

VAASAN YLIOPISTO

Humanistinen tiedekunta

Viestintätieteiden laitos

Tiina Suoniemi

Retoriikka naistenlehtien parisuhdetta käsittelevissä teksteissä

Tarkastelussa eetos, paatos ja logos

Viestintätieteiden pro gradu -tutkielma

Vaasa 2008

SISÄLLYS

| | |
|--|----|
| KUVIOT | 2 |
| TAULUKOT | 3 |
| TIIVISTELMÄ | 5 |
| 1 JOHDANTO | 7 |
| 1.1 Tutkimuksen tavoite | 8 |
| 1.2 Tutkimusaineisto | 9 |
| 1.3 Tutkimusmenetelmä | 10 |
| 2 NAISTENLEHTI ILMIÖNÄ | 13 |
| 2.1 Naistenlehti osana aikakauslehdistöä | 13 |
| 2.1.1 Sisällöt naistenlehdessä | 16 |
| 2.1.2 Naistenlehtien naiskuva | 18 |
| 2.2 Parisuhdetta käsittelevät tekstit | 20 |
| 3 RETORIikka JA RETORINEN TUTKIMUS | 24 |
| 3.1 Retoriikan määritelmiä | 24 |
| 3.2 Klassisesta retoriikasta uuteen retoriikkaan | 26 |
| 3.3 Tekstin vakuuttavuus | 28 |
| 3.4 Retorinen analyysi | 31 |
| 3.5 Retoriset vaikutuskeinot | 34 |
| 3.5.1 Eetos | 34 |
| 3.5.2 Paatos | 36 |
| 3.5.3 Logos | 38 |

| | |
|---|----|
| 4 PARISUHDETTA KÄSITTELEVIEN TEKSTIEN RETORIikka | 41 |
| 4.1 Eetokseen vetoavat ilmaukset | 42 |
| 4.1.1 Henkilökohtaisuus | 43 |
| 4.1.2 Luotettavuus | 46 |
| 4.1.3 Yhteisyys | 48 |
| 4.2 Paatokseen vetoavat ilmaukset | 51 |
| 4.2.1 Huomioonottaminen | 52 |
| 4.2.2 Sitoutuminen | 54 |
| 4.2.3 Riitely | 57 |
| 4.2.4 Ymmärtäminen ja hyväksyminen | 60 |
| 4.2.5 Seksielämä | 63 |
| 4.3 Logokseen vetoavat ilmaukset | 65 |
| 4.3.1 Läheisyys | 66 |
| 4.3.2 Keskusteleminen | 69 |
| 4.3.3 Sitoutuminen | 72 |
| 4.3.4 Ymmärtäminen ja hyväksyminen | 75 |
| 4.4 Yhteenveto | 78 |
| | |
| 5 PÄÄTÄNTÖ | 82 |
| | |
| LÄHTEET | 85 |
| | |
| LIITE. Esimerkki parisuhdetta käsittelevästä tekstistä | 91 |
| | |
| KUVIOT | |
| Kuvio 1. Yleisölehtien luokat Kivikurun (1996: 74) mukaan | 14 |
| Kuvio 2. Lähtökohtia retoriikan käsitteen määrittelyyn | 26 |

TAULUKOT

| | |
|--|----|
| Taulukko 1. Eetos-, paatos- ja logos-ilmausten luokat parisuhdeteksteissä | 41 |
| Taulukko 2. Eetos-ilmausten luokat ja niihin sijoittuvien ilmausten määrä aineistossa | 43 |
| Taulukko 3. Paatos-ilmausten luokat ja niihin sijoittuvien ilmausten määrä aineistossa | 51 |
| Taulukko 4. Logos-ilmausten luokat ja niihin sijoittuvien ilmausten määrä aineistossa | 66 |
| Taulukko 5. Eetos-, paatos- ja logos-ilmausten luokat ja niihin sijoittuvien ilmausten määrä aineistossa | 78 |

VAASAN YLIOPISTO**Humanistinen tiedekunta**

| | |
|------------------------------|--|
| Laitos: | Viestintätieteiden laitos |
| Tekijä: | Tiina Suoniemi |
| Pro gradu -tutkielma: | Retoriikka naistenlehtien parisuhdetta käsittelevissä teksteissä Tarkastelussa eetos, paatos ja logos |
| Tutkinto: | Filosofian maisteri |
| Oppiaine: | Viestintätieteet |
| Valmistumisvuosi: | 2008 |
| Työn ohjaaja: | Merja Koskela |

TIIVISTELMÄ:

Tutkimuksessani tarkastelen naistenlehtien parisuhdetta käsittelevien tekstien retoriikkaa. Tavoitteenani on selvittää, millaisia retorisia vaikutuskeinoja käytetään naistenlehtien parisuhdetta käsittelevissä teksteissä lukijan vakuuttamiseksi tietynlaisesta naiseuden käsityksestä. Tutkimusmenetelmänä käytän Aristoteleen kehittämää retoristen vaikutuskeinojen kolmijakoa eetokseen, paatokseen ja logokseen. Tarkastelen, millä naistenlehtien teksteissä vedotaan tekstin tekijän uskottavuuteen (eetos) sekä lukijan tunteisiin (paatos) ja järkeen (logos). Siten saan selville, mihin asioihin parisuhdetta käsittelevissä teksteissä retorisin vaikutuskeinoin vedotaan ja mitkä asiat oletetaan naislukijoille tärkeiksi. Tutkimuksessani tarkastelen myös parisuhdetta käsittelevien tekstien kielellisiä keinoja osana sisällön tarkastelua.

Tutkimukseni aineistona on 20 parisuhdetta käsittelevää tekstiä, jotka olen kerännyt kolmesta Suomessa ilmestyvästä yleisnaistenlehdestä vuosilta 2005–2007. Työssäni tarkastelen parisuhdetta käsitteleviä tekstejä opaskirjallisuuteen rinnastuvina teksteinä, joissa käsitellään naisen ja miehen välistä suhdetta ja esitetään ohjeita tai sääntöjä, miten naisen tulisi toimia parisuhteessa. Parisuhdetta käsitteleviä tekstejä en tarkastele tutkimuksessa erillisinä vaan tarkoituksena on muodostaa kokonaiskuvaa retorisista vaikutuskeinoista naistenlehtien parisuhdetta käsittelevissä teksteissä.

Tutkimuksessani olen saanut selville, että naistenlehtien parisuhdetta käsittelevissä teksteissä vakuutetaan erityisesti eetokseen ja paatokseen eli tekstin tekijän uskottavuuteen ja lukijan tunteisiin vetoamalla. Keskeinen retorinen vaikutuskeino parisuhdetta käsittelevissä teksteissä on lukijan henkilökohtainen puhuttelu (eetos), joka tekee tekstistä kahdenkeskisen ja jutustelunomaisen sekä luo tuttavallisen suhteen tekijän ja lukijan välille. Myös tekstin tekijän luotettavuus (eetos), toisen huomioonottaminen parisuhteessa (paatos) sekä kahden ihmisen sitoutuminen toisiinsa (paatos) ovat parisuhdetta käsittelevissä teksteissä tärkeitä vakuuttavia asioita.

AVAINSANAT: eetos, logos, naistenlehdet, paatos, parisuhde, retoriikka

1 JOHDANTO

Naistenlehti on lukijalleen samanaikaisesti kuin hyvä tyttökaveri ja selviytymisopas. Kun oikeassa elämässä ei satujen lailla käy niin yksinkertaisesti, että prinssi saa prinsesansa ja he elävät onnellisina elämänsä loppuun asti, naistenlehdet kannustavat lukijaansa ja tarjoavat vinkkejä elämään parisuhteessa. Lehdet neuvovat naisille, miten esimerkiksi osoittaa miehelle rakkauttaan, lepyttää miestänsä tai ilmaista tunteitaan ja ajatuksiinsa silloin, kun riitelee. Naistenlehtien sivuilla pysyy toistuvasti oletus siitä, että nainen on se, jonka tehtävänä ihmissuhteiden arviointi ja ylläpitäminen on (Ballaster, Beetham, Frazer & Hebron 1991: 124).

Naistenlehdet ovat niin yleinen osa aikakauslehtien joukkoa, että ne ovat vakiintuneet erilliseksi lehtityypiksi (Hermes 1995: 15; Kivikuru 1996: 7). Naistenlehdet ovat naisille kohdennettuja aikakauslehtiä, jotka informoivat, viihdyttävät, pyrkivät vaikuttamaan ja neuvovat (Töyry 2005: 26, 93). Se, että naistenlehdet voivat ilmestyä jatkuvasti, viittaa siihen, että riittävän suuren naisjoukon mielestä lehtien käsittelemät, naisellisiksi määrittäneet aiheet ovat merkityksellisiä, miellyttäviä ja mielenkiintoisia (Hermes 1995: 64; Töyry 2005: 59–60). Kiireisessä arjessa naiset haluavat hemmotella itseään lukiemalla julkisuuden ihmisistä, ajankohtaisista yhteiskunnallisista aiheista, muotiasioista, tunteista, kauneudesta ja terveydestä sekä ihmisten kokemuksista. Naiset selailevatkin naistenlehtiä, jotta saisivat rauhoitettua hetken itselleen (Puustinen, Ruoho & Mäkelä 2006: 40).

Lukijat voivat hakea vinkkejä parisuhteeseensa selailemalla naistenlehtiä. Kun naistenlehdet neuvovat sivuillaan naislukijoille, miten parisuhteessa tulisi toimia, lehdet tarjoavat samalla naisille myös tietynlaista käsitystä naiseudesta. Naistenlehdissä ohjeilla vakuutetaan naisena olemisesta useita eri ryhmiä, kuten morsiamia, laihduttajia ja uranaisia (Siivonen 2006: 226). Parisuhdevinkkejä hakevat lukijat pyritään naistenlehdissä vakuuttamaan tietynlaisesta kuvasta, millainen nainen voi ja millainen naisen tulee olla parisuhteessa.

1.1 Tutkimuksen tavoite

Tutkimukseni tavoitteena on selvittää, millaisia retorisia vaikutuskeinoja käytetään naistenlehtien parisuhdetta käsittelevissä teksteissä lukijan vakuuttamiseksi. Tarkastelen, millä naistenlehtien teksteissä vedotaan lukijan tunteisiin (paatos), järkeen (logos) ja tekstin tekijän uskottavuuteen (eetos). Näitä tutkimalla selviää, mihin asioihin parisuhdetta käsittelevissä teksteissä retorisin vaikutuskeinoin vedotaan ja mitkä asiat oletetaan naislukijoille tärkeiksi.

Parisuhdetekstien sisällön ohella tarkastelen myös kielellisiä keinoja osana tekstien vakuuttavuutta, mikä tukee tutkimukseni tavoitetta. En kuitenkaan käsittele tekstin sisällöllistä ja kielellistä puolta erillisinä tekstin vakuuttavuuden osina enkä erottele niitä toisistaan (ks. Kakkuri-Knuutila 2000: 233–234). Tekstin sisällöllinen ja kielellinen puoli tekevät yhdessä tekstistä vakuuttavan (emt.).

Naistenlehtien parisuhdetta käsittelevällä tekstillä tarkoitan naisille suunnattua artikkeleita, jossa käsitellään naisen ja miehen välistä suhdetta ja esitetään ohjeita tai sääntöjä, miten parisuhteessa tulisi toimia (ks. liite). Kutsun tästä lähtien tekstejä tutkimuksessani parisuhdeteksteiksi. Naistenlehtien parisuhdetekstejä käsitelen tässä opaskirjallisuuteen rinnastuvina teksteinä. Cameronin (1995: 192) mukaan varsinkin naisille osoitettuja parisuhdeneuvoja näkyy opaskirjallisuuden ohella myös naistenlehdissä. Parisuhdetekstien ja opaskirjallisuuden piirteitä käsitelen tarkemmin luvussa 2.4.

Naistenlehtien parisuhdeteksteissä lukijat pyritään saamaan vakuuttuneiksi tietynlaisesta naiseuden käsityksestä. Jotta naistenlehtiä luetaan ja ne pystyvät ilmestymään jatkossakin, lehtien on suorastaan pakko olla kiinnostuneita lukijan tarpeista ja odotuksista (Töyry 2006: 215). Siksi parisuhdeteksteistä ilmenevä käsitys naiseudesta ei olekaan lukijan ajatusten vastainen vaan niihin soveltuva. Naisten oletetaan tahtovan lukea asioista, joista parisuhdeteksteissä kirjoitetaan.

Se että naistenlehdissä julkaistaan parisuhdetekstejä, viittaa tahtoon tai tarpeeseen neuvoa naislukijaa parisuhteessaan (ks. Männistö 2003: 28). Parisuhdetekstien tutkiminen

on mielenkiintoinen aihe myös siksi, että ihmiset hakevat mediasta tietoa paljon juuri ihmissuhteista ja tunne-elämästä (ks. Mustonen 2001: 80, 101).

1.2 Tutkimusaineisto

Tutkimuksen aineistona ovat kolmen Suomessa ilmestyvän yleisnaistenlehden parisuhdetekstit vuosilta 2005–2007. Olen ottanut tutkimuksen kohteiksi naisille kohdennetut yleislehdet *Anna*, *Me Naiset* ja *Cosmopolitan*. Lehdistä jokaisen määritellään olevan naisille tarkoitettu lehti, enkä olekaan ottanut tutkimukseen mukaan varsinaisesti koti- ja perhelehdiksi määriteltyjä lehtiä. Annassa, Me Naisissa ja Cosmopolitanissa on ollut vuosien 2005–2007 aikana määritelmäni vastaavia parisuhdetekstejä.

Tutkimusaineistossa on 20 parisuhdetekstiä, ja niissä on analysoitavia sivuja yhteensä 51. Olen halunnut tarkasteltavaksi Annan, Me Naisten ja Cosmopolitanin uusimmat tekstit, joten olen järjestelmällisesti kerännyt vuosien 2005, 2006 ja vuoden 2007 tammi-heinäkuun lehdistä kaikki määritelmäni vastaavat parisuhdetekstit aineistooni. Aineistossa on Annasta ja Me Naisista 5 artikkelia sekä Cosmopolitanista 10 artikkelia. Olen rajannut parisuhdetekstien lukumäärää aineiston kylläntymisen¹ kautta. Kun olin tarkastellut 15 parisuhdetekstiä, havaitsin, etteivät uudet artikkelit enää tutkimukseni tavoitteen kannalta tuottaneet uutta tietoa vaan samat eetos-, paatos- ja logos-ilmausten luokat alkoivat toistua. Lopulta päädyin ottamaan aineistooni 20 parisuhdetekstiä.

Olen rajannut parisuhdetekstien ulkopuolelle henkilöjutut, sillä ne pohjautuvat henkilöön ja hänen ajatuksiinsa parisuhteesta. Aineistoni teksteihin voi kuitenkin sisältyä asiantuntijoiden kommentteja, ja niissä voi olla esimerkkejä joko keksityistä tai todellisista naisista ja miehistä, jotka kertovat parisuhteestaan. Osassa teksteistä käsitellään parisuhdetta useiden aiheiden kautta, kun taas toisissa teksteissä keskitytään vain yhteen

¹ Aineiston kylläntyminen eli saturaatio tarkoittaa sitä, että aineistoa on riittävästi, kun peruslogiikka alkaa toistua eli uudet tapaukset eivät tuota enää tutkimusongelman kannalta uutta tietoa (Eskola & Suoranta 2005: 62–63).

aiheeseen. Ohjeet ja kehotukset esitetään parisuhdeteksteissä usein luokitteluina tai numeroituina sääntöinä ja vinkkeinä.

Aktiivisille ja tasokkaille naisille kohdennettua Annaa kuvataan naisellisen nautinnollisuuden lehdeksi. Lehti kertoo kerran viikossa ajankohtaisista ihmisistä ja tapahtumista, muodista, sisustuksesta, kauneudesta ja kulttuurista. (Laane 2006.) Annan levikki vuonna 2006 on ollut 126 757 kappaletta (Levikintarkastus Oy 2007b). Moderneille nyky naisille suunnattu Me Naiset -lehti esitetään hyväksi tyttökaveriksi, joka kertoo juoruja, luo uskoa omaan naisellisuuteen sekä ohjaa muoti-, kauneus-, sisustus- ja ruoanlaittoasioissa kerran viikossa (Pollari 2007). Vuonna 2006 Me Naisten levikki on ollut 131 041 kappaletta (Levikintarkastus Oy 2007b). Cosmopolitania kuvataan positiiviseksi, rohkeaksi ja suorasukaiseksi henkilökohtaisen elämän käsikirjaksi, joka on tarkoitettu itsenäisille edelläkävijöille (Falck 2007). Lehti ilmestyy kerran kuukaudessa, ja sen levikki vuonna 2006 on ollut 73 039 kappaletta (Levikintarkastus Oy 2007b).

Aineistossa on parisuhdetekstejä kolmesta eri naistenlehdessä, koska tarkoitukseni on käsitellä naistenlehtiä yhtenä lehtityyppinä ja muodostaa kokonaiskuvaa parisuhdetekstien retorisisista vaikutuskeinoista. En siten käsittele parisuhdetekstejä erillisinä enkä vertaile lehtiä keskenään. Vaikka teksteissä vakuutetaan osittain myös kuvien kautta, tässä tutkimuksessa tarkastelen vakuuttamista kielen tasolla.

1.3 Tutkimusmenetelmä

Tutkin naistenlehtien parisuhdetekstejä retorisen analyysin avulla. Menetelmänä tutkimuksessani on Aristoteleen (ks. 1997: 11) kehittämä retoristen vaikutuskeinojen kolmijako eetoskeeseen, paatukseen ja logokseen. Vakuuttuminen perustuu puhujan luonteeseen ja uskottavuuteen (eetos), itse asiaan (logos) ja yleisön tunteisiin (paatos) (emt.). Nämä kolme seikkaa ovat kaiken vakuuttamisen perusta (Karlberg & Mral 1998: 35). Kaikkien kolmen vaikutuskeinon yhteinen tarkoitus on lisätä tekstin sanoman uskottavuutta (Kakkuri-Knuuttila 2000: 233). Vaikka retoristen vaikutuskeinojen jaottelu luotiin jo klassisen retoriikan aikana antiikin Kreikassa, se on yhä retoriikan tutkimuksessa kes-

keisessä asemassa (Puro 2006: 8). Retorisia vaikutuskeinoja käsitellen tarkemmin luvussa 3.5.

Tutkimukseni etenee siten, että aluksi erittelen naistenlehtien parisuhdeteksteissä olevat eetos-, paatos- ja logos-ilmaukset. Ilmauksella tarkoitan yksittäistä, sisällöltään yhtenäistä lukijan vakuuttamiseen pyrkivää tekstikappaletta. Tässä tutkimuksessa olen päätenyt tähän määritelmään, sillä parisuhdetekstit on jäsennetty selkeisiin, sisällöltään yhtenäisiin kappaleisiin, joita ei ole siten loogista erotella yksittäisiksi virkkeiksi. Yhdeksi ilmaukseksi yhdistän useitakin perättäisiä virkkeitä, jos niiden sisältö on samanlainen. Samassa tekstikappaleessa saattaa toisaalta samanaikaisesti esiintyä useampakin retorista vaikutuskeinoja.

Kun olen eritellyt teksteistä eetos-, paatos- ja logos-ilmaukset, jaan ne sisällön perusteella luokkiin, joita voivat olla esimerkiksi luotettavuus tai riitely. Siten saan selville, mihin asioihin ilmausten kautta vedotaan. Kun olen laatinut luokat, tarkastelen, kuinka paljon parisuhdeteksteissä on eri aihealueisiin lukeutuvia ilmauksia ja esitän tulokset numeerisessa muodossa. Samassa tekstikappaleessa saattaa olla useitakin eetos-, paatos- ja logos-ilmauksia, jotka sijoittuvat eri luokkiin. Siten luokiteltuja ilmauksia on enemmän kuin tekstikappaleita. Aineiston analysointia selvitän tarkemmin luvussa 4.

Retorinen analyysi on aina tekstin tulkintaa (Kakkuri-Knuutila 2000: 240). Kirjoittajan ohella tekstin tulkinta ja kokeminen riippuvat myös lukijasta. Tekstistä ei olekaan olemassa yhtä ainoaa oikeaa tulkintaa, sillä lukija tuo tulkintaprosessiin aina omat kokemuksensa ja näkemyksensä. (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2003: 59). Siten myös tässä tutkimuksessa parisuhdetekstien analysointi on lopulta subjektiivista, ja voi olla, että joku muu tulkitsisi tutkimusaineistoa toisin.

Tutkimuksessani kiinnitän huomiota parisuhdetekstien sisällön ohella myös kielellisiin keinoihin. Tarkastelen esimerkiksi tekstin tekijän ja lukijan suhdetta osoittavia ilmauksia sekä tekstien kielellisten ilmausten tunnepitoisuuksia. En kuitenkaan käsittele parisuhdetekstien kielellistä ja sisällöllistä puolta erillisinä tekstin vakuuttavuuden osina. Retorisessa analyysissä tutkimuksen kohteena on sekä tekstin sisällöllinen että kielelli-

nen puoli, jotka yhdessä tekevät tekstistä vakuuttavan. (Ks. Kakkuri-Knuutila 2000: 233–234.) Kieliasu on yhtä olennainen osa tekstin vakuuttavuutta kuin sisältökin. Kielenkäyttö saattaa merkitä kannanottoa, joka voisi jäädä huomaamatta, jos sen tarkkailu sivuutettaisiin kokonaan. (Perelman 1996: 48–49.)

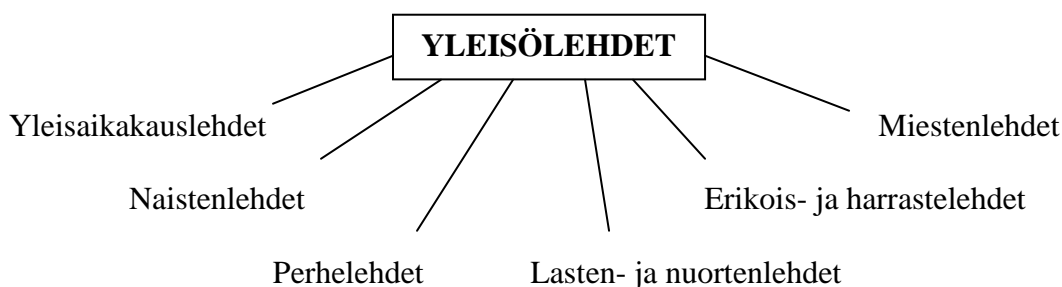
2 NAISTENLEHTI ILMIÖNÄ

Tutkimusaineistoni lehdet ovat naisille kohdistettuja aikakauslehtiä, ja tässä luvussa keskitynkin käsittelemään naistenlehtiä. Aloitan tarkastelemalla naistenlehtiä toisten aikakauslehtien joukossa. Tämän jälkeen käsittelen naistenlehtien tyypillisiä sisältöjä ja sitä naiskuvaa, jota naistenlehdet luovat. Lopuksi siirryn tarkastelemaan yksityiskohtaisemmin naistenlehtien parisuhdetta käsitteleviä tekstejä, joista aineistoni muodostuu.

2.1 Naistenlehti osana aikakauslehdistöä

Kun aikakauslehti alkoi kehittyä, se ei juuri eronnut sanomalehdestä. Esimerkiksi sisältönsä sanoma- ja aikakauslehdet olivat samankaltaisia. (Kivikuru 2003: 77.) Vasta 1800-luvun lopussa aikakauslehdet käsitettiin omaksi erilliseksi lehtimuodokseen (Kivikuru 1996: 55). Nykyään aikakauslehti määritellään julkaisuksi, joka ilmestyy säännöllisesti ainakin neljä kertaa vuodessa. Aikakauslehti sisältää monipuolista aineistoa, vaikkakin lehden linjan mukaisesti, eivätkä ilmoitukset tai mainokset ole lehden pääasia. Aikakauslehden voivat tilata kaikki tai se voidaan jakaa asiakas- tai jäsenyys-suhteen perusteella. (Kivikuru 2003: 77–78.)

Aikakauslehdet jaetaan aiheensa mukaan luokkiin, jotka liittyvät yhtäältä vapaa-aikaan ja viihtymiseen, toisaalta erikois- ja ammattitietoon (Kivikuru 1996: 53). Aikakauslehdet ovat alusta alkaen olleetkin niin viihdyttäjiä, opastajia, yhteydenpitäjiä kuin tiedon jakajiakin (emt. 97). Aikakauslehtien luokat ovat yleisölehdet, ammatti- ja järjestölehdet, mielipidelehdet sekä asiakas- ja yrityslehdet. Yleisölehdiksi määritellään yleisaikakauslehdet, perhelehdet, lasten- ja nuortenlehdet, naistenlehdet, miestenlehdet sekä erikois- ja harrastelehdet. (Emt. 74.) Olen koonnut yleisölehtien luokat kuvioon 1. Aineistot ja yleisö ovatkin aikakauslehtialalla pirstoutuneita, mikä tarkoittaa sitä, että eri ihmisjoukot kuluttavat eri lehtityyppejä erityisiin yhdessäolon, toiminnan tai viihtymisen tarpeisiin (Kivikuru 2003: 78).



Kuvio 1. Yleisölehtien luokat Kivikurun (1996: 74) mukaan.

Aikakauslehdet tulivat Suomeen vuosina 1830–1880. Ensimmäinen varsinainen aikakauslehti Suomessa oli 1700-luvun lopussa ilmestynyt *Om konsten att rätt behaga*, joka esitteli elämänohjeita ja käyttäytymistapoja ja joka luokitellaan myös naistenlehdeksi. Naistenlehdet kehittyivät siten aikakauslehtien ohessa ja niiden osana. Kun Suomessa ensimmäisiä naistenlehtiä alkoi ilmestyä 1800-luvulla, lehtityypin synnyinseudella Englannissa monilla naistenlehdillä oli jo satojen tuhansien painokset. (Kivikuru 1996: 55–56, 62.)

Naistenlehtiä määritellään niiden kohdeyleisön ja erityisen aihepiirin kautta (Malmberg 1991: 196). Naistenlehdet ovat siten naisyleisölle sovellettuja aikakauslehtiä, joissa käsitellään naiselliseksi määrittyneitä aiheita (Töyry 2005: 26). Yksittäinen naistenlehti saa ilmestymishetkellä toistuvan, tunnistettavan ja muista naistenlehdistä erottuvan muodon, jota voidaan kutsua formaatiksi. Naistenlehden formaatti on ajallinen ja paikallinen sovellutus yleisemmästä käsitteestä naistenlehti. Se sisältää vakiintuneita osia, kuten juttujen rakenne ja aihepiirit, aineistojen sijoittelu, kirjoittamisen tyyli ja lehden ulkoasu. Formaatti on niin vakiintunut ja samanlaisena toistuva, että lehden sisältö ja muoto voidaan monistaa. (Emt. 66–67.)

Naistenlehtien edeltäjiä olivat sanoma- ja aikakauslehdissä naisille kohdistetut ja otsikoidut osastot ja tekstit (Töyry 2005: 77) sekä naisjärjestöjen perustamat naisen asemaa pohtineet julkaisut, joita ilmestyi suuri joukko 1800-luvun lopulla ja 1900-luvun alussa (Malmberg 1991: 193). Naistenlehtien synty liittyy teollistumiseen ja kaupungistumiseen, joita ennen ajan ihanteiden mukainen naiskuva ja kauneus olivat olleet vain ylä-

luokan etuja. Samalla kun uusi keskiluokka rikastui, myös naiskuvan demokratisoituminen oli mahdollista. (Koskinen 1998: 93.)

Varsinaisesti naistenlehdet tulivat Suomeen vasta 1900-luvulla, jolloin syntyi joukko naisten kuluttajalehtiä, joista on tullut naistenlehden nykyinen päätyyppi (Töyry 2005: 28–29). Vuonna 1922 perustettiin Suomen ensimmäinen naisten ja kotien lehti Kotiliesi, josta tuli esikuva myöhemmille naistenlehdille (Koskinen 1998: 93). Nykyaikaisen naisen lehti Eeva perustettiin vuonna 1933, Suomen ensimmäinen viikoittainen ja moderni naistenlehti Me Naiset vuonna 1952 ja Anna vuonna 1963 (Malmberg 1991: 203). Kolmas tutkimusaineistonani oleva naistenlehti Cosmopolitan julkaistiin Yhdysvalloissa vuonna 1964 (ks. Gauntlett 2002: 53), ja Suomeen se tuli 1990-luvun lopulla (Kivikuru 2003: 84).

Uutta naistenlehtityyppiä ei ole muotoutunut naisten kuluttajalehden syntymisen jälkeen, vaikka muotoa onkin muutettu paljon naisten erikoislehdissä (Töyry 2005: 28–29). Niissä keskitytään yleensä yhden hyötyalueen ympärille, kuten muoti- ja sisustuslehdissä sekä kauneuteen ja terveyteen liittyvissä lehdissä. Yhtäältä erikoistietoon ja toisaalta viihteeseen pohjautuvien lehtityyppien erottaminen toisistaan ei kuitenkaan ole aivan yksinkertaista, sillä yleisnaistenlehdet ovat lisänneet lehtiin erikoisalueita. Erikoislehdet taas ovat laajentaneet aiheitaan yleislehtien suuntaan. (Malmberg 1991: 196.) Tutkimusaineistoni naistenlehdet Anna, Me Naiset ja Cosmopolitan luokitellaan viihteellisiksi naisten yleislehdiksi (ks. Levikintarkastus Oy 2007a).

Naistenlehtiä arvostellaan usein niiden juttuaineiston vuoksi, sillä sen oletetaan olevan kevyttä ja toisarvoista. Monet ihmiset kokevat naistenlehdet joutaviksi hömppälehdiksi, joissa ei ole lainkaan ”oikeaa asiaa”. Hermesin (1995: 29) mukaan naistenlehtiä ei juuri arvostetakaan. Niiden lukeminen mielletään usein turhaksi ja epä-älykkääksi ajanvietteeksi, ja naistenlehtien lukijat saattavatkin joutua puolustamaan tai peittelemään lukemistaan.

2.1.1 Sisällöt naistenlehdessä

Naistenlehtien sisältö muodostuu vakiintuneista aineksista, jotka löytyvät useimmista eri naistenlehdistä ja myös saman naistenlehden eri numeroista. Lehdet tosin käsittelevät ja yhdistelevät aiheita eri tavoin ja korostavat eri näkökantoja. (Malmberg 1991: 196.) Malmberg (emt. 195) sijoittaa suomalaisten naistenlehtien sisällöt yhdeksään pääryhmään: hyötyaines, yleissivistävä aines, lukuaines, viihdeaines, linjanvetopalstat, tiettoaines, palveluaines, ostopalvelut ja muut lukijapalvelut. Suurin osa niistä on ollut naistenlehdissä jo alusta saakka, ja osa on tullut mukaan 1960- ja 1970-luvuilla (emt. 196).

Hyötyaineiksella Malmberg (1991: 195) tarkoittaa esimerkiksi ruoka- ja käsityöohjeita sekä juttuja asumisesta ja kodin sisustuksesta, naisten ajankohtaisesta muodista sekä terveyden- ja kauneudenhoidosta. Naistenlehdet ovatkin alusta alkaen olleet naisten hyötylehtiä, joissa on käytännön ohjeita kodin, perheen, pihan ja itsensä hoitamiseen (emt. 284–285). Myös lukijat näkevät naistenlehdet hyötylehtinä. Hermes (1995) on haastatellut naistenlehtien lukijoita siitä, miksi ja missä tilanteissa he lukevat lehtiä ja mitä lehdet merkitsevät heille. Hermesin (emt. 36) mukaan lukijat perustelevat naistenlehtien lukemistaan muun muassa käytännön tietojen saamisella.

Yleissivistävää ainesta ovat Malmbergin (1991: 195) mukaan uutiskatkelmat maailman tapahtumista sekä taiteeseen liittyvät jutut. Naistenlehdet myös kytkeytyvät vahvasti muuhun joukkoviestintään esittäessään paljon musiikin, kirjallisuuden, television ja elokuva-alan ilmiöitä ja ihmisiä (Kivikuru 2003: 85). Lukuaineiksella Malmberg (1991: 195) tarkoittaa esimerkiksi fiktiivisiä novelleja ja kertomuksia sekä kolumneja, henkilöjuttuja ja matkakuvauksia. Aslama ja Kivikuru (2003: 295) näkevät, että vaikka aikakauslehtien lukeminen onkin osa arkitottumuksia, se on myös todellisuuspakoista, sillä lukija kokee irtautuvansa arkisista tapahtumista ja huolista. Hyötyvaikutusten ohella aikakauslehtien lukeminen saa aikaan siten myös tunnevaikutuksia (emt.).

Myös viihteen tarkoituksena on antaa lukijalle kevyitä tunnekokemuksia vastapainoksi arjen tapahtumille (Malmberg 1991: 285). Viihdeainekseen Malmberg (emt. 195) sijoit-

taa julkisuuden henkilöistä kertovat jutut, ristikot ja kilpailut, seurapiiri- ja juorupalstat, horoskoopit sekä sarjakuvat. Julkisuuden ihmiset, kuten kuninkaalliset ja missit, näkyvät voimakkaasti juuri naistenlehdissä, joissa heidän elämäkokemuksiaan ja yksityisasiaitaan seurataan tarkasti. Osaltaan myös heidän tunnettuutensa on tämän julkisuuden varassa. (Malmberg 1991: 229, 285.)

Linjanvetopalstaksi Malmberg (1991: 195) määrittää naistenlehtien pääkirjoitukset. Tietoinesta ovat esimerkiksi yhteiskunnallisiin asioihin liittyvät artikkelit, tutkimustiedon popularisointi sekä mielipide- ja erikoistutkimukset (emt.). Etenkin tiedon popularisoinnin Malmberg (emt. 285) näkee naistenlehtien tärkeäksi tehtäväksi, sillä lehdet jakavat tietoa yhteiskunnallisista asioista yleistajuisen kielen ja lukijoiden mielenkiintoisiksi kokemien ihmisten kautta.

Palveluaineksella Malmberg (1991: 195) tarkoittaa esimerkiksi neuvontapalstoja, joita ovat psykologin- ja lääkärinpalstat sekä ihmissuhdepalstat, ja lukijoiden omia purkautumispalstoja. Naistenlehtien purkautumis- ja neuvontapalstat toimivat terapeuttisissa tehtävissä. Yhtäältä lukijat saavat purkaa omaa pahaa oloaan ja toisaalta he ymmärtävät, että monet ihmiset kokevat samat ongelmat eivätkä he ole yksin. (Emt. 285–286.) Toisten kertomukset voivat myös auttaa omien ongelmien ratkomisessa tai niihin voi samastua (Siivonen 2006: 235). Siivosen (emt. 234) mukaan naistenlehtien kyselypalstoilla lukijan realistinen ääni vahvistaa lehtien tapaa puhutella naisia ja puhua naisena olemisesta. Naistenlehdet olettavat, että nainen tarvitsee lehden neuvoja, jotta voisi muuttua (emt.).

Ostopalveluja ovat Malmbergin (1991: 195) mukaan lahjapalvelut ja puodit. Muihin lukijapalveluihin Malmberg (emt.) sijoittaa esimerkiksi lukijamatkat, muotishow't ja erilaiset kurssit, kuten laihdutuskurssit, avioliittokoulut tai muuttumiskoulut. Naistenlehdet auttavat muuttumisleikeillä, laihdutuskursseilla tai kauneus- ja terveystmatkoilla naisia saavuttamaan yhteisyyden tunteen ja vahvistamaan itsetuntoa (emt. 286). Naistenlehtien perusajatuksena on Malmbergin (emt.) mukaan yksinkertaisesti se, että naisen hyväksyisi itsensä naisena ja ihmisenä. Töyry (2005: 93) sen sijaan näkee, että naistenlehden lukijalle tarjotaan niin hyväksyntää kuin kehotuksia parannuksiinkin. Esimer-

kiksi naislukijalle osoitetut laihdutus- ja muuttumiskurssit viittaavat myös Ballasterin ym. (ks. 1991: 124–125) ajatukseen siitä, että naistenlehdet näkevät naisena olemisen puutteellisena ja aina kehitettävissä olevana tilana.

Edellä esiteltyjä ryhmiä ei tarvitse pitää toisiaan poissulkevinä, sillä naistenlehtien aiheistot voivat sopia useampaankin ryhmään samanaikaisesti. Esimerkiksi tutkimusaineistoni parisuhdetekstit voivat olla tietoinesta, johon kuuluu yhteiskunnallisia ja sosiaalisia asioita, kuten naisen roolia koskevat artikkelit (ks. Malmberg 1991: 195). Toisaalta parisuhdetekstit voisi sijoittaa myös lukuaineeseen tai viihteeseen, vaikka se ei Malmbergin (ks. emt.) ryhmittelyyn soviakaan. Lukijat kuitenkin kokevat tällaisten tekstien lukemisen myös viihdyttävänä ajankuluna, vaikka he samanaikaisesti hakevatkin tietoa ihmissuhteista (ks. Tainio 2001: 136).

2.1.2 Naistenlehtien naiskuva

Naiskuvalla tarkoitetaan naiseuden representaatiota eli esittämistä ja edustamista tekstissä tai kuvassa (Laiho & Ruoho 2005: 8–9; Töyry 2005: 32). Representaatiot eivät kuitenkaan vain esitä ja heijasta todellisuutta vaan myös omalta osaltaan tuottavat sitä (Laiho & Ruoho 2005: 8–9). Koska naistenlehdet määrittelevät lukijansa naiseksi, lehtiin sisältyy esityksiä siitä, mitä naiseus tietyllä hetkellä on (Ballaster ym. 1991: 45). Naistenlehdet muokkaavatkin käsitystä naisista, naisena olemisesta ja samalla lukijan käsitystä itsestään naisena (Hermes 1995: 27; Siivonen 2006: 242). Media on keskeinen kulttuurin alue, jolla pidetään yllä ja tuotetaan uudelleen käsitystä sukupuolesta (Puustinen ym. 2006: 41).

Naistenlehtiä arvostellaan siitä, että ne luovat kapeaa ja kaupallista naiskuvaa. Naistenlehtien tuottamaa naiskuvaa ei kuitenkaan voi määritellä. Se on kapeampi kuin todellinen naiseus, mutta sitäkään ei voi määritellä, koska siihen pitäisi sovittaa kaikki naiset. Naistenlehtien naiskuva on syntynyt kaupalliselta pohjalta. (Siivonen 2006: 227, 236.) Oikea naiseus saavutetaan naistenlehtien mukaan kulutuksen kautta (Ballaster ym. 1991: 150).

Tämä kulutusta korostava käsitys naiseudesta näkyy jutuissa, joissa kuluttamalla ja muuttamalla tullaan entistä täydellisemmäksi naiseksi (Siivonen 2006: 232–233). Tällaiset jutut käsittelevät esimerkiksi sitä, mitkä ihovoiteet saavat näyttämään nuorekkaalta, mikä on ajanmukaista vaate- ja hiusuotia tai millainen ruoka tai liikuntamuoto sopii ihannevirtaloa tavoittelevalle. Naistenlehdet myös järjestävät lukijoilleen muuttumisleikkejä, joissa lukijan ulkomuotoa muutetaan. Tavallisesti jutussa näytetään kuvat lukijasta ennen ja jälkeen muuttumisleikin sekä luetellaan käytettyjen asujen ja kauneudenhoitotuotteiden merkit ja ostopaikat.

Naistenlehtien naiskuva on ristiriitainen, pirstoutunut ja moninainen, sillä jo samaan numeroon sisältyy monia erilaisia ja vastakkaisiakin kuvauksia naiseudesta (Ballaster ym. 1991: 12, 22). Ajan kuluessa naistenlehtien naiskuva myös muuttuu (emt. 10). Ballaster ym. (emt. 13) kuitenkin näkevät, että tavallisesti naistenlehdet sijoittavat naisen joko kotiin tai aivan kodin lähelle. Myös itsenäistä naista juhlistavat lehdet, kuten *Cosmopolitan*, julkaisevat säännöllisesti juttuja ruoanlaitosta ja sisustamisesta (emt.). Myös tutkimusaineistoni parisuhdeteksteistä ilmenee tietynlainen naiskuva, josta lukija pyrittään vakuuttamaan. Tekstien parisuhdeneuvot osoittavat naislukijalle, millainen naisen tulisi olla.

Naistenlehdet esittävät naisen elämän ja siitä selviytymisen ristiriitaisena (Siivonen 2006: 226). Kun lehtien ruokaohjeet kehottavat herkuttelemaan, samanaikaisesti laihdutusjutut määräävät tavoittelemaan ihannevirtaloa. Naisilla täytyisi myös olla työura, vaikka toisaalta naisten on pidettävä huolta lapsista. (Emt. 226, 237.) Naistenlehdet eivät kuitenkaan rohkaise lukijoita tarkkailemaan tällaisia paradokseja, vaan kuluttamaan kaikki osat irrallisina kokonaisuuksina (Ballaster ym. 1991: 176). Ballaster ym. (emt.) näkevät, että harvat naiset lukevatkaan naistenlehtiä alusta loppuun.

On olemassa selkeä ero sen välillä, mitä lukija on ja mitä hänen naistenlehtien mukaan täytyisi olla. Lukija ei voikaan koskaan täysin saavuttaa naistenlehtien määrittelemää naiseutta. Naistenlehti näkee naisena olemisen aina puutteellisena ja ristiriitaisena tilana, ja lehteä kuvataan lukijan ystävänä ja neuvonantajana naisena olemisen ongelmallisuudessa. (Ballaster ym. 1991: 124–125.) Nykyajan naislukija harvoin myös tuntee so-

pivansa naistenlehtien tuottamaan naiskuvaan. Lukija voi olla pulska ja nelikymppinen, kun lehti määrittelee naiseuden hoikkuudeksi ja nuorekkuudeksi. Lukija voi myös olla lapseton, kun lehti määrittelee äitiyden olennaiseksi osaksi naiseutta. (Ballaster ym. 1991: 45.)

2.2 Parisuhdetta käsittelevät tekstit

Populaarissa psykologisessa terapiakirjallisuudessa elämän tärkein päämäärä on onni, jonka saavuttaminen edellyttää itsensä tutkailua ja tasapainoisia ihmissuhteita, erityisesti onnellista parisuhdetta (Tainio 2001: 135). Osa populaariksi psykologiseksi terapiakirjallisuudeksi tai opaskirjallisuudeksi kutsuttua lajityyppiä ovat esimerkiksi elämäntaito- ja parisuhdeoppaat (Mauranen 2006: 222). Mauranen (2006) on tarkastellut akateemisten tekstien ja elämäntaito-oppaiden eroja käännösten ja suomeksi kirjoitettujen tekstien välillä. Gauntlett (2002: 237) näkee, että populaarin psykologisen opaskirjallisuuden perusajatukset soluttautuvat myös naistenlehtiin. Myös Cameronin (1995: 191–192) mukaan varsinkin naisille osoitettuja parisuhdeneuvoja näkyy opaskirjallisuuden ohella myös naistenlehdissä. Olenkin tässä tutkimuksessa päätyneet tarkastelemaan naistenlehtien parisuhdetekstejä opaskirjallisuuteen rinnastuvina teksteinä.

Parisuhdeoppaat pohjautuvat Tainion (2001: 48) mukaan heteroseksuaalisen parisuhteen luonnollisuuteen. Myös parisuhdeteksteistä näkyy oletus, että naislukijalla on joko poikaystävä tai aviomies. Vaikka osa naistenlehdistä mainostaakin olevansa nuorten ja vapaiden naisten puolella, lehdet uskovat, että olo ilman miestä on onnellinen mutta väliaikainen tila (Ballaster ym. 1991: 137). Perinteisemmissä naistenlehdissä nainen ilman miestä koetaan yleensä ongelmaksi, ja lehdet puhuttelevatkin lukijoitaan sekä suorasti että epäsuorasti olettaen, että heillä on mies (emt. 137–138).

Naistenlehti ohjaa naista naiseuden roolien suorituksissa (Töyry 2006: 220). Tämä näkyy myös parisuhdeteksteissä, joissa naislukijalle neuvotaan, miten parisuhteessa tulisi toimia. Parisuhdeteksteillä ja -oppailla onkin sama tarkoitus, sillä myös parisuhdeoppaissa eritellään Tainion (2001: 45) mukaan yhteiskunnassa vallitsevia sukupuolittuneita

ta toimintatapoja. Tainio (2001) on tutkinut nykysuomalaisia parisuhdeoppaita vuosilta 1988–1997 ja tarkastellut sukupuolen vaikutusta kielenkäyttöön. Pääkiinnostus tutkimuksessa on siinä, miten sukupuoli näkyy kielessä ja miten naisesta, miehestä ja sukupuolesta kirjoitetaan ja miksi (Tainio 2001).

Naistenlehtien parisuhdeteksteissä näkyy lukijan ajatusmaailmaan soveltuva käsitys naiseudesta. Kun naistenlehtiä julkaistaan, niihin valitaan aiheita ja käsittelytapoja, jotka vahvistavat yhteiskunnassa hyväksytyä sukupuolisopimusta eli tapaa, jolla miesten ja naisten suhteet on järjestetty (Töyry 2005: 344). Naistenlehdet hyväksyvät sen paikan, jossa lukijat vallitsevan sukupuolisopimuksen mukaisesti ovat, jotta lukijat yhä lukisivat lehteä ja lehti voisi ilmestyä jatkossakin (Töyry 2006: 224).

Myös naisille ja miehille tarkoitetuissa parisuhdeoppaissa näkyvät Tainion (2001: 135) mukaan ajan yhteiskunnassa hyväksytyt käsitykset sukupuolesta, naisesta ja miehestä sekä heidän välisestä suhteestaan. Räisänen (1995) on tutkinut avioliitto- ja seksuaalivalistusoppaita vuosilta 1865–1920 ja tarkastellut, millä tavoin sukupuolijärjestelmä Suomessa tuona aikana muotoiltiin ja legitimoitiin. Myös Räisänen (1995: 26) näkee, että opaskirjallisuus sisältää teksteiksi kiteytettyinä yhteiskunnassa vallitsevia käytäntöjä ja ihanteita. Räisänen (emt. 25) mukaan avioliitto- ja seksuaalivalistusoppaissa esitettyjä neuvoja parisuhde-elämästä ei voikaan tulkita tekstin tekijän yksilöllisinä käsityksinä. Tekijät ovat rakentaneet käsityksensä naisen ja miehen välisestä suhteesta sellaisten perusajatusten ja ihanteiden pohjalle, jotka ovat ajan yhteiskunnassa ja julkisessa keskustelussa hyväksytyjä (emt.). Männistön (2003: 31) mukaan mitä useammin jokin asia toistuu eri opaskirjoissa, sitä uskottavammin asian voi käsittää ajan keskeisenä seikkana, ei vain yhden ihmisen tai joukon kannanottona.

Naiset lukevatkin parisuhdeoppaita Cameronin (1995: 208) mukaan etenkin niihin sisältyvien väitteiden tuttuuden ja vaivattomuuden takia. Lukijat eivät ole kiinnostuneita uusista seikoista, vaan he tahtovat saada vahvistusta sille, mitä he jo ajattelevat (emt.). Cameron (1995) on tutkinut nykyaikaisia naisille tarkoitettuja puhumiseen liittyviä oppaita ja tarkastellut niissä olevia ajatuksia kielestä ja sukupuolesta.

Naistenlehtien parisuhdeteksteille on tyypillistä joko lukijalle suoraan osoitetut kehoitukset tai epäsuorempi lukijan ohjaaminen. Gauntlett (2002: 237) uskoo, että juuri populaari psykologinen opaskirjallisuus antaa suorimmin ohjeita sukupuolesta ja ihmissuhteista. Gauntlett (2002) on tutkinut naisille ja miehille osoitettuja nykyaikaisia oppaita ja tarkastellut niissä näkyviä käsityksiä sukupuolirooleista, minuudesta ja siitä, missä määrin itseään voi muuttaa.

Naistenlehtien parisuhdetekstit pyrkivät vaikuttamaan naislukijan toimintaan parisuhhteessa. Räisänen (1995: 26) esimerkiksi olettaa, että koska avioliitto- ja seksuaalivaltusoppaissa määritellyt naiseuden ja miehuuden ihanteet ja avioelämän normit ovat vastanneet sen ajan ihmisten käsityksiä, ne ovat sitä kautta myös vaikuttaneet ihmisten elämään. Parisuhdetekstejä tutkimalla ei kuitenkaan voi tietää, toimivatko naislukijat parisuhhteessaan tekstien neuvojen mukaisesti. Männistön (2003: 12) mukaan opaskirjallisuus tarjoaakin erityisesti osoituksen siitä, mitkä ovat kulttuurisesti mahdollisia käytös- ja käsitysmalleja. Männistö (2003) on tutkinut nuorille naisille tarkoitettuja opaskirjoja vuosilta 1890–1972 ja tarkastellut niissä näkyvää käsitystä naisruumiista.

Opaskirjallisuus hankitaan usein harkitusti, kun taas parisuhdetekstit ilmestyvät naistenlehtien mukana, jolloin niiden lukeminen ei välttämättä ole yhtä tarkoituksellista ja intensiivistä. Opaskirjallisuus voi siten pystyä myös vaikuttamaan lukijaan helpommin, koska lukija on jo ennalta kiinnostunut oppaasta ja haluaa vastaanottaa tietoa. Naistenlehden lukijat sen sijaan eivät varmaankaan tilaa tai osta lehteä ainoastaan parisuhde-neuvojen takia, ja muutamat parisuhdesivut lehdessä voivatkin olla osalle lukijoista vähämerkityksisiä. Siten myös lukijaan vaikuttaminen on vaikeampaa. Opaskirjallisuus pystyy myös käsittelemään asioita tarkemmin ja perusteellisemmin kuin parisuhdetekstit. Esimerkiksi parisuhdeoppaat saattavat olla satasivuisia, kun taas parisuhdeteksteissä asiat joudutaan pelkistämään muutama sivuun.

Mitä tahansa tekstiä voi Cameronin (1995: 206) mukaan tulkita monella tavoin. Tekstin merkitys ei piile vain sanoissa tai tekstin tekijän aikomuksissa, vaan lukijan täytyy lopulta tuottaa teksti. Se, mitä lukija näkee, ei riipu vain siitä, mitä tekstissä on näkyvissä vaan myös siitä, mitä lukija etsii ja mitä oletuksia tai asenteita hänellä on mukanaan.

(Cameron 1995: 206.) Myös Hermes (1995: 147) korostaa, että naistenlehtien lukijat voivat tulkita samoja tekstejä vakavissaan tai vaikkapa ironisesti. Parisuhdetekstien lukeminenkin voi siten olla osalle naislukijoista pelkkää huvia eikä luetusta välttämättä muisteta myöhemmin juuri mitään, kun taas toisille naislukijoille se voi olla parisuhde-neuvojen tietoista hakemista.

3 RETORIikka JA RETORINEN TUTKIMUS

Tässä luvussa tarkastelen retoriikkaa ja retoriikan tutkimusta. Aluksi käsittelen erilaisia retoriikan tulkintoja ja määritelmiä sekä sitä, mihin oma tutkimukseni sijoittuu niiden joukossa. Tämän jälkeen tarkastelen retoriikan kehitystä antiikin klassisesta retoriikasta 1960-luvulla alkaneeseen uuteen retoriikkaan sekä tekstin vakuuttavuutta. Lopuksi siirryn käsittelemään retorista analyysiä ja tutkimukseni kannalta keskeisiä käsitteitä, retorisia vaikutuskeinoja.

3.1 Retoriikan määritelmiä

Retoriikan määritelmä, merkitys ja suhtautuminen retoriikkaan ovat muuttuneet suuresti retoriikan historian aikana. Eri tilanteissa ja paikoissa ihmiset näkevät retoriikan eri puolilta. Retoriikka ei olekaan yksiselitteinen suuntaus, vaan sitä voidaan jäsentää ja tulkita monen näkökulman kautta (Palonen & Summa 1996: 7). Retoriikkaa käsittelevissä teoksissa ei ole yhtä vakiintunutta määritelmää retoriikasta, ja vaikka alan historia on pitkä, retoriikkaa voi tarkastella yhä uusistakin näkökulmista (Rydstedt 1993: 21).

Retoriikkaa voi tulkita sekä suppean että laajan määritelmän mukaan (Hänninen 1996: 162). Haapanen (1996: 23) määrittelee lyhyesti retoriikan opiksi siitä, miten asiat ilmaistaan puheen keinoin vakuuttavasti ja suostuttelevasti. Aristoteles (1997: 10) sen sijaan käsittää retoriikan taidoksi löytää tilanteissa sopivat vakuuttamisen keinot. Näitä ovat esimerkiksi tietynlaiset sanat ja argumentit (Haapanen 1996: 26). Aristoteles tarkasteli retoriikkaa pääasiassa viestin lähettäjän näkökulmasta ja sivuutti siten analytiikon tai vastaanottajan näkökulman (Kakkuri-Knuutila 2000: 235). Karlberg ja Mral (1998: 10) näkevät retoriikan laajempänä ilmiönä kuin pelkästään kielen keinoin tapahtuvana vaikuttamisena. Heidän mukaansa retoriikkaa ovat kaikki tilanteet, joissa ihmiset koettavat tietoisesti vaikuttaa toisiinsa erilaisten merkkien, esimerkiksi sanojen, kuvien ja eleiden avulla (emt.).

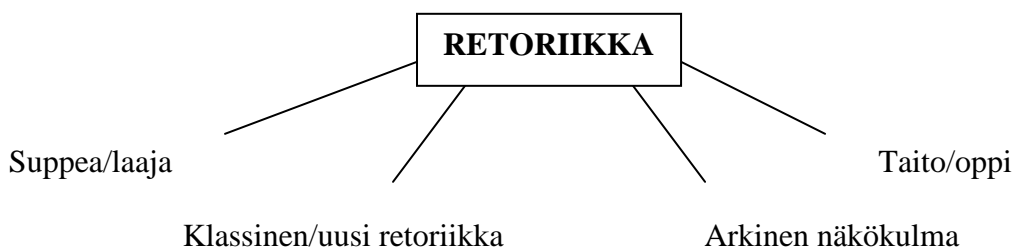
Retoriikka on Puron (2006: 162) mukaan erottamaton osa ihmisyyttä ja olemassaoloa, sillä ihmiset voivat ja he haluavat vaikuttaa toisten toimintaan tavalla, joka vastaa ja edistää heidän omia tarkoituksiaan. Myös Haapanen (1990: 11) toteaa, että luonnollista retoriikkaa on kaikissa yhteisöissä, sillä ihmiset suostuttelevat toisiaan tietoisesti omassa kielessään piilevien, sanoman uskottavuutta lisäävien mahdollisuuksien avulla. Mitä vakuuttavampi ihminen pystyy olemaan, sitä enemmän ja alttiimmin muut tekevät asioita hänen puolestaan. Toiset hyödyntävät tätä retoriikan ominaisuutta tilaisuuden tullen, kun taas toiset harkitsevat niitä moraalisia seurauksia, joita retoriikan käyttämiseen liittyy. (Puro 2006: 162.)

Myös Jokisen (1999b: 128) mukaan retoriikalla on keskeinen merkitys aina, kun ihmiset koettavat kielellisen vuorovaikutuksen kautta saada toisiaan samaan näkemykseen. Retoriikka ei ole siten vain kielen koristeellisia ilmauksia tai tahallisen harhaanjohtavaa kommunikaatiota (Jokinen 1999a: 47). Heti kun sanoman tarkoitus on vakuuttaa yksi tai useampi ihminen, ohjata ajattelua ja toimintaa tai liikuttaa tunteita, Perelmanin (1996: 181) mukaan kyse on retoriikasta. Leiwo, Luukka ja Nikula (1992: 12–13) toteavat, että retoriikkaa voikin tarkastella yhtäältä akateemisen ja toisaalta arkisen vaikuttamisen näkökulmasta. Suurinta osaa retorisisista keinoista käytetään myös arkisessa vaikuttamisessa ja puhumisessa (emt. 14).

Edellä mainitun arkisen näkökulman ohella Karlberg ja Mral (1998: 11) näkevät retoriikan yhtäältä taitona, jota voi opettaa ja harjoitella, ja toisaalta tieteenä, jonka kautta sanomaa analysoidaan ja tulkitaan. Monista retoriikan määritelmistä ilmeneekin, että retoriikka mielletään niin taidoksi kuin opiksikin. Esimerkiksi Hännisen (1996: 161–162, 166) mukaan retoriikan voi jakaa kahteen ääripäähän eli tieteeseen ja tutkimukseen (oppi) sekä kannanoton ja keskustelun taitoon (taito).

Retoriikan määrittelyä hankaloittaa käsitteen kaksiselitteisyys. Retoriikan käsitteen jakautuminen niin käytäntöön kuin teoriaan johtaa siihen, että retoriikka viittaa yhtäältä kielen käyttöön ja toisaalta kielenkäytön teoriaan. (Sigrell 1999: 19, 49.) Retoriikan teoriassa on kyse esimerkiksi puheen, tekstin, mainoksen tai televisio-ohjelman retoriikan ymmärtämisestä ja kriittisestä tulkitsemisesta, kun taas retoriikan taito koskee sitä,

miten puhutaan ja vaikutetaan sanoilla (Renberg 2007: 9). Taidoksi retoriikka on mielletty jo antiikin Kreikasta lähtien (Sigrell 1999: 19). Tässä tutkimuksessa on kyse retoriikan teoreettisesta puolesta, sillä tarkoitukseni on analysoida, millaisia retorisia vaikutuskeinoja käytetään naistenlehtien parisuhdeteksteissä lukijan vakuuttamiseksi.



Kuvio 2. Lähtökohtia retoriikan käsitteen määrittelyyn.

Retoriikka ei ole yksiselitteinen käsite vaan ihmiset tulkitsevat ja määrittelevät sitä erilailla. Kuvioon 2 olen koonnut yhteenvedoksi erilaisia lähtökohtia retoriikan käsitteen määrittelyyn ja ymmärtämiseen. Retoriikkaa voi tulkita joko suppeasti tai laajasti. Arkinen näkökulma viittaa siihen, että retoriikka käsitetään myös osaksi arkisia vuorovaikutustilanteita, sillä ihmiset koettavat ja haluavat vaikuttaa toistensa toimintaan. Retoriikkaa voi myös tarkastella yhtäältä taitona ja toisaalta oppina. Retoriikan jakautumista klassiseen ja uuteen retoriikkaan käsitelen seuraavassa luvussa.

3.2 Klassisesta retoriikasta uuteen retoriikkaan

Todellinen kiinnostus retoriikkaan kehittyi antiikin Ateenassa, jossa retoriikka liittyi yhteiskunnalliseen vaikuttamiseen ja toimintaan. Suurin osa yhteisöä velvoittavista päätöksistä tehtiin kansankokouksissa, mikä loi suotuisan areenan puhetaidon harjoittamiseen ja joukkojen manipulaatioon. (Haapanen 1996: 23–25.) Myös Rooman kulttuurille oli ominaista poliittinen ja yhteiskunnallinen keskustelu, minkä vuoksi roomalaisetkin arvostivat puhumisen taitoja (Puro 2006: 19). He omaksuivat kreikkalaisen retoriikan nopeasti (Hellspong 1992: 22), vaikkakin roomalaiset suhtautuivat puhetaidtoon kreikka-

laisia käytännöllisemmin (Leiwo ym. 1992: 10). Antiikin parhaaksi puhujaksi tunnustettu Cicero kohottikin puhetaidon suurimmaksi inhimilliseksi taidoksi. Ciceron aikana (106–43 eKr.) ja Rooman tasavallan viimeisinä vuosikymmeninä ennen yksinvaltiutta retoriikka eli huippuhetkiään. (Haapanen 1996: 23.)

Klassinen retoriikan teoria tutki kommunikaatiota, viestien välittymistä ja sanoilla vaikuttamista, ja retoriikka määriteltiin vakuuttamisen tekniikaksi. Retoriikan taito oli sivistyksen ja kasvatuksen tärkeä osa, ja retoriikkaa opetettiin kaikissa korkeammissa kouluissa yhä keskiajallakin (400–1400). (Summa 1995: 71–72.) Keskiajan kuluessa retoriikka kuitenkin menetti virallisen, itsenäisen ja tunnustetun asemansa ja sen tarkasteleminen siirtyi poliittisilta areenoilta luostareihin. Mielenkiinto retoriikkaa kohtaan kuitenkin säilyi, ja retoriikan kehittämistä pidettiin yhä tärkeänä, vaikkakin kirkon omista lähtökohdista. (Puro 2006: 54, 63.)

Renessanssin (1400–1600) aikoihin retoriikka kehittyi uuteen suuntaan (Puro 2006: 55). Klassisen retoriikan olennaisin osa, perustelutaito, menetti keskeisen asemansa retoriikassa, ja retoriikka määriteltiin enää vain esiintymis- ja esittämistaidoksi, jossa käsiteltiin tehokasta ja toisaalta miellyttävää tyyliä ja ilmaisua koskevia ohjeita (Kakkuri-Knuutila 1991b: 81). Kun valistusaika (1700-luku) ja moderni tieteellinen maailmankuva kehittyivät, retoriikkaa ei voinut enää opettaa ja harjoittaa omana tieteenalanaan. Valistusfilosofien mukaan retoriikka oli este objektiivisuudelle, sillä vain kokemuspäisen tiedon hankinta oli ratkaisu oikeaan ajatteluun ja päättelyyn. (Summa 1995: 73.) 1800-luvun päättyessä retoriikka oppiaineena ja tieteellisenä suuntauksena menetti akateemisen asemansa (Summa 1996: 51).

Uusi kiinnostus retoriikkaan ja sen ohella uuden retoriikan kausi alkoi 1960-luvulla (Summa 1995: 73). Uuden retoriikan edustajat kiistivät aikansa kielteisen ja vähättelevän suhtautumisen retoriikkaan ja saivat kiinnostuksen siihen käsitteenä ja tutkimuksellisenä näkökulmana kehittymään uudelleen (Summa 1996: 51). Monissa ihmisissä retoriikka saa silti yhä aikaan negatiivisia assosiaatioita, ja he näkevät retoriikan tarkoittavan vain merkityksettömiä latteuksia tai ihmisten harhauttamista ja manipuloimista (Johannesson 1990: 9; Karlberg & Mral 1998: 9).

Uusi retoriikka yhtä aikaa jatkoi ja laajensi klassista retoriikkaa (Perelman 1996: 11). Klassisena aikana retoriikkaan suhtauduttiin käytäntönä, jossa keskeistä oli puhuja ja hänen viestinsä välittyminen (Puro 2006: 107). Uusi retoriikka sen sijaan ei rajoittunut vain klassiselle retoriikalle ominaisiin käytännön ohjeisiin ja opetuksiin vaan retoriikka käsitettiin etenkin vaikuttamisen analyysiksi ja tulkinnaksi (Perelman 1996: 15; Puro 2006: 108). Uusi retoriikka tulkitsi 1900-luvun maailmaa, joka erosi klassisen retoriikan ajoista, ja vastasi uuden ajan tarpeisiin (Puro 2006: 109).

Tässä tutkimuksessa on mukana niin klassinen kuin uusi retoriikkakin. Tutkimuksessani menetelmänä on Aristoteleen kehittämä retoristen vaikutuskeinojen kolmijako eetokseen, paatokseen ja logokseen. Uuden retoriikan käsityksen mukaan kuitenkin analysoin tutkimusaineistossani esiintyviä retorisia vaikutuskeinoja, ja siten tutkimukseni perustuukin enemmän uuden kuin klassisen retoriikan näkemyksiin.

Viestintävälineiden kehitys on tehnyt retoriikasta jälleen ajankohtaisen (Kakkuri-Knuuttila 2000: 235–236). Ihmiset ovat jatkuvasti vaikuttamisen alaisina, sillä puhe ja teksti ympäröivät ihmisiä samanaikaisesti muun muassa internetin, television, kännykän ja lehtien kautta (Puro 2006: 167). Sen sijaan että olisi yksi selkeä viestin lähde, varsinaista vaikuttajaa voi olla vaikea löytää (emt. 12, 110).

3.3 Tekstin vakuuttavuus

Tekstillä tarkoitetaan laajimmillaan mitä tahansa kirjoitetun tai puhutun kielen katkelmaa, joka muodostaa yhtenäisen merkityksellisen kokonaisuuden. Teksti ei kuitenkaan ole irrallinen ja itsenäinen kielellinen yksikkö vaan se liittyy aina viestintätilanteeseen. (Leiwo ym. 1992: 76–77.) Tämä viittaa siihen, ettei tekstin sisältö itsessään merkitse vielä mitään, vaan kaikki tekstit edellyttävät vastaanottajan tulkintaa ja aktiivista merkityksenantoa (Kieli ja sen kieliopit 1996: 95). Tekstistä tuleekin teksti vasta silloin, kun lukija tulkitsee sen. Koska teksti kohtaa lukijansa yleensä itsekseen, tekstin tekijä ei voi enää selittää tai tarkentaa asioita lukijalle. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2003: 19.)

Tekstit tarjoavat etusijalle asettuvia tulkintoja itsestään ja edellyttävät lukijalta tiettyjä tietoja, arvoja ja käsityksiä (Lehtonen 2000: 149, 152). Etusijalle asettuva tulkinta ei kuitenkaan ole yhtä kuin lukijoiden ainoa tekstistä tuottama tulkinta. Samaa tekstiä voi lukea eri tavoin, sillä lukijoiden odotukset, tarkkaavaisuus, tunnetilat ja tilanteet ovat erilaisia. (Emt. 178, 194–195.) Esimerkiksi osa lukijoista voi lukea naistenlehtien parisuhdetekstejä rentouttavana ajankuluna, kun taas toiset tietoisesti hakevat teksteistä neuvoja parisuhteeseensa.

Jotta tekstillä pystyisi vakuuttamaan, on tärkeää, että teksti on havainnollista, luottamusta aikaansaavaa ja yleisökeskeistä. Vaikuttamisen lähtökohta on, että lukija voi uskoa sanoman olevan totta. Myös perustelut ovat olennaisia, sillä ihminen muuttaa ajatteluun ja toimintaansa silloin, jos muutoksesta on hänelle etua. (Kortetjärvi-Nurmi & Korhonen 1994: 48, 51–52.) Ihmiset haluavat ottaa vastaan juuri itselleen hyödyllisiä ja miellyttäviä tietoja, ja heidän suhtautumisensa sanomaan riippuukin keskeisesti siitä, mitä se merkitsee heille (Wiio 1974: 108, 141). Siksi tekstissä kannattaa kertoa lukijalle, mitä suotuisaa siitä seuraa, kun hän toimii tekstin tekijän tahtomalla tavalla (Kortetjärvi-Nurmi & Korhonen 1994: 52).

Yleisökeskeisyys on retoriikan kulmakivi, sillä retoriikka on aina jollekin yleisölle osoitettua viestintää (Karvonen 1999: 274). Jotta tekijä saisi yleisönsä vakuuttuneeksi sanomastaan, hänen tulee sovittaa teksti yleisönsä mukaan (Summa 1996: 67). Kyse on siitä, että tekijällä on alusta asti joitakin oletuksia siitä, mihin voi vedota uskottavuuden lisäämiseksi (emt. 70). Tekstin tekijä voi ottaa vakuuttamisen lähtökohdiksi vain sellaisia väitteitä, joita vastaanottajien ei oleteta kyseenalaistavan. Johtopäätökset eivät aina ole suoraan yleisön hyväksymiä, mutta yleisön lähtökohdille osoittaman hyväksynnän kautta koetetaan saada yleisö hyväksymään myös johtopäätökset. (Perelman 1996: 28.)

Jos tekijä ei lainkaan suuntaa tekstiään vastaanottajille, hän ei saa heitä vakuuttuneiksi sanomastaan. Yleisökeskeisyyteen liittyy, että tekstin tekijä ei käsittele asiaa itsensä vaan vastaanottajien kannalta ja osoittaa siten ymmärtävänsä vastaanottajien tarpeet, tiedot, odotukset ja mielenkiinnon kohteet (Kortetjärvi-Nurmi & Korhonen 1994: 55).

Tekstissä on tärkeää esimerkiksi esittää sellaisia tosiasioita ja perusteluja, jotka kiinnostavat yleisöä ja joilla on sille merkitystä (emt.).

Vakuuttaminen on vaikeinta silloin, kun puhujan ja vastaanottajien ajatukset ovat vastakkaiset (Hellspong 1992: 163). Akkommodaatio tarkoittaa vakuuttamisen muotoa, jossa vastaanottajien olemassa olevia oletuksia kyseenalaistetaan (Sigrell 1999: 312). Vastaanottajat saavat tietoa, joka ei ole lainkaan yhtäpitävä heidän aikaisempien tietojensa kanssa, jolloin he joko torjuvat uudet tiedot väärinä tai joutuvat muuttamaan vanhoja oletuksiaan voidakseen ottaa uuden tiedon vastaan (Hellspong 1992: 172). Assimilaatio sen sijaan on vakuuttamisen prosessi, joka lisää jotakin vastaanottajien olemassa oleviin oletuksiin (Sigrell 1999: 312). Assimilaation kautta vakuutettaessa vastaanottajat saadaan hyväksymään ajatus, joka on heille sellaisenaan uusi, mutta sopii kuitenkin heidän ajattelutapaansa ja muistuttaa sitä, mitä he jo ajattelevat (Hellspong 1992: 171–173).

Naistenlehtien parisuhdeteksteissä lukijat koetetaan saada vakuuttuneiksi tietynlaisesta naiskuvasta. Parisuhdeteksteissä vakuuttaminen perustuu assimilaatioon eli lukijalle ei tarjota tämän ajatuksille vastakkaista vaan niihin sopivaa naiskuvaa. Tämä johtuu siitä, että naistenlehtien on suorastaan pakko olla kiinnostuneita lukijoiden tarpeista ja odotuksista, jotta lehteä luetaan ja se pystyy ilmestymään jatkossakin (ks. Töyry 2006: 215). Jos parisuhdetekstien naiskuva eroaisi lukijan ajattelutavasta, hän ei silloin lukisi lehteä.

Suhteellisen helppoa on Åbergin (2002: 218) mukaan koettaa muuttaa ihmisten mielipiteitä tai tietoja. Sen sijaan huomattavasti vaikeampaa on ihmisen asenteiden, motivoituneisuuden tai sitoutumisen asteen muuttaminen. Vaikeinta on vaikuttaa ihmisten arvoihin tai pysyvään käyttäytymiseen. (Emt. 218–219.) Vaikutuskeinot toimivat Jokisen (1999b: 128–129, 132) mukaan kuitenkin eri tilanteissa ja ihmisillä erilalla, joten sanoman vakuuttavuus rakentuu vasta sanoman vastaanotossa. Myös Åberg (2002: 218–219) toteaa, että vaikuttamisen tilanteet, vastaanottajat ja vastaanottajien kyvyt vaihtelevat. Kun on kyse vaikeasta vaikuttamisen kohteesta, voi käyttää järeämpiä viestinnän keinoja. Silloin myös tarvitsee pidemmän ajan mahdollisen vaikutuksen aikaansaami-

seen. Tehokkaita vaikuttamisen keinoja ovat vetoaminen arvostettuihin auktoriteetteihin sekä henkilökohtainen, vastaanottajalle suoraan suunnattu ja monia perusteluja eli argumentteja sisältävä viestintä. (Åberg 2002: 218–219.)

3.4 Retorinen analyysi

Retorisessa analyysissä tutkitaan merkitysten tuottamisen kielellisiä prosesseja siitä näkökulmasta, kuinka todellisuuden jotkut versiot koetetaan tehdä vakuuttaviksi ja kuinka vastaanottajat saadaan sitoutumaan niihin (Jokinen 1999b: 126). Retorinen analyysi mahdollistaa sen tarkastelun, kuinka asioita ja tapahtumia normalisoidaan tai kuinka joistakin asioista ja teoista tehdään epänormaaleja tai epäsuotavia (emt. 156–157). Retorisessä analyysissä ei tulkita siten asiaa sellaisenaan vaan sen argumentointia (emt. 127).

Retoriikka tieteenä on empiirisesti suuntautunutta, sillä se tutkii ihmisten tapaa viestiä. Retorisessa analyysissä tutkija voi kiinnittää huomiota sanoman tuotantoon, sisältöön tai vastaanottoon. (Karlberg & Mral 1998: 11.) Tässä tutkimuksessa tutkimuskohteena on sanoman sisältö, sillä tarkastelen naistenlehtien parisuhdeteksteissä olevia retorisia vaikutuskeinoja. Retorisessa analyysissä tutkija ei samastu tekstin vastaanottajan asemaan vaan tarkastelee tilannetta ulkopuolelta ja tutkii, millä keinoilla tekstin tekijä koettaa vakuuttaa vastaanottajat (Kakkuri-Knuutila 2000: 239). Retoriikka tieteenä ja menetelmänä ei ole Karlbergin ja Mralin (1998: 12) mukaan kuitenkaan vain empiirinen vaan myös tulkitseva ja arvioiva. Retorisessa analyysissä on kyse tekstin sisällöstä, puhujan tarkoituksista ja sanoman mahdollisista vaikutuksista (emt.).

Teoria puhetaidosta kehittyi antiikin kulttuurissa, jota leimasi puhuttu kieli (Haapanen 1996: 29). Keskiajalla kirjapainotaidon myötä retoriikan tutkimuskohteiksi tulivat myös kirjoitetut tekstit (Leiwo ym. 1992: 10), jotka pystyivät puhuttelemaan entistä laajempia ihmisjoukkoja riippumatta tekstin laatijan läsnäolosta (Puro 2006: 12). Karlberg ja Mral (1998: 10) näkevät, että retoriset tekstit voivat olla kaikkea poliittisista puheista tai mainoksista arkisiin ruokapöytäkeskusteluihin. Retoriikan tutkimuskohteina voi tekstien lisäksi olla myös kuvia (Karlberg & Mral 1998: 16). Sigrell (1999: 28) näkee, että ihmi-

set koettavat kaikissa vuorovaikutustilanteissa enemmän tai vähemmän tietoisesti vaikuttaa vastaanottajien ajatuksiin. Kaikessa, mitä ihminen tekee ja ilmaisee, on retorinen perusta (emt. 47).

Retorisen analyysin tekijä voi tarkastella tutkimusaineistoaan eri näkökulmista. Kakkuri-Knuuttilan (2000: 240) mukaan tutkija voi esimerkiksi analysoida ja arvioida kriittisesti argumentteja. Psykologisessa näkökulmassa tutkimuskohteina ovat tekstin eetos- ja paatos-keinot. Tutkija voi valita myös tekstin kielellisen näkökulman ja tarkastella esimerkiksi metaforien vaikutusta tekstin kokonaisuuteen. Retorisen analyysin voi tehdä myös sosiaalisesta näkökulmasta, jolloin tutkimuksen kohteina ovat puhetilanteen tekijät eli puhuja, yleisö ja foorumi. Kokonaisuuden näkökulmassa tutkija tarkastelee tekstin argumentaation ja yleisemmin tekstin sisällön keskinäisiä painotuksia, esimerkiksi toistoa. Retorisen analyysin tekijä voi myös käsitellä tekstilajin retorisia ja kielellisiä vaikutuskeinoja kulttuurin osina ja ilmentäjinä. (Emt. 240.) Vaikka Kakkuri-Knuuttilan (emt.) retorinen analyysi sisältää useita lähtökohtia, on olemassa myös monia muita mahdollisuuksia tekstin retoriikan tarkasteluun.

Esimerkiksi Palonen ja Summa (1996: 10) jakavat retoriikan tutkimuksen kenttää sen mukaan, mitä kielenkäytön tasoa tarkastellaan. Puheiden ja esitysten retoriikassa arvioidaan tekstien tai kuvien vaikuttavuutta suhteessa yleisöön. Argumentoinnin retoriikka tutkii niitä keinoja, joilla ihmisten käsityksiä koetetaan muuttaa tai vahvistaa. Se voi olla joko retorista, jolloin on kyse retoristen keinojen merkityksestä vakuuttavuuden muodostumisessa, tai formaalista, jolloin arvioidaan argumenttien pätevyyttä. Trooppien ja kielikuvien retoriikka voidaan käsittää taidonilmaisuksi tai argumentointitekniikaksi, mutta myös esimerkiksi tekstin tai kirjoittajan tyylin tutkimukseksi. (Emt. 10–11.)

Monissa retoriikkaa käsittelevissä teoksissa palataan Aristoteleeseen ja antiikin Kreikkaan, jossa retoriikan tutkimus on alkanut (ks. Haapanen 1996: 23). Aristoteleen puhe-aidon oppikirja *Retoriikka* tunnustetaankin yhä yhdeksi retoriikan perusteokseksi (Kakkuri-Knuuttila 2000: 233). Aristoteles (1997: 11) jakoi retoriset vaikutuskeinot kolmeen luokkaan: eetokseen, paatokseen ja logokseen. Tämä kolmijako on yhä retorii-

kan tutkimuksessa keskeisessä asemassa (Puro 2006: 8), ja se on myös tämän tutkimuksen lähtökohtana.

Retorisen analyysin tekijä voi Karlbergin ja Mralin (1998: 13) mukaan tarkastella myös sitä, kuinka hyvin tai huonosti teksti toimii tietyssä yhteydessä ja tietyn yleisön kannalta. Tässä tutkimuksessa en kuitenkaan arvioi, ovatko parisuhdetekstien retoriset vaikutuskeinot aiotun yleisön kannalta onnistuneita vai eivät. En myöskään pohdi, onko retoristen vaikutuskeinojen käyttö tietoista ja harkittua toimintaa parisuhdetekstin tekijältä tai ovatko teksteissä esitetyt väitteet todenmukaisia vai epätosia, sillä se ei ole tutkijan tarkoituksena retorisessa analyysissä (ks. Jokinen 1999b: 129, 131).

Retorista analyysia voi tarkastella suhteessa argumentaatioanalyysiin, sillä molemmissa tutkimuskohteena on inhimillinen kommunikaatio (Sigrell 1999: 28). Sigrellin (emt. 27) mukaan argumentaatioanalyysi on olennainen osa retoriikkaa. Myös Kakkuri-Knuuttila (2000: 233–234) tulkitsee retorista analyysia laajasti siten, että retoriikan pohjana on argumentaatio, jonka varaan muut retoriset keinot rakentuvat. Tämä on vastakkainen tulkinta kuin niillä retoriikan tutkijoilla, jotka näkevät argumentaation retorisen analyysin ulkopuolella. Tällöin retoriikka ymmärretään vain kielellisiksi keinoiksi ilman asiallisia perusteita. (Emt. 233–234, 238.)

Retorisen analyysin voi ymmärtää argumentaatioanalyysia täydentäväksi. Argumentaatioanalyysi pelkistää argumentin kielellisen ilmiön ja tarkastelee argumentin asiasisältöä, kun taas retorinen analyysi palauttaa ilmiön tarkastelun kohteeksi. Retorisen analyysin tutkimuskohteina ovat sekä argumenttien asiasisältö että ilmiön. (Kakkuri-Knuuttila 2000: 233–234, 238.) Myös Perelmanin (1996: 48–49) mukaan kielellinen ilmiön on yhtä olennainen osa vakuuttamisessa kuin sisältökin. Kielenkäyttö saattaa merkitä kannanottoa, joka voisi jäädä huomaamatta, jos sen tarkkailu sivuutettaisiin kokonaan (emt.).

3.5 Retoriset vaikutuskeinot

Vakuuttavuus riippuu kolmesta tekijästä: puhujan luonteesta (eetos), yleisön tunnetilasta (paatos) ja itse asiasta (logos). Puhujan luonteen perusteella yleisö tulee vakuuttuneeksi, kun puhe tekee puhujasta luotettavan. Vakuuttuminen perustuu yleisöön, kun puhe liikuttaa sen tunteita. Puheen perusteella yleisö tulee vakuuttuneeksi, kun asia osoitetaan todeksi ja uskottavaksi. (Aristoteles 1997: 11.)

Vuorovaikutustilanteita voi kuvata ja arvioida eetoksen, paatoksen ja logoksen avulla (Leiwo ym. 1992: 14). Retoriset vaikutuskeinot eivät ole toisensa poissulkevia vaan kaikkien kolmen vaikutuskeinon yhteinen tarkoitus on lisätä tekstin sanoman uskottavuutta (Kakkuri-Knuutila 2000: 233). Retoriset vaikutuskeinot ovat kaikki yhtä välttämättömiä niissä tilanteissa, joissa jotakin ajatusta todistellaan, vaikka jokin vaikutuskeino voikin olla hallitseva. Retoriset vaikutuskeinot ovat myös kietoutuneita toisiinsa ja siten keskinäisessä vuorovaikutuksessa. (Summa 1995: 74.)

Retorisista vaikutuskeinoista eetos ja paatos liittyvät vaikuttamisen prosessiin ja käsittelevät sitä puhujan ja vastaanottajan välisen suhteen kannalta. Logos on tästä suhteesta riippumaton, sillä se tarkoittaa sanoman johdonmukaista sisältöä. Koska retoriset vaikutuskeinot ovat toisiinsa kietoutuneita, huomiota ei voi kiinnittää vain asiasisältöön ja rakenteen loogisuuteen. Eetosta ja paatosta ei käsitetä logoksesta erillisiksi vaikutuskeinoiksi, vaan sanoman vakuuttavuuteen liittyy myös puhujan ja yleisön välinen suhde. (Summa 1995: 74.) Vakuuttamisessa ei vedotakaan erikseen järkeen tai tunteisiin, vaan sanoma suunnataan vastaanottajalle kokonaisuutena (Perelman 1996: 20).

3.5.1 Eetos

Ihmiset tulevat enemmän tai vähemmän vakuuttuneiksi jostakin sanomasta riippuen siitä, millaiseksi he kokevat sen lähettäjän. Eetos viittaakin vakuuttumiseen puhujan luonteen ja uskottavuuden perusteella (Karlberg & Mral 1998: 31). Myös Summa (1995: 74) näkee, että eetos liittyy niihin keinoihin, joilla puhuja tekee itsensä ja uskottavuutensa tunnetuksi vastaanottajalle. Ihmiset tekevät tulkintoja ja oletuksia puhujasta

ja hänen uskottavuudestaan sen perusteella, miten puhuja asiansa esittää (Karvonen 1999: 261; Kakkuri-Knuutila & Halonen 2000: 78).

Puhujan eetos muodostaa hyvin perustellun ja järkevän pohjan vakuuttamiselle (Sigrell 1999: 15). Vahva eetos voi Karlbergin ja Mralin (1998: 31) mukaan olla toisinaan jopa tärkeämpää kuin sanoman todenmukaisuus. Erityisen merkittävä eetos on retorisenä vaikutuskeinona silloin, kun asiat eivät ole varmoja vaan niistä on monia mielipiteitä (Aristoteles 1997: 11). Hellspång (1992: 36) näkee, ettei puhujan eetoksen tarvitse vastata hänen todellista luonnettaan. Eetos on kuva persoonasta, jonka puhuja itse muodostaa ja joka tulee esiin puheessa. Kuva voi olla todenmukainen tai valheellinen, sillä retorinen vaikutus ei riipu aitoudesta vaan uskottavuudesta. (Emt.)

Eetoksen voi retoriikan tutkimuksessa käsittää myös puhujan lähestymistavaksi kohteeseen ja yleisökäsitykseksi. Yleisökäsityksellä tarkoitetaan sitä, kuinka puhuja näkee olevan parasta esittää asiansa yleisölleen. Eetos merkitsee puhujan suhdetta sekä kohteeseen että yleisöön. (Kakkuri-Knuutila 2000: 233.) Tässä tutkimuksessa käsitän parisuhdetekstin tekijän yleisökäsityksen osaksi eetosta ja tarkastelen, miten tekstien tekijät lähestyvät lukijaa.

Eetosta voi vahvistaa esimerkiksi auktoriteettiin vetoamalla. Puhuja voi mahdollisesti epäsuorasti osoittaa omaa auktoriteettiaan asiantuntijana tai aivan tavallisena tyttönä, jolla on molemmat jalat maassa. Usein auktoriteetti viittaa joko tietoon tai kokemukseen. Puhuja voi myös vedota esimerkiksi toisiin alan asiantuntijoihin, raamattuun, yleiseen mielipiteeseen tai aikaisempaan tapaan. Lisäksi puhuja voi mainita, että hänellä on korkeampia voimia takanaan, kuten jumala, puolue, valtaosa kansasta tai yksinkertaisesti vain ”me”. (Karlberg & Mral 1998: 40.) Eetoksen ydin on siinä, että vastaanottajat tulevat vakuuttuneiksi sen kautta, että he luottavat toisen ihmisen ajatuksiin ja arviointeihin (Renberg 2007: 35).

Jotta puhujaa pidettäisiin uskottavana, hän voi myös luoda yhteisyyttä vastaanottajien kanssa (Rydstedt 1993: 40). Yhteisyyden tunteen voi saada aikaan esimerkiksi käyttämällä me-pronominia (Sigrell 1999: 247). Puhuja voi osoittaa kuuluvansa samaan jouk-

koon kuin vastaanottajat myös siten, että hän ilmaisee jakavansa vastaanottajien kanssa esimerkiksi samoja mielenkiinnon kohteita, mielipiteitä, kokemuksia tai arvoja (Karlberg & Mral 1998: 33).

Puhujan luotettavuus perustuu Kakkuri-Knuutilan ja Halosen (2000: 78) mukaan myös puhujaa koskeviin aikaisempiin kokemuksiin. Tässä tutkimuksessa eetos tarkoittaa kuitenkin tekstin tekijän uskottavuutta, sitä millaisena hän näyttää itsensä lukijalleen (ks. Summa 1995: 74). Vastaanottajat arvioivat parisuhdetekstin tekijää ja hänen uskottavuuttaan sen perusteella, miten hän tekstissä esittää asiansa, eivät tekijään kohdistuvien ennakko-oletusten tai aikaisempien kokemusten perusteella. Tähän määritelmään lisäksi vielä tekstin tekijän yleisökäsityksen, jonka käsitän tässä tutkimuksessa myös osaksi eetosta.

3.5.2 Paatos

Koska asiat eivät näytä samoilta tai yhtä tärkeiltä kaikissa mielentiloissa, voi vetoamalla vastaanottajien tunteisiin vaikuttaa siihen, miten he tulkitsevat sanoman (Aristoteles 1997: 60). Paatos viittaakin vakuuttumiseen tunteiden perusteella (Karlberg & Mral 1998: 31). Hellspång (1992: 164) näkee, että vetoamalla yleisön tunteisiin puhuja voi saada sen vastaanottavaiseksi omille ajatuksilleen. Kakkuri-Knuutila (2000: 233) määrittelee paatoksen tarkoittavan yleisön vastaanottokykyä, mielialaa tai tunteita, jotka vaikuttavat sanoman vastaanottamiseen. Tässä tutkimuksessa käsitän paatoksen Kakkuri-Knuutilan (ks. emt.) määritelmän mukaisesti.

Yksinkertaisesti ja tehokkaasti tunteita voi herättää käyttämällä tunnepitoisia sanoja (Kakkuri-Knuutila 1991b: 14). Kielellisiä ilmauksia on samalle asialle monia, eivätkä ne ole mitenkään ehdottomia, sillä puhuja voisi tehdä toisenlaisiakin valintoja (Koistinen 1998: 58). On esimerkiksi ero siinä, kutsutaanko lukijan poikaystävä naistenlehtien parisuhdeteksteissä rakkaaksi, rentuksi, äidin pikkupojaksi, tosimieheksi vai onnenonkijaksi. Ilmaukset kuvaavat miehen aivan erilaiseksi ja saavat siten naislukijan enemmän tai vähemmän vastaanottavaiseksi sanomalle.

Puhuja voi myös osoittaa omia tunteitaan tai viitata tunteikkaisiin tilanteisiin, joihin vastaanottajat voivat eläytyä. Myös verbaliset ja visuaaliset kuvat liikuttavat tehokkaasti tunteita. (Karlberg & Mral 1998: 35.) Tunteita voi herättää myös vetoamalla esimerkiksi ihmisen rakkauden, hyväksynnän tai turvallisuuden tarpeeseen ja yksin jäämisen tai eristäytymisen pelkoon. Myös vastaanottajan itsetunnon vahvistaminen, huumori ja pelon tai syyllisyyden herättäminen vetoavat tunteisiin. (Mustonen 2001: 49.) Toisaalta Karlberg ja Mral (1998: 35) näkevät, että myös tunteiden puuttuminen herättää tunteita, ja tiedostettu asiallisuus voikin olla strateginen osa vakuuttamista. Mustaparran (1999: 182) mukaan objektiivisilla tosiseikoilla voi vedota vastaanottajien tunteisiin esimerkiksi silloin, kun luetellaan tietoa jonkin onnettomuuden uhrien lukumäärästä.

Eetos- ja paatos-keinoista riippuu se, kuinka vastaanottaja tulkitsee puhujan sanoman ja kuinka syvästi hän sen omaksuu (Kakkuri-Knuutila 1991a: 23). Puhujan onkin tarpeellista herättää vastaanottajassa hyväksyviä tunteita itseään kohtaan ja sitä kautta hyväksyviä tunteita myös sanomaansa kohtaan. Eetoksen alaan kuuluvat keinot eivät siten ole kaukana paatos-keinoista. Paatoksessa on kuitenkin kyse suuremmasta tavasta herättää tunteita itse asiaa kohtaan. (Kakkuri-Knuutila 1991b: 14.)

Ihmisten omat mieltymykset tai vastenmielisyydet ovat Aristoteleen (1997: 8) mukaan päätöksenteon taustalla. Haapanen (1996: 42) toteaa, että ihmiset ratkaisevat asioita enemmän tunteidensa kuin tosiseikkojen pohjalta. Vaikka järkeen vetoavat todisteet olisivat jotakin asiaa vastaan, ihmiset kuitenkin tottelevat tunteitaan. Tunteet voikin ymmärtää merkittävämmäksi tekijäksi kuin järkevät syyt, ja siksi paatosta voi pitää retorisisista keinoista tehokkaimpana. (Renberg 2007: 36.) Tavallisesti on niin, että ihmisten tekemät päätökset ovat tunnepohjaisia, mutta he etsivät niihin järkeviä syitä perustellakseen ratkaisunsa niin itselleen kuin muille (Kortetjärvi-Nurmi & Korhonen 1994: 157). Siten pelkkä tunteisiin vetoaminen ei riitäkään, sillä vastaanottaja tarvitsee tietoa (emt.).

3.5.3 Logos

Kolmas retorinen vaikutuskeino logos viittaa vakuuttumiseen tosiseikkojen perusteella (Karlberg & Mral 1998: 31). Logosta käytetään osoittamaan tai kiistämään asia todeksi tai todelta näyttäväksi vetoamalla yleisön järkeen ja kriittiseen arvostelukykyyhin (Haapanen 1996: 31–32; Karlberg & Mral 1998: 34). Myös Puron (2006: 33) mukaan logos liittyy siihen, kuinka järkipäristä ja perusteltua puhujan retoriikka on. Summa (1995: 75) näkee, että logoksessa on kyse tekstiin sisältyvien väitteiden järkevistä ja johdonmukaisesta sisällöstä, joka on erotettu siitä yhteydestä, jossa se esitetään. Logos onkin retorisisista vaikutuskeinoista se, joka on puhujan ja vastaanottajan välisestä suhteesta riippumaton (emt.).

Logoksella on keskeinen osa kaikessa vakuuttamisessa (Karlberg & Mral 1998: 29). Logos koostuu argumentaatiosta, jolla tarkoitetaan todisteiden tai perustelujen esittämistä jonkin väitteen uskottavuuden lisäämiseksi tai vähentämiseksi (Haapanen 1996: 31; Siitonen & Halonen 1997: 149). Väitteiden perusteleminen tapahtuu siten, että yhden väitteen tueksi esitetään muita väitteitä, joista alkuperäisen väitteen sanotaan johtuvan. Perustelun esittäjä osoittaa siten, minkä todisteiden nojalla hänen esittämänsä väite on tai voi olla totta. (Siitonen & Halonen 1997: 146.)

Tosiseikat ja totuudet voidaan kuitenkin aina kyseenalaistaa, sillä totuuksista on olemassa useita vaihtoehtoisia tulkintoja (Perelman 1996: 57). Sigrellin (1999: 59) mukaan mikään tulkinta ei koskaan voi näyttää koko totuutta, ainoastaan totuuden eri puolia. Koska totuuksia ei ole olemassa vain yhtä, puhujan täytyy tuoda esiin haluamansa tulkinta totuudesta ja saada yleisö näkemään asiat juuri sen kautta (Rydstedt 1993: 30). Rydstedt (emt. 40) näkeekin, että logoksen teho riippuu olennaisesti päätöksestä. Jonkin subjektiivisen tulkinnan hyväksyminen riippuu siitä, miten vastaanottajat suhtautuvat päätökseen (emt.).

Puhuja voi vedota vastaanottajien järkeen esimerkiksi esittämällä tilastoja ja numerotietoja tai käyttämällä ammattitermejä. Hän voi myös kuvata esimerkkejä, samankaltaisia tilanteita tai tapahtumia, ja siten aktivoida vastaanottajien yhdistelykykyä ja auttaa tai

manipuloida heitä tekemään järkeviä johtopäätöksiä. (Karlberg & Mral 1998: 40.) Usein todisteet pohjautuvat tarkastettaviin faktoihin, sillä puhujan on saatava vastaanottajat vakuuttuneiksi siitä, että argumentaation antama kuva asiasta on todenmukainen tai ainakin todennäköinen (Renberg 2007: 33).

Totuuksien ohella argumentaatiossa tukeudutaan usein myös otaksumiin. Ne eivät ole yhtä varmoja kuin tosiseikat, mutta ovat silti riittävä lähtökohta vakuuttamiselle. Useimmiten otaksumat liittyvät siihen, mitä tilanteessa normaalisti tapahtuisi eli vedotaan asian todennäköisyyteen. (Perelman 1996: 32.) Myös yleispäteviä, yleisön hyväksymiä arvoja, kuten totuutta, hyvyyttä, kauneutta ja oikeutta, voi hyödyntää argumentaatiossa, sillä niistä voidaan johtaa erilaisia yksittäistapauksia (emt. 34).

Retoriikan perustaksi Aristoteles (1997: 196) asettaa logoksen. Vaikka puhuja saa vastaanottajat uskomaan häneen ja ohjaa heidän tunteitaan asiansa kannalta oikeaan suuntaan, he eivät tule Aristoteleen (emt.) mukaan riittävän vakuuttuneiksi. Ihmiset uskovat eniten silloin, kun puhuja tukee näkemyksiään perusteilla (emt.). Ilman logosta puhuja ei siis saa vastaanottajia tarpeeksi vakuuttuneiksi asiastaan. Aristoteleen käsitys retoristen vaikutuskeinojen kolmijaosta eroaa Platonin käsityksestä, sillä Platonin mukaan logos ei ole retoriikan vaan logiikan aluetta (Leiwo ym. 1992: 9). Platonin rajaus on vaikuttanut voimakkaasti myöhempiinkin retoriikan käsityksiin (emt.).

Tunteisiin vetoava vakuuttaminen ymmärretään toisinaan heikoksi retoriikaksi tai vastaanottajan manipuloimiseksi, kun taas järkeen ja tosiseikkoihin pohjautuva vakuuttaminen on aitoa ja kestäväää retoriikkaa. Ihmiset, asiat ja tilanteet ovat kuitenkin erilaisia, ja siksi ei olekaan olemassa oikeanlaista tai vääränlaista vakuuttamista. Retoriset vaikutuskeinot voi sovittaa aina aiheen ja vastaanottajien mukaan, ja siten ajoittain kannattaa vedota enemmän vastaanottajien tunteisiin kuin järkeen tai päinvastoin. Esimerkiksi parisuhdeteksteissä voi olla mielekkäämpää vedota enemmän lukijan tunteisiin, sillä rakkausasioissa toimitaan usein tunteiden perusteella. Toisaalta järkeen vetoava vakuuttaminen tukee paatosta, sillä se tekee naistenlehtien neuvoista uskottavampia ja perustellumpia.

Tässä tutkimuksessa logos ymmärretään Kakkuri-Knuutilan (ks. 2000: 233) määritelmää mukailleen argumentiksi, joka on lukijan järkeen vetoava. Argumentti antaa perusteluja uskoa jokin väite tai olla uskomatta johonkin väitteeseen (Kakkuri-Knuutila 1991b: 15). Logos on siten järkiperuste, jota käytetään osoittamaan tai kiistämään asia todeksi tai todelta näyttäväksi (ks. Haapanen 1996: 31–32).

4 PARISUHDETTA KÄSITTELEVIENTEKSTIEN RETORIikka

Tässä luvussa tarkastelen tutkimusaineistonani olevien parisuhdetekstien retorisia vaikutuskeinoja. Olen tehnyt analyysini siten, että aluksi olen lukenut jokaisen parisuhdetekstin ja erottanut teksteistä eetos-, paatos- ja logos-ilmaukset. Tämän jälkeen olen jakanut eetos-, paatos- ja logos-ilmaukset niiden sisällön perusteella luokkiin ja nimenyt luokat niiden sisältöä kuvaavilla nimillä. Siten olen saanut selville, mihin asioihin eetos-, paatos- ja logos-ilmausten kautta vedotaan. Eetos-ilmaukset olen jaotellut kolmeen luokkaan, paatos-ilmaukset viiteen luokkaan ja logos-ilmaukset neljään luokkaan.

Taulukko 1. Eetos-, paatos- ja logos-ilmausten luokat parisuhdeteksteissä.

| Eetos-ilmausten luokat | Paatos-ilmausten luokat | Logos-ilmausten luokat |
|------------------------|------------------------------|------------------------------|
| Henkilökohtaisuus | Huomioonottaminen | Läheisyys |
| Luotettavuus | Sitoutuminen | Keskusteleminen |
| Yhteisyys | Riitely | Sitoutuminen |
| | Ymmärtäminen ja hyväksyminen | Ymmärtäminen ja hyväksyminen |
| | Seksielämä | |

Taulukkoon 1 olen koontanut parisuhdetekstien retoristen vaikutuskeinojen luokat. Eetos liittyy tekstin tekijän uskottavuuteen ja yleisökäsitykseen, paatos lukijan tunnetilaan ja logos järkeen vetoavaan vakuuttamiseen (ks. luku 3.5). Aineistoni pohjalta olen laatinut eetos-ilmauksista luokat **henkilökohtaisuus**, **luotettavuus** ja **yhteisyys**. Paatos-ilmaukset sijoittuvat luokkiin **huomioonottaminen**, **sitoutuminen**, **riitely**, **ymmärtäminen ja hyväksyminen** sekä **seksielämä**. Logos-ilmausten luokat ovat **läheisyys**, **keskusteleminen**, **sitoutuminen** sekä **ymmärtäminen ja hyväksyminen**. Logos- ja paatos-ilmauksilla on siten kaksi samaa luokkaa: sitoutuminen sekä ymmärtäminen ja hyväksyminen. Aineiston eetos-, paatos- ja logos-ilmauksista vain kolme ilmausta ei sovi taulukossa 1 esiteltyihin luokkiin. Niistä kaksi on logos-ilmausta ja yksi paatos-ilmaus. En käsittele niitä tässä tarkemmin, sillä pienen lukumäärän vuoksi niiden merkitys ei voi olla vakuuttamisessa suuri.

Parisuhdetekstien analyysin kohdistan sekä tekstien merkitykseen että muotoon. En kuitenkaan käsittele parisuhdetekstien sisällöllistä ja kielellistä puolta erillisinä tekstin vakuuttavuuden osina. Tekstin merkitystä ja muotoa on vaikea erotella toisistaan, sillä merkityksiä voi toteuttaa vain muodoissa ja merkitysten eroavuus taas edellyttää muodollisia eroja (Fairclough 1997: 79).

Yhdeksi ilmaukseksi olen yhdistänyt useitakin peräkkäisiä virkkeitä, jos ne ovat olleet sisällöltään yhtenäisiä. Tässä tutkimuksessa eetosta, paatosta ja logosta ei käsitetä toisistaan selkeästi erillisiksi vaikuttamisen keinoiksi, vaan ne ovat yhteen kietoutuneita ja muodostavat yhdessä kokonaisuuden (ks. Sigrell 1999: 65–66). Siten samassakin tekstikappaleessa saattaa samanaikaisesti esiintyä useampaa retorista vaikutuskeinoja. Seuraavissa alaluvuissa käyn läpi parisuhdeteksteissä esiintyviä eetos-, paatos- ja logos-ilmauksia luokittain. En käsittele tekstejä erillisinä enkä vertaile lehtiä keskenään.

4.1 Eetokseen vetoavat ilmaukset

Eetos-ilmauksiksi tulkitsemiani ilmauksia on parisuhdeteksteissä yhteensä 475. Olen jakanut eetos-ilmaukset kolmeen luokkaan: henkilökohtaisuus, luotettavuus ja yhteisyys. Henkilökohtaisuus-luokkaan sijoittuvat ilmaukset, joissa tekstin tekijä puhuttelee naislukijaa yksikön tai monikon toisessa persoonassa. Tämän luokan eetos-ilmaukset liittyvät tekstin tekijän yleisökäsitykseen eli siihen, kuinka tekijä arvioi parhaaksi lähestyä lukijaa (ks. Kakkuri-Knuutila 2000: 233). Luotettavuus-luokassa on kyse ilmauksista, joissa vedotaan tekstin tekijän luotettavuuteen osaavana neuvonantajana. Yhteisyysluokan eetos-ilmauksissa tekstin tekijä luo yhteisyyttä puhuttelemalla lukijaa yhtenä ”meistä naisista”.

Taulukko 2. Eetos-ilmausten luokat ja niihin sijoittuvien ilmausten määrä aineistossa.

| Eetos-ilmausten luokat | Lukumäärä | Prosenttiosuus (%) |
|-------------------------------|------------------|---------------------------|
| Henkilökohtaisuus | 314 | 66 |
| Luotettavuus | 130 | 27 |
| Yhteisyys | 31 | 7 |
| Yhteensä | 475 | 100 |

Eetos-ilmausten jakautumista luokkiin on lukumäärällisesti ja prosentuaalisesti selvitetty taulukossa 2. Ilmaukset jakautuvat luokkiin hyvin epätasaisesti. Ylivoimaisesti eniten eetos-ilmauksia sijoittuu luokkaan henkilökohtaisuus, jossa on 314 ilmausta. Rungas lukijan puhuttelu on tyypillistä myös opaskirjallisuudessa, jossa tekijä jakelee ohjeita ja tietoa lukijalle (Mauranen 2006: 224). Toiseksi suurin eetos-ilmausten luokka on luotettavuus, jossa on 130 ilmausta. Selkeästi pienin on yhteisyys-luokka, johon kuuluu vain 31 eetos-ilmausta.

4.1.1 Henkilökohtaisuus

Naistenlehtien parisuhdeteksteissä keskeisenä retorisenä vaikutuskeinona käytetään lukijan henkilökohtaista puhuttelua, joka saa aikaan tuttavallisen ja kahdenkeskisen ilma-
piirin. Henkilökohtaisuus-luokka onkin selkeästi suurin aineiston eetosilmausten luokista. Tähän luokkaan sijoittuu yhteensä 314 ilmausta, jotka muodostavat 66 prosentin osuuden kaikista eetos-ilmauksista (ks. taulukko 2).

Tämän luokan eetos-ilmauksissa parisuhdetekstien tekijät lähestyvät naislukijaa puhut-
telemalla häntä yksikön toisessa persoonassa tai häntä ja hänen miestään monikon toi-
sessa persoonassa. Kun lukijaa toistuvasti puhutellaan, lukija ja hänen parisuhteensa
pysyvät teksteissä keskipisteenä. Lukija voi tuntea olevansa kohde, jolle teksti osoite-
taan (Määttä 1991: 77). Opaskirjallisuuden lailla myös parisuhdeteksteissä pyritään
luomaan käsitys yksityisestä opastustilanteesta ja saamaan aikaan läheinen suhde luki-
jaan (ks. esim. Männistö 2003: 107–108).

- (1) Kyky tehdä korjausliikkeitä on parisuhteen tärkeimpiä taitoja. Anteeksi-pyyntöön jälkeen voit aloittaa keskustelun pehmeämmin. Käytä minä-kieltä ja puhu omista tunteistasi, tarpeistasi ja näkemyksistäsi. (Anna 2006c.)

Esimerkissä 1 tekstin tekijä puhuttelee lukijaa yksikön toisessa persoonassa, mikä tekee keskustelusta kahdenkeskisen. Esimerkissä on kyse riidaksi muuttuneesta keskustelusta ja lukijalle opastetaan, miten tilanteessa tulisi toimia (*voit* aloittaa keskustelun pehmeämmin, *käytä* minä-kieltä ja *puhu tunteistasi, tarpeistasi ja näkemyksistäsi*). Tekstin tekijä luo lukijan suoralla puhuttelulla henkilökohtaista neuvontasuhdetta (ks. Männistö 2003: 108). Vaikka monet muutkin lukevat samaa naistenlehteä, lukija voi ajatella, että esimerkin 1 tilanteessa viitataan häneen ja tekstin tekijä puhuu vain hänelle. Puhuttelemalla lukijaa tällä tavoin syntyy vuorovaikutus tekstin tekijän ja lukijan välille (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2003: 190).

Parisuhdetekstin tekijä pyrkii lukijan puhuttelulla tuttavallisuuteen ja kahdenkeskiseen, luottamukselliseen oloiseen jutusteluun. Opaskirjallisuudessa puhuttelun tarkoitus onkin tuoda tekijää ja lukijaa lähemmäs toisiaan ja tehdä tekstistä jutustelunomainen (Mauranen 2006: 225). Parisuhdetekstin lukija saattaa lukiessaan kokea, että tekstin tekijä on kuin hänen ystävänsä, joka juttelee parisuhteesta. Töyryn (2006: 209) mukaan hierarkkinen asetelma naistenlehden tekijän ja lukijan välillä oli aluksi isällinen, 1700-luvulla se muuttui äidilliseksi, 1900-luvulla sisarelliseksi ja nykyajan naistenlehdet puhuttelevatkin lukijaansa kuin ystävättäret.

- (2) Opettele puhumaan siitä, mikä painaa mieltäsi. Kuvaile tilanne ja puhu vain omista tunteistasi ja tarpeistasi. Älä syytä äläkä yleistä. Kuuntele vuorostasi mitä kumppanillasi on sanottavana. Etsikää yhdessä ratkaisua. (Anna 2007a.)

Parisuhdetekstin tekijä puhuttelee lukijaa esimerkiksi 2 tyttöystävänä tai vaimona, jolle henkilökohtaisesti ja yksityiskohtaisesti neuvotaan, miten omista huolenaiheista tulisi keskustella miehen kanssa. Esimerkissä näkyy lukijaa ymmärtävä tekstin tekijä, joka osaa ja haluaa ottaa lukijan ja tämän parisuhteen jutustelun keskipisteeksi. Lukija voi naistenlehteä lukiessaan kokea, että tekstin tekijä juttelee parisuhdeasioista vain hänelle, tajuaa millaisia tilanteita juuri hän kohtaa parisuhteessaan ja on hänen puolellaan. Jotta

tekstillä pystyisi vakuuttamaan, onkin olennaista, että teksti saa lukijan tuntemaan itsensä merkittäväksi ja osalliseksi (Karlberg & Mral 1998: 94).

Vaikka parisuhdeteksteissä esiintyy paljon imperatiivista puhuttelua, lukija ei aina koe sitä tylyksi ja määrääväksi. Esimerkissä 2 tekstin tekijä käyttää käskymuotoja (*opettele, kuvaile, puhu, älä syytä, älä yleistä, kuuntele, etsikää*) opastaakseen lukijaa toimimaan oikein parisuhteessaan. Käskymuodot korostavat siten ainakin näennäisesti lukijan hyötyä (ks. Leiwo ym. 1992: 44). Parisuhdetekstien käskymuotoja lieventää sekin, että myös muu lukijan toiminta kuvataan yksikön toisessa persoonassa (ks. esimerkissä 1 *voit aloittaa*), mikä tekee tekstiin tuttavallisen ilmapiirin. Käskymuoto on tällöin varsinaisesti toimintaa suuntaava. (Ks. Kortetjärvi-Nurmi ym. 2003: 69.)

- (3) Kysy itseltäsi, onko sinun helppo kääntyä rakastettusi puoleen, kun sinulla on iloa tai surua – ja kääntyykö hän sinun puoleesi. Tiedätkö, mitä puolisollesi kuuluu? Mitä hän toivoo elämältä, sinulta ja suhteeltanne? (*Me Naiset* 2006d.)

Tekstin tekijä ottaa persoonamuotoisella puhuttelulla esimerkissä 3 lukijan osalliseksi kahdenkeskiseen jutusteluun ja koettaa siten myös ylläpitää tai hakea lukijan huomiota. Puhuttelun tarkoitus onkin viestin kohdistaminen toiselle eli vastaanottajan huomion kiinnittäminen tai sen ylläpitäminen (Yli-Vakkuri 1989: 44). Tekstin tekijä kehottaa (*kysy itseltäsi*) lukijaa tarkkailemaan omaa parisuhdettaan arvioimalla, ovatko lukija ja hänen miehensä kiinnostuneita toistensa asioista (*tiedätkö, mitä puolisollesi kuuluu?, mitä hän toivoo sinulta ja suhteeltanne?*) ja ihailevatko ja arvostavatko he toisiaan (*onko sinun helppo kääntyä rakastettusi puoleen, kun sinulla on iloa tai surua – ja kääntyykö hän sinun puoleesi?*). Wiion (1974: 153) mukaan yleisöä voi puhutella yksilöllisesti ja tehokkaasti käyttämällä persoonapronomineja, nimiä sekä verbien aktiivimuotoja passiivien sijasta.

4.1.2 Luotettavuus

Naistenlehtien parisuhdeteksteissä luotettavuuteen viitataan 130 ilmauksessa, mikä merkitsee 27 prosentin osuutta kaikista eetos-ilmauksista. Luotettavuus-luokka on eetos-ilmausten luokista selkeästi keskimmäinen. (Ks. taulukko 2.) Tähän luokkaan sijoituvissa ilmauksissa osoitetaan tekstin tekijän osaaminen ja taito neuvoa lukijaa parisuhdeasioissa ja pyritään siten vahvistamaan käsitystä tekijän luotettavuudesta.

Tavallista parisuhdeteksteissä on, että tekstien tekijät vetoavat asiantuntijoihin todistaakseen oman luotettavuutensa parisuhdeneuvonantajina. Asiantuntijuuteen vetoaminen onkin yleinen retorinen keino (Mäntynen 2003: 105).

- (4) Nykyään ajatellaan, että positiivisen pohjan rakentaminen ja ylläpitäminen on tärkeämpää kuin kyky ratkaista erimielisyyksiä. Myönteisyys luo syvää hyvinvointia ja antaa kestävyyttä sietää konflikteja. Ilman myönteistä pohjavirettä riidat voivat saada elämää suuremman merkityksen, huomauttaa psykologi, pariterapeutti Arto Koskinen *Väestöliitosta*. (Anna 2006c.)

Esimerkissä 4 tekstin tekijä viittaa *Väestöliiton psykologi ja pariterapeutti Arto Koskiseen*, mikä saa aikaan käsityksen koulutetusta ja ammattitaitoisesta miehestä. Lukija tulee vakuuttuneeksi, että Koskinen on parisuhteiden asiantuntija, joka tietää, mistä puhuu. Tekstin tekijä tukee parisuhdeneuvojaan vetoamalla tässä siihen, että myös psykologi ja pariterapeutti Arto Koskinen näkee asiat tällä tavoin, mikä on erityisen vakuuttavaa, koska kyse on arvostetusta auktoriteetista (ks. Jokinen 1999b: 139). Koska asiantuntijalla ja tekstin tekijällä on sama näkemys positiivisuuden tärkeydestä parisuhteessa, lukija voi olettaa, että tekstin tekijäkin tietää parisuhdeasioista. Vetoamalla asiantuntijaan tekstin tekijä vahvistaa siten omaa eetostaan luotettavana neuvonantajana.

Tavallista parisuhdeteksteissä on, että erisnimen lisäksi asiantuntijaa kuvataan tarkemmin. Tässä esimerkissä Arto Koskinen mainitaan *Väestöliiton psykologiksi* ja *pariterapeutiksi*. Auktoriteetin pysyvyyttä ja siten myös sen tehoa vakuuttamisessa voidaan vahvistaa kuvaamalla auktoriteettia esimerkiksi epiteetillä tai muulla tavoin tekstissä (Mäntynen 2003: 109). Epiteetti on auktoriteettia rakentava erityisesti silloin, kun pelk-

kä erisnimen maininta ei riitä siihen (Mäntynen 2003: 109). Esimerkissä 4 pelkkä erisnimi Arto Koskinen ei olisi riittävä, sillä lukija ei tietäisi hänen koulutuksestaan eikä osaamisestaan. Ilman tarkempaa kuvailua lukija saattaisikin olla uskomatta Koskisen ajatuksiin. Kortetjärvi-Nurmen ja Korhosen (1994: 16) mukaan tekstiä pidetään epäluotettavana usein juuri siksi, että tieto tulee lukijan mielestä epäluotettavasta lähteestä. Vain luotettavasta lähteestä tuleva tieto hyväksytään (Kortetjärvi-Nurmi & Korhonen 1994: 16). Siksi parisuhdetekstin lukijalle onkin olennaista kertoa tarkemmin, kuka Arto Koskinen on.

Parisuhdetekstien tekijät eivät vetoa pelkästään asiantuntijoihin osoittaakseen oman luotettavuutensa. Tavallista on myös, että tekstien tekijät vahvistavat eetostaan myös parisuhteessa olevien ihmisten avulla.

- (5) Eiran, 20, poikaystävä inhoaa yliromanttisia naisten leffoja. Hän kuitenkin muistaa aina kertoa Eiralle, kun uusin romanttinen komedia on ilmestynyt dvd:nä. ”Poikakaverini on todellinen leffafriikki, joten hänelle on varmaan yhtä kidutusta katsoa siirappisia tyttöjen leffoja. Hän sanoo kuitenkin tekevänsä niin mielellään, koska hän tietää, että minä pidän niistä.” (*Cosmopolitan* 2005c.)

Esimerkissä 5 tekstin tekijä vetoaa luotettavuuteensa parisuhdeneuvonantajana *20-vuotiaan Eiran*, aivan tavallisen oloisen tytön avulla. Esimerkkiä ennen tekstin tekijä neuvoo naislukijalle, että erottamattomat parit ottavat toisensa huomioon tekemällä asioita, joista he eivät oikeasti pidä. Esimerkissä 5 Eira mainitsee, että hän katsoo poikaystävänsä kanssa romanttisia tyttöjen leffoja, vaikka hänen poikaystävänsä inhoakin niitä. Eira ja hänen poikaystävänsä tekevät siis toistensa vuoksi asioita, joista he itse eivät ole lainkaan kiinnostuneita. Kun lukija havaitsee, että toisetkin pariskunnat toimivat tekstin tekijän parisuhdeneuvojen mukaisesti ja kuulostavat onnellisilta ja erottamattomilta, lukija voi olettaa, että tekstin tekijä tietää parisuhdeasioista ja on luotettava neuvonantaja.

Parisuhdetekstien tekijät osoittavat luotettavuuttaan asiantuntijoiden ohella siis myös parisuhteessa olevien ihmisten avulla. Koska yleisösuhte on aina vakuuttamisessa keskeinen, voikin jotain erityisyleisöä puhuteltaessa vedota myös muuhun kuin yleisesti

arvostettuun auktoriteettiin (Jokinen 1999b: 135). Sen sijaan että parisuhdetekstien tekijät luotettavuutensa todisteeksi vetoaisivat aina pariterapeutteihin tai psykologeihin, naislukijoita lähestytään myös tyttöystävien ja vaimojen avulla. Naislukija voikin olettaa, että tyttöystävillä ja vaimoilla on arkisia ja todellisia kokemuksia sekä sama osa parisuhteessa kuin hänellä itsellään, jolloin lukijan voi olla helpompi luottaa heihin.

Vaikka parisuhdetekstien tekijät vetoavat tavallisesti asiantuntijoihin tai parisuhteessa oleviin ihmisiin todistaakseen oman luotettavuutensa, toisinaan he viittaavat omaan osaamiseensa parisuhdeneuvonantajina suoraan itse.

- (6) Avoliiton arki voi yllättää ikävästi rakastuneimmankin parin, sen jälkeen kun vuokratakuut on maksettu ja tuparit pidetty. Cosmon avoliitto-oppaan avulla vältätte pahimmat yhteisasumisen karikot. (*Cosmopolitan* 2006c.)

Jotta tekstillä pystyisi vakuuttamaan, on keskeistä, että tekijä osoittaa itsensä uskottavaksi, ammattitaitoiseksi ja asiaansa perehtyneeksi (Karlberg & Mral 1998: 28). Esimerkissä 6 ei suoraan viitata tekstin tekijään luotettavana ja osaavana parisuhdeneuvonajana, mutta jos tekstin avulla saa onnellisen avoliiton, tekijän täytyy tietää paljon parisuhdeasioista. Esimerkin mukaan *Cosmo* tietää ja kertoo lukijalle, miten pari voi välttää pahimmat yhteisasumisen karikot. Koska tekstin lukeminen ja parisuhdeneuvojen omaksuminen varmistaa hyvän ja rauhaisan avoliiton, lukija voi esimerkin perusteella olettaa tekstin tekijän ammattitaitoiseksi ja siten myös luotettavaksi parisuhdeneuvojen antajaksi.

Luotettavuuden ohella esimerkki 6 on myös henkilökohtaisuuteen viittaava eetos-ilmaus, sillä tekstin tekijä puhuttelee lukijaa tuttavallisesti ja kahdenkeskisesti. Samasakin tekstikappaleessa voi siten olla eri luokkiin sijoituvia eetos-ilmauksia.

4.1.3 Yhteisyys

Yhteisyyteen vetoavia ilmauksia on aineistossa vähiten kaikista eetos-ilmauksista. Tähän luokkaan sijoittuu 31 ilmausta, jotka muodostavat 7 prosentin osuuden kaikista aineiston eetos-ilmauksista. (Ks. taulukko 2.) Yhteisyys-luokan eetos-ilmauksissa tekstin

tekijä luo yhteisyyttä puhuttelemalla lukijaa yhtenä ”meistä naisista”. Naistenlehtiä yhdistääkin lehtityypille erityinen tapa puhutella oletettua naislukijaa naisena (Töyry 2006: 209).

Monikon ensimmäistä persoonapronominia käytetään parisuhdeteksteissä rakentamaan naisten yhteisyyttä ja yhteistä ymmärrystä. Me-pronominia käyttämällä parisuhdetekstin tekijä liittää kaikki naiset yhteen joukkoon ja osoittaa itsekin kuuluvansa siihen.

- (7) Oma kultasi on epäilemättä käyttäytynyt joskus samaan tapaan kuin Rami. Miehet voivat ajaa meidät raivon partaalle käytöksellään. (*Cosmopolitan* 2005a.)

Esimerkissä 7 pronomini *meidät* toimii vakuuttamisen keinona. Käyttämällä tätä ilmausta tekstin tekijä viittaa itseensä ja naislukijoihin ja koettaa rakentaa naisten yhteisyyttä. Eetosta voikin vahvistaa luomalla yhteisyyttä yleisön kanssa (Rydstedt 1993: 40). Tekstin tekijä osoittaa tässä lukijalle, että he kuuluvat samaan, ajoittain miehille raivostuvaan naisjoukkoon, jolloin lukija voi olettaa, että heillä on samat motiivit ja kokemukset. Siten lukijan on myös helpompi uskoa tekstin tekijää. Kortetjärvi-Nurmen ja Korhosen (1994: 56) mukaan ihminen on altis uskomaan sellaista viestin lähettäjää, jonka hän voi otaksua itsensä kaltaiseksi.

Tarkastellessaan miehille ja naisille tarkoitettuja parisuhdeoppaita Tainio (2001: 167) on havainnut, etteivät naiskirjoittajat lainkaan käytä viittausta ”me naiset”, vaikka mieskirjoittajat puhuvat empaattisesti kaikista miehistä me-muodossa. Parisuhdetekstien tekijät sen sijaan edustavat koko sukupuoltaan yhtenä heistä ja puhuvat kaikista naisista me-hengessä. Töyryn (2006: 224) mukaan lukijasuhteen syntymisen edistämiseksi naistenlehdet koettavatkin luoda yhteisön, jossa lehden tekijät ovat lukijansa puolella.

Kun tekstin tekijä esimerkissä 7 käyttää pronominia *meidät*, hän liittää kaikki naislukijat samaan ja yhtenäiseen joukkoon häivyttämällä samalla naisten eroavuutta. Ballasterin ym. (1991: 9) mukaan naistenlehtien rakentama kaikki naiset sisältävä joukko ei kuitenkaan ole todellinen, sillä tavallisesti naistenlehtien ideaali tai oletettu lukija on selkeästi keskiluokkainen, valkoihoinen ja heteroseksuaalinen.

Naisten yhteisyyttä vielä vahvistetaan esimerkissä 7 asettamalla naisjoukko vastakkain miesten kanssa. Tekstin tekijä liittää pronomiinilla *meidät* kaikki naiset ensin yhdeksi joukoksi, joka lisäksi *voi raivostua miesten käytöksestä*. Naistenlehdissä naisten yhteinen ryhmä saavutetaankin etenkin siten, että se asetetaan vieretysten sen luonnollisen vastakohdan eli miesryhmän kanssa (Ballaster ym. 1991: 9).

- (8) Koska ihmiset muuttuvat koko ajan, yhteiselämä vaatii jatkuvaa toiseen tutustumista. Nuoruuden suhde on aivan toisenlainen kuin keski-ään: on pysyttävä ajan tasalla siinä, mitä puoliso ajattelee, toivoo ja tavoittelee. Niinhän hoidamme myös ystävyysuhteita. Suhteesta katoaa ystävyys, jos sitä ei huolla säännöllisesti. (*Anna* 2006b.)

Me-pronominin on kaksitulkintainen sen mukaan, luetaanko puhuteltava kuuluvaksi mukaan joukkoon vai ei. Kun monikon ensimmäinen persoona viittaa joukkoon, johon kuuluu puhujan ohella muitakin ihmisiä, mutta ei kuitenkaan kuulija, kyse on eksklusiivisesta me-pronominin käytöstä (Yli-Vakkuri 1986: 99–100). Inklusiivisessa käytössä monikon ensimmäinen persoona viittaa joukkoon, johon kuuluu puhujan ohella puhuteltava (emt.).

Parisuhdetekstien tekijät käyttävät me-pronominia aina inklusiivisesti. Tekijä viittaa me-muodolla siis joukkoon, johon hänen ohellaan lukeutuvat myös naislukijat. Jos parisuhdetekstistä ilmentyisi jako meihin ja teihin, tekijän uskottavuus heikentyisi (ks. Karvonen 1999: 261). Esimerkissä 8 tekstin tekijä luo naisten yhteisyyttä monikon ensimmäisen persoonan avulla (*hoidamme*). Esimerkissä ei suoraan puhuta naisista, mutta koska teksti on osoitettu parisuhdettaan pohtivalle naiselle, lukija voi olettaa, että tekstin tekijä viittaa tässä itseensä ja naislukijoihin (niinhän me naiset hoidamme myös ystävyysuhteita) ja osoittaa siten kuuluvansa lukijan kanssa samaan joukkoon.

4.2 Paatokseen vetoavat ilmaukset

Toisinaan paatokseen liittyvät keinot käsitetään manipulatiivisiksi tai toisarvoisiksi piirteiksi vakuuttamisessa (Sigrell 1999: 56). Sigrell (emt. 66) kuitenkin näkee, että kaikessa vakuuttamisessa on aina kyse myös tunteista. Tunteisiin vetoavia paatos-ilmauksia on naistenlehtien parisuhdeteksteissä yhteensä 375. Olen jakanut aineiston paatos-ilmaukset viiteen luokkaan: huomioonottaminen, sitoutuminen, riitely, ymmärtäminen ja hyväksyminen sekä seksielämä.

Huomioonottamiseen liittyvät paatos-ilmaukset opastavat lukijaa osoittamaan välittämistä, vaivannäköä ja hellyyttä. Sitoutuminen-luokassa korostetaan, että parisuhteessa on kyse kahden ihmisen sitoutumisesta toisiinsa. Riitely-luokan ilmaukset liittyvät pariskunnan riitelemiseen ja opastavat lukijalle, miten riitoja täytyisi ratkoa parisuhteessa. Ymmärtämisen ja hyväksymisen olen liittänyt samaan luokkaan, sillä ne kytkeytyvät parisuhdeteksteissä usein toisiinsa. Kumppania täytyy ensin ymmärtää, jotta hänet voisi myös hyväksyä. Viides luokka muodostuu pariskunnan seksielämään liittyvistä paatos-ilmauksista. Niissä vakuutetaan seksin olevan parisuhteen olennainen osa.

Taulukko 3. Paatos-ilmausten luokat ja niihin sijoittuvien ilmausten määrä aineistossa.

| Paatos-ilmausten luokat | Lukumäärä | Prosenttiosuus (%) |
|--------------------------------|------------------|---------------------------|
| Huomioonottaminen | 91 | 24 |
| Sitoutuminen | 72 | 19 |
| Riitely | 71 | 19 |
| Ymmärtäminen ja hyväksyminen | 71 | 19 |
| Seksielämä | 70 | 19 |
| Yhteensä | 375 | 100 |

Taulukosta 3 selviävät paatos-ilmausten luokat ja niihin sijoittuvien ilmausten lukumäärä ja prosentuaalinen osuus kokonaismäärästä. Selkeästi eniten paatos-ilmauksia on huomioonottaminen-luokassa. Tähän luokkaan sijoittuu 91 ilmausta, mikä merkitsee 24 prosentin osuutta kaikista paatos-ilmauksista. Muihin luokkiin paatos-ilmaukset jakau-

tuvat hyvin tasaisesti. Toiseksi suurin luokka on sitoutuminen, jossa on 72 ilmausta. Riitely-luokassa sekä ymmärtäminen ja hyväksyminen -luokassa on 71 ilmausta. Pienin paatos-ilmausten luokka on seksielämä, johon kuuluu 70 ilmausta. Kun tarkastelee prosentuaalisia osuuksia, vain huomioonottaminen-luokka erottuu joukosta, mutta muiden luokkien eroja ei edes havaitse.

4.2.1 Huomioonottaminen

Parisuhdetekstien päätökseen vetoavista ilmauksista 91 sijoittuu luokkaan huomioonottaminen. Tämä luokka erottuu selkeästi 24 prosentin osuudellaan paatos-ilmausten luokista suurimpana. (Ks. taulukko 3.) Tähän luokkaan kuuluvat ilmaukset, joissa naislukijaa opastetaan huomioimaan toista arkisilla asioilla ilahduttamalla, järjestämällä aikaa yhteisille hetkille ja osoittamalla arvostusta, kiintymystä ja vaivannäköä. Aineistosta tulee selkeästi esiin, ettei parisuhteessa saa kohdella toista tai tulla kohdelluksi itsensänselvyytenä. Lukijaa kehoitetaan myös muistamaan romanttiset eleet ja hellimään toista esimerkiksi halaamalla, hieromalla ja lempeillä sanoilla. Huomioonottaminen saa toisen tuntemaan itsensä tärkeäksi.

- (9) Panostakaa romantiikkaan. Yhteinen kynttiläillallinen, iltakävely käsikädessä tai vaahtokylpy sylikkään tekee terää jokaiselle suhteelle. Jos olette pari edeltävää päivää tapaamatta toisianne, odotatte treffejänne entistä kiihkeämmin. (*Cosmopolitan* 2007a.)

Esimerkissä 9 korostetaan romantiikan merkitystä parisuhteen vahvistamiseksi. Tässä esiintyy tunnepitoisia ja kuvailevia ilmauksia, kuten *kynttiläillallinen*, *iltakävely käsikädessä* ja *vaahtokylpy sylikkään*. Lukijan tunteita voikin liikuttaa tunnepitoisten sanojen avulla (Kakkuri-Knuutila 1991b: 14). Ilmausten tilalla voisivat olla myös esimerkiksi sanat *ruokailu*, *lenkkeily* tai *kylpy*, sillä kielellisiä ilmauksia on samalle asialle monia (ks. Koistinen 1998: 58). Tunteikkaitten ilmausten kautta lukija kuitenkin saa romantiikasta myönteisemmän kuvan ja on siten myös vastaanottavaisempi sanomalle.

Esimerkistä 9 tulee esiin romantiikan kyky, sillä yhteisen kynttiläillallisen, iltakävelyn tai vaahtokylvyn vakuutetaan edistävän *jokaista* suhdetta. Yleinen retorinen keino ovat-

kin ääri-ilmaisut, joilla korostetaan niitä puolia, joita asiaan halutaan liittää (Jokinen 1999b: 150–151). Koska romantiikka vahvistaa *jokaista* suhdetta, tällä ääri-ilmaisulla estetään sellaiset tulkinnat, että kynttiläillalliset tai iltakävelyt tekisivät terää vain satunnaisille pariskunnille. Ääri-ilmaisun kautta lukijan saakin vakuuttuneemmaksi siitä, että hemmottelevat eleet varmasti lujittavat myös omaa parisuhdetta.

Romanttisten tekojen ohella parisuhdeteksteissä opastetaan arkisempiakin tapoja osoittaa toiselle välittämistä. Toisen huomioonottamisen ei tarvitse aina olla suurieleistä ja ihmeellistä.

- (10) Samaten nipistäkää jokaisesta päivästä yksi pieni hetki, jolloin keskitytte toisiinne. Pitkä halaus ja pari hellää sanaa hoitavat suhdetta tehokkaammin kuin apaattinen television töllöttäminen kylki kyljessä. (*Cosmopolitan* 2006e.)

Esimerkissä 10 korostetaan, että parisuhteessa miehellä ja naisella tulisi olla yhteisiä hetkiä, jolloin he keskittyvät vain toisiinsa. Tekstin tekijä mainitsee *pitkän halauksen* ja *pari hellää sanaa*, jotka lujittavat parisuhdetta tehokkaammin kuin *television töllöttäminen* kylki kyljessä. Vastakohtien avulla voikin vedota lukijan tunteisiin (Pyykkö 1997: 138). Tässä esimerkissä asetetaan *pitkä halaus* ja *hellät sanat* vastakkain *television töllöttämisen* kanssa. Vastakkainasettelun tarkoitus on osoittaa vastakohdista toinen vääräksi (Aristoteles 1997: 132).

Vastakohtaparin käytössä siihen vastakohdista, jota kannatetaan, liitetään kauniita merkityksiä, kun taas sen vaihtoehto esitetään negatiivisesti (Jokinen 1999b: 153). Esimerkissä 10 *pitkän halauksen* ja *hellien sanojen* vakuutetaan *hoitavan suhdetta*, kun taas *television katsomiseen* liitetään sanat *apaattinen* ja *töllöttäminen*. Ne viittaavat yksitoikkoiseen toimintaan, jossa pariskunta ei osoita toisilleen lainkaan välittämistä, mikä on haitallista parisuhteelle. Tekstin tekijä kuvaileekin esimerkissä television katsomista negatiivisesti ja pyrkii siten osoittamaan sen pariskunnan onnellisuuden kannalta vääräksi vaihtoehdoksi.

- (11) Työntelet ostoskärryjä kaupassa, kun silmiisi osuu hyllyllinen poikaystäväsi suosikkisipsejä. Sen kummemmin miettimättä nappaat mukaasi pari pussia, koska tiedät hänen riemastuvan löytäessään ne keittiönpöydältä. Tai kun imuroit netistä 80-luvun hittibiisejä, lähetät ne automaattisesti myös rakkaallesi, jotta hänkin saa nauttia nostalgisesta musiikkituokiosta. (*Cosmopolitan* 2005c.)

Myös esimerkissä 11 on kyse arkisista tilanteista, joissa naislukija voi osoittaa välittämistä miehelleen. Parisuhdetekstin tekijä kuvaa, miten lukija *ostaa kaupasta sipsejä poikaystävänsä tai lähettää tälle 80-luvun musiikkia*. Tarkka kuvaus saa lukijan tuntemaan itsensä läheisemmäksi tapahtumien suhteen. Läsnaolo vaikuttaa välittömästi aisteihin ja kohteen esittämällä voikin herättää tunteita (Perelman 1996: 43). Läsnaolon luominen on tärkeää etenkin siksi, että ihmiset pitävät olennaisena sitä, mikä on läsnä olevaa ja etualalla tietoisuudessa (emt. 44). Tekstin tekijä kuvaa tässä pienen vaivannäön osoittamiseen liittyviä tapahtumia siten, että lukija pystyy näkemään ne mielessään. Vakuuttavuuden saavuttamiseksi asiat voikin tekstissä kuvata siten kuin ne muodostaisivat tarinan, jonka tapahtumat toteutuvat lukijan silmien alla (emt. 47). Lukija pystyy näkemään, miten hän ottaa ruokakaupasta mukaan pari pussia poikaystävänsä suosikkisipsejä tai lähettää poikaystävänsä musiikkia ilahduttaakseen häntä. Esimerkissä kuvatut tilanteet ovat varsin tavallisia, ja niihin voikin kuka tahansa tyttöystävä samastua.

4.2.2 Sitoutuminen

Sitoutumiseen liittyviä paatos-ilmauksia on aineistossa 72, mikä merkitsee toiseksi suurinta paatos-ilmausten luokkaa. Kolmen muun paatos-ilmausten luokan tavoin myös sitoutuminen-luokalla on 19 prosentin osuus kaikista paatos-ilmauksista. (Ks. taulukko 3.) Naistenlehtien mukaan parisuhteeseen liittyy keskeisesti kahden ihmisen sitoutuminen toisiinsa. Tähän luokkaan sijoittuvissa paatos-ilmauksissa on kyse sitoutumisen ja parisuhteen erilaisista vaiheista, siitä mitä tarkoittaa olla sitoutunut toiseen ihmiseen ja miten sitoutuminen tai sen puute näkyy parisuhteessa. Naistenlehtien teksteissä myös neuvotaan naislukijalle, miten miehen saa sitoutumaan ja etenemään suhteessa ja toisaalta korostetaan, että sitoutumiseen liittyy myös oman ajan ja tilan antaminen ja ottaminen.

- (12) Sydän ei enää hypähdä kurkkuun joka kerta, kun näet kumppanisi, mutta elämän myllerryksissä kaipaat aina juuri hänen tukeaan. Lujan liiton merkki on se, että pari työskentelee tiiminä, tavoittelee samoja päämääriä ja seisoo toistensa rinnalla niin hyvinä kuin vaikeinakin hetkinä. (*Cosmopolitan* 2007a.)

Esimerkissä 12 on kyse tilanteesta, jolloin alun huuma on ohi, tilalle tulee aito kiintymys toiseen ja sitoutuminen alkaa. Tekstin tekijä kuvaa tässä sitoutumista kahden ihmisen *seisomisena rinnakkain jokaisena hetkenä*. Esimerkistä tuleekin vahvasti esiin, että *parin kuuluu tukea toisiaan elämän myllerryksissä*. Tällaiset ilmaukset herättävät lukijassa myönteisiä ajatuksia, mikä on tavallista tunteisiin vetoavassa tekstissä (ks. Kortetjärvi-Nurmi & Korhonen 1994: 54). Lukija voi esimerkin perusteella olettaa, että parisuhteessa, jossa kaksi ihmistä on sitoutunut toisiinsa, on levollinen ja luottavainen olo, sillä tietää, että toinen on aina vieressä tukemassa.

Esimerkissä 12 parisuhdetekstin tekijä myös korostaa eri tavoin sitä, että parin kuuluu pysyä toistensa tukena. Tekijä mainitsee, että *pari työskentelee tiiminä*, mikä viittaa siihen, ettei kumpikaan jätä toista tulemaan toimeen omillaan. Koska *pari tavoittelee samoja päämääriä*, kumpikaan ei kohtaa rasitteita yksin. Toisen tukemiseen ja tuen saamiseen liittyy myös se, että *pari seisoo toistensa rinnalla niin hyvinä kuin huonoina hetkinä*. Esimerkin perusteella lukija voikin ajatella toisen tukemisen olevan parisuhteessa tärkeää.

- (13) Teitä voi kantaa myös vahva tunne siitä, että teidät on tarkoitettu yhteen. Koette, että teidän rakkaudessaanne on kysymys ”jostain suuremmasta”. Yhteisen elämän merkityksen löytäminen estää liittoanne jumittumasta ja nostaa teidät arjen yläpuolelle. (*Me Naiset* 2006d.)

Kun kaksi ihmistä on sitoutunut toisiinsa, he löytävät yhteiselle elämälleen merkityksen. Esimerkissä 13 sitoutumista kuvataan tunnepitoisilla ja liioittelevillakin ilmauksilla, joilla yleisön tunteita voi liikuttaa (ks. Pyykkö 1997: 138). Parisuhdetekstin tekijän mukaan pariskunta voi kokea olevansa *tarkoitettu yhteen ja rakkaudessa olevan kyse jostain suuremmasta*. Yhteisen elämän merkityksen löytäminen nostaa pariskunnan arjen yläpuolelle. Tunteikkaitten ja suurentelevien ilmausten kautta esimerkissä koetetaan antaa myönteinen kuva merkityksen löytämisestä yhteiselle elämälle. Lukija voi olettaa,

että pariskunnat jotka löytävät yhteisen elämän merkityksen, ovat ennalta yhteen määrittäjä, erottamattomia ja arkisten huolien tavoittamattomissa.

Se että *pariskunta on tarkoitettu yhteen* tai *rakkaudessa on kyse jostain suuremmasta*, on tavallinen ja melko epämääräinen ilmaus, jota ihmiset käyttävät puhuessaan rakastamisesta ja sitoutumisesta. Vakuuttamisessa voi kuitenkin ajoittain olla tehokkaampaa olla suurpiirteinen ja epämääräistä asiaa kuin lisätä yksityiskohtia (Jokinen 1999b: 144–145). Esimerkin 13 ilmaukset sellaisinaan saavatkin lukijan vakuuttuneemmaksi kuin jos tekstin tekijä selittäisi tarkemmin, mistä suuremmasta rakkaudessa voisi olla kyse. Myös jos lukija kiistää esimerkiksi sen, että jotkut pariskunnat voivat kokea olevansa tarkoitettuja yhteen, lukija itse asiassa myöntää, etteivät he poikaystävänsä kanssa koe olevansa toisilleen tarkoitettut.

Vakuuttamisessa on keskeistä, että viestin lähettäjä tietää etukäteen, millaiselle yleisölle hän aikoo sanomansa suunnata. Lähettäjä voi silloin käyttää kohdeyleisön tajuttavissa olevaa kieltä ja vedota yleisönsä elämänpiiriin kuuluviin asioihin. (Wiio 1974: 155.) Esimerkissä 13 parisuhdetekstin tekijä käyttää ilmauksia, joita kuulee, kun ihmiset kuvailevat rakkautta ja sitoutumista toiseen ihmiseen (*tarkoitettu yhteen, rakkaudessa on kysymys jostain suuremmasta*). Tekstin tekijä voikin otaksua, että nämä ilmaukset ovat myös parisuhdetekstin naislukijalle tuttuja ja ilmausten epämääräisyydestä huolimatta lukija ymmärtää, mitä tekijä esimerkissä tarkoittaa.

Se että kaksi ihmistä on sitoutunut toisiinsa, ei kuitenkaan tarkoita sitä, että he ovat yksi ja sama ihminen. Jos mies varsinkin suhteen alkuaikoina kokee olevansa kuin talutusnuorassa, hän voi parisuhdetekstien mukaan muuttua hermostuneeksi ja etäiseksi.

- (14) Me-sanana lausuminen saa miehen kavahtamaan myös siksi, että se viittaa omistamiseen. Miehestä saattaa kuulostaa siltä, että olet ottamassa ohjat käsiisi ja alat puhua hänen puolestaan. Se puolestaan saa hänet välittömästi näkemään punaista. (*Cosmopolitan* 2005b.)

Esimerkki 14 liittyy tilanteeseen, jolloin suhteessa ei enää ole kyse ”minusta” ja ”sinusta” vaan ”meistä”. Me-pronominin lausuminen saa miehen ymmärtämään, että hän on

luopumassa itsenäisestä elämästään ja se arveluttaa häntä. Parisuhdetekstin tekijän mukaan *mies näkee punaista*, jos hän kokee, että *nainen on ottamassa ohjat käsiinsä ja alkaa puhua hänen puolestaan*. Tekstin tekijä vetoaa tässä lukijan tunteisiin herättämällä lukijassa huolestuneisuutta (ks. Mustonen 2001: 49). Lukija voi esimerkin perusteella olettaa, että jos hän ei ole suhteen alkuaikoina tarpeeksi varovainen me-pronominin kanssa, mies luulee, että häneltä viedään päätösvalta. Se taas saa miehen raivostumaan ja mahdollisesti myös päättämään suhteen ja jättämään lukijan yksin.

4.2.3 Riitely

Riitelyyn liittyviä paatos-ilmauksia on parisuhdeteksteissä 71, ja ne muodostavat 19 prosentin osuuden kaikista paatos-ilmauksista (ks. taulukko 3). Tämän luokan paatos-ilmauksissa on kyse pariskunnan riitelystä. Naistenlehtien teksteissä saatetaan kuvata, millaisia riitelytilanteet tavallisesti parisuhteessa ovat, ja opastetaan lukijalle, miten mies ja nainen pystyvät riitelemään ilman, että kyse on pelkästä huutamisesta, mykkäkoulusta, yksipuolisesta periksi antamisesta tai syytöksistä. Riitely käsitetään aineistossa normaaliksi osaksi parisuhdetta eikä esimerkiksi välteltäväksi seikaksi tai eron enteeksi.

- (15) Kun nainen kertoo olevansa huolissaan tai tyytymätön, mies kuulee korvissaan helposti jäkätystä. Hän pohtii, mitä häneltä nyt vaaditaan ja miten pitäisi toimia. Hän ei ymmärrä naisen puhetta – helpompaa olisi korjata vuotava putki. (*Anna 2006b.*)

Esimerkissä 15 kuvataan umpikujaan päättyvää riitelytilannetta. Nainen puhuu miehelle omista huolistaan, mutta mies ei ymmärrä naisen puhetta. Parisuhdetekstissä oletetaan, että naislukija on kokenut esimerkin riitelytilanteen parisuhteessaan. Tekstin tekijä vetoaakin naislukijan tunteisiin viittaamalla tässä tunteikkaaseen tilanteeseen, johon lukija voi eläytyä (ks. Karlberg & Mral 1998: 35). Lukija voi asettaa itsensä ja miehensä esimerkissä kuvattuun tilanteeseen, jossa *hänen huolensa muuttuvat miehen korvissa käsitämättömäksi jäkätukseksi* eikä *mies ymmärrä hänen puhettaan*. Kun lukija mielessään näkee itsensä ja miehensä riitelevän, hän pystyy samanaikaisesti eläytymään turhauttavan ja kyllästyneen ilmapiirin tilanteeseen.

Parisuhdetekstin tekijä myös hyödyntää esimerkissä 15 vertailua retorisena keinona (ks. Rydstedt 1993: 202). Vertailua voi käyttää niin faktaan kuin fiktion perustuvan esimerkin kautta (emt.). Tässä tekstin tekijä vertailee toisiinsa naisen puhetta ja vuotavan putken korjaamista miehisestä näkökulmasta. Esimerkin mukaan *miehelle olisi vaivatompaa vuotavan putken korjaaminen kuin naisen puheen ymmärtäminen*.

Esimerkin 15 mukaan parisuhteen ongelmien lähteenä ovat miehen ja naisen erot. Kun nainen puhuu miehelle huolistaan, mies kuulee vain jäkätystä, jota hän ei ymmärrä. Myös naisille ja miehille tarkoitetuissa parisuhdeoppaissa naiset mielletään keskustelijoina, jotka puhuvat paljon mutta epäselvästi ja moniselitteisesti (Tainio 2001: 55). Yleensäkin sukupuolieron korostaminen on parisuhdeoppaissa tavallista (emt. 137). Cameronin (1995: 207) mukaan opaskirjallisuuden erityinen tarkoitus onkin selventää ja järjestellä lukijan jo olemassa olevia ajatuksia miesten ja naisten eroista.

- (16) Miehet eivät nimittäin vietä tuhansia tunteja pohtien suhteenne tilaa tai arvioiden sen ylä- ja alamäkiä. Sen sijaan he antavat ärsyttävien pikkujuttujen kasaantua sanomatta sanaakaan, koska eivät halua joutua setvimään suhdettaan. Yhtäkkiä heidän turhautumisensa lähtee vyörymään eteenpäin kuin lumipallo, ja he ovat valmiita lopettamaan suhteen. (*Cosmopolitan* 2005a.)
- (17) Tästä seuraa, että vastuu suhteen sykkeen arvioimisesta jää naisille. Sinun ei kuitenkaan tarvitse vainoharhaisesti pyrkiä saamaan miestä keskustelemaan heti, jos suksenne menevät hiukankin ristiin. (*Cosmopolitan* 2005a.)

Esimerkit 16 ja 17 ovat parisuhdetekstissä peräkkäin. Parisuhdetekstin tekijä vetoaa esimerkeissä naislukijan yksin jäämisen ja hylätyksi tulemisen pelkoon ja herättää siten lukijan tunteita (ks. Mustonen 2001: 49). Ensin naislukijaa varoitetaan, *etteivät miehet tahdo joutua pohtimaan suhteensa asioita vaan antavat ärsyttävien pikkujuttujen kasaantua. Mies voi koska tahansa olla valmis lopettamaan suhteen* ilman ennakkovaroituksia. Lukijan parisuhteen tämänhetkistä tilaa kuvataankin esimerkissä 16 huolestuttavaksi ja epävarmaksi, millä koetetaan saada lukija tajuamaan uhkatilanteensa tulla hylätyksi. Heti esimerkissä 17 tekstin tekijä tarjoaa naislukijalle neuvoa, miten suhteen yhtäkkisen päättymisen voi estää. Esimerkin mukaan *naisen on arvioitava parisuhteen sykkettä*, jotta mies ei äkillisesti turhautuisi täysin ja jättäisi naista yksin. Ballasterin ym.

(1991: 124) mukaan naistenlehtien sivuilla pysyykin jatkuvasti oletus siitä, että nainen on se, joka arvioi ja ylläpitää ihmissuhteita.

Riitely-luokkaan kuuluvissa paatos-ilmauksissa myös kuvataan pariskuntien tavallisia riitelytapoja ja niihin liittyvää vahingollista ilmapiiriä. Kuvailun kautta lukija koetetaan saada vastaanottavaiseksi parisuhdetekstin tekijän neuvoille, miten riitelytilanteessa tulisi toimia, jotta riita ei toistuisi samanlaisena syyttelynä, halveksuntana tai huutamisena kerrasta toiseen.

- (18) Mies vihaa ruokaostoksia. Kaupassa hän tuskastuu ja rähisee. Naisen kiukku nousee, ja siitä seuraa räjähdys. Leppymisrituaalit vievät loppupäivän. Nainen ei haluaisi marttyyrina raahata ruokakasseja, mutta vaihtoehtona on takuuvarma viikkoriita, jonka voisi merkitä vaikka kalenteriin. (*Me Naiset* 2006b.)

Esimerkissä 18 parisuhdetekstin tekijä kuvaa miehen ja naisen viikoittaisen riidan alkamista ja siihen liittyviä tunnelmia. Pari on ruokakaupassa, jossa mies tuskastuu ja saa rähinällään myös naisen kiukkuiseksi. Tekstin tekijä hyödyntää esimerkissä kuvailevia, erilaisia ja asiayhteyden epätavallisia sanoja. Erilaiset yhdyssanat, erikoiset sanat ja runsaat epiteetit eli pääsanaan välittömästi liitettävät määreet sopivatkin tunteeseen ve-toavaan vakuuttamiseen (Aristoteles 1997: 128). Esimerkin mukaan mies *rähisee* kaupassa, jolloin nainen kiukustuu ja sitä seuraa *räjähdys*. *Leppymisrituaalit* vievät aikaa. Nainen ei haluaisi *marttyyrina* raahata ruokakasseja, mutta vaihtoehtona on *takuuvarma viikkoriita*. Esimerkissä koetetaan antaa säännöllisesti toistuvasta kauppareissusta epäsuotuisa kuva, jotta lukija ymmärtäisi, että toisinaan tiukat rutiinit ahdistavat ja hajottavat suhdetta.

Parisuhdetekstin tekijä kuvailee monipuolisesti esimerkissä 18 parin ruokakaupassa käyntiä ja saa siten yleisön tuntemaan itsensä läheisemmäksi kyseisen asian suhteen (ks. Rydstedt 1993: 34). Parhaimmillaan kuvailun kautta yleisö voi tuntea olevansa aivan kuin silminnäkijä jossain kuvatussa tilanteessa (emt.). Esimerkissä 18 kuvattu tilanne on varsin arkinen ja siihen voivat monet naislukijat samastua. Samastuminen tarkoittaa sitä, että lukija tunnistaa sanomasta itsensä ja ympäristönsä eli hän voi samastaa itsensä

ja ympäristönsä tekstissä kuvattuihin asioihin (Kortetjärvi-Nurmi & Korhonen 1994: 56). Tekstin tekijän täytyy siksi kertoa lukijalle tutuista ihmisistä, ilmiöistä ja asioista (emt.). Naislukija voi esimerkiksi 18 tunnistaa itsensä ja miehensä ja samastua parisuhdetekstin tekijän kuvaamaan viikoittaiseen kauppareissuun ja riidanalkuun. Kuvailun kautta lukija tuodaan lähemmäs tiukan rutiinin ahdistavuutta ja koetetaan saada vastaanottavaisemmaksi neuvoille, joilla samanlaisena toistuvaa rasittavaa tapaa voi muuttaa.

4.2.4 Ymmärtäminen ja hyväksyminen

Ymmärtämiseen ja hyväksymiseen liittyviä paatos-ilmauksia on aineistossa 71, mikä merkitsee 19 prosentin osuutta kaikista paatos-ilmauksista (ks. taulukko 3). Olen yhdistänyt ymmärtämisen ja hyväksymisen samaan luokkaan, sillä ne kietoutuvat aineistossa usein toisiinsa. Ymmärtäminen ja hyväksyminen -luokan paatos-ilmaukset korostavat, että pariskunnan kuuluu ymmärtää toisiaan ja hyväksyä toisensa sellaisenaan. Kun kumppanit ymmärtävät toistensa ajatuksia, tunteita ja tapoja toimia, suhteessakin pystyy olemaan oma itsensä ilman, että joutuisi peittelemään joitakin puoliaan kelvatakseen toiselle.

- (19) Syvä ymmärrys toista kohtaan muokkaa liiton maaperää pehmeämmäksi ja ilmapiiriä myönteisemmäksi. Silloin kaikenlaiset kukat saavat kukkia rauhassa rinnakkain, eikä meidän tarvitse nyppiä rikkaruohoja toisen tontilta, vaan voimme keskittyä hoitamaan omaa palstaamme. (*Anna* 2006c.)

Esimerkissä 19 kuvataan, miten toisen ymmärtäminen ja hyväksyminen saa parisuhteen kukoistamaan. Parisuhdetekstin tekijä kertoo lukijalle, että kun pariskunta ymmärtää toisiaan, se *muokkaa suhteen maaperää pehmeämmäksi ja ilmapiiriä myönteisemmäksi*. Tekstin tekijä kuvaa parisuhdetta tässä puutarhana. Karlbergin ja Mralin (1998: 35) mukaan verbaaliset kuvat liikuttavatkin lukijan tunteita. Esimerkin mukaan syvä ymmärrys toista kohtaan saa *kaikenlaiset kukat kukkimaan rauhassa rinnakkain*. Kun kumppanit hyväksyvät toisensa sellaisenaan, kumpikin voi keskittyä *hoitamaan omaa palstaansa* eikä tarvitse *nyppiä rikkaruohoja toisen puolelta*. Esimerkissä koetetaan antaa lukijalle myönteinen kuva syvästä ymmärryksestä toista kohtaan. Lukija voi olettaa, että toisiaan

ymmärtävän pariskunnan ei tarvitse salailla toisiltaan omia huonoja puoliaan vaan kumpikin antaa toisen olla oma itsensä.

Lukija voi kuitenkin saada esimerkistä 19 myös toisenlaisen kuvan parisuhteesta. Esimerkin mukaan pariskunnan ei tarvitse *nyppiä rikkaruohoja toistensa tontilta* vaan kumpikin voi *keskittyä hoitamaan omaa palstaansa*. Lukija voikin tämän perusteella ajatella, että parisuhteessa kumppaneilla kuuluu olla erilliset elämät, joita ei jaeta toisen kanssa. Kumpikin siis huolehtii vain omista asioistaan eikä puutu toisen elämään. Tätä tekstin tekijä tuskin on kuitenkaan tarkoittanut.

Parisuhdetekstien tekijät korostavat usein, ettei riitä, että vain toinen osapuoli suhteessa kokee tulevansa ymmärretyksi. Toisinaan parisuhdeteksteissä kuitenkin vakuutetaan naislukijalle vain miehen ymmärtämisen ja hyväksymisen välttämättömyyttä. Sopuisa parisuhde edellyttää etenkin, että nainen ymmärtää miestään ja tämän tapoja toimia.

- (20) Älä edes yritä muuttaa miestäsi, sillä se ei onnistu. Voit varmistaa suhteen toimivuuden ymmärtämällä, mitä poikaystäväsi päässä todella liikkuu. Näin et polta päreitäsi joka kerta, kun urhosi saa sinut ulalle. Jotta sinun ei enää tarvitsisi raapia päätäsi, Cosmo selvitti salaisuudet miesten käsittämättömän käytöksen takana. (*Cosmopolitan* 2005a.)

Parisuhdetekstin tekijä kehottaa esimerkissä 20 naislukijaa hyväksymään miehensä sellaisenaan. Naisen täytyy ymmärtää miestä ja sopeutua tämän tapoihin toimia sen sijaan, että miestä ryhtyisi muuttamaan. Esimerkissä kuvataan miestä ja hänen ymmärtämistään hieman humoristisestikin, millä koetetaan liikuttaa naislukijan tunteita (ks. Mustonen 2001: 49). Esimerkin mukaan koska *miehen muuttaminen ei onnistu*, naisen täytyy ymmärtää, mitä *poikaystävänsä päässä todella liikkuu*. Siten nainen *ei polta päreitään* aina, kun *urho saa hänet ulalle*. Jotta naisen ei enää tarvitsisi *raapia päätään*, hänelle kerrotaan *salaisuudet miesten käsittämättömän käytöksen takana*. Huumori vetoaa lukijan tunteisiin, sillä se lisää mielenkiintoa, motivaatiota ja yleisiä myönteisiä vaikutelmia (Mustonen 2001: 47).

Esimerkissä 20 parisuhdetekstin tekijä mainitsee miesten käsittämättömän käytöksen mutta korostaa samanaikaisesti naislukijalle, ettei miestä pysty muuttamaan. Naisen on siis vain ymmärrettävä miehensä ajatuksia ja tapoja toimia sekä rakastettava miestänsä ja hyväksyttävä tämä sellaisenaan. Naistenlehdissä miehet kuvataankin sellaisina kuin naiset heidät näkevät, eikä sellaisina mitä miehet voisivat olla tai miksi he voisivat muuttua (Siivonen 2006: 237). Miesten puutteet mainitaan ja niistä valitetaan, mutta lopuksi kuitenkin kuitataan, että miehet ovat miehiä (emt.). Vaikka miehen käsittämättömät tavat toimia saavat naisen raivostumaan ja vaikeuttavat suhdetta, esimerkissä 20 ei silti kehoiteta naislukijaa jättämään miestänsä vaan ymmärtämään tätä. Naistenlehdet samanaikaisesti korostavatkin miehen tärkeyttä ja suotavuutta naisen elämässä ja muistuttavat, että mies on ongelma ja uhka naiselle (Ballaster ym. 1991: 9).

Kun parisuhdeteksteissä kerrotaan naislukijalle, ettei miestä pysty muuttamaan, siitä väistämättä seuraa, että nainen joutuu sopeutumaan miehensä tapoihin ja ehkä muuttamaan itseään suhteen toimivuuden varmistamiseksi. Tainion (2001: 138) mukaan miehille ja naisille tarkoitetuissa parisuhdeoppaissa lukijalle myös vakuutetaan, että mies on mies eikä siitä muutu. Parisuhteen saa paremmaksi vain, jos nainen itse muuttuu (emt.).

Ymmärtäminen ja hyväksyminen kytkeytyvät kiinteästi toisiinsa, sillä jotta toisen voisi hyväksyä, ensin täytyy ymmärtää tämän ajatuksia, tunteita ja taustoja. Useat ymmärtäminen ja hyväksyminen -luokan paatos-ilmaukset vetoavatkin samanaikaisesti sekä ymmärtämiseen että hyväksymiseen. Toisinaan ilmaukset kuitenkin liittyvät vain toiseen.

- (21) Parisuhteen ehdoton kynnyskysymys onkin se, miten siinä tulee kohdelluksi. Kumppanin lannistavaa käytöstä tai vähättelyä ei tarvitse koskaan sietää. (*Me Naiset* 2006c.)

Hyväksymisessä on myös kyse siitä, ettei pariskunta väheksy toisiaan tai kohtelee toisiaan ylimielisesti, halveksivasti tai arvostelevasti. Esimerkissä 21 naislukijalle vakuutetaan, *ettei toiselta tarvitse koskaan sietää lannistavaa käytöstä tai vähättelyä*. Parisuhdetekstin tekijä vetoaa tässä tunteisiin vahvistamalla lukijan itsetuntoa (ks. Mustonen 2001: 49). Kun lukijalle korostetaan, ettei toiselta tarvitse ikinä sietää huonoa kohtelua,

lukija koetetaan saada tajuamaan itsensä arvokkaaksi ja tärkeäksi ihmiseksi, joka on tasavertainen miehensä kanssa. Lukija voi esimerkin perusteella ymmärtää, että jos mies hallitsee ja alistaa häntä ivaamalla, nöyryyttämällä, halventamalla tai lyömällä, hän voi lähteä suhteesta, sillä hän ansaitsee parempaa.

4.2.5 Seksielämä

Seksielämä-luokassa on 70 paatos-ilmausta, mikä tarkoittaa 19 prosentin osuutta kaikista aineiston paatos-ilmauksista. Tämä luokka on lukumäärällisesti paatos-ilmausten luokista pienin. (Ks. taulukko 3.) Seksielämä-luokkaan liittyvät ilmaukset vetoavat siihen, että seksi on yksi parisuhteen keskeinen osa. Naistenlehdet korostavat, että suhteen alkuhuyan jälkeen parin seksielämä vaatii vaivannäköä. Jos seksielämä heikkenee suhteen edetessä, se voi samalla heikentää parin läheisyyden ja yhteenkuuluvuuden tunteita. Paatos-ilmauksissa opastetaankin naislukijalle, miten seksi ja oikea tunnelma päästävät parin lähemmäs toisiaan. Parisuhdetekstien tekijät tuovat esiin myös niitä eroja, joita miehillä ja naisilla voi olla suhtautumisessaan seksiin.

- (22) Kaipaako sellaista seksiä, jota teillä oli kun olitte vasta tutustuneet – niitä aikoja, kun jokainen suudelma ja hyväily pisti kropan kihelmöimään ja tuntui siltä kuin olisitte toisillenne tarkoitetut? Ei hätää, Cosmon vinkeillä pääsette lähemmäs toisianne kuin koskaan. (*Cosmopolitan* 2006b.)

Parisuhdetekstin tekijä muistuttaa esimerkissä 22 naislukijaa ajasta, jolloin lukija oli juuri tutustunut mieheensä. Esimerkissä kuvaillaan *jokaisen suudelman ja hyväilyn pistäneen kropan kihelmöimään* ja lukijasta *tuntuneen siltä kuin heidät olisi tarkoitettu miehensä kanssa toisilleen*. Esimerkin aluksi lukijalta kysytään, *kaipaako hän sellaista seksiä, jota oli, kun hän oli vasta tutustunut mieheensä*. Kysymys on retorinen, sillä sen esittäjä tietää jo vastauksen olevan myöntävä (ks. Perelman 1996: 47). Lukija voi ajatella mielessään itseään ja miestänsä vastarakastuneina sekä heidän yhteisiä intiimejä ja tunnelmallisia hetkiään. Tunteeseen vetoavassa vakuuttamisessa onkin tavallista, että lukijassa herätetään myönteisiä ajatuksia (ks. Kortetjärvi-Nurmi & Korhonen 1994: 54). Kun lukija alkaa muistella alkuaikojen läheistä yhdessäoloa miehensä kanssa, hän voi

olla myös vastaanottavaisempi esimerkissä mainituille vinkeille, joilla pariskunta pääsee lähemmäs toisiaan kuin koskaan.

Seksielämä-luokkaan kuuluvissa paatos-ilmauksissa parisuhdetekstien tekijät kertovat naislukijalle myös naisen ja miehen eroista läheisyyteen ja seksiin suhtautumisessa.

- (23) Varsinkin miehelle seksi on usein väylä toisen läheisyyteen, ja rakastelemalla hän katsoo kertovansa naiselle rakkaudestaan. Silloin kannattaa unohtaa kauppalistat ja eripurat, riidat voi yksinkertaisesti välillä heittää olan yli. (Anna 2006b.)

Parisuhdetekstin tekijä neuvoo esimerkissä 23 naislukijalle, että *miehelle seksi on väylä toisen läheisyyteen ja rakkaudesta kertomiseen*. Naista kehoitetaan siksi *unohtamaan kauppalistat ja eripurat* seksin aikana ja keskittymään yhteiseen hetkeen. Tekstin tekijä vetoaa tässä naislukijan rakkauden tarpeeseen vakuuttamalla lukijalle, että mies kokee seksin läheisyytenä ja se on miehen rakkaudentunnustus naiselleen. Vetoamalla rakkauden tarpeeseen voikin liikuttaa lukijan tunteita (Mustonen 2001: 49). Esimerkin perusteella lukija voi ymmärtää, että yhteinen seksikokemus saa naisen tuntemaan itsensä ainakin hetken aikaa rakastetuksi. Mies ei ehkä osoita rakkauttaan naiselleen sanojen tai kukkakimppujen vaan seksin kautta, ja siksi naisen täytyy järjestää aikaa yhteistä hetkeä varten ja jättää häiritsevät ajatukset taka-alalle. Muuten nainen menettää sen hetken, jolloin voisi kokea olevansa rakastettu.

Osa naislukijoista voi esimerkin 23 perusteella kokea syyllisyyttä. Lukija voi tajuta pohdineensa seksin aikana arkisia asioita, kun taas miehelle hetki on merkinnyt enemmän. Myös syyllisyyden herättäminen vetoaa lukijan tunteisiin (ks. Mustonen 2001: 49). Kun nainen ymmärtää, että ajatellessaan kauppalistoja ja vanhoja riitoja seksin aikana mies on samanaikaisesti osoittanut rakkauttaan ja kokenut läheisyyttä, nainen voi syyllistää itseään ja kokea olleensa välipitämätön miestänsä kohtaan.

- (24) Kaikkihan me tykkäämme loikoilla sohvalla verkkareissa ja ylisuuressa t-paidassa. Unelmaparit eivät kuitenkaan pukeudu kulahtaneisiin vaatteisiin joka päivä. He sonnustautuvat silloin tällöin seksikkääseen asuun ja pirs-kottavat ylleen hyvää tuoksua. Tavoitteena on tietysti se, että intohimon lieskat roihuavat pian pariskunnan makuuhuoneessa. (*Cosmopolitan* 2005c).

Esimerkissä 24 parisuhdetekstin tekijä määrittelee, millaisia ovat unelmaparit, ja lukija voikin esimerkin perusteella pohtia, onko hän miehensä kanssa unelmapari vai ei. Aluksi esimerkissä myönnetään, että kaikkihan me tykkäämme loikoilla sohvalla kulahtaneissa vaatteissa. Tämän jälkeen tekstin tekijä ryhtyy kuvaamaan vain osaa meistä kaikista eli unelmapareja. Esimerkissä esiintyy tavallisesta poikkeavia ilmauksia kuten *unelmaparit* ja *intohimon lieskat roihuavat*, mikä onkin yleistä vakuuttamisen saavuttamiseksi (ks. Perelman 1996: 47). Erilaisten ja erikoisten ilmausten ohella myös epiteetit eli pääsanaan välittömästi liitettävät määreet sopivat tunteikkaasti puhuvalle (Aristoteles 1997: 128), ja tässä esimerkissä hyödynnetään myös tätä keinoa. Esimerkin mukaan me kaikki loikoilemme sohvalla verkkareissa ja *ylisuuressa t-paidassa*. Unelmaparit pukeutuvat kuitenkin *kulahtaneiden vaatteiden* sijaan silloin tällöin *seksikkääseen asuun* ja pirs-kottavat ylleen *hyvää tuoksua*, jotta *intohimon lieskat* roihuaisivat pian *pariskunnan makuuhuoneessa*. Esimerkissä koetetaan antaa unelmapareista myönteinen kuva, jotta lukija tajuaisi, että toisin kuin tavallinen pari, unelmapari pystyy pysymään yhdessä pitkään, sillä parista kumpikin osoittaa toiselle vaivannäköä ja intohimoaan eikä vain loikoile välinpitämättömänä sohvalla.

4.3 Logokseen vetoavat ilmaukset

Järkeen vetoavia logos-ilmauksia on naistenlehtien parisuhdeteksteissä 249. Olen jakanut logos-ilmaukset neljään luokkaan: läheisyys, keskusteleminen, ymmärtäminen ja hyväksyminen sekä sitoutuminen. Logos- ja paatos-ilmauksilla on siten kaksi samaa luokkaa: sitoutuminen sekä ymmärtäminen ja hyväksyminen. Läheisyys-luokkaan kuuluvien ilmausten kautta lukijalle vakuutetaan, että läheisyys on parisuhteen perusta. Keskusteleminen-luokassa vedotaan asioista keskustelemisen tärkeyteen parisuhteessa. Sitoutuminen-luokan logos-ilmauksissa on kyse naisen ja miehen sitoutumisesta toisiin-

sa. Ymmärtäminen ja hyväksyminen -luokassa korostetaan, että kumppanien tulisi ymmärtää toisiaan ja hyväksyä toisensa sellaisinaan. Ymmärtämiseen ja hyväksymiseen liittyvät ilmaukset olen jälleen koontanut samaan luokkaan, sillä ne liittyvät parisuhdeteksteissä usein toisiinsa.

Taulukko 4. Logos-ilmausten luokat ja niihin sijoittuvien ilmausten määrä aineistossa.

| Logos-ilmausten luokat | Lukumäärä | Prosenttiosuus (%) |
|-------------------------------|------------------|---------------------------|
| Läheisyys | 71 | 29 |
| Keskusteleminen | 65 | 26 |
| Sitoutuminen | 64 | 25 |
| Ymmärtäminen ja hyväksyminen | 49 | 20 |
| Yhteensä | 249 | 100 |

Taulukosta 4 selviävät logos-ilmausten luokat ja niihin sijoittuvien ilmausten lukumäärä ja prosentuaalinen osuus. Eniten logos-ilmauksia sijoittuu luokkaan läheisyys, jossa on 71 ilmausta. Toiseksi suurin logos-ilmausten luokka on keskusteleminen, johon kuuluu 65 ilmausta. Kolmanneksi suurin luokka on sitoutuminen, jossa on vain yksi ilmaus vähemmän kuin keskusteleminen-luokassa. Logos-ilmaukset jakautuvatkin kolmeen suurimpaan luokkaan tasaisesti. Kun tarkastelee prosentuaalisia osuuksia, luokkien erot näyttävät vielä pienemmiltä. Selkeästi pienin logos-ilmausten luokka on ymmärtäminen ja hyväksyminen, jossa on 49 ilmausta.

4.3.1 Läheisyys

Läheisyyteen vetoavia logos-ilmauksia on aineistossa 71, mikä tarkoittaa 29 prosentin osuutta kaikista logos-ilmauksista. Läheisyys on logos-ilmausten luokista suurin. (Ks. taulukko 4.) Läheisyys-luokan logos-ilmauksissa opastetaan, miten mies ja nainen pääsevät lähemmäs toisiaan, tuntevat yhteenkuuluvuutta ja kiintymystä toisiinsa. Parisuhdetekstien mukaan läheisyys estää sulkeutuneisuuden ja etääntymisen ja liittää parisunnan lujasti yhteen. Tämän luokan logos-ilmausten mukaan läheisyyteen liittyvät esimerkiksi yhteiset hetket ja kokemukset, avoimuus, levollinen olo, hellyys, pariskuntaa lähentävä seksielämä sekä toisesta huolta pitäminen.

- (25) Älkää myöskään unohtako helliä eleitä, niillä pääsette lähemmäs toisianne. Halailkaa, pussailkaa ja käpertykää toistenne kainaloon. Kehossanne muodostuva oksitosiini ja vasopressiiniä [sic] saavat aikaan kiintymyksen tunteita. (*Cosmopolitan* 2007a.)

Läheisyyteen liittyy hellyys. Esimerkin 25 mukaan halailu, pussailu ja toisen syliin käpertyminen lähentävät paria. *Kehossa alkaa muodostua hormoneja, oksitosiinia ja vasopressiiniä, jotka saavat aikaan kiintymyksen tunteita.* Esimerkissä mainitaan tarkasti, mistä hellän eleen aikaansaama läheisyyden tunne ja kiintymys johtuvat. Parisuhdetekstin tekijä vetoaakin tässä yleisön järkeen käyttämällä termejä (ks. Karlberg & Mral 1998: 40). Jos esimerkissä todettaisiin ilman perusteluja, että hellät hetket päästävät parin lähemmäs toisiaan ja saavat aikaan kiintymystä, tämä näyttäisi vain arkiselta uskomukselta eikä vakuuttavalta tosiseikalta. Vakuuttamisessa tärkeää onkin yksityiskohdaisuus, sillä ylimalkaiset ilmaukset eivät vakuuta lukijaa (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2003: 188).

Esimerkissä 25 parisuhdetekstin tekijä vetoaa myös naislukijan rakkauden tarpeeseen vakuuttamalla lukijalle, että hellät eleet päästävät parin lähemmäs toisiaan ja saavat aikaan kiintymyksen tunteita. Tässä esimerkissä esiintyy siten myös tunteisiin vetoavaa retoriikkaa, ja olen sijoittanut ilmauksen myös paatos-ilmausten luokkaan huomioonottaminen. (Ks. Mustonen 2001: 49.) Retoriikassa informatiivisuus ja emotionaalisuus kietoutuvatkin toisiinsa (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2003: 188). Esimerkissä 25 tekstin tekijä vakuuttaa sekä logoksen että päätöksen kautta, että parin on muistettava hellät eleet päästäkseen lähemmäs toisiaan. Onkin tärkeää, että järkeen ja tunteeseen vetoavat argumentit vaikuttavat samansuuntaisesti (emt.). Niiden on myös oltava sopivassa suhteessa tilanteen ja kohdeyleisön mukaan (emt.).

- (26) Hellyyden osoittamisen vähyys saattaa olla pitkässä parisuhteessa jopa laiskuutta. – Vastaanotollani oli kerran mies, joka kertoi, että hän oli vuosikautia hieronut vaimonsa niskaa ja jalkoja iltaisin, mutta ei ollut ikinä saanut samaa elettä takaisin, Kivijärvi huomauttaa. (*Me Naiset* 2006e.)

Esimerkissä 26 parisuhdetekstin tekijä vakuuttaa, että *hellyyden osoittamisen vähyys voi johtua pitkässä parisuhteessa jopa laiskuudesta.* Tekijä perustelee tätä esimerkin avulla.

Naislukijalle kuvataan gynekologi ja seksologi Kivijärven *vastaanotolla käynyttä miestä, joka vuosikausia oli hieronut vaimonsa niskaa ja jalkoja iltaisin, mutta ei ollut ikinä saanut samaa elettä takaisin*. Esimerkki vastaanotolla käyneestä miehestä on tässä perusteluna sille, että hellyyden osoittamisen vähyys voi olla laiskuutta. Käyttämällä esimerkkiä perustelukeinona tekstin tekijä pystyy vetoamaan lukijan järkeen (Karlberg & Mral 1998: 40).

Esimerkin avulla tapahtuvassa argumentoinnissa esitettyä kieltäydytään pitämästä poikkeuksena tai ainutkertaisena sekä erottamattomasti siihen yhteyteen sidottuna, jossa kuvattu tapahtuma on toteutunut (Perelman 1996: 120; ks. myös Summa 1995: 82). Tässä parisuhdetekstin tekijä pyrkii esimerkin avulla osoittamaan, että hellyyden vähyys pitkässä parisuhteessa on joillakin pariskunnilla laiskuutta. Perustelukeinona oleva esimerkki vastaanotolla käyneestä miehestä ja hänen laiskasta vaimostaan ei siten kuva harvinaista eikä toistumatonta tilannetta. Sen sijaan lukija koetetaan saada ymmärtämään, että koska tämä mies ei ole saanut hellyydenosoituksia passiivisen vaimonsa takia, myös muissa parisuhteissa voidaan kokea samanlaista laiskuuden aiheuttamaa hellyyden puutetta.

Läheisyys-luokan logos-ilmaukset korostavat myös parin ystävyyttä hyvän parisuhteen perustana. Kun mies ja nainen ovat toistensa parhaat kaverit, he pysyvät lähellä toisiaan vaikeinakin hetkinä.

- (27) Pitkän parisuhteen kulmakivi on ystävyys. Seksuaalinen vetovoima on toki tärkeää, mutta lämmin toveruus tuo suhteeseen luottamusta ja rehellisyyttä, mikä pitää parin yhdessä vaikeinakin aikoina. (*Cosmopolitan* 2005c.)

Esimerkin 27 mukaan *pitkän parisuhteen kulmakivi on ystävyys*. Esimerkissä mainitaan, että *seksuaalinen vetovoima on toki tärkeää*, mutta korostetaan kuitenkin lämmintä ystävyyttä. Parisuhdetekstin tekijä ennakoikin tässä lukijan mahdollista vastaväitettä mainitsemalla sen ja kumoamalla sen etukäteen, ja pyrkii siten vetoamaan lukijan järkeen (ks. Kortetjärvi-Nurmi & Korhonen 1994: 52). Esimerkissä myönnetään, että *seksuaalinen vetovoima on tärkeää*, mutta vakuutetaan kuitenkin lukijalle, *ettei se tuo lämpimän*

ystävyyden lailla suhteeseen luottamusta ja rehellisyyttä eikä siten pysty pitämään paria yhdessä. Lukijan olisi tämän jälkeen vaikeaa enää esittää sellaista vastaväitettä, että parin seksuaalinen vetovoima on pitkässä parisuhteessa tärkeintä. Tekijän valmistautuneisuus vastaväitteeseen saakin lukijan vakuuttuneemmaksi siitä, että hyvän parisuhteen perustana ei ole seksuaalinen vetovoima vaan parin ystävyys.

4.3.2 Keskusteleminen

Keskustelemiseen liittyviä logos-ilmauksia on parisuhdeteksteissä 65, mikä merkitsee 26 prosentin osuutta kaikista logos-ilmauksista. Keskusteleminen on logos-ilmausten luokista toiseksi suurin. (Ks. taulukko 4.) Tämän luokan ilmauksissa on kyse siitä, miten logoksen keinoin lukija koetetaan saada vakuuttuneeksi puhumisen tarpeellisuudesta parisuhteessa. Naistenlehtien parisuhdetekstien lailla vuorovaikutuksen korostaminen on tyypillistä myös parisuhdeoppaissa (ks. Tainio 2001: 164). Logos-ilmaukset opastavat lukijalle, mistä ja miten miehen ja naisen tulisi puhua ja miten he voivat ilmaista itseään myös sanattomien viestien kautta. Parisuhdeteksteissä korostetaan, että vaikeaminen on suhteen päätepiste. Jos pariskunta sen sijaan pystyy keskustelemaan asioista, suhde kestää vaikeatkin ajat.

- (28) Ihmisen aivot nimittäin rekisteröivät jatkuvasti paljon enemmän tunneinformaatiota kuin tietoisesti tajuamme. Evoluutiossa meille on kehittynyt nopea hermoverkosto, joka koodaa ympärillämme olevia tunteita. Tieto kulkee tätä hermoverkosta pitkin kymmenen kertaa nopeammin kuin tietoisien ajattelun alueella. Tämä on ollut eloonjäämisen kannalta tärkeää – ja on edelleen. (Anna 2006a.)

Ennen esimerkkiä 28 parisuhdetekstissä vakuutetaan, että keskustellessaan ihmiset ilmaisevat tietämättään kasvoillaan kaiken, mitä he mielessään tuntevat. Pienten ja nopeiden ilmeiden avulla ihminen osoittaa todellisen suhtautumisensa toiseen ja parisuhteeseen, ja se välittyy toiselle epämääräisenä tunteena. Esimerkissä 28 tätä perustellaan sillä, että ihmisen aivot *rekisteröivät* paljon enemmän *tunneinformaatiota* kuin he tietoisesti tajuavat, sillä *evoluutiossa* ihmisille on kehittynyt nopea *hermoverkosto*, joka *koodaa* ihmisen ympärillä olevia tunteita. Tieto kulkee tätä *hermoverkosta pitkin kymmenen kertaa* nopeammin kuin *tietoisien ajattelun alueella*. Parisuhdetekstin tekijä vetoaa

tässä lukijan järkeen käyttämällä tarkkoja faktoja, termejä ja numerotietoa (ks. Karlberg & Mral 1998: 40). Lukija voi tarkastaa esimerkissä olevat asiatiedot, jos hän niin tahtoo, mikä saa lukijan vakuuttuneeksi siitä, että esitetyt perustelut ovat todenmukaisia ja luotettavia.

Numerotiedot ovat yksiselitteisyydessään vakuuttavia, sillä ne luovat tekstiin kuvan objektiivisuudesta ja tieteellisyydestä (Blomqvist 1999: 136). Esimerkissä 28 tekstin tekijä käyttää tarkkaa numeerista tietoa mainitessaan, että tieto kulkee hermoverkostoa pitkin *kymmenen* kertaa nopeammin kuin tietoisien ajattelun alueella. Asian kuvaaminen numeerisesti luo lukijalle kuvan siitä, että kyse on tieteellisesti tutkitusta ja siten myös todenmukaisesta tiedosta. Jos asia olisi ilmaistu esimerkissä siten, että tieto kulkee hermoverkostoa pitkin monta kertaa nopeammin kuin tietoisien ajattelun alueella, ilmaisu ei kuulostaisi yhtä tieteelliseltä eikä uskottavalta.

Keskusteleminen-luokan logos-ilmaukset korostavat, että keskusteleminen huoltaa parisuhdetta parhaiten. Arkisia kuulumisia jakamalla kumppanit pysyvät ajan tasalla toistensa elämässä. On tärkeää puhua toiselle myös sellaisista tilanteista tai huolista, jotka painavat mieltä, sillä toinen ei tajua niitä itsestään. Parisuhdetekstien mukaan pariskunta pysyy yhdessä vaikeinakin aikoina, jos kumpikin pystyy puhumaan asioista rehellisesti.

- (29) Kun olette jostakin asiasta eri mieltä, on tärkeää, että pystytte puhumaan ajatuksistanne. Tunteiden patoaminen on sama kuin rakentaisi aikapommin, joka räjähtää ennemmin tai myöhemmin. Asioiden äänen sanominen ei kuitenkaan välttämättä tarkoita, että ongelmalle löytyisi siisti ratkaisu. (*Cosmopolitan* 2006a.)

Esimerkissä 29 vakuutetaan naislukijalle, että parisuhteessa on tärkeää pystyä puhumaan. Varsinkin silloin, kun kumppanit näkevät jonkin asian erilailta, omista ajatuksista ei pitäisi vaieta. Parisuhdetekstin tekijä vetoaa tässä lukijan järkeen käytännöllisen argumentin avulla (ks. Kakkuri-Knuutila 1991b: 16). Käytännöllinen argumentti toimii vakuuttamisessa siten, että joko kuvaillaan jostakin teosta seuraavan lukijalle jotakin myönteistä tai suostutellaan lukijaa olemaan tekemättä jotakin viittaamalla teosta aiheutuviin haittoihin (emt.). Tässä esimerkissä tekstin tekijä hyödyntää sitä, että tietystä te-

osta aiheutuu lukijalle jotakin haitallista, eli *jos lukija patoaa tunteensa, se on sama kuin rakentaisi aikapommin, joka räjähtää enemmän tai myöhemmin*. Esimerkissä suositellaan siten lukijaa olemaan patoamatta tunteitaan viittaamalla asioista vaikenemisen aiheuttamaan haittaan.

Parisuhdeoppaat näkevät Tainion (2001: 165) mukaan miehen ja naisen välisen suhteen ongelmien lähteeksi yksiselitteisesti puhumisen ja vuorovaikutuksen puutteen tai huonouden. Erityisesti parisuhdeoppaat korostavat miehen puhumattomuutta (emt.). Myös naistenlehtien parisuhdetekstien mukaan parisuhteen vaikeuksista selviytyy vain, jos pariskunta pystyy puhumaan rehellisesti asioista toisilleen. Sen sijaan parisuhdeteksteissä ei erityisesti korosteta miehen hiljaisuutta tai vaikenemistä, vaan parisuhteen vaikeuksien syyksi käsitetään se, ettei suhteen kumpikaan osapuoli puhu toiselle asioistaan tai huolistaan tarpeeksi.

- (30) Avoliitto muuttaa elämääne sekä suhdetanne. Toista on lähes mahdotonta oppia tuntemaan läpikotaisin ennen kuin asutte saman katon alla, eikä umpirakastuneenakaan pysty lukemaan toisen ajatuksia. Mitä enemmän puitte odotuksianne ja neuvottelette etukäteen mahdollisista kompastuskivistä, sitä vähemmän avoliiton arki pääsee yllättämään. (*Cosmopolitan* 2006c.)

Esimerkissä 30 vakuutetaan lukijalle, että avoliitto muuttaa pariskunnan elämää ja suhdetta, sillä *toista on lähes mahdotonta oppia tuntemaan läpikotaisin ennen kuin asuu saman katon alla*. Lukijan järkeen voikin vedota myös otaksumien avulla (Rydstedt 1993: 40; Perelman 1996: 32). Ne eivät ole yhtä varmoja kuin tosiseikat, mutta ovat silti riittävä lähtökohta vakuuttamiselle. Useimmiten otaksumat liittyvät siihen, mitä tilanteessa normaalisti tapahtuisi eli vedotaan asian todennäköisyyteen. (Perelman 1996: 32.) Tässä esimerkissä parisuhdetekstin tekijä mainitsee, että *toista on lähes mahdotonta oppia tuntemaan kokonaan ennen avoliittoa*. Lukija voikin tämän perusteella olettaa, että normaalisti pariskunta tutustuu toisiinsa perusteellisesti vasta asuessaan saman katon alla. Koska toisen ajatuksia ei pysty ennen yhteen muuttamista täysin lukemaan, siitä väistämättä seuraa, että pariskunnan tulisi puhua ennen avoliittoa. Esimerkin mukaan kun kumppanit puhuvat odotuksistaan ja mahdollisista kompastuskivistä etukäteen, avoliiton arkikaan ei pääse juuri yllättämään.

Parisuhdeteksteissä myös muistutetaan lukijalle, että kun asioista keskustellaan, tärkeää on myös se, mitä pariskunta näyttää kasvoillaan. Kasvojen ilmeillä ja eleillä voi viestiä toiselle jopa aivan vastakkaista kuin sanoilla.

- (31) Gottmanin johtamassa avioliitontutkimuslaitoksessa Washingtonin yliopistossa Seattlessa on havaittu, että tämä tiedostamaton halveksunnan ilme on yksi selkeimmistä suhteen päättymistä ennustavista merkeistä. Halveksunnan ja ylenkatseen ilmeet kuuluvat sosiaaliin tunteisiin, joilla pyritään vaikuttamaan toisiin ihmisiin. Niitä on havaittu myös apinoilla, jotka kommunikoivat ilmeiden avulla mm. lauman hierarkkisia valtasuhteita. (Anna 2006a.)

Esimerkissä 31 on kyse halveksunnan ja tympääntyneisyyden tunteista, jotka välittyvät kasvoilta kumppanille. Esimerkissä kuvataan *Washingtonin yliopiston avioliitontutkimuslaitosta, jossa on havaittu, että tiedostamaton halveksunnan ilme on yksi selkeimmistä suhteen päättymistä ennustavista merkeistä*. Kun parisuhdetekstin tekijä viittaa tässä Washingtonin yliopiston avioliitontutkimuslaitoksen tekemiin havaintoihin, lukija voi olettaa, että kyseessä on tieteellinen, puolueeton ja parisuhteiden asiantuntijoiden tekemä tutkimus. Esimerkissä 31 viitataan myös toiseen, apinoihin liittyvään tutkimukseen. Esimerkin mukaan *halveksunnan ja ylenkatseen ilmeitä on havaittu myös apinoilla, jotka kommunikoivat ilmeiden avulla mm. lauman hierarkkisia valtasuhteita*. Tekstin tekijä vetoaakin esimerkissä lukijan järkeen esittelemällä todisteina tieteellisiä tutkimustuloksia (ks. Renberg 2007: 33). Tieteellisiin tutkimuksiin viittaaminen saa lukijan vakuuttuneeksi siitä, että esimerkissä esitetyt tiedot ovat oikeita ja luotettavia. Tieteelliset tutkimustulokset ovat myös lukijan tarkastettavissa, mikä lisää tietojen uskottavuutta (emt.).

4.3.3 Sitoutuminen

Sitoutuminen-luokassa on 64 logos-ilmausta, mikä tarkoittaa 25 prosentin osuutta kaikista aineiston logos-ilmauksista. Tämä luokka on logos-ilmausten luokista kolmanneksi suurin. (Ks. taulukko 4.) Sitoutuminen-luokkaan liittyvät logos-ilmaukset korostavat, että parisuhteessa on kyse kahden ihmisen sitoutumisesta toisiinsa. Naistenlehtien teksteissä kuvaillaan parisuhteen ja sitoutumisen vaiheita, sitoutumisen tai sen puutteen nä-

kymistä pariskunnan arkielämässä sekä sitä, miten parisuhde sitoo kaksi ihmistä toisiinsa ja heistä tulee oma yksikkönsä.

- (32) Yksi ratkaisu voi olla yhteinen tili, jonka lisäksi kummallakin on omat tilinsä. Kumpikin laittaa kuussa yhteiselle tilille sovitun summan, ja sieltä hoidetaan yhteiset laskut ja muut menot. Jotkut maksavat kaiken puoliksi, mikä toimii etenkin, jos tienaatte melko lailla yhtä paljon. Toiset taas sopivat laskentatavoista suhteutettuna osapuolten tuloihin. (*Cosmopolitan* 2006c.)

Esimerkki 32 liittyy siihen, miten pariskunnan sitoutuminen toisiinsa näkyy arkielämässä. Kun kaksi ihmistä muuttaa yhteen, he jakavat kotinsa ja kotitöiden ohella myös yhteiset maksut. Parisuhdetekstin mukaan raha voikin aiheuttaa vaikeuksia parisuhteessa, varsinkin jos sitä ei ole paljoa. Jotta parisuhteessa ei jatkuvasti riideltäisi rahasta, parisuhdetekstin tekijä neuvoo lukijalle, mitä rahankäytön parantamiseksi voisi tehdä. Esimerkissä ehdotetaan *omien tilien lisäksi pariskunnan yhteistä tiliä, kaiken maksamista puoliksi tai osapuolten tuloihin suhteutettua laskentatapaa*. Kaikki esitetyt ratkaisut varmistavat sen, ettei parisuhteen kumpikaan osapuoli kokisi tulevansa epäoikeudenmukaisesti kohdelluksi raha-asioissa.

Parisuhdetekstin tekijä vetoaa tässä esimerkissä lukijan järkeen korostamalla tasa-arvoa parisuhteessa (ks. Perelman 1996: 34). Yleispäteviä, yleisön hyväksymiä arvoja voikin hyödyntää vakuuttamisessa, sillä niistä voi johtaa erilaisia yksittäistapauksia (emt.). Esimerkissä 32 esitetyt ratkaisut pariskunnan rahankäytön parantamiseksi viittaavat siihen, että pariskunta on yhteisissä raha-asioissaan tasa-arvoinen. Parisuhteessa ei voi yhteisiä laskuja jättää vain toisen maksettavaksi tai olettaa toisen säästävän yksin rahaa vaikkapa yhteistä lomamatkaa varten.

Sitoutuminen-luokkaan kuuluvissa logos-ilmauksissa kuvaillaan myös, että aina kahden ihmisen sitoutuminen toisiinsa ei jatku ikuisesti. Parisuhdetekstien mukaan kaikissa parisuhteissa kuitenkin on vaikeita aikoja eikä ratkaisua erosta saisi silloin tehdä liian nopeasti ja harkitsemattomasti.

- (33) Tilastot osoittavat, että avioliitot ovat lyhentyneet kiihtyvällä tahdilla. 1950-luvulla solmituista liitoista noin 15 prosenttia päättyi eroon 45 vuoden jälkeen. Vuonna 2000 naimisiin menneistä oli neljän vuoden jälkeen eronnut jo 11 prosenttia. (*Anna 2007a.*)

Esimerkin 33 mukaan yhä useammat naimisissa olevat parit eroavat. Esimerkissä mainitaan *tilastot*, jotka *osoittavat avioliittojen lyhentyneen kiihtyvällä tahdilla. 1950-luvulla solmituista avioliitoista noin 15 prosenttia päättyi 45 vuoden jälkeen*, kun taas *vuonna 2000 naimisiin menneistä oli neljän vuoden jälkeen eronnut jo 11 prosenttia*. Parisuhdetekstin tekijä vetoaakin esimerkissä lukijan järkeen esittelemällä tilastoja (ks. Karlberg & Mral 1998: 40). Avioliittojen lyhenemisen kuvaaminen tilastotietojen avulla saa lukijan olettamaan, että kyse on selkeästä, ehkä tieteellisesti tutkitusta ja myös oikeasta tiedosta avioeroihin liittyen. Jos asia olisi ilmaistu esimerkissä ilman tilastotietoja, ilmaisu olisi voinut kuulostaa lukijasta vain epämääräiseltä oletukselta eikä lukija välttämättä olisi uskonut, että avioliitot päättyvät helpommin kuin ennen. Lukijan luottamusta tilastotietoihin lisää myös se, että tällaiset tiedot käsitetään yleensä puolueettomiksi ja tiedot ovat tarkastettavissa, jos lukija niin haluaa (Kortetjärvi-Nurmi & Korhonen 1994: 51).

Sitoutuminen-luokan logos-ilmauksissa myös kuvataan erilaisia vaiheita, joita pariskunta kokee suhteessaan. Parisuhdetekstien tekijät kertovat lukijalle, miten rakastuminen vähitellen muuttuu rakkaudeksi ja todelliseksi sitoutumiseksi toiseen ihmiseen.

- (34) Alkuaikojen intohimoiseen rakkauteen liittyy vahvaa psyykkistä ja fyysistä kaipuuta, joka saa kehon kemiat sekaisin. Dopamiinin ja muiden luontaisten piristeiden tuotanto kehossa kasvaa rakastuessa, mikä vähentää ruokahalua ja vaikeuttaa nukkumista. (*Cosmopolitan 2007a.*)

Esimerkissä 34 on kyse ajasta, jolloin kaksi ihmistä on juuri rakastunut toisiinsa. Parisuhdetekstin tekijän mukaan alkuaikojen rakkauteen liittyy vahvaa *psyykkistä ja fyysistä kaipuuta*. *Luontaisista piristeistä* muun muassa *dopamiinin tuotanto kehossa kasvaa* ihmisen rakastuessa, *mikä vähentää ruokahalua ja vaikeuttaa nukkumista*. Esimerkissä esitetyt tarkat asiatiedot vetoavat järkeen ja saavat lukijan vakuuttuneeksi siitä, että rakastuminen kiihdyttää aivojen luontaisten piristeiden tuotantoa ja siksi rakastunut ihminen ei ole nälkäinen eikä uninen. Järkeen perustuvassa vakuuttamisessa tarvitaankin

luotettavaa ja täsmällistä asiatietoa (Kortetjärvi-Nurmi & Korhonen 1994: 28; Karlberg & Mral 1998: 31). Jos esimerkissä vain kuvailtaisiin epätarkasti ja epämääräisesti, että alkuaikojen rakkauteen liittyy vahvaa kaipuuta, mikä vähentää ruokahalua ja vaikeuttaa nukkumista, lukija ei välttämättä pitäisi syy-seuraussuhdetta yhtä todenmukaisena vaan pelkkänä yleisenä uskomuksena. Vakuuttamisen perusedellytys onkin se, että lukija voi uskoa sanoman olevan totta (Kortetjärvi-Nurmi & Korhonen 1994: 51).

4.3.4 Ymmärtäminen ja hyväksyminen

Ymmärtämiseen ja hyväksymiseen vetoavia logos-ilmauksia on parisuhdeteksteissä 49, ja ne muodostavat 20 prosentin osuuden kaikista logos-ilmauksista. Ymmärtäminen ja hyväksyminen on logos-ilmausten luokista pienin. (Ks. taulukko 4.) Tämän luokan logos-ilmaukset korostavat, että onnellinen pariskunta ymmärtää toisiaan ja hyväksyy toisensa sellaisenaan. Kun pariskunnalla on aikaa ja tahtoa kohdata toisensa, kumpikin tajuaa paremmin toisen ajatuksia ja tunteita. Parisuhdetekstien mukaan vakavassa suhteessa ei tarvitse joutua salailemaan omia huonoja tai omituisia puoliaan vaan toisen kanssa osaa ja uskaltaa olla oma itsensä.

Parisuhdetekstien tekijät korostavat toisen erilaisuuden ymmärtämistä ja hyväksymistä. Parisuhteessa ei saa ryhtyä muuttamaan toista itsensä kaltaiseksi.

- (35) Rauhallisemman kiven ei kannata yrittää muuttaa ilmapalloa itsensä kaltaiseksi, sillä jokainen tietää, mitä tapahtuu pallolle, joka painetaan veden alle. Se pyrkii väkisin ylös ja pompahtaa vielä korkeammalle kuin alkujaan oli. Parisuhdetta on hyvä päivittää yhdessä, ettei jonakin päivänä huomaa heräävänsä täysin vieraan ihmisen vierestä. (Anna 2006b.)

Esimerkki 35 liittyy ihmisten temperamenttieroihin. Toiset ihmiset ovat ilmapalloja, jotka eivät tahdo pysähtyä paikoilleen tai ennakoida elämää kovinkaan pitkälle. Toiset ihmiset taas ovat kiviä, jotka ovat tyytyväisiä liikkumattomaan ja ennakoitavissa olevaan tavalliseen elämäänsä. Parisuhdetekstin tekijä vetoaa esimerkissä lukijan järkeen ilmapallo-kivi-rinnastuksen kautta. Havainnollistavien konkreettisten rinnastusten kaut-

ta esitettävää argumenttia voikin tehdä ymmärrettäväksi ja vastaanotettavaksi (Jokinen 1999b: 153).

Tässä esimerkissä tekstin tekijä rinnastaa toiset ihmiset ilmapalloiksi ja toiset ihmiset kiviksi. Esimerkin mukaan *jos rauhallinen kivi koettaa muuttaa ilmapallon itsensä kaltaiseksi ja painaa sen veden alle, ilmapallo pyrkii väkisin ylös ja pompahtaa vielä korkeammalle kuin alkujaan oli*. Ilmapallo-tyypit eivät siten pysy painuksissa veden pohjassa, jossa rauhalliset kivet makaavat liikkumattomina. Tekijä käyttää esimerkissä ilmapallo-kivi-rinnastusta perustellakseen ja havainnollistaakseen, ettei parisuhteessa voi odottaa toisen muuttuvan itsensä kaltaiseksi vaan toinen on hyväksyttävä omana itsenään. Esimerkin perusteella lukija voi ymmärtää, että silloin kun parisuhteessa on kaksi erilaista ihmistä, toisen toiveita ja odotuksia tulisi ymmärtää ja toisen elämässä tulisi pysyä ajan tasalla, jottei joskus huomaisi heräävänsä täysin vieraan ihmisen vierestä.

Parisuhdetekstien tekijät lisäävät usein parisuhdeneuvojen luotettavuutta ja vakuuttavuutta vetoamalla esimerkiksi parisuhdeterapeutteihin, perheneuvojiin, parisuhteiden tutkijoihin tai psykologeihin.

- (36) ”Miehellä voi olla vaikeuksia hyväksyä kumppaninsa työmenestystä, koska kulttuurissamme elää yhä käsitys siitä, että mies on perheen elättäjä”, sanoo psykologi Barton Goldsmith. (*Cosmopolitan* 2006e.)

Esimerkki 36 liittyy tapahtumaan, jossa nainen on saanut työpaikallaan joko ylennyksen tai palkankorotuksen. Esimerkissä *psykologi Barton Goldsmith* mainitsee, että *miehellä voi olla vaikeuksia hyväksyä kumppaninsa työmenestystä, sillä kulttuurissamme miehet yhä käsitetään perheen elättäjiksi*. Parisuhdetekstin tekijä käyttääkin esimerkissä logoksen keinona vetoamista asiantuntijaan, jonka tekijä tuo tukemaan argumentaatiota (ks. Mäntynen 2003: 105).

Asiantuntijuuteen vetoamalla voi todistella jonkin seikan puolesta tai sitä vastaan (Mäntynen 2003: 105). Ennen esimerkkiä 36 parisuhdetekstin tekijä mainitsee, että naisen työmenestys voi harmittaa miestä ja tehdä hänet epävarmaksi, varsinkin jos mies ei etene urallaan. Esimerkissä 36 tekijä tukee tätä sillä, että psykologi Goldsmith näkee asian

samoin, sillä psykologi myöntää, että miehen voi olla vaikeaa hyväksyä kumppaninsa työmenestystä. Asiantuntijuuteen vetoaminen onkin retorisisista vaikutuskeinoista sekä eetoksen että logoksen keino (emt. 120). Parisuhdetekstien tekijät vetoavat asiantuntijoihin myös vahvistaakseen omaa luotettavuuttaan parisuhdeneuvonantajina (ks. luku 4.1.2).

Lukija voi esimerkin 36 perusteella olettaa, että psykologi Goldsmith koulutuksensa ja työnsä puolesta tietää paljon parisuhteista, jolloin lukijan on vaikea kiistää tämän ajatuksia. Psykologisiin vetoaminen voi myös saada lukijan vakuuttuneeksi siitä, että argumentaatio perustuu tieteellisille ja siten myös oikeille sekä luotettaville tiedoille. Vetoaminen asiantuntijoihin saa aikaan vakuuttumista myös siksi, että asiantuntijat käsittelevän tavallisesti puolueettomiksi (Kortetjärvi-Nurmi & Korhonen 1994: 51). Jos esimerkissä ei viitattaisi lainkaan asiantuntijaan, lukija ei välttämättä tulisi yhtä vakuuttuneeksi siitä, että miehellä voi olla vaikeuksia hyväksyä naisen työmenestystä, vaan voisi pitää sitä lähinnä vanhanaikaisena käsityksenä.

Ymmärtäminen ja hyväksyminen liittyvät kiinteästi toisiinsa, sillä toisen hyväksyminen edellyttää, että ymmärtää toisen ajatuksia, tapoja ja taustoja. Useat ymmärtäminen ja hyväksyminen -luokan logos-ilmaukset vetoavatkin samanaikaisesti molempiin. Toisinaan ilmauksissa on kuitenkin kyse vain joko ymmärtämisestä tai hyväksymisestä.

- (37) Mitätöivään suhteeseen saattaa ajautua, jos on jo varhaisissa ihmissuhteissaan oppinut tyytymään vähään. Näin on voinut käydä esimerkiksi väkivallan tai alkoholismin varjossa kasvaneelle, jonka huono minäkuva viestittää aikuisenakin, että ”en ole ansainnut parempaa”. Silloin tulee helposti pitäneeksi normaalina parisuhdetta, jossa joutuu kynnyksmatoksi. Huonossa parisuhteessa itsetunto kuitenkin murenee entisestään. (*Me Naiset* 2006c.)

Esimerkissä 37 vakuutetaan lukijalle, että sellaisessa parisuhteessa, jossa ei koe tulevaisuutta hyväksytyksi omana itsenään, itsetunto murenee entisestään. Esimerkissä kuvataan, että *jos varhaisissa ihmissuhteissaan on oppinut tyytymään vähään, voi helposti pitää normaalina parisuhdetta, jossa joutuu kynnyksmatoksi*. Tavallisesti logoksen avulla asia osoitetaan joko todeksi tai todennäköiseksi (Rydstedt 1993: 40). Tässä esimerkissä parisuhdetekstin tekijä kuvailee syy-seuraussuhteen avulla, että tottuminen jo varhais-

sa ihmissuhteissa siihen, ettei ansaitse parempaa, on todennäköisesti syy mitätöivään parisuhteeseen ajautumiseen. Lukija voikin esimerkin perusteella olettaa, että ihminen tajuaa luonnolliseksi parisuhteen, jossa kokee mitätöintiä ja halveksuntaa normaalisti siksi, että on kasvanut vaikkapa väkivallan tai alkoholismin varjossa. Vaikka vetoaminen todennäköisyyteen ei olekaan yhtä varmaa kuin vetoaminen asian totuudellisuuteen, esimerkki voi kuitenkin vakuuttaa lukijan. Vakuuttamisessa on Sigrellin (1999: 30) mukaan kyse siitä, että vakuutettava hyväksyy ne asiat, joihin vedotaan ja antaa itsensä tulla vakuutetuksi.

4.4 Yhteenveto

Tutkimuksessani olen saanut selville, että naistenlehtien parisuhdeteksteissä on eniten eetos-ilmauksia, toiseksi eniten paatos-ilmauksia ja vähiten logos-ilmauksia. Tekstin tekijän uskottavuuteen liittyvät perustelut (eetos) ovat siten keskeisimpiä parisuhdeteksteissä, mutta myös etenkin tunteisiin vetoaminen (paatos) on aineistossa merkittävää. Taulukosta 5 selviävät parisuhdetekstien eetos-, paatos- ja logos-ilmausten luokat ja luokkiin sijoittuvien ilmausten lukumäärä.

Taulukko 5. Eetos-, paatos- ja logos-ilmausten luokat ja niihin sijoittuvien ilmausten määrä aineistossa.

| Eetos-ilmaukset | | Paatos-ilmaukset | | Logos-ilmaukset | |
|------------------------|------------|------------------------------|------------|------------------------------|------------|
| Luokat | Lukumäärä | Luokat | Lukumäärä | Luokat | Lukumäärä |
| Henkilökohtaisuus | 314 | Huomioonottaminen | 91 | Läheisyys | 71 |
| Luotettavuus | 130 | Sitoutuminen | 72 | Keskusteleminen | 65 |
| Yhteisyys | 31 | Riitely | 71 | Sitoutuminen | 64 |
| | | Ymmärtäminen ja hyväksyminen | 71 | Ymmärtäminen ja hyväksyminen | 49 |
| | | Seksielämä | 70 | | |
| Yhteensä | 475 | Yhteensä | 375 | Yhteensä | 249 |

Taulukosta 5 näkyy, että eetos-ilmauksia on naistenlehtien parisuhdeteksteissä selkeästi enemmän kuin paatos- tai logos-ilmauksia. Tunteisiin vetoava vakuuttaminen (paatos) on taas selvästi yleisempää kuin järkeen vetoava vakuuttaminen (logos), jonka osuus on retorista vaikutuskeinoista pienin. Kaikki kolme retorista vaikutuskeinoa ovat kuitenkin kietoutuneita toisiinsa ja muodostavat yhdessä kokonaisuuden (Sigrell 1999: 65–66). Esimerkiksi puhujan uskottavuus liittyy järkeen perustuvaan vakuuttamiseen tuke- malla sitä (emt.). Jos logosta käytettäisiin enemmän, parisuhdeteksteistä voisi tulla liian raskaita luettavia, jolloin naistenlehtien tarkoitus olla rentouttavaa ajankulua ei toteutuisi. Rakkausasioissa ihmiset voivat usein myös toimia enemmän tunteidensa kuin järkeen syiden perusteella, joten todennäköisesti myös siksi logoksen osuus on vähäisin.

Aineistoni pohjalta olen muodostanut eetos-ilmauksista luokat henkilökohtaisuus, luotettavuus ja yhteisyys. Paatoksen luokat ovat huomioonottaminen, sitoutuminen, riitely, ymmärtäminen ja hyväksyminen sekä seksielämä. Logos-ilmausten keskeisiksi luokiksi muodostuvat läheisyys, keskusteleminen, sitoutuminen sekä ymmärtäminen ja hyväksyminen. Näiden ilmausten vakuuttavuutta olen käsitellyt tarkemmin eri luokkia esittelevissä alaluvuissa.

Suurin kaikista retoristen vaikutuskeinojen luokista on eetos-ilmauksiin kuuluva henkilökohtaisuus-luokka, jossa on yhteensä 314 ilmausta. Tekijä pyrkii parisuhdeteksteissä lukijan henkilökohtaisella puhuttelulla kahdenkeskiseen, luottamuksellisen oloiseen jutusteluun ja luomaan tuttavallisen suhteen lukijaan. Vaikka monet muutkin lukevat samaa naistenlehteä, lukija voi kokea, että parisuhdetekstin tekijä on kuin hänen ystävänsä, joka juttelee parisuhdeasioista vain hänelle. Jotta tekstillä pystyisi vakuuttamaan, onkin olennaista, että teksti saa lukijan tuntemaan itsensä merkittäväksi ja osalliseksi (Karlberg & Mral 1998: 94).

Toiseksi suurin luokka on myös eetos-luokkiin kuuluva luotettavuus-luokka. Parisuhdeteksteissä lukijalle osoitetaan tekijän osaaminen ja taito neuvoa lukijaa parisuhdeasioissa ja vahvistetaan siten kuvaa tekijän luotettavuudesta. Vakuuttamisessa onkin tärkeää, että viestin lähettäjä osoittaa olevansa uskottava, pätevä ja asiaansa perehtynyt (Karlberg & Mral 1998: 28). Tekijät vetoavat naistenlehtien teksteissä parisuhdeiden asian-

tuntijoihin ja parisuhteessa oleviin ihmisiin tai viittaavat omaan parisuhdeosaamiseensa suoraan itse todistaakseen luotettavuutensa neuvonantajina. Luotettavuuden korostaminen on parisuhdeteksteissä tärkeää, sillä teksti koetaan epäluotettavaksi usein siksi, että tieto tulee lukijan mielestä epäluotettavasta lähteestä (ks. Kortetjärvi-Nurmi & Korhonen 1994: 16.) Vain luotettavasta lähteestä tuleva tieto hyväksytään (emt.).

Kolmanneksi suurin luokka on päätös-ilmauksiin kuuluva huomioonottaminen-luokka, jossa lukijaa neuvotaan huomioimaan toista arkisilla asioilla ilahduttamalla, järjestämällä aikaa yhteisille hetkille ja osoittamalla hellyyttä, välittämistä ja vaivannäköä. Parisuhdeteksteissä korostetaan, ettei parisuhteessa saa kohdella toista itsestäänselvytenään vaan toisen tulisi tuntea itsensä tärkeäksi. Tunteisiin vetoaminen on parisuhdeteksteissä keskeistä, sillä ihmiset ratkaisevat asioita enemmän tunteidensa kuin järkeen vetoavien perusteiden pohjalta (ks. Haapanen 1996: 42). Vakuuttamisessa tunteet voikin siten ymmärtää merkittävämmäksi tekijäksi kuin järkevät syyt (Renberg 2007: 36). Neljänneksi suurin retoristen vaikutuskeinojen luokista on päätöksen sitoutuminen ja viidenneksi suurimmat ovat päätös-luokkiin kuuluvat riitely sekä ymmärtäminen ja hyväksyminen ja logoksen läheisyys.

Naistenlehtien parisuhdetekstit koettavat vakuuttaa lukijan tietynlaisesta naiskuvasta, ja retorisia vaikutuskeinoja tarkastelemalla saa alustavan kuvan siitä, millainen naisen tulisi olla parisuhteessa. Parisuhdetekstien mukaan nainen osoittaa miehelleen välittämistä, vaivannäköä ja hellyyttä, ilahduttaa miestänsä, ylläpitää parisuhteen seksielämää sekä kaipaa läheisyyttä. Nainen ymmärtää miestänsä eikä ala muuttaa tätä itsensä tai haluamansa kaltaiseksi. Nainen myös puhuu arkisista asioistaan ja mieltä painavista huolistaan sekä kyselee mieheltään kuulumisia eikä ryhdy huutamaan, syyttämään miestänsä tai pitämään mykkäkoulua silloin, kun he ratkovat asioita. Vaikka nainen on se, joka tarkkailee ja ylläpitää parisuhdetta, miestä ei kuitenkaan nähdä parisuhdeteksteissä pelkkänä passiivisena ymmärryksen tai läheisyyttä hakevien eleiden vastaanottajana vaan korostetaan tasa-arvoista parisuhdetta. Naisella on oikeus odottaa myös mieheltä huolenpitoa, sitoutumista, arvostusta, osoituksia rakkaudesta sekä hyväksyntää.

Keskeinen retorinen vaikutuskeino parisuhdeteksteissä on tämän tutkimuksen perusteella lukijan henkilökohtainen puhuttelu. Parisuhdetekstin tekijän luotettavuus ja toisen huomioonottaminen parisuhteessa ovat myös tärkeitä asioita. Paljon käytettyjä vaikutuskeinoja ovat myös kahden ihmisen sitoutuminen toisiinsa, riitely parisuhteessa, toisen ymmärtäminen ja hyväksyminen sekä parin läheisyys. Koska parisuhdetekstien tekijät vetoavat eniten näihin asioihin, he todennäköisesti olettavat, että naislukija kokee nämä asiat tärkeiksi. Naislukija haluaa ajatella, että parisuhdetekstissä on kyse kahdenkeskisestä ja tuttavallisesta jutustelusta mutta varmistua myös siitä, että tekijä tietää parisuhdeasioista ja on siten luotettava parisuhdeneuvoja. Lukija haluaa myös, että parisuhteessa osoitetaan huomioonottamista, pari on sitoutunut toisiinsa ja suhteeseen ja parin välillä on läheisyyttä ja yhteenkuuluvuutta. Tärkeää on myös tietää, että riitely on parisuhteessa normaalia ja että parin tulisi ymmärtää toisiaan ja hyväksyä toisensa sellaisenaan.

5 PÄÄTÄNTÖ

Olen tutkimuksessani tarkastellut kolmen Suomessa ilmestyvän yleisnaistenlehden parisuhdetekstien retoriikkaa. Tutkimukseni tavoitteena on ollut selvittää, millaisia retorisia vaikutuskeinoja käytetään naistenlehtien parisuhdeteksteissä lukijan vakuuttamiseksi. Menetelmänä tutkimuksessani olen käyttänyt retoristen vaikutuskeinojen kolmijakoa eetokseen, paatokseen ja logokseen. Olen tarkastellut, millä naistenlehtien teksteissä vedotaan lukijan tunteisiin (paatos), järkeen (logos) ja tekstin tekijän uskottavuuteen (eetos). Niitä tutkimalla selviää, mihin asioihin parisuhdeteksteissä retorisin vaikutuskeinoin vedotaan ja mitkä asiat oletetaan naislukijoille tärkeiksi.

Tutkimuksessani olen havainnut, että parisuhdeteksteissä vedotaan erityisesti eetokseen ja paatokseen lukijan vakuuttamiseksi tietynlaisesta naiskuvasta. Logos-ilmausten määrä on parisuhdeteksteissä selkeästi pienempi kuin eetos- tai paatos-ilmausten määrä. Tämä voi johtua siitä, että naiset lukevat naistenlehtiä usein rentoutuakseen, ja jos logosta käytettäisiin enemmän, parisuhdetekstien lukeminen voisi olla vähemmän viihdyttävää ajankulua. Naistenlehtien tekijät voivat myös olettaa, että ihmiset toimivat rakkautteen liittyvissä asioissa enemmän tunteidensa kuin järkevien syiden perusteella, ja vetoavat myös siksi parisuhdeteksteissä enemmän lukijan tunteisiin kuin järkeen.

Tutkimuksessani olen muodostanut kokonaiskuvaa naistenlehtien parisuhdetekstien retorisista vaikutuskeinoista. Keskeisimpiä vakuuttavia asioita teksteissä ovat parisuhdeopastuksen henkilökohtaisuus, parisuhdetekstin tekijän luotettavuus sekä toisen huomioonottaminen parisuhteessa. Naistenlehtien tekijät ovat todennäköisesti ajatelleet, että nämä asiat ovat tärkeitä parisuhdeneuvoista kiinnostuneelle ja siten myös vetoavat lukijaan.

Henkilökohtainen lukijan puhuttelu on parisuhdeteksteissä tärkeää todennäköisesti siksi, että se tekee tekstistä kahdenkeskisen ja jutustelunomaisen sekä luo tuttavallisen suhteen tekijän ja lukijan välille. Lukija voi kokea, että parisuhdetekstin tekijä on kuin ystävä, joka ymmärtää häntä ja juttelee parisuhdeasioista vain hänelle. Tämä saa lukijan tuntemaan itsensä tärkeäksi ja osalliseksi jutusteluun. Vakuuttamisessa tärkeää onkin se,

kuinka tekijä arvioi olevan parasta esittää asiansa yleisölleen (ks. Kakkuri-Knuuttila 2000: 233).

Parisuhdeteksteissä osoitetaan tekijän osaaminen ja taito neuvoa lukijaa parisuhdeasioissa ja vahvistetaan siten tekijän luotettavuutta. Luotettavuuden korostaminen on varmasti tärkeää, sillä jos lukija ei usko, että tekstin tekijä tietää parisuhdeasioista, lukija ei luota silloin tekijään eikä tämän parisuhdeneuvoihin. Jotta lukijan saisi vakuuttuneeksi tekijän luotettavuudesta parisuhdeneuvojen antajana, on keskeistä, että parisuhdeteksteistä tulee esiin tekijän uskottavuus, ammattitaito ja asiaan perehtyneisyys (ks. Karlberg & Mral 1998: 28).

Toisen huomioonottamiseen vetoaminen on parisuhdeteksteissä tärkeää varmaankin siksi, että naislukija haluaa varmistua, ettei parisuhteessa saa kohdella toista tai tulla kohdelluksi itsestäänselvyytenä. Parisuhdetekstien tekijät olettavat, että naislukija haluaa, että parisuhteessa järjestetään aikaa yhteisille hetkille, ilahdutetaan toista arkisilla asioilla sekä osoitetaan toiselle arvostusta, välittämistä, vaivannäköä ja hellyyttä. Huomioonottaminen takaa sen, että parisuhteessa voi tuntea olevansa tärkeä toiselle.

Naistenlehtien parisuhdeteksteissä lukijat koetetaan saada vakuuttuneiksi tietynlaisesta naiskuvasta, ja retorisia vaikutuskeinoja tarkastelemalla saakin alustavasti selville, millainen nainen tulisi olla parisuhteessa. Parisuhdetekstien tekijät vetoavat retorisiin vaikutuskeinoin sellaisiin asioihin, joiden he olettavat olevan naislukijoille tärkeitä asioita parisuhteessa ja joista lukijat todennäköisesti myös haluavat lukea. Tämä johtuu siitä, että naistenlehtien täytyy olla kiinnostuneita lukijoiden tarpeista ja odotuksista, jotta lehtiä luetaan ja ne voivat ilmestyä jatkossakin (ks. Töyry 2006: 215). Parisuhdeteksteistä ilmenee siten naiskuva, joka soveltuu naistenlehden lukijan ajattelutapaan. Lukijat myös uskovat helpommin väitteitä, jotka ovat sovussa heidän omien käsitystensä ja tietojensa kanssa (Hellspong 1992: 171–173).

Tekstien tuottajat eivät voi määrätä etukäteen, kuinka tekstit tulevat luetuiksi (Lehtonen 2000: 207). Tekstistä syntyvät tulkinnat eivät välttämättä olekaan identtisiä tuottajan tarkoituksen kanssa. Teksti voi sisältää vihjeitä ja tulkintoja, joita tekstin tuottaja ei ole

lainkaan tarkoittanut. (Leiwo ym. 1992: 101.) Vaikka tekstit ovat monimerkityksisiä, se ei kuitenkaan tarkoita, että ne olisivat täysin avoimia tai tuottajasta riippumattomia (Lehtonen 2000: 151). Tietyt tekstien tulkinnat ovat ensisijaisia (Ballaster ym. 1991: 131). Toisaalta vaikka naislukijat tulkitsisivat parisuhdetekstin tekijän tarkoittamalla tavalla ja tekijät vetoaisivat lukijan tärkeiksi kokemuksiin asioihin, siitä ei kuitenkaan välttämättä seuraa, että lukijat toimisivat parisuhdeteksteissä kehoitetulla tavalla.

Tutkimusmenetelmänä olen käyttänyt Aristoteleen kehittämiä retorisia vaikutuskeinoja. Retoriset vaikutuskeinot jakautuvat kolmeen luokkaan eli tekijän uskottavuuteen sekä lukijan tunteeseen ja järkeen. Valmiit luokat kuitenkin voivat toisinaan rajoittaa tarkastelua. Eetos, paatos ja logos eivät myöskään ole selkeästi toisistaan irrallisia retorisia vaikutuskeinoja. Tutkimuksessani näkyy, että ne ovat monesti kietoutuneita toisiinsa eikä niiden erottelu toisistaan siten aina ole välttämättä tarkoituksenmukaista. Jokin asia voi vakuuttaa lukijaa samanaikaisesti sekä eetoksen, paatoksen että logoksen tasolla, jolloin sitä on vaikea rajata vain joko lukijan tunteeseen, järkeen tai tekijän uskottavuuteen vetoavaksi vaikutuskeinoksi. Kun eetosta, paatosta ja logosta ei käsitetä toisensa poissulkeviksi vaikuttamisen keinoiksi, Aristoteleen retoristen vaikutuskeinojen kolmijako toimii kuitenkin hyvin tutkimusmenetelmänä ja on myös mielenkiintoinen lähtökohta naistenlehtien vakuuttamisen tutkimiselle.

Olisi kiinnostavaa jatkaa parisuhdetekstien retoriikan tutkimusta myöhemmin laajemmalla aineistolla. Tällöin voisi vertailla 2000-luvun alun ja esimerkiksi 1960-luvun naistenlehtiä keskenään ja tarkastella, millaisia retorisia vaikutuskeinoja lehtien parisuhdeteksteissä käytetään eri aikakausina. Uutta näkökulmaa tutkimukseen saisi myös naistenlehtien lukijoita haastatteleamalla. Erityisen kiinnostavaa olisi tietää, millaiset asiat lukijat kokevat tärkeiksi ja millaisista asioista he haluaisivat lukea, ja vertailla heidän vastauksiaan varsinaisiin parisuhdeteksteihin. Naistenlehtien retoriikan tutkimusta täydentäisi parisuhdetekstien ilmentämän naiskuvan tarkasteleminen. Tutkimusta olisikin mielenkiintoista jatkaa selvittämällä tarkemmin, millaisesta naiskuvasta parisuhdetekstien lukijat koetaan vakuuttaa.

LÄHTEET

- Aristoteles (1997). *Retoriikka. Runousoppi*. Helsinki: Gaudeamus.
- Aslama, Minna & Ullamaija Kivikuru (2003). Tyyntä myrskyn edellä? Teoksessa: *Suomen mediamaisema*, 277–299. Toim. Kaarle Nordenstreng & Osmo A. Wiio. 2. painos. Helsinki: WSOY.
- Ballaster, Ros, Margaret Beetham, Elizabeth Frazer & Sandra Hebron (1991). *Women's worlds. Ideology, Femininity and the Woman's Magazine*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire and London: Macmillan Education Ltd.
- Blomqvist, Outi (1999). Mustien on määrä viipyä Valkealassa enintään kuukauden. Paikalliset suomalaisissa sanomalehdissä. Teoksessa: *Teksti ja ideologia. Kieli ja valta julkisessa kielenkäytössä*, 131–150. Toim. Jyrki Kalliokoski. 3. painos. Helsinki: Helsingin yliopiston suomen kielen laitos.
- Cameron, Deborah (1995). *Verbal hygiene*. London: Routledge.
- Eskola, Jari & Juha Suoranta (2005). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. 7. painos. Tampere: Vastapaino.
- Fairclough, Norman (1997). *Miten media puhuu*. Tampere: Vastapaino.
- Falck, Johanna (2007). *Cosmopolitan*. Lainattu 29.4.2007: <http://mediaopas.sanomamagazines.fi/kohderyhmatjalehdet/ktiedot.asp?f=217&s=219&ss=219&d=1297&>
- Gauntlett, David (2002). *Media, Gender and Identity. An introduction*. London: Routledge.
- Haapanen, Pirkko (1990). *Cicero puhetaidosta. Brutus, johdanto ja selityksiä*. Helsinki: Finn Lectura.
- Haapanen, Pirkko (1996). Roomalaisten korkein taito. Johdanto antiikin retoriikkaan. Teoksessa: *Pelkkää retoriikkaa. Tutkimuksen ja politiikan retoriikat*, 23–50. Toim. Kari Palonen & Hilikka Summa. Tampere: Vastapaino.
- Hellspong, Lennart (1992). *Konsten att tala. Handbok i praktisk retorik*. Lund: Studentlitteratur.
- Hermes, Joke (1995). *Reading women's magazines. An Analysis of Everyday Media Use*. Cambridge: Polity Press.
- Hänninen, Sakari (1996). Puhe on hyvinvoinnista – ja ehdollistamisen retoriikasta. Teoksessa: *Pelkkää retoriikkaa. Tutkimuksen ja politiikan retoriikat*, 161–174. Toim. Kari Palonen & Hilikka Summa. Tampere: Vastapaino.

- Johannesson, Kurt (1990). *Retorik eller konsten att övertyga*. Stockholm: Norstedt.
- Jokinen, Arja (1999a). Diskurssianalyysin suhde sukulaistraditioihin. Teoksessa: *Diskurssianalyysi liikkeessä*, 37–53. Toim. Arja Jokinen, Kirsi Juhila & Eero Suoninen. Tampere: Vastapaino.
- Jokinen, Arja (1999b). Vakuuttavan ja suostuttelevan retoriikan analysoiminen. Teoksessa: *Diskurssianalyysi liikkeessä*, 126–159. Toim. Arja Jokinen, Kirsi Juhila & Eero Suoninen. Tampere: Vastapaino.
- Kakkuri-Knuuttila, Marja-Liisa (1991a). *Argumentaatio Aristoteleella*. Helsinki: Helsingin kauppakorkeakoulu.
- Kakkuri-Knuuttila, Marja-Liisa (1991b). *Puhetaito. Mitä mestaripuhujan tulee tietää*. Helsingin Kauppakorkeakoulun julkaisuja D-140. Helsinki.
- Kakkuri-Knuuttila, Marja-Liisa & Ilpo Halonen (2000). Argumentaatioanalyysi ja hyvän argumentin ehdot. Teoksessa: *Argumentti ja kritiikki. Lukemisen, keskustelun ja vakuuttamisen taidot*, 60–113. Toim. Marja-Liisa Kakkuri-Knuuttila. 3. painos. Helsinki: Gaudeamus.
- Kakkuri-Knuuttila, Marja-Liisa (2000). Retoriikka. Teoksessa: *Argumentti ja kritiikki. Lukemisen, keskustelun ja vakuuttamisen taidot*, 233–272. Toim. Marja-Liisa Kakkuri-Knuuttila. 3. painos. Helsinki: Gaudeamus.
- Karlberg, Maria & Brigitte Mral (1998). *Heder och påverkan. Att analysera modern retorik*. Stockholm: Natur och Kultur.
- Karvonen, Erkki (1999). *Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa*. Helsinki: Gaudeamus.
- Kieli ja sen kieliopit. Opetuksen suuntaviivoja* (1996). Helsinki: Opetusministeriö.
- Kivikuru, Ullamaija (1996). *Vieraita lehtiä. Aikakauslehti ajan ja paikan risteyksessä*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Kivikuru, Ullamaija (2003). Aikakauslehdistö. Teoksessa: *Suomen mediamaisema*, 77–92. Toim. Kaarle Nordenstreng & Osmo A. Wiio. 2. painos. Helsinki: WSOY.
- Koistinen, Mikko (1998). Pelkkää taloutta. Retoriikka journalismin tutkimuksessa. Teoksessa: *Media-analyysi tekstistä tulkintaan*, 40–63. Toim. Anu Kantola, Inka Moring & Esa Väliaverronen. Helsinki: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus.
- Kortetjärvi-Nurmi, Sirkka & Tellervo Korhonen (1994). *Viestillä tulokseen*. Espoo: Weilin + Göös.

- Kortetjärvi-Nurmi, Sirkka, Marja-Liisa Kuronen & Marja Ollikainen (2003). *Yrityksen viestintä*. 3.–4. painos. Helsinki: Edita.
- Koskinen, Taava (1998). Anna-lehden kannet ajan ja ikuisuuden ikoneina. Wende-
liniläisen Suomi-neidon lyhyt pitkä historia. Teoksessa: *Kurtisaaneista kunnian
naisiin. Näkökulmia Huora-akatemiasta*, 89–129. Toim. Taava Koskinen.
Helsinki: Yliopistopaino.
- Laane, Taina (2006). *Anna*. Lainattu 29.4.2007: <http://mediatiedot.kuvalehdet.fi/lehdet/naistenlehdet/anna/default.aspx>
- Laiho, Marianna & Ruoho, Iiris (2005). Lihaan kirjoitettu. Teoksessa: *Median merkitsemät. Ruumis ja sukupuoli kuvassa*, 5–14. Toim. Marianna Laiho & Iiris Ruoho. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Leiwo, Matti, Minna-Riitta Luukka & Tarja Nikula (1992). *Pragmatiikan ja retoriikan perusteita*. Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen julkaisuja 8. Jyväskylä.
- Lehtonen, Mikko (2000). *Merkitysten maailma. Kulttuurisen tekstintutkimuksen lähtökohtia*. 4. painos. Tampere: Vastapaino.
- Levikintarkastus Oy (2007a). *KTM Lukija 2006*. Lainattu 30.5.2007: http://www.levikintarkastus.fi/mediatutkimus/KMT_Lukija_2006.pdf
- Levikintarkastus Oy (2007b). *Levikkihaku*. Lainattu 29.4.2007: <http://www.levikintarkastus.fi/levikkitietokanta/index.php>
- Malmberg, Raili (1991). Naisten ja kotien lehdet aikansa kuvastimina. Teoksessa: *Suomen lehdistön historia 8. Yleisaikakauslehdet*, 191–291. Toim. Päiviö Tommila. Kuopio: Kustannuskiila.
- Mauranen, Anna (2006). Genre, käänös ja korpus. Elämäntaito-oppaat tarkastelussa. Teoksessa: *Genre – tekstilaji*, 214–239. Toim. Anne Mäntynen, Susanna Shore & Anna Solin. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Mustaparta, Eila (1999). Juna, jolla ei ole paluuvuoroa. EY-metaforat poliitikkojen retoriikassa. Teoksessa: *Teksti ja ideologia. Kieli ja valta julkisessa kielenkäytössä*, 168–183. Toim. Jyrki Kalliokoski. 3. painos. Helsinki: Helsingin yliopiston suomen kielen laitos.
- Mustonen, Anu (2001). *Mediapsykologia*. Helsinki: WSOY.
- Männistö, Tiina (2003). *Haluathan tulla todelliseksi naiseksi? Naisruumiin tuottaminen Suomessa ilmestyneissä nuoren naisen oppaissa 1890–1972*. Turun yliopiston historian laitoksen julkaisuja 63. Turku.

- Mäntynen, Anne (2003). *Miten kielestä kerrotaan. Kielijuttujen retoriikkaa*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 926. Helsinki.
- Määttä, Kaarina (1991). *Mainonnan välittämät nais- ja mieskuvat aikakauslehdissä*. Suomen Kuluttajaliiton tutkimuksia 1991, 2. Helsinki.
- Palonen, Kari & Hilikka Summa (1996). Johdanto: Retorinen käänne? Teoksessa: *Pelkkää retoriikkaa. Tutkimuksen ja politiikan retoriikat*, 7–19. Toim. Kari Palonen & Hilikka Summa. Tampere: Vastapaino.
- Perelman, Chaïm (1996). *Retoriikan valtakunta*. Tampere: Vastapaino.
- Pollari, Riitta (2007). *Me Naiset*. Lainattu 29.4.2007: <http://mediaopas.sanomamagazines.fi/kohderyhmatjalehdet/ktiedot.asp?f=217&s=219&ss=219&d=1292&>
- Puro, Jukka-Pekka (2006). *Retoriikan historia*. Helsinki: WSOY.
- Puustinen, Liina, Iris Ruoho & Anna Mäkelä (2006). Feministisen mediatutkimuksen näkökulmat. Teoksessa: *Sukupuolishow. Johdatus feministiseen mediatutkimukseen*, 15–44. Toim. Anna Mäkelä, Liina Puustinen & Iris Ruoho. Helsinki: Gaudeamus.
- Pyykkö, Riitta (1997). Venäläistä poliittista retoriikkaa. Teoksessa: *Kielen vallassa. Näkökulmia politiikan, uskonnon ja julkishallinnon kieleen*, 133–147. Toim. Matti Mälkiä & Jari Stenvall. Tampere: Tampere University Press.
- Renberg, Bo (2007). *Retorikanalys. En introduktion*. Lund: Studentlitteratur.
- Rydstedt, Rudolf (1993). *Retorik*. Lund: Studentlitteratur.
- Räisänen, Arja-Liisa (1995). *Onnellisen avioliiton ehdot. Sukupuolijärjestelmän muodostumisprosessi suomalaisissa avioliitto- ja seksuaalivalistusoppaissa 1865–1920*. Helsinki: Suomen Historiallinen Seura.
- Sigrell, Anders (1999). *Att övertyga mellan raderna. En retorisk studie om underförstådda inslag i modern politisk argumentation*. Umeå: Umeå Universitet.
- Siitonen, Arto & Ilpo Halonen (1997). *Ajattelu ja argumentointi*. Juva: WSOY.
- Siivonen, Jonita (2006). Lohduttava ja piinaava naistenlehti. Teoksessa: *Sukupuolishow. Johdatus feministiseen mediatutkimukseen*, 226–243. Toim. Anna Mäkelä, Liina Puustinen & Iris Ruoho. Helsinki: Gaudeamus.
- Summa, Hilikka (1995). Retoriikka ja argumentaatioanalyysi yhteiskuntatutkimuksessa. Teoksessa: *Laadullisen tutkimuksen risteysasemalla*, 67–89. Toim. Jaakko Leskinen. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.

- Summa, Hilikka (1996). Kolme näkökulmaa uuteen retoriikkaan. Burke, Perelman, Toulmin ja retoriikan kunnianpalautus. Teoksessa: *Pelkkää retoriikkaa. Tutkimuksen ja politiikan retoriikat*, 51–83. Toim. Kari Palonen & Hilikka Summa. Tampere: Vastapaino.
- Tainio, Liisa (2001). *Puhuvan naisen paikka. Sukupuoli kulttuurisena kategoriana kielenkäytössä*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 854. Helsinki.
- Töyry, Maija (2005). *Varhaiset naistenlehdet ja naisten elämän ristiriidat. Neuvotteluja lukijasopimuksesta*. Helsinki: Helsingin yliopiston viestinnän laitos.
- Töyry, Maija (2006). Käytösoppaasta naistenlehteen. Teoksessa: *Sukupuolishow. Johdatus feministiseen mediatutkimukseen*, 207–225. Toim. Anna Mäkelä, Liina Puustinen & Iris Ruoho. Helsinki: Gaudeamus.
- Wiio, Osmo A. (1974). *Ymmärretäänkö sanomasi?* 6. painos. Helsinki: Weilin + Göös.
- Yli-Vakkuri, Valma (1986). *Suomen kieliopillisten muotojen toissijainen käyttö*. Turun yliopiston suomalaisen ja yleisen kielitieteen laitoksen julkaisuja. Turku.
- Yli-Vakkuri Valma (1989). *Suomalaisen puhuttelun piirteitä*. Teoksessa: Kielen käyttö ja käyttäjä, 43–74. Toim. Anneli Kauppinen & Kyllikki Keravuori. Äidinkielen opettajain liiton vuosikirja XXXVI. Helsinki.
- Åberg, Leif (2002). *Viestinnän johtaminen*. 2. painos. Helsinki: Infoviestintä Oy.

Aineistolähteet

- Anna* (2006a). Kestävä rakkaus syntyy kehuista ja hymyistä. 24/2006, 28–31.
- Anna* (2006b). Kuinka pysyä yhdessä, kun ... 45/2006, 42–44.
- Anna* (2006c). Positiivinen vire kantaa yli riitojen. 48/2006, 88–89.
- Anna* (2007a). Sisu kannattelee pitkiä liittoja. 27/2007, 42–43.
- Anna* (2007b). Suhde solmussa. 30/2007, 34–35.
- Cosmopolitan* (2005a). 5 miehistä metkua. 5/2005, 60–63.
- Cosmopolitan* (2005b). Pehmeä lasku pariskunnaksi. 11/2005, 64–66.
- Cosmopolitan* (2005c). Unelmaparin tuntomerkit. 10/2005, 62–65.
- Cosmopolitan* (2006a). 5 turhaa parisuhdesääntöä. 1/2006, 38–41.

Cosmopolitan (2006b). 10 vinkkiä intiimiin seksiin. 5/2006, 68–71.

Cosmopolitan (2006c). Opas avoliittoon. 10/2006, 56–59.

Cosmopolitan (2006d). Punnitse parisuhteesi. 3/2006, 52–55.

Cosmopolitan (2006e). Yllättävät rakkauskriisit. 12/2006, 62–65.

Cosmopolitan (2007a). Kemat kuntoon! 4/2007, 40–43.

Cosmopolitan (2007b). Takaisin alkuhuumaan! 2/2007, 48–52.

Me Naiset (2006a). 8 askelta hyvään seksiin. 12/2006, 74–75.

Me Naiset (2006b). Pakkopullat pois! 8/2006, 66–67.

Me Naiset (2006c). Riitele rakentavasti. 32/2006, 54–55.

Me Naiset (2006d). Yhdessä onnelliseksi. 34–35/2006, 82–83.

Me Naiset (2006e). Älä pihtaa hellyyttä. 5/2006, 60–61.

LIITE. Esimerkki parisuhdetta käsittelevästä tekstistä

Me Naiset 2006d

Hiäpareille ja kesän vastarakastuneille vinkiksi: jutun ohjeilla rakennat kestävän ja onnellisen parisuhteen.

Yhdessä onnelliseksi

1 Ystävyyt Hyvän ja toimivan parisuhteen perusta on ystävyys. Se tarkoittaa, että olet kiinnostunut kumppanisi asioista sekä ihaillet ja arvostat häntä. Yhtä tärkeää on, että tunnet kumppanisi ihaillevan ja arvostavan sinua. Kysy itseltäsi onko sinun helpo kääntää rakastettua puolisoa, kun sinulla on ilo tai suru – ja kääntäkö hän sinun puolellesi. Tredätkö, mitä puolisoilsi kumppanisi? Mitä hän toivoo elämästä ja suhteesta?

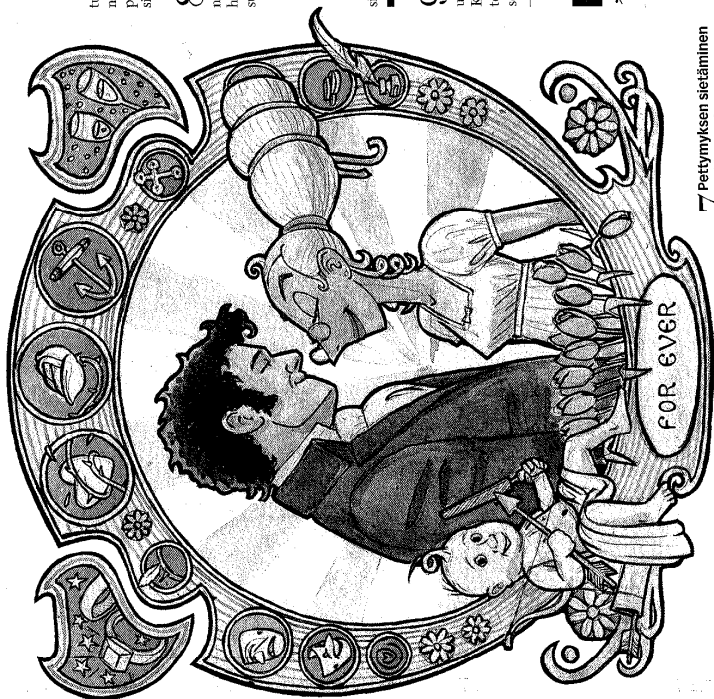
4 sovinto Jos talle tulee lapsia suhteen alkuvaiheessa, parisuhteemme pohjan rakentaminen voi jäädä ohueksi ja kumppanin vieraksi. Sama vaara vaanii myös uspeereille, joissa lapset ovat alusta alkaen osa suhdetta. Usperitvä perustetuissa oltiinkin varattava aikaa myös parisuhteelle etenkin sen alkuvaiheessa.

2 Seksi Hellyyttä, intohimoa ja seksiä ei voi olla liian. Ilmaantimoonkin voit rakentaa hyvän suhteen, mutta seksi on suhteen liima. Kun parin seksielämä on toimiva, suhteen pohja on usein vahva ystävyys. Toisaalta hellyys ja läheisyys lisäävät myönteisiä tunteita toista kohtaan.

3 Myönteisyys Säilytä myönteinen asenne kumppaniasi. Kun suhtaudut kumppaniasi positiivisesti, lämpimät tunteet lähtävät kohtaan lisääntyvät. Vähemmän talle kertyy

yhiteinen myönteisten tunteiden pankki, joka muistuttaa, millaisena parisuhteesta löydään jatkuvaa valtakäsitelua siitä, kumppanin ehdollista suhdetta elämään. Opettele ajattelemaan, että kumppanisi onni koituu myös sinun onnaksesi. Yhteisen hyvän ajatus toimii kuitenkin vain silloin, kun olette molemmat sen takana. Jousittaminen sisältää myös liivan pitkäpuolensa. Parisuole ei voi hyvin, jos ana sama puoliso antaa periksi. Yksipuolinen jousittaminen johtaa itsensä kadottamiseen.

5 Rakastuminen Rakastuminen ja parisuhteen luomiseen juuret ovat syvässä lapsuudenkokemuksissa. Niistä ajattelet voivat toiselta odottaa ja niihin läheisessä peity. Täydellistä vanhemmuutta et ole, ja neitsi jokaisessa on lapsuuden jäljillä rakkauden aukkoja. Kun tapaat ihmisen, joka vastaa johonkin näistä aukkoista, kuulu "klik". Joksi läheisessä muistuttaa lapsuuden tunteita. Rakastuaksesi onkin tavallista joutua tulla ja joutua tulla. Se uusi lähdentää rakkauden aukkoja: tätä en ole koskaan saanut ja nyt saan. Esimerkiksi jos koi lapsena issi poissaolovana, ja sydämeesi lää rakkauden kaipuu. Kun tapaat miehen, jota saat luonnosta, rakastut. Mitä suuremmat rakkauden aukot sinulla on paikattavana, sitä mitä suuremmat ovat tarpeesi, kuin mitä.



Sinussa on jotain tuttua ja turvallista sekä uutta ja ihanaa.

Rakkaus ei ole sokaa, sillä rakastunut toisaalta myös näkee kumppaninsa selvimmin kuin toiset. Rakastetun silmissä sinä olet hyvä, ja se on yhtä totta kuin se, että jokaisessa on varjopuolensa. Romanttisen rakastumisen vaihe on tarpeellinen. Silloin saat kumppanittasi paljon, ja hyvät muistot kantavat suhdetta myöhemmin, kun vaikeuksia tulee.

6 Arkipäivän kohtaan Rakastumisen huimassa olet valmis nauttimaan, antamaan peliä ja mukautumaan. Kun kumppanisi on mielilyttää, toisesta pikään haluaa mielyttää, toisesta pikään haluaa mielyttää, toisesta

7 Pettymyksen sietäminen Vaikka joudut pettyneisiin kumppaniasi, kyse ei aina ole väärästä valinnasta. Rakastuminen on kipsymistä rakkaudesta. Mitä suuremmat tunteesi ovat olleet rakastuessaasi, sitä suurempi on myös pettymyksesi pettymisestä. Jos sen sijaan olet rakastunut "järkevästi" eli olut tietoinen motivoituneesti ja yrittänyt rehellisesti analysoida puolisoasi, pettymyksesi on pienempi. Jos odotuksesi parisuhteesta ovat olleet enimmäkseen alitajuisia, myös pettymyksen tunteet si jätät alitajuisesti. Silloin pintaan nousee kätkettyä ja viitaa, joiden syistä kumpikin puoliso ei ota selvää. Siksi odotusten tunnistaminen on tärkeää. Et ole lähtenyt tunnuksia tarvitsevaan huomiota ja hyväksyntää, jota jätät lapsena vaille. Tarve siinäsi ei ole huono asia, eikä sitä tarvitse kätkeä. Aikaisuuksia on

10 Yhdessä enemmän Parisuhteen huipentuminen saavutatte, kun teillä on yhteisiä unelmia ja arvoja, yhteinen musiikki, silloin näkökulma siirtyy teistä parisuhteen ulkopuolelle. Monille pareille tärkeimmäksi kokoa vanhemmuuden tehtävä, mutta se voi olla jokin muukin. Täkeintä on tunne, että yhdessä saatte aikaan enemmän kuin yksin. Teitä voi kantaa myös vahva tunne siitä, että teidän on tultava yhteen. Koette, että teidän rakkaudessaanne on kysymys "jostain suuremmasta". Yhteisen elämän merkityksen löytäminen nostaa teidän arjen yläpuolelle. ■

Asiantuntijana parisuhteissa Anne Anttonen toimii Finlan seurakunnassa.

tunneista tarpeesta ja tucda ne näkyväksi parisuhteessa, jolloin puolison on helpompaa ymmärtää sinua.

8 Toisen hyväksyminen Kun pettymyksestä on onnellisesti selvitty, olette kypsää hyväksymään toistenne erilaisuuden. ■ "Muistan, mistä aittelimme, mutta mitä vähän sille on." ■ "On ihanaa, että olemme erilaisia." ■ "Sinun temperamenttisi ei enää häiritse minua, ja iloitan siitä, että olemme yhdessä." ■ "Yhdessä olemme enemmän."

9 Erittäinä rimakkain Vastarakastuneet nojaavat usein toistensa – myös henkisesti. Kun sulide syvenee, luomatte tulevame onnellisemmaksi seiooosamme omilla jaloillamme –rimakkain mutta lähekkään.

”Yhdessä olemme enemmän.”