

Isabella Eskelin toimittaja

Sosiaalisessa mediassa pyörii nykyään termejä kuin skinnytok ja ozempidemic. Näillä termeillä kannustetaan ihmisiä laihuuteen ja ihannoidaan laihuutta. Tampereen yliopiston mediatutkimuksen tutkijatohtori Ida Roivainen. Mistä tällaiset trendit saavat alkunsa?

Ida Roivainen asiantuntija

No tähän on aika monitulkintainen kysymys, mutta jos nyt niin kuin laihuudesta puhutaan, niin ainakin erityisesti naisten ja tyttöjen kohdalla niin sitä laihuuden ihannointia on varmaan jollain tavalla ollut aina olemassa ihan mediasta riippuen. Olkoon sitten vaikka tämmöiset perinteiset naisten printtilehdet tai sitten nyt sosiaalinen media, mutta tota laihuus varmaan trendinä liittyy aina jollain tavalla ehkä naisten kehon kontrollointiin ja siihen semmoisiin keskimääräisiin normittaviin ulkonäköihanteisiin, jotka on aika kapeita sitten kuitenkin, että pitää olla laiha ja valkoinen ja tietynlaiset muodot ja tietynlaiset kasvot ja sitten nämä tietenkin sosiaalisessa mediassa niin leviää ehkä nopeammin kuin vaikka sitten tämmöisen perinteisen printtimedian kautta ja sen takia sitten näistä tämmöisistä sosiaalisen median ilmiöistä tulee nopeasti trendejä tai ne leviää viraalisti kun niitä sitten ihmiset katsoo ja niitä jaetaan eri alustoilla ja kommentoidaan ja uudelleen jaetaan.

Isabella Eskelin toimittaja

Puhuit paljon sosiaalisesta mediasta, mutta onko perinteisellä medially tähän vaikutusta kanssa?

Ida Roivainen asiantuntija

No varmasti on ja perinteinen mediahan nyt on ylläpitänyt näitä naisten kauneusihanteita aina jos nyt mietitään vaikka 90-lukua, jolloin viimeksi tämmöinen ultralaihuus trendasi. Näiden yhdeksänkymmentäluvun huippumallien Kate Mossin ja muiden myötä oli niin sanotusti trendikästä, niin totta kai tämmöinen muotilehtimedia ja perinteinen media on ollut tässä osallisena. Mutta sitten nyt jos ajatellaan some aikakautta niin ne tietynlaiset sometrendithän ehkä leviää sitten niin kun isojen massojen tietoisuuteen yleensä viimeistään sitten siinä vaiheessa kun perinteinen media uutisoi niistä eli ne nostaa sitten tämmöisiä tietynlaisia somen ilmiöitä isoille ikään kuin perinteisen median alustoille, joilla on kuitenkin tänä päivänä aina vähän totta kai paikasta riippuen, mutta kuitenkin sillä yleisellä tasolla voi sanoa, että semmoista uskottavuutta ja auktoriteettia ja sehän tietysti sitten vaikuttaa siihen, että miten ihmiset asioihin suhtautuu ja miten vaikka tosissaan jotkut tietyt uutiset otetaan, että siinä suhteessa perinteinen media kyllä osallistuu vaikka tämän laihuustrendin vähintään ainakin levittämiseen uutisoimalla siitä.

Isabella Eskelin toimittaja

Perinteinen media kirjoittaa just paljon erilaisista some-ilmiöistä. Näetkö sinä mediatutkimuksen tutkijatohtori Iida Roivainen, että media voisi käsitellä näitä some-ilmiöitä, joilla on haitallisia seurauksia jotenkin eri tavalla kuin miten ne tekee nyt, vai pitäisikö sitä vähentää sitä raportoimista näistä some-ilmiöistä?

Ida Roivainen asiantuntija

No ei varmaan välttämättä ehkä vähentää, tai siis että totta kai, jos on tämmöisiä yhteiskunnallisia ilmiöitä, niin niistä pitää ja tuleeikin uutisoida, koska ne koskettaa ihmisiä, mutta ehkä tietysti se tapa, että miten niistä uutisoidaan, että käsitelläänkö vaikka nyt tätä laihuutta tai näitä osan lääkkeitä tämmöisiä niin sanottuja laihuuslääkkeitä. Käsitelläänkö niitä vaikka semmoisesta kauhistelelevasta näkökulmasta tai että käsitelläänkö niitä jutuissa, joissa yhä uudelleen ja uudelleen toistetaan vaikka visuaalisesti tämmöisellä kuvastolla, jossa näkyy sitten tätä tämmöistä äärimmäistä laihuutta, niin käsitelläänkö sitä niiden kautta vai sitten jollain tavalla analyttisemmin, että sanoisin, että omalla tavallaan sen visuaalisen kuvaston. Toistaminen ja levittäminen vaan kiihdyttää sitä ongelmaa, että esimerkiksi semmoiset ihmiset, joilla on vaikka vähän särkynyt mieli ja joilla on vaikka tämmöisiä laihuuteen äärimmäiseen laihuuteen jotenkin suuntaavia ajatuksia, niin ne voi helposti vaan saada inspiraatiota esimerkiksi tällaisista kuvista ja sitten toisaalta ihan vaan tavallisetkin ihmiset, että jos meille jatkuvasti toistetaan tätä kuvastoa, niin niin kiinnittykö se huomio itse asiassa? Siihen itse varsinaiseen ongelmaan vai vaan siihen, että me kauhistellaan tai arvioidaan tai arvostellaan naisten kehoja.

Isabella Eskelin toimittaja

Kun media kirjoittaa tämmöisistä trendikkäistä some-ilmiöistä, esim. painonpudotuksesta, niin lisääkö se tämän ilmiön houkuttelevuutta?

Ida Roivainen asiantuntija

No aivan varmasti se vaikuttaa joihinkin ihmisiin, että just niin kuin vähän tuossa aikaisemminkin sanoin, niin sellaiset ihmiset, joilla saattaa jo tämmöisiä ajatuksia olla. Esimerkiksi vaikka nuoret, murrosikäiset tytöt, jotka on jo epävarmoja itsessään, murrosikään kuuluu epävarmuus ja oman paikan hakeminen ja oman identiteetin hakeminen, niin se voi olla tosi semmoista tietyllä lailla niin kuin vaikuttavaakin se median sisältö ja kuvasto. Olkoon se sitten Tiktokissa tai perinteisemmässä mediassa, että kyllähän se muovaa sitä meidän käsitystä siitä millainen maailma on ja millaisena me ajatellaan, että meidän ehkä pitäisi olla tai näin, että siinä mielessä se niin kuin mediasisällöt ja kuvastot voi todellakin muokata ja sitähan se tapahtuu tavallaan myös vähän niin kuin alitajuisesti, että jos me päivittäin seurataan tietyn näköisiä vartaloita tai naamoja, niin vaikka me ei aktiivisesti ajateltaisi, että me halutaan näyttää tuolta, niin kyllähän se sitten alitajuisesti vaikuttaa siihen, että miten me nähdään omat kehot

suhteessa vaikka sitten siihen kuvastoon, mitä me siellä somessa nähdään, niin kyllä se siinä mielessä medially on iso vaikutus.

Isabella Eskelin toimittaja

Pitäisikö toimituksissa tehdä erikseen säännöt tämmöisestä uutisoimisesta sinun mielestäsi?

Ida Roivainen asiantuntija

Hyvä kysymys. Ei nyt varmaan ainakaan mitään kiveen kirjoitettuja sääntöjä, mutta varmaan siitä voitaisiin ainakin keskustella, että ihan jo minä aina viittaan tähän tutkimukseen, mutta tämmöinen kansainvälinen GMMP-raportti eli Global Media Monitoring Project, joka on 1995 vuodesta saakka on tutkinut tätä median sukupuolittuneisuutta aina siihen liittyen, että kuka niitä sisältöjä tekee. Kuka niissä sisällöissä näkyy ja kuuluu? Kuka on asiantuntija, kuka on uskottava ihminen ja niin poispäin, niin onhan se tosi sukupuolittunutta ja normittavaa ja nämähän on tämmöisiä käytäntöjä mitä toimituksissa tapahtuu, niin ainakin sitä voisi sitten niin kun jokaisessa toimituksessa pohtia ja yhdessä miettiä, että kun me uutisoidaan jostain asiasta, niin miten me siitä uutisoidaan, millaisia sanoja me käytetään, ketä me kutsutaan haastateltavaksi, kuka on meidän mielestä uskottava asiantuntija ja millaisia kuvia me vaikka käytetään, kun me käytetään tai keskustellaan tietyistä aiheista. Siinä mielessä ehkä ainakin tämmöinen hyvä itsereflektio ja peiliin katsomisen paikka tekisi ihan hyvää kaikille toimituksille, että jos minä saisin päättää, niin jotain tämmöistä voisi kyllä minun mielestä tehdä.

Radio Moreeni, tiedettä tajuttavasti.