ajattelun, ilmaisun ja tunteiden taustalla (Hall 1997, 4–6). Tutkimukseni keskittyy teksteissä esiintyviin representaatioihin. Hall (1997) esittää kaksi rakenteellista lähestymistapaa representaatioon: semioottisen ja diskursiivisen. Semioottinen pohtii, kuinka kieli luo merkityksiä, kun taas

diskursiivinen keskittyy representaation vaikutuksiin ja seurauksiin (mt.). Sekä semioottinen että diskursiivinen lähestymistapa ovat tutkimukseni kannalta oleellisia, sillä tutkin, millaisia merkityksiä esitykset luovat miehistä ja minkälaisia seurauksia niillä on.

Mediassa esiintyvistä representaatiosta puhutaan mediarepresentaationa. Mediarepresentaation lähtökohtana on ajatus, että länsimaisen median tuottamat esitykset eli representaatiot muokkaavat identiteettejä. Näitä muokkausprosesseja voi tapahtua useita samanaikaisesti. Esimerkiksi sukupuoli ja seksuaalisuus linkittyvät toisiinsa ja vaikuttavat keskenään siihen, millaisia identiteettejä niistä voi muodostua median kautta. (Karkulehto 2011, 36–37.) Medialla onkin suuri vaikutusvalta jokapäiväiseen elämäämme. Karkulehdon (2011) mukaan median representaatiot vaikuttavat ihanteisiin, unelmiin, maailmankuvaan ja arvoihin. Media ei siis vain muokkaa, vaan myös rakentaa identiteettejä (mm. Fairclough 1997; Hall 1997; Karkulehto 2011). Mediarepresentaatioita tutkittaessa pohditaan, millaisia merkityksiä media ja sen representaatiot tuottavat. Ihmiset kuvataan mediassa tietyssä asemassa, joten mediarepresentaatioita tarkastelemalla voidaan nähdä, millaisia asioita esimerkiksi mieskuva edustaa mediassa. (Karkulehto 2011, 37.)

Diskurssi on kaikessa yksinkertaisuudessaan puhe- ja ilmaisutapa. Diskurssi on representaatiota laajempi ja kulttuurisesti jaettu yleinen merkityksellistämisen tapa, joka antaa muodon esitetyille asioille (Jokinen 2000, 110). Voikin todeta, että diskurssi on se tapa, jolla tietty kulttuurisesti hyväksytty käytäntö representoidaan eli esitetään. Diskurssin käsitettä käytetään siis suhteellisen vakiintuneista puhetavoista. Esimerkiksi maskuliinisuudesta ja vallasta puhutaan usein samassa yhteydessä. Puhetavat ovat aina kontekstisidonnaisia ja osa sosiaalista toimintaa esimerkiksi medialla on omat kielenkäytön tapansa. (Seppänen & Väliaverron 2017, 103.) Myös Fairclough (1997) käsittää diskurssin kielenkäytön tavaksi, joka edustaa ja rakentaa tiettyä maailmankuvaa. Käytänkin diskurssin käsitettä representaation rinnalla silloin, kun puhun kielenkäytöstä tai hyväksytystä puhetavasta.

Diskurssia on syytä tarkastella kriittisesti, sillä se tuo esiin vain tietyt näkökulmat ja jättää muut pois (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 53–56). Kuten aiemmin on mainittu, merkitykset ovat ymmärrettävissä vain suhteessa kontekstiin (mp.). Pyrin laadullisessa tutkimuksessa (luvut 4.2 ja 5) säilyttämään kontekstin, jossa aineisto on kerätty, ja tuomaan esille oman kontekstini, jossa olen tulkinnat tehnyt.

3 Mies

Sukupuolella on merkitystä. Sukupuoleen liittyy aina odotuksia, ja nämä valmiit oletukset vaikuttavat ihmisiin ja heidän valintoihinsa. (Onwen-Huma 2012, 55.) Sukupuoli on kaikkialla, myös mediassa, eikä siis ihmeekään, että sillä on merkitystä jokapäiväisessä elämässä. Yhdysvaltalainen antropologi Gayle Rubin esitteli vuonna 1975 myöhemmin vallitsevaksi tulleen sex/gender system -käsitteen, jonka mukaan sukupuoli voidaan määrittää biologisesti ja sosiaalisesti (Liljeström 2004, 113). Biologinen sukupuoli (sex) viittaa puhtaasti biologisiin ominaisuuksiin, kuten sukupuolielimiin. Sosiaalinen sukupuoli (gender) viittaa sosiaalisiin ja kulttuurisiin rakenteisiin, joiden avulla sukupuoli muodostuu. Shapiro on kiteyttänyt käsitteiden käytön vuonna 1981:

”Käyttäisin käsitettä ”biologinen sukupuoli” (sex) vain silloin, kun haluaisin puhua miesten ja naisten välisistä biologisista eroista erittäin täsmällisesti. ”Sosiaalisen sukupuolen” (gender) käsitettä käyttäisin taas kaikissa muissa tilanteissa, kun haluaisin viitata niihin sosiaalisiin, kulttuurisiin ja psykologisiin rakenteisiin, jotka on tuotettu biologisten erojen pohjalta.” (Shapiro 1981, 449)

Tutkimuksessani jako miehiin ja naisiin perustuu biologiaan, sillä aineistossa esiintyy vain nämä kaksi sukupuolta. Tutkielmassani keskeistä on vain miessukupuoli, mutta en voi poissulkea naissukupuolta, sillä sukupuolista puhutaan usein yhdessä. Miesihannetta eli maskuliinisuutta tarkasteltaessa noudatan Shapiroin ohjetta.

Mies-sanan rinnalla käytetään usein termejä mieheys, miehisuus ja maskuliinisuus. Termit *mies* ja *mieheys* liittyvät biologiaan, jossa mies määritellään sukupuolielimien mukaan (esim. Jokinen 2000). *Maskuliinisuudessa* ja *miehisyydessä* on kyse kulttuuris-sosiaalisista arvoista ja odotuksista, joita miehet ovat yhdistäneet miehenä olemisen ideaan (Jokinen 2017, 128–129). Käytän tutkielmassani mies-termiä, kun puhun miehestä sukupuolena ja maskuliinisuus-termiä, kun puhun siitä ihanteesta, esitetystä ajatuksesta, jossa mies representoidaan mediassa. Tähän ihanteeseen lukeutuu myös seksuaalisuus, jota avaam enemmän luvussa 3.2. Maskuliinisuus pitää myös sisällään muutaman alakäsitteen, joista kerron seuraavaksi.

3.1 Maskuliininen ylivalta

Länsimaisessa kulttuurissa maskuliinisuus perustuu valtaan. Tämä yleisesti jaettu käsitys maskuliinisuudesta näkyy myös seksissä. (Cameron 1997; Palerm Marí & Thomson Salo 2013.) Gardinerin (2005) mukaan useimmat mielikuvat maskuliinisuudesta ovat stereotyyppisiä siitä, millainen miehen kuuluisi olla. Maskuliinisuudella on vaikutus miehiin, sillä he muokkaavat omia

seksuaalisia käsityksiään ja fantasioitaan odotusten mukaisiksi (Jokinen 2000). Koska maskuliinisuudella on oma puhetapansa, diskurssi, näitä diskursseissa tuotettuja representaatioita on mahdollista tarkastella (mts. 119). Miesihanne eli maskuliinisuuden diskurssi voidaan jakaa odotuksiin. Länsimaisessa kulttuurissa odotuksiin kuuluu, että mies on heteroseksuaali ja seksuaalisesti aina valmiina toimintaan. (mts. 210.) Tutkimuksessani on keskeistä näiden puhetapojen analysointi.

Yksi maskuliinisuuden muodoista on 1980-luvulla kehittynyt miestutkimuksen keskeinen käsite *hegemoninen maskuliinisuus*. Hegemonisen maskuliinisuuden käsite selittää mieheen kohdistuvia patriarkaalisia paineita ja pohtii, miten kulttuurisesti ihannoitu maskuliinisuus on hallitsevassa asemassa tietyssä historiallisessa ajassa. (Jokinen, Ahlbäck & Kinnarinen 2012, 174.) Käsitettä on kritisoitu epäselvänä, sillä sen määritelmä on hyvin samankaltainen maskuliinisuuden käsitteen kanssa (Jokinen 2000, 213–214). Käsitteen olemassaolo on hyvä tiedostaa, sillä se kuvaa nimellisesti hyvin miehen ylivaltaa.

Hegemonisen maskuliinisuuden lisäksi voidaan puhua *kulttuurisesta maskuliinisuudesta*, joka tarkoittaa tietyssä kulttuurissa hyväksytyä tapaa olla mies (Jokinen 2000, 213). Kulttuurinen maskuliinisuus kertoo, miten miehen kuuluisi tuntea tai harrastaa seksiä (mp.). Nämä kaksi maskuliinisuuden alakäsitettä keskittyvät siihen, millainen miehen kuuluu olla. Puhun tutkielmassani yleisesti maskuliinisuudesta, sillä se pitää sisällään hegemonisen ja kulttuurisen maskuliinisuuden käsitteet. Jokisen (2000, 229) mukaan maskuliinisuuden kannalta miehen määrittelevin ruumiinosa on penis, jonka kulttuurinen merkitys on valtaisa. Penis symboloi kaikkea maskuliinisuuteen yhdistettyä ylivertaisuutta ja valtaa. (mp.) Vaikka yleisesti miehet uusintavat miesihannetta, naisilla on vaikutus maskuliinisuuden rakentumiseen. Naiset kannattavat tiettyjä ihanteita ja odotuksia, jotka kohdistuvat miehiin, ja väheksyvät toisia piirteitä. (Hearn 2014.)

3.2 Maskuliinisuus suhteessa seksuaalisuuteen

Maskuliinisuuden yhtenä tärkeänä piirteenä on pidetty seksuaalisuutta (Palerm Marí & Thomson Salo 2013). Filosofin Michel Foucault'n ajattelussa seksuaalisuus on suhteessa valtaan ja identiteettiin, ja se näyttäytyy puhumisen ja ajattelemisen diskurssien avulla. Nämä diskurssit määräävät, miten miehen tulisi määritellä ja kokea sukupuoli ja seksuaalisuus. (Karkulehto 2011, 18–19.) Seksuaalista halua on siis pidetty maskuliinisena eikä feministisenä piirteenä, mutta se kyseenalaistettiin jo 1800-luvulla (Lappalainen 2004, 215). Vaikka naiset ovat saaneet oikeuden seksuaaliseen nautintoon,

miestä on totuttu pitämään eräänlaisena seksikoneena, jota seksuaalinen halu ajaa eteenpäin (Plummer 2005).

Vaikka seksi on maskuliinisuuden kannalta tärkeä asia, seksi ei ole itsestään selvä tai automaattinen asia miehelle. Palerm Marí ja Thomson Salo (2013) ovat tutkineet, että seksi on miehen tapa osoittaa rakkautta. Samoja tuloksia kertoo vuoden 1982 Hite-raportti (Hite 1982). Kroløken ja Sørensenin (2006, 105) mukaan Cameronin (1997) tutkimus miesten käyttäytymisestä suljetuissa tilanteissa, joissa on vain miehiä, havaitsi muuttuvaa diskurssia. Tuloksista selviää, että miehet ylläpitävät edelleen hegemonista maskuliinisuutta ja heteroseksuaalisuutta, sekä välttävät henkilökohtaisia puheenaiheita, mutta puhuvat aiempaa avoimemmin asioista. Tuloksissa nousee esiin myös miehen haavoittuvaisuus.

3.3 Media seksuaalisuuden leikkikenttänä

Media on keskeinen osa kulttuuria, jossa rakennetaan käsitystä sukupuolesta. Mäkelä, Puustinen ja Ruoho (2006, 7–8) näkevät median estradina, jossa sukupuolia rakennetaan ja todennetaan. Heidän ajatustaan mukaillen voidaan ajatella, että se, millä tavalla maskuliinisuus kuvataan mediassa, näkyy arjessa siinä, mitä pidämme miehelle sopivana käytöksenä. Mediasta ja seksuaalisuudesta puhutaan usein samassa yhteydessä pornon ja eroottisen kirjallisuuden kanssa. Nikusen (2006, 133) mukaan porno kuvaillaan miehen ylivallassa, jossa mies toimii omien ehtojensa mukaan ja ilmaisee toimintansa avulla seksuaalista valtaa. Toisaalta median välityksellä toimivat seksuaalisuuteen liittyvät neuvonta- ja tukipalvelut, kuten raiskauskriisikeskukset (Karkulehto 2011, 35–36). Sitä vastoin mediassa olevista seksuaalisuuteen ja seksiin liittyvistä artikkeleista puhutaan harvemmin. Ne eivät kuitenkaan ole teholtaan yhtään sen heikompia kuin vaikkapa porno, sillä mediatekstit ovat vaikuttamisen väline, jossa miesroolin odotukset ovat esillä. Mediassa tuotetut diskurssit toimivat identiteetin muodostamisessa yhtenä voimakkaana tekijänä. (esim. Karkulehto 2011; Pietikäinen & Mäntynen 2009.)

Mediassa kuvataan seksuaalisuutta runsaasti, sillä se on vahvasti osa länsimaista kulttuuria. Usein kuulee sanottavan, että seksi myy. Fraasi on hyvin paikkaansa pitävä ja mediat käyttävät sitä hyödykseen sisällöntuotannossa. (Karkulehto 2011; Kivioja 2007.) Media muokkaa seksuaalisuuden representaatioilla käsityksiä sukupuolesta. Se antaa kuvan siitä, mitkä ovat ”hyviä” tai ”oikeanlaisia” sukupuoliesityksiä. (Karkulehto 2011, 106.) Tämän vuoksi seksuaalisuuden representaatioiden vaikutukset näkyvät myös jokapäiväisessä eletyssä todellisuudessa. (mp.).

On syytä muistaa, että mediassa esillä olevat ihmiset ovat stereotyyppisiä kuvauksia ihmisryhmästä tai sukupuolen edustajasta. Mediarepresentaatioihin vaikuttavat yhteiskunnalliset rakenteet. Media ei vain esitä näitä representaatioita, vaan vaikuttaa rakenteisiin. Valtarakenteiden ja stereotyyppien takia media näyttää tietynlaisen kuvan todellisuudesta. Esimerkiksi media on hyvin heteronormatiivinen eli ihmiset ovat kyseenalaistamatta heteroseksuaaleja. Hyvänä esimerkkinä voi pitää televisiosarjoja, joissa nähdään toistuvasti heterosuhteita. (Karkulehto 2011, 40–42) Mutta media on myös ketterä ja se muuttuu nopeasti, jolloin uudet ilmiöt nousevat helposti esille. Media pystyy luomaan uusia ihanteita ja stereotyyppejä, mutta mediakoneiston taustalla säilyvät usein vanhat rakenteet. Tässä voi jälleen käyttää esimerkkinä hetero- ja homoseksuaalisuutta. Vaikka media esittäisi enemmän homopareja, esitystapa on stereotyyppinen ja ylläpitää vanhoja hierarkioita. (Karkulehto 2011, 46–47.) Kiinnitän näihin asioihin huomiota tutkimuksessani, sillä tutkimus- ja apukysymysteni avulla pohdin valtarakenteita ja median luonnetta luoda uusia diskursseja.

4 Tutkimusaineisto ja -menetelmät

Käytän tutkimusaineistoni suomalaisten iltapäivälehtien verkkosivuilla julkaistuja miestä käsitteleviä seksiaiheisia artikkeleita. Aineisto on mahdollisimman tuore, ja se on rajattu ajanjaksolle 1.6.2019–31.8.2019. Rajaus pitää sisällään kesäkuukaudet, sillä iltapäivälehdet teettävät kesällä seksikyselyitä, jotka tuottavat enemmän sisältöä. Kesällä Suomessa ei vietetä sellaisia juhlapyyhiä, esimerkiksi isänpäivää, jotka voisivat vaikuttaa aineistoon.

Rajaan aineistoni kahteen iltapäivälehteen: Iltalehteen ja Ilta-Sanomiin. Lehtien verkkosivut ovat Suomen luetuimmat verkkomediat (FIAM 2019). Internetin käyttäjien määrä on 4 639 000 suomalaista, joista iltapäivälehdet tavoittavat yli 70 prosenttia (FIAM 2019). Voidaan siis olettaa, että tutkimusaineistostani mediasisällöt tavoittavat suomalaiset. Tarkoitukseni ei ole verrata medioita keskenään, vaan rakentaa kokonaiskuvaa näkyvissä olevista representaatioista.

Kiviojan (2007) mukaan iltapäivälehtien tunnuspiirteisiin kuuluu päivän polttaviin puheenaiheisiin tarttuminen, viihteellisyys ja nopeus. Samalla iltapäivälehdet kiinnittävät entistä enemmän huomiota yleisöön ja osallistavat lukijoita. Toisaalta iltapäivälehdet eli keltainen lehdistö on kritiikin kohteena. Kriitikoiden mielestä iltapäivälehdet juoksevat vain lööppien perässä paisutellen ja dramatisoiden uutisia. Iltapäivälehtien määritelmä menee jossain näiden kahden kuvauksen välimaastossa, mutta kiteytettynä keltainen lehdistö liikkuu vakavien uutisten ja viihteellisen ajanvietteen välillä. (Kivioja 2007, 16–17.) Iltapäivälehdet ovat myös tunnettuja viikonloppukansien iltatyöistä. Lauantain lehdissä on totuttu näkemään vähäpukaisia naisia (ks. Kivioja 2004; Saarenmaa 2005). Vaikka iltapäivälehdet ovat siistineet ulkoasuun 2000-luvulla, käsitys seksiä myyvistä iltapäivälehdistä on jäänyt elämään (Kivioja 2004, 69–70).

Iltalehti on suomalainen iltapäivälehti ja verkkopalvelu, ja se kuuluu Alma Media -konserniin. Vuodesta 2018 lehden vastaava päätoimittaja on ollut Erja Yläjärvi. Iltalehti ilmestyy kuutena päivänä viikossa printtinä ja verkossa joka päivä. (Iltalehti 2019.) Se on kävijämääriensä perusteella Suomen toiseksi suosituin verkkosivusto. Verkkosivustolla ja median omassa applikaatiossa vierailee kuukausittain noin 3,5 miljoonaa kävijää (FIAM, tilanne 11/2019). Iltalehti julkaisee artikkelit niille tarkoitetuille osioille verkkosivustollaan. Iltalehdellä on oma lifestyle-tyylinen Rakkaus ja seksi -osasto, jota tarkastelen tässä tutkielmassa. Ongelmalliseksi tarkastelun tekee se, että Iltalehti poisti osion elokuussa 2019 ja tilalle syntyi suhteet-osio (Oksanen 2019). Vanha osio on löydettävissä, joten aineistoni on kerätty vanhasta Rakkaus ja seksi -osastosta. Osa aineistoni

artikkeleista on julkaistu alun perin ennen kesää 2019, mutta olen ottanut ne tarkasteluun sen perusteella, että ne on julkaistu uudelleen rajaamanani ajankohtana.

Ilta-Sanomat on Sanoma-konserniin kuuluva iltapäivälehti. Ilta-Sanomat on lukijamäärältään Suomen suurin digitaalinen media. Ilta-Sanomat saavuttaa kuukausittain noin 3,6 miljoonaa kävijää sisältäen median oman applikaation (FIAM, tilanne 11/2019). Ilta-Sanomat ilmestyy kuutena päivänä viikossa ja verkossa joka päivä. Ilta-Sanomien vastaava päätoimittaja on vuodesta 2019 lähtien ollut Johanna Lahti. (Ilta-Sanomat 2019.) Kuten Iltalehdellä, Ilta-Sanomien verkkosivustolla artikkelit on jaoteltu osastoittain. Tässä tutkielmassa tarkastelen Ilta-Sanomien lifestyle-tyylistä Seksi & Parisuhde -osastoa.

4.1 Aineiston rajaus

Päätin rajata tarkasteltavan aineiston medioiden verkkoartikkeleihin. Rajauskriteeriä perustelen sillä, että verkossa julkaistujen artikkelien merkitys kasvaa jatkuvasti muuttuvassa mediamaisemassa. Kuluttajat löytävät uutiset yhä useammin internetistä. (Rittenberg & Tewksbury 2012.) Mediarajauksen lisäksi aineisto on rajattu seksiaiheisiin artikkeleihin. Kutsun seksiaiheiseksi artikkeliksi juttua, joka on julkaistu joko Rakkaus ja seksi -osastolla tai Seksi & Parisuhde -osastolla. Lisäksi artikkeleissa on aihetunnistin ”seksi”.

Edellä mainittujen rajausten jälkeen aineistoni muotoutui 8 artikkeliin. Jotta pystyn tarkastelemaan tasavertaisesti kahta luetuinta mediaa, poimin molemmista medioista neljä artikkelia. Koen, että aineisto on sopivan rajattu kandidaatintutkielmaan, mutta tarpeeksi kattava, jotta pystyn löytämään toistuvia ajatus- ja esittämistapoja. Tiiviin aineiston ansiosta voin paneutua näihin kriittisen diskurssianalyysin avulla. Analysoitavan aineiston verkkoartikkelit löytyvät liitteestä 1. Aineisto sisältää toimittajan kokoamia lukijalähtöisiä kokemuksia (3), henkilöjuttuja (2) ja listaustyyllisiä artikkeleita (3). Huomioitavaa on, että aineistossa on kaksi samantyylistä ja samaan Kaalimato.comin teettämään kyselyyn pohjautuvaa artikkelia, joista toinen on Iltalehden ja toinen Ilta-Sanomien. Sattumanvaraisesti aineistooni valikoitui vain artikkeleita, jotka on kirjoittanut naistoimittaja. Pyrin tuomaan aineistojen kontekstia paremmin esille analyysivaiheessa, jossa erotan artikkelit toisistaan järjestyslukujen avulla.

4.2 Diskurssianalyysi tutkimusmetodina

Käytän tutkimusmenetelmänä kriittistä diskurssianalyysiä, joka on luonteeltaan laadullista eli kvalitatiivista. Laadullinen tutkimus pyrkii selittämään ja kuvaamaan tutkittavan ilmiön laatua. Tarkoituksena on ymmärtää ihmisten käyttäytymistä ja heidän diskursiivisesti rakentamia merkityksiä. (Pietikäinen & Mäntynen 2009.) Tutkimuksessani olennaista on mieskuvan representoinnin ja sosiaalisten diskurssien tarkastelu. Kriittisen diskurssianalyysin uranuurtaja Norman Fairclough (1997) käsittää diskurssin kielenkäyttötavaksi, joka heijastaa tiettyä maailmankuvaa ja samalla myös rakentaa sitä edelleen.

Maskuliinisuuden diskurssin ja sen rakentumisen kriittinen tarkastelu on paikallaan, sillä diskurssi ylläpitää ongelmallisia rakenteita. Kriittisessä diskurssianalyysissä teksteistä analysoidaan sanatasoja ja kielellisiä muotoja sekä niiden luomia merkityksiä, joissa valtarakenteet ilmenevät ja jotka edelleen rakentavat niitä (Lehti, Haapanen & Kääntä 2018, 6.) Olen kiinnostunut erittelemään aineistosta, millaisia merkityksiä rakentuu, miksi merkitykset rakentuvat ja mitä niistä seuraa. Diskurssianalyysi keskittyy kielenkäytön ja yhteiskunnan suhteeseen (Lehti, Haapanen & Kääntä 2018). Tutkimuksessa ajatellaan, että kielenkäyttö on aina sosiaalista toimintaa. Kriittisessä diskurssianalyysissä kielellä onkin tärkeä rooli. Analyysi keskittyy siihen, miten merkityksiä rakennetaan arjessa sosiaalisesti ja kielellisesti. Kieli muovautuu ja uudistuu alituisesti. Aikaisempia normeja venytetään, jolloin syntyy uudenlaisia kielenkäyttötapoja. Kieli on siis resurssina monitasoinen ja joustava. (mts. 13.)

Välillä on vaikea ymmärtää, että kielenkäytöllä ja vallankäytöllä on suora yhteys. Kieli kuitenkin ylläpitää valtarakenteita, joten voidaan sanoa, että kieli on vallankäytölle elintärkeä. Kriittisellä lähestymistavalla tarkoitetaan juuri kielenkäytön syy- ja seuraussuhteita. (Fairclough 1997, 75.) Kriittinen diskurssianalyysi tarkastelee kahta kielenkäytön näkökulmaa. Ensinnäkin kieli voidaan nähdä yhteiskunnallisena tuotoksena ja toisena kieltä voidaan pitää yhteiskunnallisena vaikuttajana. Kriittinen diskurssianalyysi keskittyy näiden näkökulmien väliseen jännitteeseen. (Fairclough 1997, 76.)

Tarkastelen kieltä ymmärtääkseni yhteiskunnan ja länsimaisen kulttuurin ylläpitämää maskuliinisuuden diskurssia. Tarkastelemalla ympäröivää kulttuuria ja yhteiskuntaa kielen järjestäytymistä voi ymmärtää. Samalla tavalla kieltä tutkimalla opitaan yhteiskunnasta ja kulttuurista tietyssä ajassa ja paikassa. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 13.) Diskurssianalyysin kiinnostuksen kohteena ei ole löytää totuudellisinta representaatiota, vaan niiden merkitykset: millaiset merkitykset ovat vallalla ja millaiset taas ovat marginaalissa. Entä miksi jonkinlaiset representaatiot puuttuvat kokonaan (emt. 13)?

Pohdin kysymyksiä M. A. K. Hallidayn systeemis-funktionaalisen kieliteorian avulla. Oleellista systeemis-funktionaalisisessa kieliteoriassa on ajatus, että kielellä on samanaikaisesti useampia tehtäviä: ideationaalinen, interpersonaalinen ja tekstuaalinen funktio. Ensinnäkin kieli on viestinnän väline. Toisena kielen funktiona pidetään maailman kuvaamista eli representoimista. Kolmantena kielen ajatellaan luovan sosiaalisia suhteita ja identiteettejä. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 14–15.)

Fairclough on soveltanut funktioita median kriittiseen analysoimiseen. Ideationaalinen funktio tarkastelee, miten media representoi yleisesti jaettua todellisuutta. Interpersonaalinen funktio auttaa tunnistamaan mediateksteissä esiintyviä rooleja sekä identiteettejä, ja tekstuaalisen funktion avulla analysoidaan kirjoittajan ja lukijan välistä suhdetta. (Fairclough 1997, 76–80.) Tutkimukseni kannalta ideationaalinen ja interpersonaalinen taso ovat oleellisimmat, sillä keskityn tutkimuksessani miesrepresentaatioiden tunnistamiseen.

5 Analyysi

Aineistosta erottuu neljä diskurssia. Nimitän diskursseja seuraavanlaisesti: aina himokas mies, tunteeton mies, uusi mies ja itsevarma seksikone. Aina himokas mies representoidaan halukkaana ja estottomana. Diskurssissa mies on aina valmis seksiin katsomatta kelloa, paikkaa tai tilannetta. Tunteeton mies -diskurssissa mies ei näe seksiä romanttisena asiana, vaan pikemminkin arkipäiväisenä riittinä. Olennaista on miehen kiinnostus naisen ulkoisiin ominaisuuksiin, eikä tunteilla ole tilaa. Nainen on etäinen ja näyttelee sivuroolia diskurssissa.

Uusi mies on vastakohta tunteeton mies -diskurssille. Uusi mies näyttää tunteita ja voi olla kokematon. Tunteellisuus ja kokemattomuus ovat nähtävissä samassa diskurssissa, sillä tunteet ovat kokemuksen tavoin heikkouden ja epävarmuuden merkki. Itsevarma seksikone -diskurssia luonnehtii miehen ylivoimaisuus. Diskurssissa miehen seksuaalisuutta ja taitoja kuvaillaan värikkäämmiin kuin muissa diskursseissa.

Tunteeton mies -diskurssi on hieman yleisempi kuin muut diskurssit, mutta muuten kaikki neljä diskurssia ilmenevät tasaisen vahvasti artikkeleissa. Lisäksi jokainen aineiston artikkeli on heteronormatiivinen. Artikkelit eivät representoi miestä vain yhdessä diskurssissa, vaan niissä on nähtävissä useampi diskurssi. Neljän diskurssin lisäksi miehen seksuaalisuutta representoidaan fysiologisten piirteiden mukaan, mutta esitys ei ole tarpeeksi yleistä muodostaakseen puhetapaa. Huomionarvoista on myös miesten jako nuoriin kokeilunhaluisiin miehiin ja kaavoihin kangistuneisiin, mutta tunteita näyttäviin vanhempiin miehiin. Käsittelen jakoa uusi mies -diskurssissa ja itsevarma seksikone -diskurssissa.

Seuraavissa alaluvuissa käytän kursiivia kohdissa, joissa viitataan sanatarkasti aineiston artikkeleihin. Tämä kirjoitustapa helpottaa tekstin seuraamista ja suorat lainaukset erottuvat selkeämmin. Tarkoitukseni ei ole verrata miesten ja naisten välisiä seksuaalisia eroja. Sivuan naisen representaatioita vain silloin, kun se on analyysin kannalta oleellista mainita.

5.1 Aina himokas mies

Aina himokkaan miehen pääpiirteisiin kuuluu alituinen halukkuus harrastaa seksiä. Mies on lähes poikkeuksetta valmis seksiin ja ainoaksi esteeksi aineistossa nousee alkoholi, joka voi saada kiinnostuksen laskemaan. Diskurssi vahvistaa miehen seksuaalisuuden alkavan jo nuorena iässä, kun

mies alkaa toistaa kulttuurissa opittuja rooleja. Maskuliininen mies on kiinnostunut seksistä ja pornosta varhaisessa vaiheessa.

Mies pystyy harrastamaan seksiä missä vain. Ilta-Sanomien (3.) artikkeli käsittelee kesäseksiä, ja juttua varten on koottu lukijoiden kokemuksia haluista kesäaikaan. 40-vuotias mies kertoo artikkelissa, että *on ihana rakastella luonnossa*. Estoton mies pystyy rakastella esimerkiksi luonnossa, joka on julkinen paikka. Diskurssi representoi miestä, jonka halut jylläävät, eikä niiden tyydyttämiseen tarvita soveliasta paikkaa. Mies voi sivuuttaa yhteiskunnalliset normit, jos kyseessä ovat seksuaaliset tarpeet. Sen sijaan miehen ja naisen halut eivät aina kohtaa, sillä nainen voi olla haluton.

Haluaisin illalla seksiä ja vaimo ei. Siinä sitten jään ilman. Eikä kerta tai kaksi tai useampikaan haittaa isosti. Mutta noin viidennen torjunnan jälkeen alan kiukustua ja lopulta en edes yritä. Pahimmillaan ollaan oltu kuukausia ilman seksiä. Se on kamalaa ja parisuhde tuntuu täysin arvottomalta, sanoo 51-vuotias mies.

Ilta-Sanomien (4.) artikkelissa miehen ja naisen välille rakennetaan vastakkainasettelu. Toimittaja on valinnut miehen kommentin, ja voi olettaa, että asetelma on lukijalle tuttu. Mies on seksuaalisesti aktiivisempi ja nainen passiivisempi osapuoli. Naisen haluttomuuden syitä ei avata, vaan torjuntaa luonnehditaan loukkauksena. Tämä kuvastaa olemassa olevaa maskuliinisuuden diskurssia, jossa mies tarvitsee seksiä, ja sitä pitäisi myös antaa hänelle. Sanavalinnat *pahimmillaan* ja *kamalaa* kertovat, kuinka tärkeää seksi on miehelle, mikä tukee aikaisempaa väitettä miehen tarpeista. Miehen ajatuksissa seksi on vain arkinen rutiini, eikä siihen välttämättä tarvita tiettyä mielentilaa. Seksi korreloi parisuhdetta, sillä mies pitää parisuhdetta turhana, jos siihen ei kuulu seksiä.

Mies osaa myös ottaa naisen halut huomioon. Oletuksena diskurssissa on, että mies on joka tapauksessa himokas, mutta naisen himot tuovat lisäarvoa. Iltalehden (3.) artikkeli on henkilöjuttu Netta-nimisestä naisesta. Henkilöjuttu kertoo naisen seuraelämästä, lukuisista treffeistä ja seksikumppaneista. Enemmistö artikkelin miehistä pitää naisen aktiivista seksielämää hyvänä asiana, mutta diskurssissa korostuu myös päinvastainen ajattelu.

Kaikissa miehissä oli ehkä neljä miestä, jotka eivät hyväksyneet monia seksikumppaneita. Seksissä kokenut nuori nainen tuntui pelottavan erityisesti Netan kanssa samanikäisiä miehiä.

Miehet voivat pitää naisen seksuaalista aktiivisuutta huonona asiana, eikä tätä maskuliinisuuden diskurssia kyseenalaisteta artikkelissa. Seksuaalisesti aktiivinen nainen nähdään uhkana, ja sen toteaminen voi viitata siihen, että se on yleinen ajattelutapa. Sitä vastoin miehen aktiivista seksielämää ja ainaista halukkuutta ei kyseenalaisteta yhdessäkään aineiston artikkelissa. Uhka-ajattelu selittyy maskuliinisuuden representaatiolla. Miehellä on ylivalta, ja maskuliinisuus on vaakalaudalla, jos nainen toimii kuten mies.

5.2 Tunteeton mies

Artikkeleissa mies esitetään tunteettomana. Myös naisen tunteet ovat toisarvoinen asia, ja miestä kiinnostaa lähinnä vain naisen ulkoiset ominaisuudet. Diskurssi esiintyy kahdella tavalla: tutkimustuloksissa ja naisten kokemuksissa. Tutkimustulokset ovat toteavia, mutta luovat vastakkainasettelun miehen ja naisen välille. Sekä Iltalehden (1.) että Iltä-Sanomien (1.) artikkelit pohjautuvat Kaalimato.comin teettämään seksikyselyyn. Kyselyyn on vastannut 1 000 yli 18-vuotiasta suomalaista. Seksikyselyssä miesten ja naisten mieltymykset on jaoteltu, ja ne eroavat toisistaan. Kyselyn tulokset kertovat miehen kiihottuvan alastomasta vartalosta, yhteisistä suihkuista ja seksikkäistä alusvaatteista. *Miesten seksuaalisissa fantasioissa voi myös korostua yksityiskohtaisemmin eri kehon osat.* Kun miehen visuaalisia fantasioita luonnehditaan artikkelissa, naisten kerrotaan kiihottuvan enemmän esileikistä, johon kuuluu *läsnäolo ja toisen huomioon ottaminen, jota naiset erityisesti arvostavat.* Sanavalinnat voi nähdä latautuneina. Ne pitävät sisällään oletuksen, että miehet eivät arvosta samoja asioita. Miehen välinpitämättömyydestä ei ole viitteitä kyselytuloksissa, mutta rinnastus saa sen vaikuttamaan siltä. Artikkelit uusintaa diskurssia, jossa nainen ajattelee tunteiden kuuluvan seksiin ja jossa mies ei ajattele samoin. Miehen yhteydessä esille ei nouse romantiikka, ja miehen ajatellaan pystyvän tunteettomaan seksiin naista paremmin.

Vastaavanlainen vastakkainasettelu on nähtävissä pornon ja romantiikan välillä. Pornon kerrotaan kiihottavan miehiä enemmän, mikä viittaa jälleen visuaalisiin kiihottimiin. Vastapainoksi naisten kerrotaan kiihottuvan romantiikasta, sitoutumisesta ja tunnemaailmasta. Toimittaja vahvistaa valinnoillaan miehen tunteettomuutta, sillä miehen yhteydessä sitoutumista ei mainita. Tutkimustulosten lisäksi puhetapaa ylläpidetään naisten mielipiteillä. Huomionarvoista on, että naiset saavat paljon palstatilaa seksiaiheisiin artikkeleihin. Aineistoni kahdeksasta artikkelista vain yksi artikkeli on kirjoitettu miehen näkökulmasta. Osa artikkeleista on rakennettu lukijoiden kommenttien varaan, ja niihin on poimittu mieslukijoiden kommentteja. Vaikka naiset saavat paljon tilaa omille mielipiteille, he puhuvat suurimmaksi osaksi miehistä.

Toisin kuin edellisessä diskurssissa maskuliinisuus esitetään kielteisessä valossa. Lukija etäännytetään miehestä, jolloin miehestä on helpompi piirtää negatiivista kuvaa. Iltalehden (2.) artikkelissa mies on vienyt naisen neitsyyden naisen ollessa 13-vuotias. Artikkelin ylläpitää omaa diskurssiaan siitä, että neitsyys on jotain, jonka voi menettää, ja mies esitetään henkilönä, joka on vienyt tämän asian naiselta. Mies kuvataan tuntemattomana ja tunteettomana ottajana. Artikkelissa ei kyseenalaisteta naisen omaa harkintakykyä, vaan vain miehen halu harrastaa seksiä nähdään ongelmallisena.

Olin 15 ja kyseessä oli ensimmäinen poikaystävä. -- Suhteemme kesti kokonaisuudessaan runsaan kuukauden. Pojalla ei ollut itsellä edes kanttia lopettaa "seukkaamistamme". Hän vain alkoi vältellä minua ja myöhemmin kuulin hänen pyörivän toisen tytön kanssa. Jonkin ajan päästä ymmärsin pojan halunneen vain päästä housuihini.

Mies representoidaan henkilönä, joka ei sitoudu tai jos sitoutuu, siinä voi piillä jokin taka-ajatus. Tunteeton mies voi esimerkiksi käyttää naisen tunteita ja parisuhdetta hyväkseen saadakseen seksiä. Iltalehden (4.) artikkelissa nainen luonnehtii miehiä ja kertoo, millainen on hyvä kumppani. Nainen toteaa, että *naimisissa oleva mies on tosi helppo saada sänkyyn*. Vaikka mies on sitoutunut, hän osaa silti olla tunteeton. Sanavalinnalla helppo miehestä muodostuu kuva heikkona ja pettäjänä. Parisuhteessa mies ratkaisee arkiset ongelmat seksillä ja tunteiden välttelemisellä. Kotiin liittyvät jokapäiväiset asiat aiheuttavat helposti päänvaivaa miehelle. Representaatio on hyvin vanhanaikainen ja ylläpitää stereotyyppistä mallia, jossa nainen hoitaa kotiaskareet. Kyseinen ajattelutapa on vanhentunut nykyisessä keskustelussa, ja artikkeleissakin se esiintyy hyvin vähäisenä.

Iltalehden (3.) artikkelissa nainen kertoo seuraelämästään seuraavasti: *päätin, että alan pelata samalla tavalla kuin miehet pelaavat*. Oletuksena on, että miehet pelaavat naisilla tai heidän tunteillaan ja että miehillä on useampia seksikumppaneita. Pelaaminen-sanan käyttö vahvistaa pojat on poikia -fraasia. Vaikka artikkelissa on luultavasti tarkoitus ilmaista, että naiset voivat yhtä lailla harrastaa seksiä monen kanssa ja tapaila useaa ihmistä, virke ylläpitää maskuliinisuuden diskurssia. Se sallii miehen pelata tunteilla. Uudenlaista mieskuvaa on nähtävissä, vaikka yleisesti mies representoidaan kylmänä, pakenijana ja etäisenä. Diskurssi tuo esille vain miehen tarpeet, jolloin nainen on passiivisessa roolissa. Uusi sukupolvi näkee tämän ongelmana, ja nuorten miesten mielestä nainen saa olla osallistuva osapuoli seksissä. Naiselta jopa vaaditaan kokeilunhalua ja aktiivisuutta.

5.3 Uusi mies

Kolmas diskurssi enteilee muutosta. Uusi mies pystyy kokemaan tunteita ja myöntämään kokemattomuutensa, mutta näitä asioita pidetään maskuliinisuuden uhkana. Uusi mies -nimi on hieman ongelmallinen, sillä miehen tunteellisuudessa ei ole mitään uutta (ks. Kroløkke & Sørensen 2006). Diskurssi kuitenkin rikkoo maskuliinisuuden käsitettä ja uudistaa sitä. Uusi mies ottaa kumppaninsa huomioon ja pitää seksiä yhteisenä kokemuksena. Uudistusmielisyyttä heikentää kielteinen sävy, jossa piirteet ovat representoitu.

He olivat avoimia, huumorintajuisia ja spontaaneja. Hyvä seksikumppani on intohimoinen ja itsevarma ja osaa käsitellä toista. Huono seksikumppani ei uskalla kokeilla mitään, on epävarma ja kysyy koko ajan, onko jokin asia ok.

Iltalehden (3.) artikkelissa nainen luonnehtii hyvää ja huonoa seksikumppania. Kehnon seksikumppanin piirteiksi kuvataan kokemattomuus ja epävarmuus. Tekstipätkästä on tulkittavissa, että kumppanin huomioon ottaminen ja kuunteleminen nähdään huonona asiana. Tämä ei välttämättä ole tekstin tarkoitus, mutta rinnastus vahvistaa miehen kontrollia, eikä sitä kyseenalaisteta artikkelissa. Taustaoletus saattaa olla, että miehen ei tarvitse kysyä naisen mieltymyksiä, vaan miehen pitää tietää, mitä hän tekee. Hyvä seksikumppani taas on itsevarma ja tietää, miten kumppania käsitellään. Käsittely-sana tuo mieleen konemaisuuden ja automaation. Mies nähdään kokeneempana osapuolena, ja nainen nähdään passiivisena seksissä. Käsittelen tätä ajattelua enemmän seuraavassa alaluvussa.

Miehen heikkouksiin kuuluu sellaisia stereotyyppisiä piirteitä, jotka usein mielletään naisellisiksi. Näitä ovat muun muassa tarkkuus ja siisteys. Ne nähdään rajoittavina ja epäseksikkäinä tekijöinä. Naiset nousevat aineistossa asiantuntijoiksi. He kertovat, mikä miehessä on vialla ja mikä tekee miehestä epäseksikkään. Miesdiskurssi muuttuu tyystin, kun miehet pääsevät kertomaan itse epävarmuuksistaan. Tätä ei nähdä enää negatiivisessa valossa. Mies pystyy esimerkiksi myöntämään naisen olevan etulyöntiasemassa. Mies voi haluta “sen oikean” ihmisen, eikä vain tuntematonta seksikumppania. Seksi nähdään diskurssissa yhteisenä kahden ihmisen välisenä asiana, johon kuuluu hellyyttä, tunteita ja rytmiä. Miehet tuntuvat kuitenkin tarvitsevan ohjeet siihen.

1. Tietty katse, oikea ihminen
2. Koskettaminen hellästi

3. *Riisuminen yhdessä*
4. *Hyväillään, kukin tyylillään*
5. *Silmiin katsoen*
6. *Sopiva rytmitys ja syvyyden vaihtelevuus*
7. *Suutelu juuri ennen kohtaa kahdeksan*
8. *Silmiin katsominen loppuhuipennuksen aikana*
9. *Suudellaan, rakastetaan ja arvostetaan kumppania*

Kohdat 4–9 toistetaan 45 minuutin kuluttua + aamulla

Liian himoissa mennään koko touhu pikakelauksella ja triplanopeudella.

Ilta-Sanomien (2.) yhdeksän kohdan ohjeet ovat jopa hieman koomiset. Artikkelissa on huomattavissa, että perinteinen miehen käsitys seksistä halutaan muuttaa, mutta listamainen toteutus ontuu. Ohjeet eivät ole kovin vaikuttava keino muuttaa miesdiskurssia. Aina himokas mies - diskurssia halutaan heikentää, sillä halut eivät saa mennä yhteisen kokemuksen edelle. Yllä olevassa tekstikatkelmassa on nähtävissä sanat *rakastetaan* ja *arvostetaan*. Nämä rikkovat aina himokas mies -diskurssia ja tunteeton mies -diskurssia, sillä mies voikin rakastaa kumppaniaan ja haluta muutakin kuin seksiä.

5.4 Itsevarma seksikone

Neljännessä diskurssissa mies nostetaan valtaistuimelle. Mies tietää seksistä kaiken ja osaa käsitellä passiivista naista. Seksi on uskomatonta, ja mies on esikuva naiselle. Mies ei saa osakseen kritiikkiä, vaan miestä ylistetään värikkäin kuvailuin. Mies esitetään loistavana seksikumppanina, jonka avulla nainen voi kokea uusia asioita. Mies on tehokas kone, joka on aukaissut portit ja päästänyt naisen sellaiseen maailmaan, johon harvat pääsevät. Mies jää etäiseksi ja mystiseksi. Diskurssista voi löytää maskuliinisuuden piirteitä, mutta puhetavasta saa käsityksen, että vain osa miehistä tietää seksistä kaiken.

Hänen kanssaan sain ensimmäistä kertaa sellaista seksiä, jossa riisuttiin muurini ja estoni. Hän sanoi, että luota minuun ja tulivuori purkautui ensimmäistä kertaa koskaan. Hän teki asioita, joita minulle ei oltu tehty aiemmin ja annoin kehoni ensimmäistä kertaa toisen valtaan. Orgasmi oli niin voimakas, etten voinut kävellä puoleen tuntiin sen jälkeen, Eve hehkuttaa.

Iltalehden (4.) tekstikatkelmassa luodaan kuva ihmemiehestä, jota lukijat saattavat kaivata myös omaan elämäänsä. Vieras mies pystyy voittamaan Even estot ja antamaan pysyvän muiston seksistä. *Tulivuori purkautui* on kuvailevaa ja kertoo valtavasta voimasta. Nainen pysyy passiivisena osapuolena, mitä se on muissakin diskursseissa ollut. Naisen passiivisuus vahvistuu, kun miehen kuvaillaan *käsittelevän* naisia. Mies käsittelee naista kuin kone. Itsevarmuus on seksikästä ja miehen oletetaan olevan ohjaava osapuoli. Ikäpolviero näkyy diskurssissa, sillä nuoret miehet ovat parempia seksissä avoimuutensa ansioista. Sen lisäksi, että miehen pitää jo valmiiksi osata kaikki temput, hänen pitää kehittää jotain spontaania ja uutta naiselle sängyssä. Iäkkäämmät miehet nähdään kaavoihin kangistuneina ja estoisina. Se ylläpitää vanhaa miesdiskurssia, jonka mukaan seksi on ilman tunnetta suoritettava rutiini, joka tapahtuu samalla ennestään opitulla tavalla.

Mies representoidaan spontaanina ja rohkeana. Mies ei pelkää hankaluuksia ja pystyy esimerkiksi harrastamaan seksiä julkisilla paikoilla. Itsevarma seksikone -diskurssissa mies näyttää enemmän tunteita kuin muissa diskursseissa. Miehen fysiologisia piirteitä arvostetaan ja maskuliinisuuteen liitetään usein keho, karvoitus ja matala ääni. Iltalehden (4.) artikkelissa miehen varmat otteet, ääni ja jämäkkyys saavat naisen hulluksi. Vaikka artikkelissa kuvataan miehen fyysisiä piirteitä, hänen luonteenomainen itsevarmuutensa on vallitseva piirre.

6 Johtopäätökset

Kriittinen diskurssianalyysi paljasti, millaisten diskurssien avulla miestä representoidaan iltapäivälehdissä. Erittelen ensin, miten miehestä puhutaan ja kuka miehestä puhuu. Jaoin löytämäni miehen representaatiot neljään diskurssiin: aina himokas mies, tunteeton mies, uusi mies ja itsevarma seksikone. Kahta aineiston artikkeleita lukuun ottamatta artikkelit rakensivat kahta tai useampaa diskurssia. Iltalehden (1.) ja Ilta-Sanomien (2.) artikkelit, jotka pohjautuvat samaan kyselyyn, rakensivat vain tunteeton mies -diskurssia. Käyn neljän diskurssin avulla läpi, mitkä ovat hallitsevia maskuliinisuuden piirteitä. Lopuksi pohdin, ylläpitivätkö vai haastoivatko lehdet vallitsevia käsityksiä maskuliinisuudesta ja mietin, mitä seurauksia sillä on.

Tutkimuskysymykseni olivat:

1. Millaisten diskurssien kautta miehen seksuaalisuutta representoidaan iltapäivälehdissä?
2. Millainen maskuliinisuus nousee hallitsevaan asemaan?

Miehestä puhutaan suurimmaksi osaksi myönteiseen sävyyn iltapäivälehtien artikkeleissa. Miehen olemus ja seksuaaliset halut ovat yleisesti hyväksytyjä ja sen puitteissa mies saa vaatia seksiä. Miehestä puhutaan kielteisesti ainoastaan, kun mies kuvataan tunteettomana tai epävarmana. Mies etäännyttään artikkeleissa, sillä mies on vieras, tuntematon tai esitettyä suurina ryhminä. Miehestä puhutaan asiantuntevasti, mutta puhe tulee usein jonkun muun kuin miehen suusta. Mies on itsestäänselvyys, eikä miestä tarvitse erikseen selittää tai ymmärtää. Miessukupuolta onkin pidetty normina ja naissukupuolta on pitänyt ymmärtää (ks. Kroløkke & Sørensen 2006, 105). Se, miten miehestä puhutaan, riippuu kontekstista. Aineiston artikkelit on kerätty osastoilta, jotka on suunnattu ensisijaisesti naisille (Oksanen 2019), joten artikkeleihin on valittu haastateltavaksi enemmän naisia. Naiset voivat puhua miehistä eri tavalla tai erilaisesta näkökulmasta kuin miehet. Miehen seksuaalista suuntautumista ei kyseenalaisteta artikkeleissa, vaan mies on aina heteroseksuaali (Jokinen 2000, 210).

Sisällön erittely osoitti, että miehestä puhutaan paljon, vaikka äänessä olivatkin naiset. Kaikki aineiston kahdeksan artikkeleita on kirjoittanut naistoimittaja. Vaikka toimittaja on riippumaton, toimittajan työhön kuuluu valintojen tekeminen (Seppänen & Väliverronen 2017, 185–186). Naistoimittaja voi puhua miehistä eri tavalla kuin mitä miestoimittaja puhuisi, vaikka sukupuolen ei pitäisi vaikuttaa valintoihin. Tätä myös feministinen mediatutkimus pohtii (ks. Halonen 2007). Kuten aiemmin on jo mainittu, artikkelit on luultavasti suunniteltu naisilta naisille, joten niihin on

lähtökohtaisesti valittu tietyt näkökulmat. Aineistossa on enemmän naispuolisia kuin miespuolisia haastateltavia. Kaksi pitkää henkilöjuttua, joissa on haastateltu naista, keskittyvät lähinnä miehiin. Naiset esitetään kokemusasiantuntijoina, jotka kertovat miehen seksuaalisuudesta. Naisten on todettu ylläpitävän maskuliinisuuden hallitsevia piirteitä (Hearn 2014). Mies puheenaiheena voi johtua siitä, että naisille suunnatuissa jutuissa halutaan tietää miehistä, jolloin toimittaja on tehnyt tietoisia valintoja. Journalismin sukupuolittuminen näkyy juuri toimitustyössä, sillä naiset liitetään usein ”naistyyliiseen” journalismiin, kuten lifestyleen (Ruoho & Torkkola 2010, 129).

Interpersonaalista funktiota huomioiden tunnistin hallitsevia maskuliinisuuden diskursseja (ks. Fairclough 1997). Suomalaisten iltapäivälehtien representoimassa maskuliinisuudessa nousee esille toistuvia piirteitä, joita ovat itsevarmuus, alituinen valmius seksin harrastamiseen ja tunteettomuus. Vastaavasti nainen esitetään passiivisena, saavana osapuolena. Naisen halut eivät pyöritä suurta roolia artikkeleissa. Vaikka mies on diskursseissa aktiivinen, antava osapuoli, diskursseissa on havaittavissa muutosta. Mies haluaa muuttua ja siihen liittyvät miehen tunteet ja kumppanin huomioiminen. Vaikka miehen halut ovat pääroolissa, miehiltä ei kysytä missään kohdassa, mitä he oikeasti haluavat, vaan miehen oletetaan haluavan seksiä ja olevan seksuaalisesti aktiivinen.

Artikkeleissa luodaan kuva halukkaasta miehestä, joka on aina valmis harrastamaan seksiä. Seksi on osa miehen elämää jo varhaisessa iässä. Porno mainitaan aineistossa miehen yhteydessä, sillä pornon kuluttaminen on mieheyden merkki, ja se nähdään miehen ylivaltana (Nikunen 2006, 133). Mies esitetään itsevarmana, ja se korostuu, kun nainen on passiivinen osapuoli. Näkökulma naisen passiivisuudesta ulottuu kauas historiaan. Freud (1971) on jo 1920-luvulla esittänyt väitteen, että miehisyyteen kuuluu aktiivisuus ja subjektina olo, kun taas naisen kuuluu pysyä passiivisena ja objektina. Tätä ajatusmallia on myöhemmin kritisoitu ja rikottu (ks. de Lauretis 2004), mutta aineiston erittelyssä naisen passiivisuus on edelleen läsnä. Maskuliinisuuteen kuuluu naisen oikeanlainen käsittely. Mies tietää mitä tekee ja on samalla kokeilunhaluinen sekä spontaani. Naiset pönkittävät miehen itsevarmuutta ylistämällä miehen seksuaalisia taitoja. Artikkeleissa luodaankin asetelma miehestä, joka opettaa naista. Itsevarmuuden diskurssia vahvistaa se, että seksi on miehelle arkipäiväinen asia, jonka hän varmasti osaa.

Iltapäivälehtien itsevarma mies voi joko antaa naiselle nautintoa tai ottaa itse haluamansa. Jälkimmäisessä mies on tunteeton ja pitää naista objektina. Naisen ulkoiset ulkomuodot ja alusvaatteet kiinnostavat miestä. Sukupuolidiskursseja luodessa naisen ruumis on suuremmassa roolissa kuin naisen halut tai mieltymykset. Miehen ja naisen ruumis on kautta aikain arvotettu eri

tavalla (esim. Palin 2004, 226). Tutkimuksessani ei noussut esille, että miehen ruumista olisi seksualisoitu tai kuvattu, vaikka miestä on tavattu kuvata kehon avulla (Hearn 2014). Jonkinlaista muutosta on nähtävissä, sillä miestä ei käsitellä peniksen kautta. Penistä on pidetty maskuliinisuuden merkkinä ja seksin päätähtenä (esim. Jokinen 2000; Nikunen 2006). Tämä voi johtua tiivistä aineistostani tai muuttuvasta diskurssista.

Mies esitetään itsevarmuuden kautta etäisenä ja kylmänä. Mies voi pelata naisen tunteilla ja jättää tämän, kun on saanut haluamansa. Kun miehestä puhutaan negatiiviseen sävyyn pelaajana, diskurssia ylläpitävät naiset. Aineistossa nainen jopa myöntää pelanneensa kuten miehet. Siinä missä mies esitetään kokeneena ja itsevarmana, naisen kuuluu olla kokematon. Naisen ei ole ollut hyväksytyä harrastaa seksiä monen kanssa ja se on nähty likaisena. Palinin (2004, 231) mukaan Douglas (1996) on tutkinut, että kaikki, mikä uhkaa vallalla olevaa järjestystä, pidetään likaisena. Iltaapäivälehtien miehet pitävät kokenutta ja seksuaalisesti aktiivista naista uhkana.

Muutosta henkivä uudenlainen maskuliinisuus on innoissaan naisen himoista ja kokemuksesta. Uusi mies kokee tunteita ja ottaa kumppanin huomioon. Mieskuva onkin muutoksessa ja uusi mies - liikkeestä on puhuttu viime vuosikymmenellä (esim. Julkunen 2012). Uutta miestä ei kuitenkaan nähdä myönteisessä valossa, vaan tunteet nähdään heikkoutena. Huono seksikumppani on kiinnostunut kumppanin mieltymyksistä, eikä tee niin kuin itse parhaakseen näkee. Seksistä kieltäytyminen saattaa olla loukkaus miestä kohtaan. Seksistä puhuttaessa mies nostaa esille rakkauden ja arvostuksen kumppania kohtaan, joka todentaa Hite-raporttia, jonka mukaan miehet pitävät seksiä rakkauden osoituksena (Hite 1982).

Suomalaiset iltaapäivälehdet vahvistavat vallitsevia diskursseja ja maskuliinisuutta. Kielen ideationaalinen funktio todentuu artikkeleissa, sillä aineistossa on nähtävissä maskuliinisuuden piirteitä, jotka ovat olleet vallitsevassa asemassa jo vuosikymmeniä. Iltaapäivälehtien tyyliään kepeät lifestyle-artikkelit eivät luultavasti ole tehty haastamaan valtarakenteita, mutta artikkelit ylläpitävät silti ongelmallisia ideaaleja mieskuvia. Ongelmallista on myös, että naiset ylläpitävät näitä representaatioita.

Iltaapäivälehdet ovat lisänneet uutisisältöä 2000-luvulla, mutta samalla sisällön on sanottu köyhtyneen ja muuttuneen keveäksi. Uutisisällön rinnalla ihmissuhdeaiheiset sisällöt ovat lisääntyneet. Iltaapäivälehdet ovatkin ennen kaikkea keino rentoutua viihteen parissa. (Kivioja 2007,

198–199.) Jos kerran iltapäivälehtien rooli on olla ajanvietettä, se ei vaikuta olevan ensimmäisenä vallan vahtikoirana räksyttämässä valtarakenteille, varsinkin jos tarkoituksena on kirjoittaa kepeitä ihmissuhdejuttuja. Toisaalta iltapäivälehdet eivät vaikuta täysin hampaattomilta, sillä lehdet panostavat toimittajien kommentteihin ja analyyseihin sekä paneutuvat epäkohtiin ja kriiseihin. Kun puhutaan iltapäivälehtien muutoksesta muuttuvassa mediamaisemassa, katse kiinnittyy usein uutis- ja politiikka-akselille (Kivioja 2007). Iltapäivälehtien resurssit keskittyvät esimerkiksi tiukkoihin analyyseihin hallituksen tekemisistä, jolloin maskuliinisuuden ihanteisiin ei välttämättä ole aikaa keskittyä.

Karkulehto (2011) on pohtinut, että seksiaiheiset jutut ovat medioille taloudellisesti riskitön ja järkevä tapa saada lukijoita. Miksi siis lähteä muuttamaan toimivaa konseptia? Lisäksi aineistoni artikkelit on kirjoitettu naiselta naiselle. Vaikka aiheena on mies, loppujen lopuksi artikkeleissa keskistytään siihen, mitä nainen voi saada artikkeleista. Miestä yritetään ymmärtää, mutta ymmärryksen keskellä mieheltä ei odoteta muutosta.

Mediassa esitetyt tekstit voivat olla joko yhteiskunnallisia ja kulttuurisia diskursseja vahvistavia tai uusia diskursseja luovia (Fairclough 1997, 73). Tässä tapauksessa iltapäivälehdet uusintavat niitä. Medialla on mahdollisuus vaikuttaa todellisuuteen ja rakentaa uudenlaisia käsityksiä todellisuudesta (Mäkelä, Puustinen & Ruoho 2006, 8). Mediatekstit ovat hyvä mittari muutoksille, sillä yhteiskunnalliset muutokset näkyvät muuttuvissa diskurssikäytännöissä (Fairclough 1997, 73). Tuloksista selviää, että iltapäivälehdet eivät haasta yhteiskunnan rakenteita tai maskuliinisuutta, vaikka vaikutusvaltansa puolesta siihen olisi mahdollisuus. Artikkeleissa on kuitenkin nähtävissä muutosvastarintaa. Muutoksen äänitorvina esiintyvät miehet, mutta he pääsevät huomattavasti naisia harvemmin ääneen, mikä johtaa maskuliinisuuden ylläpitämiseen.

Miessukupuolen itsestäänselvyytensä pitäminen (ks. Kroløkke & Sørensen 2006, 105) voi vaikeuttaa miesten seksuaalista vapautumista. On ongelmallista, että miehestä maalataan vain tietynlaista kuvaa. Sillä voi olla kauaskantoiset seuraukset, kuten #metoo-ilmiö on todennut (Terävä 2019). Mies on kuvattu väkivaltaisena (Jokinen 2012; Nikunen 2006) ja siihen liittyvät johtopäätökset miehestä, joka ottaa naisen silloin kun haluaa, voidaan kyseenalaistaa. Mies saa olla seksuaalisesti aktiivinen, mutta ei saa itse määrittää, millainen hän haluaisi olla.

7 Lopuksi

7.1 Tutkimuksen reflektointi

Tarkastelin tutkimuksessani kriittisesti iltapäivälehtien rakentamia ja ylläpitämiä representaatioita. Käytin apunani kriittistä diskurssianalyysia, joka tarkastelee kieltä yhteiskunnallisena tuotoksena ja yhteiskunnallisena vaikuttamisen välineenä (Fairclough 1997). Kriittinen diskurssianalyysi oli mielestäni sopivin tutkimusmetodi, sillä maskuliinisuuteen ja miehen representaatioon liittyvät vahvasti yhteiskunnassa vallitsevat valtarakenteet.

Tutkimusongelmani nousi esiin juuri näistä merkittävistä epäkohdista, joita länsimaisessa kulttuurissa ja suomalaisessa yhteiskunnassa on. Tarkasteltavana aineistona minulla oli kahdeksan artikkelia. Kandidaatintutkielmaan aineisto oli sopivan kokoinen, mutta tutkielman rajallisuuden takia aineistoa ja sen kieltä oli haastavaa analysoida läpikotaisin. Keskityin ideationaaliseen ja intersubjektivaaliseen funktioon, joiden avulla aineistosta oli kätevä eritellä iltapäivälehtien tuottamia representaatioita ja teksteissä esiintyvien miesten rooleja.

Diskurssitutkijan lähtökohta on olettaa, että kielellä on useampi merkitys ja että merkitykset ovat muuttuvia (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 11–12). Tiedostin rajallisuuteni diskurssitutkijana, sillä tehdessäni laadullista tutkimusta tutkittavasta ilmiöstä ei ole mahdollista tehdä tyhjentävää analyysia, koska aineisto tulee aina olemaan rajallinen representaatio todellisuudesta. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 158–161.) Tämä ei tarkoita, että laadullinen tutkimus olisi epätarkkaa. Se vain toteutetaan eri tavalla kuin esimerkiksi määrällinen tutkimus. (mts. 165.) Diskurssianalyysi ei ole selväpiirteistä (mts. 141) ja huomasin, että aineiston analysointi ja sisällön erittely on monitasoista. Aineiston kriittisen erittelyn jälkeen nimesin neljä diskurssia. Diskurssien nimet vaihtuivat tutkimuksen edetessä ja pohdin viidennen diskurssin nimeämistä. Neljä diskurssia on kuitenkin perusteltavissa ja esille nousseet vallitsevat diskurssit ovat nähtävissä luvuissa 5 ja 6.

Kahden iltapäivälehdten, vaikka ne ovatkin Suomen luetuimmat mediat, aineistosta ei voi tehdä yleistyksiä koskemaan koko suomalaista mediakenttää, mutta se ei ollut missään kohdassa tarkoitukseni. Koen, että kaksi lehteä oli tässä tutkimuksessa tarpeeksi kattava otanta. Lisäksi rajaus vain kolmeen kuukauteen ei kata iltapäivälehtien sisältöä kokonaan, mutta antaa diskursseista kokonaisen kuvan.

Pyrin tarkastelemaan aineistoa sukupuolineutraalisti. Se, että olen nainen, tuskin vaikutti siihen, millaisia tulkintoja tein, mutta olisin saattanut tehdä erilaisia tulkintoja tai kiinnittää erilaisiin asioihin huomiota, jos olisin mies. Sukupuoleni ei voi siis olla täysin vaikuttamatta miesdiskurssien analysointiin.

7.2 Mies kaipaa jatkotutkimusta

Mies on vielä tuntematon. Miestutkimus on varsin vähäistä Suomessa, ja miestutkimusta käsittelevät kirjat alkavat olemaan viiden vuoden takaa. Maskuliinisuuden ja sitä peilaavan seksuaalisuuden tutkimista mediateksteistä olisi hyvä tehdä lisää. Yksi toimiva tutkimuskeino olisi haastatella toimittajia siitä, pohtivatko he valintojaan ja yrittävätkö he rikkoa vallitsevia diskursseja ja valtarakenteita. Entä millaisia päätöksiä he tekevät haastateltavien suhteen? Kvantitatiivista tutkimusta olisi tärkeä tehdä siitä näkökulmasta, kuinka usein mies pääsee itse ääneen. Mielenkiintoista olisi myös tarkastella, onko puhetapa miehen seksuaalisuudesta muuttunut #metoo-ilmion jälkeen ja millaista se oli ennen ilmiötä.

Miesten seksuaalisuutta olisi kuitenkin syytä tarkastella enemmän ja kriittisemmin. Suomessa seksuaalisuutta on tarkasteltu heikosti. Miestutkimus keskittää huomionsa sotaan ja väkivaltaan (esim. Jokinen 2012), ja suomalainen feministinen liike on nukkunut koko aiheen ohi (esim. Lappalainen 2004). Seksuaalisuus koetaan usein henkilökohtaisena, mutta isommassa yhteiskunnallisessa mittakaavassa se on julkista. Tutkimuksessa olisi syytä muistaa, että henkilökohtainen on poliittista. Mies haluaa muuttua, mutta se pitää tapahtua miehen omilla ehdoilla.

Kirjallisuus

Cameron, D. 1997. Theoretical Debates in Feminist Linguistics: Questions of Sex and Gender. Teoksessa R. Wodak (toim.) *Gender and Discourse*. London: SAGE, 21–36.

DeFrancisco, V. 1997. Gender, Power and Practice: Or, Putting your Money (and your Research) where your Mouth is. Teoksessa R. Wodak (toim.) *Gender and Discourse*. London: SAGE, 37–56.

De Lauretis, T. 2004. Itsepäinen vietti: Kirjoituksia sukupuoliesta, elokuvasta ja seksuaalisuudesta. Toimittanut A. Koivunen. Suomeksi kääntänyt T. Palin & K. Sivenius. Tampere: Vastapaino.

De Lauretis, T. 1980. Through the Looking-Glass. Teoksessa L. de Lauretis & S. Heath (toim.) *The Cinematic Apparatus*. London: Palgrave Macmillan, 187–202.

Fairclough, N. 1997. Miten media puhuu. Suom. V. Blom & K. Hazard. Tampere: Vastapaino.

FIAM Finnish Internet Audience Measurement 2019. Kuukausitavoittavuus. Saatavilla: <https://fiam.fi/tulokset/> [Viitattu: 17.11.2019]

Freud, S. 1971. Seksuaaliteoria. Suom. E. Puranen. Jyväskylä: Gummerus. (Alkuperäisteos 1905.)

Gardiner, J. K. 2005. Men, Masculinities, and Feminist Theory. Teoksessa M. S. Kimmel, J. Hearn & R. Connell (toim.) *Handbook of studies on men & masculinities*. Thousand Oaks: SAGE, 35–50.

Goffman, E. 1979. *Gender Advertisements*. New York: Harper Torchbooks.

Hall, S. 1997. *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Sage.

Halonen, I. K. 2007. Teoksessa I. K. Halonen, I. Ruoho, T. Savolainen & H. Zilliacus-Tikkanen (toim.) *Välittämisen tilassa. Feminististä mediatutkimusta synnyttämässä*. Helsinki: Minerva, 115–124.

Hearn, J. 2014. Men, masculinities and the material(-)discursive. *International Journal for Masculinity Studies*, 9 (1), 5–17.

Hite, S. 1982. Hite-raportti miehen seksuaalielämästä. Suom. E. Jaakkola. Helsinki: Otava.

Iltalehti 2019. Saatavilla: <https://www.iltalehti.fi/> [Viitattu 7.12.2019]

Ilta-Sanomat 2019. Saatavilla: <https://www.is.fi/> [Viitattu: 7.12.2019]

Jokinen, A. 2017. Kriittinen mies- ja maskuliinisuustutkimus. Teoksessa T. Saresma, L. Rossi & T. Juvonen (toim.) *Käsikirja sukupuoleen*. Tampere: Vastapaino, 128–138.

Jokinen, A., Ahlbäck, A. & Kinnarinen, K. 2012. Näkymätön sukupuoli näkyväksi. Teoksessa A. Jokinen (toim.) *Mieskysymys: Miesliike, -työ, -tutkimus ja tasa-arvopolitiikka*. Tampere: Tampere University Press, 171–185.

Jokinen, A. 2000. *Panssaroitu maskuliinisuus: mies, väkivalta ja kulttuuri*. Tampere: Tampere University Press.

Julkunen, R. 2012. Mieskysymys suomalaisen tasa-arvopolitiikan asialistalla. Teoksessa A. Jokinen (toim.) *Mieskysymys: Miesliike, -työ, -tutkimus ja tasa-arvopolitiikka*. Tampere: Tampere University Press, 30–43.

Karkulehto, S. 2011. *Seksin mediamarkkinat*. Helsinki: Gaudeamus.

Kivioja, P. 2004. Alaston lööppi. Millaiset uutiset myyvät tabloid-lehtiä - ja miksi? Lähitarkastelussa Ilta-Sanomien lööpit, etusivut ja myyntiluvut vuonna 2002. Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos. Maisterintutkielma.

Kivioja, P. 2007. *Iltapäivälehdet mediakentän ja yhteiskunnan muutoksessa*. Tampere: Tampereen yliopisto.

Krøløkke, C. & Sørensen, A. S. 2006. *Gender communication theories & analyses: From silence to performance*. Thousand Oaks: Sage.

- Laine, T. 2005. Pornotähti: oman aikansa sankaritar? Teoksessa K. Nikunen, S. Paasonen & L. Saarenmaa (toim.) Jokapäiväinen pornomme: media, seksuaalisuus ja populaarikulttuuri. Tampere: Vastapaino, 234–250.
- Lappalainen, P. 2004. Seksuaalisuus. Teoksessa A. Koivunen & M. Liljeström (toim.) Avainsanat: 10 askelta feministiseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino, 207–224.
- Lehti, L., Haapanen, L. & Kääntä, L. 2018. Diskurssintutkimus – monitieteinen ja monimenetelmäinen ala. Teoksessa L. Lehti, L. Haapanen & L. Kääntä (toim.) Diskurssitutkimuksen menetelmistä 11. Soveltavan kielitieteen tutkimuksia, 4–19. Saatavana: <https://journal.fi/afinla/issue/view/5355> [Viitattu: 2.12.2019]
- Lewis, L. A. 1990. Gender politics and MTV: Voicing the difference. Philadelphia: Temple University Press.
- Liljeström, M. 2004. Sukupuolijärjestelmä. Teoksessa A. Koivunen & M. Liljeström (toim.) Avainsanat: 10 askelta feministiseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino, 111–138.
- Merelä, K. & Janakka, J. Himocast: Miehen seksuaalisuus. Spotify, 19.9.2019. Saatavana: <https://open.spotify.com/episode/1WrdkYcUJHK7qpVwXpMfc9?si=0Lm2uqjMTu64Uj6PVpHm9A> [Viitattu: 28.10.2019]
- Mäkelä, A., Puustinen, L. & Ruoho, I. 2006. Sukupuolishow: Johdatus feministiseen mediatutkimukseen. Helsinki: Gaudeamus.
- Nikunen, K. 2006. Feministiset keskustelut pornosta. Teoksessa A. Mäkelä, L. Puustinen & I. Ruoho (toim.) Sukupuolishow: Johdatus feministiseen mediatutkimukseen. Helsinki: Gaudeamus, 129–148.
- Oksanen, E. Iltalehti lanseeraa IL Hyvä olon - tavoitteena saada naiset voimaan paremmin. Iltalehti, 19.8.2019. Saatavana: <https://www.iltalehti.fi/kotimaa/a/efb4cf0e-37b2-42a3-a66b-cdf761e4a56b> [Viitattu: 19.11.2019]

- Onwen-Huma, H. 2012. Mitä on sukupuolinäkökulman valtavirtaistaminen. Teoksessa A. Jokinen (toim.) *Mieskysymys: Miesliike, -työ, -tutkimus ja tasa-arvopoliittikka*. Tampere: Tampere University Press, 55–62.
- Paasonen, S. 2005. Sähköpostia Sirpa Revalta: internet-porno, valta ja nautinto. Teoksessa K. Nikunen, S. Paasonen & L. Saarenmaa (toim.) *Jokapäiväinen pornomme: media, seksuaalisuus ja populaarikulttuuri*. Tampere: Vastapaino, 59–85.
- Palerm Marí, E. & Thomson Salo, F. 2013. *Masculinity and femininity today*. London: Karnac Books.
- Palin, T. 2004. Ruumis. Teoksessa A. Koivunen & M. Liljeström (toim.) *Avainsanat: 10 askelta feministiseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino, 225–244.
- Pietikäinen, S. & Mäntynen, A. 2009. *Kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino.
- Plummer, K. 2005. Male Sexualities. Teoksessa M. S. Kimmel, J. Hearn & R. Connell (toim.) *Handbook of studies on men & masculinities*. Thousand Oaks: SAGE, 178–195.
- Riikonen, J. Jokainen voi panna niin paljon kuin haluaa, sanoo Iris Flinkkilä, joka edustaa nykyajan nuorten keskuudessa yleistyvää seksiposiitivista kulttuuria. Helsingin Sanomat, 3.11.2017. Saatavana: <https://www.hs.fi/nyt/art-2000005434864.html> [Viitattu: 5.12.2019]
- Ruoho, I & Torkkola, S. 2010. *Journalismin sukupuoli*. Tampere: Vastapaino.
- Saarenmaa, L. 2005. Käsi sydämellä, povi paljaana. Iltapäivälehtien kansikuvatyttöjen avomieliset tunnustukset. Teoksessa K. Nikunen, S. Paasonen & L. Saarenmaa (toim.) *Jokapäiväinen pornomme: media, seksuaalisuus ja populaarikulttuuri*. Tampere: Vastapaino, 113–135.
- Salmi, R. Mitä mietit, Ronja Salmi?: Miltä tuntuu olla mies?. Yleisradio, 21.5.2018. Saatavana: <https://areena.yle.fi/1-4328752> [Viitattu 5.12.2019]
- Salmi, R. Mitä mietit, Ronja Salmi?: Penispaineet. Yleisradio, 1.4.2019. Saatavana: <https://areena.yle.fi/1-4469099> [Viitattu 5.12.2019]

Seppänen, J. & Väliverronen, E. 2017. Mediatyhteiskunta. 5. painos. Tampere: Vastapaino.

Shapiro, J. 1981. Anthropology and the Study of Gender. Teoksessa S. Ortner & H. Whitehead (toim.) *Sexual Meanings: The Cultural Construction of Gender and Sexuality*. Cambridge: Cambridge University Press, 446–465.

Tewksbury, D. & Rittenberg, J. 2012. *News on the internet: Information and citizenship in the 21st century*. New York: Oxford University Press.

Terävä, H. Gillette teki #metoo-mainoksen ja partahöylät menivät boikottiin, miksi? – "Ajatus on hyvä, mutta toteutus huono". Yleisradio, 7.1.2019. Saatavana: <https://yle.fi/uutiset/3-10600651>
[Viitattu: 7.12.2019]

Liite 1

Iltalehti (1.): Tuhat suomalaista listasi eniten kiihottavat asiat: miesten ja naisten listoissa on selkeät erot:
<https://www.iltalehti.fi/rakkausjaseksiartikkelit/a/6a92ed32-da3d-4a49-a0ae-80aa4a09f37b>

Iltalehti (2.): Eka kerta: ”Yhtäkkiä vanhempi nainen nappasi mukaansa ja sinne se poikuus jäi”:
<https://www.iltalehti.fi/rakkausjaseksiartikkelit/a/875c3e8b-4abc-469a-935a-5773db823010>

Iltalehti (3.): Netta, 26, kävi treffeillä 150 miehen kanssa ja harrasti seksiä 40 kanssa - nämä asiat hän oppi miehistä:
<https://www.iltalehti.fi/rakkausjaseksiartikkelit/a/4d2f85b0-cd75-4821-817a-153a6b0a7ede>

Iltalehti (4.): Vieras mies opetti kaiken seksistä nelikymppiselle eronneelle Evelle: ”Orgasmi oli niin voimakas, etten voinut kävellä puoleen tuntiin sen jälkeen”:
<https://www.iltalehti.fi/rakkausjaseksiartikkelit/a/ef45fd21-4df3-43ee-85e4-2d36490720bd>

Iltta-Sanomat (1.): 3 varsin yksinkertaista asiaa, jotka kiihottavat naisia ja miehiä eniten:
<https://www.is.fi/seksi-parisuhde/art-2000006145683.html>

Iltta-Sanomat (2.): Miehet paljastavat, mikä sytyttää heidät kiihkeään seksiin: ”Et voi epäonnistua ellet ole humalassa”:
<https://www.is.fi/seksi-parisuhde/art-2000006149630.html>

Iltta-Sanomat (3.): ”Vireämpää, kiihottavampaa, naiset ovat kauniimpia”, tunnustaa viisikymppinen mies – kesä aktivoi seksihalut:
<https://www.is.fi/seksi-parisuhde/art-2000006160964.html>

Iltta-Sanomat (4.): IS:n seksikysely paljastaa, mistä asioista suomalaiset riitelevät parisuhteissa – kaksi syytä korostuu selvästi:
<https://www.is.fi/seksi-parisuhde/art-2000006164842.html>