

Susanna Paasonen

KAUPPAA TUNTEILLA: Internet, romanssi ja elokuva *Sinulle on posti@*

Nettirakkaus on ollut suosittu keskustelunaihe medioissa jo useamman vuoden ajan, mutta erityistä kimmoketta sille antoi keväällä 1999 ensi-iltaansa saanut, Nora Ephronin ohjaama romanttinen komedia *Sinulle on postia* (*You've Got Mail*, USA 1999), johon liittyen Internet-lemmestä kirjoiteltiin poikkeuksellisen tiiviisti. *City*-lehti esitteli "Rakkauden high-wayta" laajassa artikkelissaan, joka toimi samalla mainoksena lehden pyörittämälle sivustolle *deitti.net*. Palvelun viikoittaiseksi käyttäjämääräksi mainittiin 1000 seuraa hakevaa miestä ja naista, kun taas toinen kotimainen, vuodesta 1996 toiminut treffipalvelu *sinkut.net* mainostaa saavansa viikoittain eri 25 000 kävijää.¹ Rakkauden jano on siis mittavaa Suomenkin oloissa, vaikka kotimaiset palvelut ovatkin suhteellisen vaatimattomia esimerkiksi America Onlinen massiivisen *love@aol:n* rinnalla. 1990-luvun mittaan on ilmestynyt erilaisia nettirakkaudessa neuvovia teoksia ja siihen keskittyviä fiktioita, joista elokuva *Sinulle on postia* on tuotantokustannuksiltaan tähän asti suurin.²

Elokuva sai runsaasti julkisuutta myös Soneran kansainvälisenä naisten päivänä julkistetun, naisille suunnatun Ellit-sivuston kautta. Ellejä mainostettiin televisiossa elokuvaan viittaavalla tekstillä "Sinulle on postia" ja Ellit-lakanat liehuivat sitä esittäneen, vasta avatun elokuvakompleksi Tennispalatsin edessä.³

Olen erityisen kiinnostunut tavoista, joilla verkkopalvelua markkinoitiin naisille juuri romanssin ja parisuhdefiktion kautta.⁴ Toisaalta kiinnostukseni painottuu keskeisesti elokuvan ja Internetin suhteisiin sekä elokuvakertomuksessa että elokuvan markkinoinnissa Internetin avulla. Keskitynkään seuraavassa elokuvan *Sinulle on postia* tapoihin integroida informaatioteknologia osaksi romanttista elokuvakertomusta sekä elokuvan moninaisiin (media)taloudellisiin siteisiin. Lähestyn näitä teemoja kolmesta limittäisestä

¹ www.deitti.net/, sinkut.inet.fi/. Muita kotimaisia palveluja ovat mm. Deitti, www5.artic.net/finnish/dateing; Nettisenssit, www.icenet.fi/senssit/index.htm; Amornet, www.amornet.com; XXX senssit, www.senssit.net/; Sinkut Finlandia, www.netcolony.com/members/sinkut/; Love Boat, www.sci.fi/~captn/; NiceToMeetYou/f_index.htm. Viittaukset www.dokumentteihin 26.1.2000, ellei toisin mainita.

² Esim. Laura Banks, *Love Online*. Franklin Lakes: Career Press 1996; Melanie McGrath, *Hard, Soft & Wet*. London: Flamingo 1998; Stephanie D. Fletcher, *E-mail: A Love Story*. New York: Headline Review 1996; S. Paige Baty, *E-mail Trouble: Love and Addiction the Matrix (Constructs)*. Austin: University of Texas Press 1999; myös David Marberin näytelmää *Closer* ja osin jopa Uuden iloisen teatterin kesän 2000 "musiikki-ilottelua" *Oho! Sano*

iimeili on mainostettu samalla teemalla.

³ Ellit mainostaa itseään "aktiivisten naisten yhteisönä" ja vaikkee se ollutkaan ensimmäinen suomalaisen naiskäyttäjille suunnattu palvelu, se sai huomattavasti enemmän julkisuutta kuin vaikkapa aiemmin julkaistu Nicehouse. Ks. Kristiina Rautio ja Jukka Kolari, *Netti ja naiset*. Jyväskylä: Gummerus 1999, 76-77. www.soneraplaza.fi/ellit, www.nicehouse.fi.

⁴ Ellit on muutoinkin assosioitunut naisille suunnattuun ja/tai romanttiseen fiktion: *Sinulle on postia* -elokuvan lisäksi Ellit sponsoroi kesällä 1999 *Sinkkuelämää* -televisiosarjaa ja saman vuoden syksyllä Ellien etusivulla mainostettiin mm. romanttisia komedioita *Notting Hill* ja *Morsian karkuteillä*.

⁵ Steve Neale, "The Big Romance or Something Wild? Romantic Comedy Today". *Screen* 33:3 (Autumn 1992), 284, 286.

näkökulmasta: tarkastelen elokuvakerronnan ja digitaalisen median risteymäkohtia sekä toisaalta elokuvakertomusta ja sen kaupallisia yhteyksiä. Lisäksi pohdin romanssia Internetiin sijoitettuna kertomusmuotona. Taustakysymyksenäni on, miten naisia puhutellaan netin kuluttajiksi erilaisten romanssi- ja ihmissuhdekeskeisten palveluiden avulla.

Konsumeristisia kääreitä

Sinulle on postia on romanttinen komedia, jossa päälle kolmikymppiset amerikkalaiset tapaavat toisensa palveluiden tarjoaja America Onlinen keskusteluryhmässä ja rakastuvat toisiinsa tietämättä toistensa "todellista identiteettiä". New Yorkin samoissa kulttuuripiireissä liikkuvat, äidiltä perimäänsä pientä lastenkirjakaupan pyörittävä Kathleen Kelly (Meg Ryan) ja sukunsa kirjakauppaketju Fox & Sonsissa työskentelevä Joe Fox (Tom Hanks) inhoavat ja nälvivät toisiaan julkisesti. Romanssin jännite syntyy anonyymien kommunikation rehellisyydestä ja vilpittömyydestä, päähenkilöiden välisestä, ystävyydeksi sulavasta antagonismista – sekä tietenkin nimimerkkien "Shopgirl" ja "NY152" henkilöllisyyden paljastumisesta. Elokuva on eräänlainen modernisoitu versio Ernst Lubitchin klassikkokomediasta *Kauppa kulman takana* (*A Shop Around the Corner*, USA 1940), jonka mukaan myös Kathleenin idyllinen kirjakauppa on nimetty. Lubitchin elokuvassa samassa liikkeessä työskentelevä, kitkaisissa väleissä oleva mies ja nainen ovat tietämättään kirjeenvaihdossa toistensa kanssa ja rakastuvat palavasti. Elokuvakertomus kiertyy rakastavaisten identiteetin paljastumisen ympärille. Vastaavasti elokuvan *Sinulle on postia* jännite perustuu tekstuaalisen verkkominän ja sosiaalisesti paikantuneen arkiminän väliseen dynamiikkaan – tapoihin neuvotella erilaisista itsen esityksistä ja niiden suhteista.

Pariutumista ja partnerien yhteensopivuutta sekä niiden sosiaalisia ehtoja tarkasteleva romanttinen komedia oli voitokas lajityyppi halki 1990-luvun.⁵ *Sinulle on postia* on helppo luokitella elokuvatuutkija Steve Nealen tarkastelemaan "uusiin romansseihin" lukeutuvaksi elokuvaksi, joka juhlii perinteiseen



Joe ja Kathleen inhoavat toisiaan julkisesti. Kuva: SEA.

avioliittoon johtavaa heteroseksuaalista rakkaustarinaa menneiden vuosikymmenten musiikin säestyksellä.⁶ Tämä eksplikoitu elokuva loppusulkeumassa, jota säestää kappale “Somewhere over the rainbow“. Kamera kohoaa nostalgisen musiikin säestämänä kohti sinitaivasta ja jättää rakastavaiset syleilemään toisiaan. Musiikkivalintaa voi lukea romanssin sadunomaisuutta korostavana viittauksena, jolloin “maa sateenkaaren takana“ voi tarkoittaa joko romanssin mukanaan tuomaa parempaa elämää tai tietoverkkojen ihmemaamaisia mahdollisuuksia. Kaihoisa musiikkivalinta mahdollistaa kuitenkin myös vastakarvaisemman luennan: romanssin kultimaatiopiste voi olla myös tila, josta kaivataan pois, siihen voi liittyä menetystä, eikä romanssi ole väistämättä tyydyttävä tai vailla hiertymiä.

Keskeistä kyllä, nämä hiertymät eivät nouse pintaan loppusulkeuman musiikkivalinnasta, vaan kulkevat halki elokuvakertomuksen. Huolimatta siitä, että *Sinulle on postia* noudattaa sangen useita romanttisen komedian konventioita, se myös rikkoo lajityypillisiä oletuksia vastaan tavoissa rakentaa haluttavaa romanssia ja motivoida etenkin naispäähenkilö Kathleenin halua romanttiseen pariutumiseen.⁷ Epähallittavuus liittyy keskeisesti liiketoimintaan ja suurten ketjujen valtaan, joita elokuva kommentoi useallakin tasolla. Kuten *The Guardianin* elokuva-arvostelija on todennut, *Sinulle on postia* on mitä suurimmassa määrin kaupallisesti “paketoitu“ elokuva.⁸ Yhdysvaltalaisvastaanotossa kiinnitettiin paljon huomiota elokuvan ja America Onlinen yhteyksiin. Jo elokuvan nimi on johdettu AOL:n sähköpostipalvelusta, joka tiedottaa käyttäjälle saapuneesta postista huikkaamalla “Sinulle on postia!“ Elokuvan tunnuksena toimiva piirretty postilaatikko on AOL:n sähköpostipalvelun logo. Sekä Joe että Kathleen käyttävät AOL:n palvelua, jonka eri muotoja sähköpostiohjelman käyttöliittymästä pikaviestipalveluun elokuva havainnollistaa.

Sinulle on postia –elokuvan kotisivuilla voi lukea Kathleenin ja Joen toisilleen lähettämiä viestejä, lukea elokuvan taustoista tai tehdä kierroksen keväisellä Upper East Sidella.⁹ (Makrotasolla elokuvaa voi ajatella myös Manhattanin matkailumainoksena.) Kierros vie käyttäjän muun muassa elokuvan tapahtumapaikkoina toimineisiin ruokapaikkoihin ja –myymälöihin sekä päähenkilöiden kohtauspaikkana toimineisiin kahviloihin, joita esitellään kuvin ja selostuksin. Elokuvaa onkin kääritty monitahoiseen kulutuskultuurisiin viittauksiin ja kommentteihin. Se hyödyntää laajalti kaupallisia yhteistyösopimuksia ja tuotesijoittelua, minkä lisäksi sen juoni jäsenyyttä kirjakauppaketjun (Fox & Sons¹⁰) ja riippumattoman yrityksen (Shop Around the Corner) väliseen painiin. Suuren ja pienen, hallitsevan ja vastustavan välisen jaottelun mukaisesti Joen tietokone on pc ja Kathleenin Macintosh.¹¹

AOL-mainonnan lisäksi elokuvassa on useita viittauksia yritysketjuihin: Kathleen ennustaa kirjakauppansa tilaan tulevan “jotain masentavaa, kuten Baby-Gap¹²“ ja Joe pohtii elokuvan henkilöhahmojen suosiman kahviketju Starbucksin olemusta viestissään: “Starbucksin kaltaisten paikkojen koko tarkoituksena on saada kaikenlaista päätöksentekokykyä vailla olevat ihmiset tekemään kuusi päätöstä vain ostaakseen kupin kahvia [...] Joten ihmiset, jotka eivät tiedä mitä hittoa he ovat tekemässä tai keitä ihmeessä he oikein ovat, voivat vain 2,95 dollarilla saada ei vain kupin kahvia, vaan ehdottoman määrittävän minäkäsityksen.“ Starbucks on näkyvästi läsnä myös kuvan tasolla kameran unohtuessa jo elokuvan alussa kuvaamaan ketjun kahvilaa staattisessa kokokuvassa ja myöhemmin elokuvassa päähenkilöiden vieraillessa toistuvasti samaisessa kahvilassa. Vaikka elokuvakertomusii yhdellä

⁶ Ibid., 296-297.

⁷ Elokuva toistaa esimerkiksi väärien tai epäsopivien partnerivalintojen konventiota, epävarmuuden kautta loppusulkeumaan kulkevaa pariutumiskertomusta sekä oletusta Siitä Oikeasta ainoana mahdollisena partnerina. Vrt. Neale 1992.

⁸ Rob Gowland, “Film Review: Life Is Beautiful; You’ve Got Mail; The Shop Around The Corner“, *The Guardian* 27.1. 1999, <http://www.cpa.org.au/garchive/938film.htm>

⁹ www.youvegotmail.com

¹⁰ Fox & Sons –ketju muistuttaa enemmän kuin etäisesti Barnes & Nobelia, jonka ketjuun kuuluu muun muassa maailman suurin kirjakauppa Manhattanilla. Molempien liiketilat ovat massiivisia ja luotavat kahvilan ja kirjakaupan yhdistelmään. Starbucksilla on myös Barnes & Nobelin mukaan nimetty paahto, jota voi tilata myös verkkokirjakaupan kautta.

¹¹ Elokuvan alussa Kathleenin luddiittihenkinen poikaystävä Frank (Greg Kinnear) kommentoi tämän innostunutta asennetta kannettavaan tietokoneeseensa: “Luulet tuon tietokoneen olevan ystäväsi, mutta se ei ole“ kuin viittauksena Sherry Turklen tokaisun tietokoneytyypien välille tuotetuista eroista: Macintosh-myytti esittää koneen ystäväni jolle voi puhua, kun taas IBM:lle tietokone oli auton tavoin hallittava työkalu. Ks. Sherry Turkle, *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon and Schuster 1997 (1995), 36.

¹² Gap on perusvaatteistaan tunnettu laaja yhdysvaltalaisketju.

¹³ Työntekijöihin lukeutuu epävarma naisopiskelija, synkän intellektuelli nuori mies ja ikääntynyt nainen, Birdie (Jean Stapleton). Pelot Birdien syrjäytymisestä konkurssin jälkeen kaikkoavat tämän paljastuessa erittäin äveriääksi naiseksi, joka on aikoinaan ostanut Internet-yritys Intelin osakkeita kuuden dollarin kappalehintaan. Näin Birdien työ näyttäytyy eräänlaisena harrastuksena tai tapana. Taloudelliset ongelmat kierretään myös Kathleenin kohdalla, joka antaa ymmärtää elävänsä konkurssin jälkeen "säästöillä". Elokuvan vauraat sisätilat merkitsevät elokuvan turvallisen keskiluokkaiseksi, eikä kenenkään tarvitse kärsiä puutteesta.

¹⁴ Tekstuaalisten ja fyysisten minuuksien suhteista ja rakkauskirjeistä ks. Eva Maria Korsisaari, "How do I love thee? Let me count the ways." Rakkauskirje Elizabeth Barrettin ja Robert Browningin rakkauskirjeille". Teoksessa Susanna Paasonen (toim.), *Hääkirja: kirjoituksia rakkaudesta, romantiikasta ja sukupuolesta*. Turun yliopisto, Taiteiden tutkimuksen laitos, Sarja A, 43, 1999.

tasolla kritisoi liikeketjuja, nämä samaiset ketjut ovat kuitenkin läsnä tuotesijoittelun kautta ja niiden tuotteet (kuten Starbucksin kahvi) esitetään haluttavina.

Yhtäältä elokuva osoittaa kirjakauppaketjun johtoportaan laskelmoivuuden ja piittaamattomuuden Kathleenin yritystoimintaa ohjaavista humaineista ja humanistisista arvoista, henkilökunnan asiantuntemattomuuden ja liikkeiden persoonattomuuden. Toisaalta elokuva kuitenkin osoittaa suurten ketjujen voitokkuuden ja liiketoiminnan keskittyneisyyden eräänlaisena väistämättömänä kehityksenä. Kathleenin lämmin, perinteinen palveluhenkinen ja asiantunteva liike ei pysty kilpailemaan Fox & Sonsin kanssa, koska asiakaskunta hakeutuu edullisempien hintojen pariin pienyritysten tärkeyttä korostavasta retoriikastaan huolimatta. Kathleenin kirjakaupassa lapsille luetaan satuja, henkilökunta rakastaa kirjoja ja asiakkaat tunnetaan nimeltä. Liikkeessä on myös vakituinen henkilökunta, joiden virat muistuttavat osin suojatyöpaikkoja.¹³ *Simulle on postia* kuvaa Kathleenin yrityksen vaipumisen 42-vuotisen toimintansa jälkeen konkurssiin, jonka syynä on hänen verkkoystävänsä ja tuleva rakastettunsa, Kathleenin liikkeen viereen superkirjakaupan avaava Joe. Toisin sanoen romanttinen sankari ajaa romanttisen sankarittaren konkurssiin. Konkurssin jälkeen Kathleen tilittää tuntojaan sanoin "osa minusta on poissa. Äitini on kuollut toistamiseen, eikä mikään voi korjata tätä". Konkurssi on Kathleenille mitä suurimmissa määrin emotionaalinen, muistoihin ja identiteettiin liittyvä murros. Elokuvakertomukselle on kuvaavaa, että konkurssi muuntuu sangen pian osapuolten väliseksi kaskuksi: "tuhosit liiketoimintani", Kathleen sanoo Joelle joka vastaa "niinpä tein". Molemmat hymyilevät.

Kathleenin henkilökohtainen menetyk kuvataankin paradoksaalisesti viime kädessä positiivisena elämäntapahtumana. Elokuvan alussa Kathleen pohtii elämänsä sisältöä, joka rajoittuu kirjakaupan pitämiseen. Lopetettuaan liikkeen hän löytää kykynsä lastenkirjailijana ja purjehtii kohti uutta elämää, jonka romanssi miljonääri-Joen kanssa turvaa taloudellisesti. Kathleenin ja Joen ystävyystyössä Joen nähdään kustantavan lounasta ja kukkaostoksia, eikä taloudelliselle epävarmuudelle anneta sijaa parin tulevaisuudessa. Taloudellinen umpikuja on siis Kathleenille sisäisen kasvun paikka. Tämä ei riitä tekemään juonenkäännteistä haluttavia, sillä loppusulkeuman ohella elokuvan emotionaalisen kliimaksin asemasta kilpailee kohtaaminen, jossa Kathleen sulkee kyynelsilmin liikkeenä viimeistä kertaa äitiään muistellen. Taloudellinen etu ajaa kuitenkin Kathleenin halun ohitse, eikä Joe koita mitenkään edesauttaa tämän pienen liikkeen säilymistä, vaikka se on kilpailijana suurketjulle perin vaaraton. Elokuvan maailmassa ei ole sijaa romanttisille eleille muutoin kuin tekstuaalisina harjoituksina, eikä romanssi pysty "pehmentämään" sankaria tai aiheuttamaan poimua kapitalismin logiikkaan edes rakastavaisten välille. Ottaen huomioon, että romanttinen komedia julistaa totutusti uskoa rakkauden esteet ylittävään voimaan, tässä ratkaisussa on ongelmansa.

Keskeisin romanssin haluttavuuteen liittyvä ongelma on pääparin välinen vetovoima, jota elokuvassa ei juurikaan rakenneta. Päähenkilöt rakastuvat toistensa kirjoituksiin¹⁴, joka käsittelee lemmikkieläimiä, työhuolia ja jopa lyijykyniä. Kathleenin ja Joen kohtaamisissa rakennetaan romanssia, mutta siirtymä sotatilasta muutaman tapaamisen jälkeiseen intiimiyteen on hyvin äkillinen, eikä etenkään Kathleenin kohdalla motivoitu. Loppusulkeuman suudelma, jonka taustalla soi kaihoisa "Somewhere over the rainbow" on



Kathleenin kirjakaupassa lapsille luetaan satuja. Kuva: SEA.

¹⁵ Yhdysvaltalaisperäinen ilmaus "sexy", joka useimmiten käännetään seksikyydeksi, viittaa muodikkuteen, haluttavuuteen ja ajanmukaisuuteen.

¹⁶ Mikko Lehtonen, "Teesejä intermediaalisuudesta". *Tiedotustutkimus* 2/1999, 6-11.

pääparin ainoa varsinainen fyysinen kontakti. Romanttisen komedian lajityypin näkökulmasta *Sinulle on postia* ei näyttäydy kovinkaan huoliteltuna tavoissaan esittää romanttista jännitettä ja parin muodostumista. Itse asiassa lajityypillisiin konventioihin ja niiden käyttöön keskittyvä luenta ei auta avaamaan elokuvan ehkä kiinnostavimpia ulottuvuuksia, eli uuden median käyttöä kertomuselokuvan komponenttina.

Seksikäs media

Elokuvan menestys ei nähdäkseni pohjaa onnistuneeseen romanssin rakentamiseen – päinvastoin siinä rakennettu romanssi on itse asiassa melkoisen ontuva. Elokuvan vetovoimaa pohdittaessa on syytä katsoa romanssille tuotettuja kehyksiä ja niiden kulttuurista sijaintia: elokuvaromanssia suhteutettiin vastaanotossa "tosielämän" nettirakkauksiin, niiden mahdollisuuksiin, malliesimerkkeihin ja niitä varten tuotettuihin palveluihin. Yksinkertaistaen *Sinulle on postia* on melko kaavamainen – ja käytännössä seksitön – romanttinen komedia, jonka vetovoima pohjaa uusiin ja media-kuvastoissa "seksikkäisiin"¹⁵ kommunikaatio- ja pariutumiskäytänteisiin. Mikko Lehtosen termiä käyttäkseni elokuva nivoutuu intermediaalisiin, mediasta toiseen kulkeviin viittauksiin ja kommentteihin. Lehtosen mukaan merkitysten ja tekstien kierto mediasta toiseen määrittää mediakulttuuria peruuttamattomasti niin muodon kuin sisällönkin tasolla. Mediat ovat multimodaalisia, eikä myöskään "puhdasta" välinespesifiä lukutapaa voida löytää.¹⁶ Elokuvan *Sinulle on postia* kohdalla nämä kiertymiset ovat monen suuntaisia: Internet on elokuvakertomuksen keskeinen osa, elokuva kiertää erilaisten Internet-palveluiden markkinoinnissa ja elokuvalla on myös omat verkkosivunsa.

Mediatutkija Jay David Bolterin ja Richard Grusinin mukaan mediat lainaavat jatkuvasti toistensa sisältöjä, mutta niitä myös sisällytetään toisiin medioihin tai esitetään niissä. Heidän *Remediation* -teoksensa ytimenä on

¹⁷ Jay David Bolter and Richard Grusin, *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge and London: MIT Press 1999, 44-45.

¹⁸ Elokvakertomuksen "seksittömyyttä" ajatellen kappalevalinta on jokseenkin kuvaava: siinä lauletaan unelmasta saada koiranpentu, uskollinen kumppani joka ei koskaan purisi.

¹⁹ Vrt. Thomas Elsaesserin artikkeli tässä numerossa.

²⁰ Bolter ja Grusin 1999, 147; 152-153.

ajatus medioiden limittäisyydestä ja vuorovaikutuksesta: uudet ja vanhat mediat lainaavat toistensa esitysmuotoja, uusia esitetään vanhojen kehittyneempinä muotoina ja ne "nielevät" sisäänsä toistensa funktioita. Bolter ja Grusin näkevät medioiden liikkuvan melkoisen kaksinapaisessa mallissa, jossa toisena ääripäänä on hypermediaalisuus, korostunut tietoisuus esitystavoista ja teknologiasta, sekä toisaalta läpinäkyvyys ja välittömyys, ajatus mediasta ikkunanä maailmaan.¹⁷ "Remediaatio" on heidän mukaan keskeistä sekä hypermediaalisuuden että läpinäkyvyyden logiikalle: yhtäältä mediat kiinnostavat korostuneesti huomiota toistensa esitystapoihin ja kommentoivat niitä, toisaalta ne taas hyödyntävät toisten medioiden kulttuurisiksi itsestään-selvyyksiksi muuttuneita esityskonventioita.

Elokuvan *Sinulle on postia* alkua voisi käyttää esimerkkinä tästä kaksisuuntaisesta liikkeestä: Elokuva alkaa tuotantoyhtiön tunnuksella, jossa suotimen läpi kuvatun elokuvastudion ilmakuva sulautuu Warner Brothersin logoon. Ääniraidan tietokoneen käynnistysäännet muuttuvat näppäinääniksi ja tuotantoyhtiön logo painuu pienemmäksi muuttuakseen pc-tietokoneen työpöydän kuvakkeeksi (muita ovat Microsoft Word ja palveluiden tarjoaja America Onlinen logo). Valkokankaalla näkyvä kursori valitsee Warnerin logon, jolloin aletaan kuulla modeemin soittoaäntä ja työpöydältä aukeaa mustavalkoinen, avaruutta ja planeettoja kuvaava lankamallianimaatioksi, joka kyydittää katsojan kohti maapalloa ja ainoaa siitä erottuvaa yksityiskohtaa, Manhattania. Animaatio esitetään eräänlaisena interaktiivisena karttana, sillä kursorin valinnan seurauksena kuva tarkentaa sivuprofiilista kuvattuun, littanan Manhattanin malliin, josta alkaa kohota rakennuksia ja joka täydentyy lankamallista tekstuurein peitetyksi mallinnokseksi. Tällöin ääniraidalla alkaa kuulua Harry Nilssonin "Puppy Song".¹⁸ Uusi valinta sävyttää mallinnoksen värilliseksi ja muuttaa "kamerakulman" lintuperspektiiviksi. Kursori valitsee kartasta yhden pisteen, jolloin "kamerakulma" liukuu alemmas ja alkaa kiittää pitkin kaupungin katuja. Animaatio täydentyy kasvavin ja liikkuvin yksityiskohdin (mm. autot, puut, ihmiset, rakennusten yksityiskohdat), kunnes liike pysähtyy asuintalon eteen. Uudella valinnalla animaatio muuttuu näytelmäelokuvaksi suhteellisen saumattomasti – esimerkiksi aiemmin ohitettu, hieman kulmikkaasti animoitu hölkkääjä jatkaa matkaansa kuvan halki lihallisessa hahmossa juoksurytmin muuttumatta.

Alun animaatiojakso kuvallistaa uskollisesti hypermediaalista remediaatiota, jossa Hollywood-elokuva esittelee katsojilleen pc-koneen työpöydän ja karkeasta mallinnoksesta yhä hienostuneemmaksi muuttuvan tietokoneanimaation, joka kuitenkin täydellistyy fotorealismien kriteerit täyttäväksi kuvaksi vasta muuttuessaan "oikeaksi" elokuvaksi (jonka voi siis ymmärtää joko täydellisenä tietokoneanimaation muotona tai tietokoneanimaatiota täydellisempänä esitysmuotona riippuen siitä, oletetaanko pääasialliseksi kehykseksi elokuva vai tietokoneanimaatio).¹⁹ Alkujaksossa studio ikään kuin "ottaa yhteyden" Manhattaniin sijoittuvan elokuvan maailmaan modeemin avulla ja tietokoneen työpöydältä käsin. Jakso kiinnittää korostuneesti huomiota sekä tietokonegrafiikan estetiikkaan että sen elokuvallisuuteen – erityisesti kaupungin kolmiulotteisessa tilassa nopeasti liukuvaan "kameraan", joka kuljettaa katsojia kohti Kathleenin kotiovea.

Bolter ja Grusin käyttävät Hollywood-kerrontaa esimerkkinä kulttuuriseksi konventioksi muuttuneesta, suoruuden illuusion tuottavasta kerronnasta, joka saattaa kuitenkin hyödyntää uuden median kulttuurista vetovoimaa tietokonegrafiikan avulla.²⁰ Jaksosta voidaan lukea nämä molemmat piirteet: muutoin

Hollywood-kerrontaa noudattava elokuva hyödyntää Internetin kulttuurista vetovoimaa paitsi aihevalintansa kautta, myös alkujakson leikkitelevässä tietokoneanimaatiossa, joka ikään kuin asemoi tietokoneen elokuvan kehukseksi. Koko elokuvaa ajatellen kyseessä on lähinnä ele, sillä tietokonegrafiikka ei työnny kerrontaan vastaavalla tavalla toista kertaa. Vastaavasti kuin Internet-romanssi on "seksikäs" teema, tietokoneanimaatio on seksikäs esteettinen, elokuvaa profiloiva tehokeino.

Mikko Lehtosen mukaan "[t]avaraistuminen ja intermediaalisuuden lisääntyminen kulkevat käsi kädessä, sillä kulttuuriteollisuuden keskittyminen ja kulttuurin tavaraistuminen merkitsevät sitä, että samat tekstit ja hahmot kiertävät eri mediumeissa."²¹ Lehtosen mukaan myös digitalisoituminen kasvattaa intermediaalisuutta, koska digitaaliset mediat hyödyntävät muissa medioissa kiertäviä sisältöjä.²² Molemmat argumentit nivoutuvat elokuvaan *Sinulle on postia*, joka sekä hyödyntää digitaalista mediaa että on sen hyödyntämä. Elokuva voidaan lukea myös suhteessa mediateollisuuden keskittymiseen, sillä tammikuussa 2000 elokuvan tuotantoyhtiö Warner Brothersin omistavan Time Warnerin ja elokuvan promotoin palveluiden tarjoaja America Onlinen ilmoitettiin fuusioituvan yhdeksi maailman suurimmasta, 350 miljardin dollarin arvoiseksi mediayritykseksi nimeltä AOL Time Warner Inc.

Tavaraistumisen ja digitaalisen median suhde intermediaalisuuteen havainnollistuu kuitenkin ehkä helpommin *Sinulle on postia* -verkkosivuston kautta. Sivuston "johdantona" on flash-animaationa tehty lyhyt versio elokuvan alkukohtauksen mustavalkoisesta lankamallianimaatiosta, joka kuljettaa käyttäjää avaruudesta kohti Manhattania. Animaatiota säästää modeemin soittoääni, joka muuttuu lopuksi huikkaukseksi "You've got mail". Kiinnostavaa kyllä, animaation alun pc-työpöytä on hieman erilainen kuin elokuvassa ja sen kuvakkeisiin lukeutuu muun muassa kuvankäsittelyohjelma Photoshop. Animaatio on eräässä mielessä elokuvallinen, muistuttaahan se elokuvan alkua. Toisaalta sen tekemiseen käytetty Flash-ohjelma mahdollistaa melko saumattoman ja nopeasti aukeavien, ilmaisussaan elokuvallisten animaatioiden ja äänen käytön www-sivuilla.²³

On pikemminkin normi kuin poikkeus, että Hollywood-elokuvilla on nykyään omat kotisivunsa, jotka tarjoavat tietoa elokuvasta ja sen taustoista. Ne toimivat usein myös ajanviettosivustoina, joilta käyttäjät voivat ladata elokuvateemaisia näytönsäästäjiä, seurata elokuvaan liittyviä linkkejä ja viestiä toistensa kanssa. Myös elokuvan *Sinulle on postia* sivusto sisältää taustatietoja näyttelijöistä, ohjaajasta, muista tekijöistä ja elokuvakertomuksesta. Toisena keskeisenä kategoriana on edellä mainittu New York -kierros ja kokoelma kuunneltavissa olevia "kaupungin ääniä" metrojunien suhinasta katujen äänimaailmaan. Kolmas kategoria antaa käyttäjän valita itselleen erilaisia elokuvaan liittyviä työpöydän taustakuvia, kuvakkeita, ystäville lähetettäviä nettikortteja tai elokuvajulisteen. Nettikorttien lähettäminen liitetään suoraan romanssin rakentamiseen: "Valitse neljästä erilaisesta alla esitellystä nettikortista, joissa jokaisessa on erityinen viesti elokuvasta *Sinulle on postia*. [...] vastaanottajat saavat sähköpostiviestin, joka kertoo mistä kortin voi poimia. Ja sitten he voivat tietenkin lähettää sinulle yhden takaisin, mistä saattaa seurata orastava romanssi." Neljännet valinnat avaavat otoksia Kahtleenin ja Joen lähettämistä viesteistä sekä käyttäjien lähettämiä ASCII-kuvia ja tosielämän rakkauskertomuksia. Viimeinen, viides kategoria suositelee parhaita lastenkirjoja ja lastenkirjallisuuden erikoistuvia verkkosivuja.

²¹ Lehtonen 1999, 14.

²² *Ibid.*, 18-19.

²³ Ks. <http://www.macromedia.com/software/flash/>

²⁴ <http://www.acmecity.com/youvegotmail/>

²⁵ Cecelia Tichi, *Electronic Hearth: Creating an American Television Culture*. New York and Oxford: Oxford University Press 1991, 3-6.

²⁶ Esim. elokuvat *Ruohonleikkaaja* (Lawnmower man, USA 1992), *Verkko kiristyy* (The Net, USA 1995), *Matrix* (The Matrix, USA 1999)

²⁷ Elokuvan ohjaaja ja toinen käsikirjoittaja Nora Ephron ohjasi myös Hanksin ja Ryanin edellisen yhteisen romanttisen menestyskomedian *Uneton Seattleissa* (Sleepless in Seattle, USA 1993), jossa rakastavaiset löysivät toisensa radio-ohjelman välityksellä. *Sinulle on postia* hyödyntää menestyksekkästä pääparin valintaa ja osin myös samaa teemaa suhteen kehitymisestä median välityksellä.

Lisäksi sivujen alalaidoista on linkkejä Warner Brosin chat-sivustoihin ja AcmeCityn ja Warner Brosin yhteistyössä ylläpitämään *Sinulle on postia* – sivustoon, jossa voi selata ihmisten kotisivuja tai rekisteröidyttyään käyttäjäksi rakentaa omansa.²⁴ Elokuvaan siis mainostetaan erilaisten käyttäjille jaettavien digitaalisten kuvien kautta ja siihen liittyen voi rakentaa oman kotisivunsaakin. Elokuvasivuston kautta voi myös ostaa elokuvan soundtrackin tai itse elokuvan video- tai dvd-kopiona. Samoin kuin elokuvakertomus, myös elokuvan kotisivu on tukevan “kaupallisesti paketoitu”, eivätkä nämä kääreet ole identtisiä.

Kategorioista neljäs on artikkelini kannalta ehdottomasti kiinnostavin. Se eksplikoii elokuvan suhdetta AOL:n palveluihin paitsi tarjoamalla käyttäjille Kathleenin ja Joen elokuvassa hyödyntämää AOL:n pikaviestipalvelua, myös havainnollistamalla sen käyttötapoja Kathleenin ja Joen “kirjeenvaihdon” kautta. Lisäksi elokuvakertomus rinnastetaan tosielämän rakkauskerromuksiin, oletettavasti käyttäjien lähettämiin kymmeneen tarinoihin, jotka kuvaavat Sen Oikean löytämistä chat-huoneista ja treffi-ilmoituksista ja todentavat näin sekä verkon erilaisten paritumispalveluiden toimivuutta, että elokuvan perusajatusta Internetistä romantiikan sijana. Juuri tämä aspekti vaatii lähempää tarkastelua: olen pohtinut yllä elokuvakertomusta, sen taloudellisia kääreitä ja intermediaalisia suhteita. Tuodakseni nämä yhteydet selvemmin yhteen ja avatakseni joitain selityksiä elokuvan vetovoimalle keskityn seuraavaksi Internet-teemaan elokuvan markkinoinnissa, elokuvaan Internetin markkinoitinvälineenä sekä uutta mediaa koskevien ymmärrysten tuottajana.

Puhdas kohtaaminen?

Telesiotutkija Cecelia Tichin ajatuksiin nojaten *Sinulle on postia* voidaan nähdä mediatekstinä, joka tuottaa, kierrättää ja muokkaa uutta mediaa koskevia ymmärryksiä. Tichin mukaan mitä erilaisemmat tekstit asiantuntijalausunnoista sarjakuviin, fiktioihin, mainoksiin ja kuvataiteisiin osallistuvat kommentiteillaan merkitystuotantoon, jonka kautta väline tehdään ymmärrettyksi ja sijoitetaan suhteessa mediakäyttöjä ja -ymmärryksiä koskeviin kulttuurisiin viitekehyksiin. Nämä merkitystuotannot ovat epätasaisia, sekä sisäisesti että keskenään ristiriitaisia diskursiivisia muodostelmia, joista voidaan silti löytää tiettyjä teemoja ja jatkumoa.²⁵ *Sinulle on postia* eroaa useista muista 1990-luvun elokuvallisista Internet-fiktioista, joissa uusi media on esiintynyt yksilönvapauden uhkana, salajuonten välineenä, seikkailun alueena ja jopa murhaajien ja yli-ihmisten sfäärinä.²⁶ Sähköpostikommunikaatio on elokuvassa arkisen elämän osa ja keskeinen elementti sen “täydellistämässä” romanssin kautta. Teknologia on elokuvassa hyvin välineellistä ja sen käyttö saumatonta ja helppoa. Tichia mukaillen voitaisiinkin ajatella, että elokuva kotoistaa ja kesyttää informaatioteknologiaa uhkakuvasta kulttuurisiin viestintäjatkumoihin sijoitettavaksi välineeksi: sähköposti vertautuu useissa kohdissa Joen isoisan ja Kathleenin äidin aiempaan kirjeenvaihtoon tunteisiin keskittyvän ajatustenvaihdon “modernina” tekstuaalisena käytänteenä. Kaikki päähenkilöiden verkossa käymä kommunikaatio on intiimiä, pelkoihin, haaveisiin, huoliin, rakkauteen ja parisuhteisiin keskittyvää, rakkauskirjeiden kaltaista yksityistä puhetta. Sähköposti siis toimii elokuvassa jonkinlaisena nykyaikaisena rakastavaiset yhteen tuovana ja rakastumisen mahdollistavana Amorina.²⁷

Sinulle on postia sijoittuu 1990-luvun Internetiä ja sen käyttöä koskevaan merkitystuotantoon ja tarkemmin tapoihin puhutella naispuolisia verkon käyttäjiä. Se on osallistunut Internet-markkinoinnin "lokalisointiin", kohdeyleisöjen tavoittamiseen, tuotteiden ja palveluiden profiloimiseen niin Ellien kuin AOL:nkin kohdalla. Elokuvalle on ollut elämänsä teatterien ulkopuolella eräänlaisena nettiromanssin prototyypinä, jonka avulla voidaan kuvittaa sekä Internet-romanssin mahdollisuuksia että onnistuneita romansseja. Elleissä julkaistiin keväällä 1999 elokuvan *Sinulle on postia* esittelyn lisäksi siitä poimitulla still-kuvalla somistettu haastattelu Pepistä, joka oli löytänyt rakastetun Kathleenin tapaam chat-huoneesta. Rakkaustarinan vaiheiden lisäksi artikkelissa korostettiin sitä, ettei Peppi ja chat-siippansa "Handyman" ole suinkaan ainutkertaisia: "[Peppi] tuntee monta pariskuntaa, jotka ovat tavanneet chatin kautta: ovat muuttaneet yhteen, menneet kihloihin; irccivauvojakin on."²⁸ Haastattelu siis ikään kuin todensi elokuvakertomusta ja nettirakkauden yleisyyttä myös Suomen oloissa. Samalla se todensi romanssin ja partnerin löytämisen mahdollisuutta usein sattumanvaraiseen rupatteluun ja eritasoiseen seksikontaktien ottoon keskittyvissä chat-palveluissa.

Ellien *Sinulle on postia* -esittelyssä pohdittiin nettirakkauden ulottuvuuksia: "Elokuvan perimmäinen viesti lienee se, että tavatessamme toisemme kasvokkain, meillä on erilaisia suojamuureja ympärillämme, jotka estävät herkkien, sisäisten tunteiden ilmaisemisen. [...] Kirjoittamattomat säännöt sanelevat, ettei sähköpostinvaihdossa saa käyttää omaa nimeään, kertoa ammattiaan tai muutenkaan paljastaa itsestään mitään tunnistettavaa. Keskustelu pyörii siis tunteiden ympärillä. Onko siis kyse siitä, että ihmisen "todellinen minä" pääsee ääneen vasta sitten, kun ulkoiset kannukset riisutaan? Olettaen tietenkin, että viestinnässä ollaan rehellisiä, eikä valehdella vaikkapa sukupuolta."²⁹ Tämä nostaa esille vähintäänkin kaksi keskeistä kysymystä, eli "todellisen minän" keskeisyyden ja siihen liittyvän sukupuolen esityksen keskeisyyden sekä oletuksen verkkokommunikaatiosta fyysistä kanssakäymistä edullisempaan romanssiväliseen. Elokuvaesitys nostaa "todellisen minän" löytämisen onnistuneen romanssin edellytykseksi ja ansioksi: todellinen minä löytyy romanssin kautta ja on toimivan parisuhteen edellytys. Todelliseen minuuden aluetta on tunteiden todellisuus, usein salassa pidetty emotioiden sfääri.

Itse löytäminen rakastetun kautta on romanttista rakkautta ja heteroseksuaalisia liittoja tutkineen Wendy Langfordin mukaan eräs keskeisimmistä romanttiseen rakkauteen liitettävistä lupauksista. Rakkaus on keino ylittää epätydyttävän ja vieraannuttavan maailman merkityksettömyys, löytää elämän mielekkyys ja oma identiteetti. Näin ollen rakkauden oletetaan tyydyttävän paitsi emotionaalisia ja seksuaalisia, myös eksistentiaalisia tarpeita: se ikään tuo mukanaan täydemmän itseilmaisun, muutoksen, kumppanuuden, emotionaalisen turvallisuuden, seksuaalisen tyydytyksen ja pelastuksen arkisesta elämästä. Rakastuminen onkin mystinen ja ratkaiseva hetki, joka lupaa uutta alkua, parempaa ja täydepää elämää.³⁰ Todellisen minän löytäminen antaa siis lupauksen perusolemuksen muutoksesta ja elämän merkityksellisyydestä, täydentymisestä. Kyseessä on kulttuurinen kerrontamuoto, joka kiertää niin elämäkerrallisissa esityksissä (joihin myös Langfordin tutkimusaineiston muodostavat haastattelut kuuluvat) kuin romanttisten komedioiden kaltaisissa fiktioissa, niiden kommentaareissa, esitelyissä ja arvioinneissakin.

²⁸ Riitta Talasniemi, "Sinulle on postia" - Rakkaus löytyi netistä", <http://fi.soneraplaza.net/ellit/artikkeli/0,2179,91,00.html,11.3.1999>.

²⁹ Kaisa Daavittila, "Sinulle on postia -elokuva onnellisesta sähköpostirakkaudesta." <http://fi.soneraplaza.net/ellit/artikkeli/0,2179,84,00.html,5.3.1999>.

³⁰ Wendy Langford, *Revolutions of the Heart. Gender, Power, and the Delusions of Love.* London and New York: Routledge 1999, xi, 1.

³¹ Vrt. Neale 1992, 293.

³² Neale 1992, 292-293

³³ Olen käsitellyt Sen Oikean kysymystä ja romanssia minän löytämisenä viimeaikoina toisaalla. Ks. Susanna Paasonen, "Hän on se oikea! Hän on todellakin se oikea!" Elokuvat Morsian karkuteilla ja Notting Hill romanssitekniologiana". Teoksessa Susanna Paasonen (toim.), *Hääkirja: kirjoituksia rakkaudesta, romantiikasta ja sukupuolesta*. Turun yliopisto, Taiteiden tutkimuksen laitos, Sarja A, 43, 1999.

³⁴ Banks 1996, 29-30.

³⁵ *Ibid.*, 28. Banks kuvaa vuosiaan Internetin käyttäjänä "matkana kyberavaruudessa", joka on keskeisesti henkinen ja sisäinen matka. Vastaa kertomusmuoto Internetin käytöstä itsen löytämisenä toistuu myös vaikkapa Melanie McGrathin vuonna 1998 julkaistussa romaanissa *Hard, Soft and Wet*, joka jäsentyy yhtäältä matkakirjana (päähenkilön matka yhä "syvemälle" kyberavaruuteen sekä hänen matkoinaan pitkin maailman kyberkulttuurisia keskuksia), romanssina (sekä oireellisesti nimetyn nuoren chat-tuttavuuden Macin, että Internet-kulttuurin kanssa) ja minän löytämisen odysseiana. S. Paige Batyn teos *E-Mail Trouble: Love and Addiction the Matrix* taas on omaelämäkerrallistutkimuksellinen teos rakkauden ja yhteisöllisyyden etsimisestä Internetistä, joka viitaaileksplisiittisesti Jack Kerouackin

Sinulle on postia kiertyy eräänlaisen oppimisteeman ympärille, sillä molemmat päähenkilöt oppivat itsestään tutustuessaan toisiinsa ja kehittävään yhteenkuuluvaisuutta ja molemminpuolista rakkautta.³¹ Jane Austinin *Ylpeys ja ennakkoluulo* toistuu elokuvassa intertekstuaalisena viittauksena ja taloudelliseen ahdinkoon joutuva mutta nokkela Kathleen sekä vauras mutta häikäilemätön Joe jäljittelevät Elizabeth Bennetin ja Mr. Darcyn elkeitä. Verkkoviestintä on vapaata Kathleenin ja Joen naljailevaa kontaktia muutoin leimaavasta ylpeydestä ja ennakkoluulosta ja romanssin kehitys edellyttää niistä vapautumista myös "tosielämässä". Parin käyttämä AOL:n palvelu auttaa heitä löytämään toistensa "todelliset minät", joiden tunnistaminen olisi muutoin mahdotonta.

Minän löytäminen liittyy tiiviisti romanttisen komedian keskeiseen juonteeseen eli oppimisprosessiin, jossa päähenkilöt oppivat tuntemaan itsensä tutustumalla toisiinsa. Juuri tutustumisprosessin myötä he tunnistavat yhteenkuuluvuutensa sekä välilleen virinneen rakkauden.³² Todellinen minä löytyy romanssin ja rakastumisen kautta, menettämällä minä rakastettuun. Romanssissa on siis kyse muutoksen ja tunnistamisen prosessista, joka tähtää täydempään tulevaisuuteen. Tämä muutos ei voi suinkaan luonnistua suhteessa kehen tahansa, vaan partnerin tulee olla itsen täydentävä suuri rakkaus, josta käytetään usein ilmausta Se Oikea.³³ Onkin huomioitava, että elokuvan *Sinulle on postia* kumpikaan päähenkilö ei varsinaisesti muuta arvojaan romanssin ansiosta tai uhraudu sen takia: Kathleenin elämänmuutos lastenkirjailijaksi on keskeisimmin taloudellisten ehtojen sanelemaa ja Joe järjestelee elämänsä uudelleen lähinnä vain hakemalla vastahakoisen Kathleenin ystävyyttä ja rakkautta. Vaikka päähenkilöt siis löytävät itsensä ja toistensa "todellisen minuuden", näissä minuuksissa ei tapahdu paljoakaan romanttiseen komediaan yleensä kuuluvaa oppimista tai syvää muutosta, vaan minän löytämisen vaikutukset rajautuvat pääosin parisuhteen alueelle.

Minän löytämisen ja tuntemisen tärkeys jo romanssin etsinnän vaiheessa nousee esille Laura Banksin AOL:n palveluihin keskittyvässä ja Internet-rakkauden mahdollisuuksia esittelevässä opaskirjassa *Love Online*. Jotta minää voitaisiin varustella romanssia ja Sitä Oikeaa varten, tulee tämän minän halut ja tarpeet Banksin mukaan määritellä rehellisesti. "Autenttisen minän" ja oman persoonallisuuden eri puolien tunteminen ja tunnistaminen on edellytys avoimelle ja "puhtaalle" kohtaamiselle romanttisen partnerin kanssa.³⁴ Itse asiassa todellisen minän löytäminen on *Love Onlinen* keskeisin teema, jonka rinnalla partnerin löytäminenkin on viime kädessä toissijainen saavutus. Internet määrittänyt tässä paitsi ihanteelliseksi romanssitilaksi, myös kumoukselliseksi minätyön piiriksi. Banksin mukaan "Kyberavaruudessa minusta tuli oman elämäntarinani käsikirjoittaja! Anonyymiyden suojissa saatoin luopua asenteestani ja kertoa totuuden... ensi kertaa. [...] aloin ymmärtää miten toimin. Se oli vaikeaa, mutta uskokaa minua, se oli palkitsevin matka jonka olen koskaan tehnyt."³⁵

Teos on kuvaava esimerkki tavoista sukupuolittaa Internet-teknologiaa naisiseksi ja luoda sille naisyleisöjä. Ei ole suinkaan sattuma, että romanssi saa keskeisen roolin juuri naiskultuttajia käsittelevässä ja puhuttelevassa kirjallisuudessa, sillä romanssi ja romantiikka ymmärretään leimallisesti naisiseksi alueeksi. Internet-palveluihin liitettävän romanttisen kerronnan kannalta kiinnostavaa on ero romanttisen retoriikan ja siihen liitettävien, usein suorasukaisesti seksiin painottuvien käytänteiden välillä. Tarkastelinkin seuraavassa lyhyesti romanttista kerrontaa kolmessa erilaisessa, joskin tiiviisti



yhteydessä olevassa verkkopalvelumuodossa: chat-huoneissa, treffipalveluissa sekä keskusteluryhmissä.

Kaupallista rakkautta

Sen Oikean löytäminen on noussut yllättävän keskeiseksi teemaksi ja liiketoiminnaksi mediassa, jonka tarjoamia mahdollisuuksia identiteeteillä leikkimiseen ja sukupuolen vaihteluun ja epäjatkuviin sukupuolen esityksiin on kommentoitu runsaasti. Sen Oikean etsiminen tähtää fyysiseen kohtaamiseen ja elämänkumppanin löytämiseen, mikä näyttäisi asettavan jonkinlaisia vaatimuksia kommunikaatiossa esitettävälle identiteeteille ja sukupuolille. Eri-laisin henkilötiedoin ja joskus jopa valokuvin varustetut treffi-ilmoitukset, henkilöprofiileihin tai vain nimimerkeille pohjaavat keskusteluryhmät kiertävät pariutumisen ja sen rituaalien ympärille.

Internet-yhteyksiä markkinoivat palveluiden tarjoajat (esim. kotimainen Sonera) pyrkivät yhtäältä maksimoimaan käyttäjien verkossa viettämän ajan sekä toisaalta myymään näitä yleisöjä palveluita rahoittaville mainostajille. Vaikka palveluiden tarjoaja ei suoranaisesti hyötyisikään verkkoyhteyksien kestosta (kuten Saunalahti tai City-lehden verkkoversio, joista kumpikaan ei hyödy modeemiyhteyksistä puhelinmaksujen muodossa), käyttäjämäärät merkitsevät joka tapauksessa huomioarvoa, joka taas määrittää mainoshintoja ja palvelun näkyvyyttä ja asemaa kilpailukentällä. Samalla palvelut ja niiden suosio profiloivat kyseistä palveluiden tarjoajaa ja rakentavat siten sen yritys kuvaa.

Seksi- ja pornosivustot olivat verkon ensimmäisiä taloudellisesti kannattavia palveluita ja myös keskusteluteemoiltaan hallitusti rohkeat chat-kanavat hyödyntävät seksuaalisuuden vetovoimaa.³⁶ Palveluiden kautta etsitään usein lähinnä satunnaisia seksikumppaneita, mutta on keskeistä huomioida, että näiden laajalle yleisölle suunnattujen palveluiden kehukset ovat kuitenkin periaatteessa "kunniallisia". Pariutumiseen keskittyvät, usein sydämin, piirroskuvin tai pariskuntia esittävän grafiikan avulla somistetut ihmissuhdechat- ja treffisivustot erottautuvat erilaisista kaupallisista seksi- ja pornopalveluista, joille on annettu näkyvä rooli verkon käyttäjä koskevilla keskusteluilla halki 1990-luvun. Laajasti hyödynnetty "Sen Oikean" löytämisen retoriikka viittaa pikemminkin pysyvän parisuhteen etsimiseen ja muodostamiseen kuin hetkelliseen tai anonyymiin seksuaalintautinnon tavoitteluun. Voidaan sanoa, että pari- ja ihmissuhde, romanssi ja rakkaus astuvat eri tasoisina ja osin limittäisinä kehysinä "suojaamaan" sivustoja ja profiloimaan niitä

teokseen *Matkalla*. Banksin, McGrathin ja Batyn teokset ovat jokseenkin erilaisia poimintoja naisten kirjoittamista ja Internetin naiskäyttäjien keskittävistä teksteistä: ensimmäinen esittelee auliisti America Onlinen palveluja kahden toisen keskittyessä Internetin alakulttuureihin ja niiden sisäpiireihin. Ensimmäinen on opaskirja, kaksi muuta kaunokirjallisen fiktion ja kulttuurisen analyysin risteymiä. Niiden kertomusmuodot ovat kuitenkin usealla tasolla analogisia. Ensimmäinen kaikki kuvaavat minämuodossa naiskäyttäjän ensikontaktia tietokoneisiin ja Internetiin, verkkokulttuuriin ja -yhteisöihin intioitumista ja niissä toimimista. Toiseksi ne ovat minän löytämistä ja itse-tuntemusta kuvaavia kehityskertomuksia, matkoja ajassa ja paikassa. Kolmanneksi ne jäsenyivät eri tavoin romanssin ympärille. Ks. McGrath 1998; Baty 1999.

³⁶ Surfcityn chat-kanaviin kuuluvat mm. "Sokkotreffit", "Flirttipuisto", "Sydänsurujen silta", "Naistenhuone", "Sex Shop", "Kinky Bar", "Gay Bar" ja "Bi-Café", Saunalahden valikoimaan taas "Sinkkubaari", "Särkyneiden sydänten hotelli", "Pauiliinan päiväkahvipalvelu", "Erotic Bar" ja "Yleinen sauna" Ks. <http://chat.fi.soneraplaza.net/>, <http://pulina.saunalahti.fi/>

³⁷ Ikäryhmälle suunnatut muut keskustelukanavat ovat "Koti ja perhe", "Politiikka", "Kulttuuri", "Matkailu" ja "Ihmiset".

³⁸ <http://sinkut.inet.fi/>, 17.1.2000

³⁹ Myös Laura Banksin teos mainostaa AOL:n "Thirtysomething" -palvelua. Ks. Banks 1996, 39.

⁴⁰ <http://www.love.aol.com/LoveMain/?pg=succlobby&partner=AOW>, 17.11.1999.

⁴¹ <http://www.youvegotmail.com/cmp/story166.html>

osin naisiksi (tai myös naisille "sopiviksi"), osin puhelimen kontakti- ja viihdelinjoihin tai lehtien henkilökohtaisiin ilmoituksiin vertautuviksi palveluiksi ja vapaa-ajanviettotavoiksi, joiden käyttöön ei välttämättä liity sosiaalista stigmaa. Erilaisissa mediateksteissä toistuva romanttinen kerronta on eräs keino tehdä verkon ihmissuhde- ja kontaktipalveluista laajan yleisön käyttöön suunnattuja vapaa-ajanviettovälineitä, kokeilun tiloja ja kumppanin löytämisen välineitä.

Esimerkiksi Soneran iNET chatin ikäryhmän "sedät ja tädit" pariutumiso-rienteine chat-huone on nimeltään "Sinulle on posti@".³⁷ Romanttinen komedia tuottaa turvallisen kehyksen keskusteluille, jotka eivät välttämättä eroa vaikkapa. Saunalahden "Erotic Barin" vastaavista. Nimeämistä voidaan ajatella keinona puhutella vanhemman polven verkkokäyttäjiä siten, että partnerin etsimisen teema eksplikoituu ilman suorasukaisuutta jota viljellään nuoremmille käyttäjille suunnatuissa kanavissa. Esimerkiksi ikäryhmän "tytöt ja pojat" kanavien "Deitti", "Sexi" ja "Romantiikka" nimet antavat ymmärtää, että deitti, seksi ja romanssi ovat nuorisolle keskenään vaihtoehtoisia kategorioita, kun taas vanhemman polven palvelussa ne sulautuvat yhteen romanttisen viittauksen alla.

"Sinulle on postia! Ole rohkea ja vastaa kutsuun. Sinulle avautuu jännittävä uusi vuosi", lupasi puolestaan treffipalvelu sinkut.net vuoden 2000 alussa.³⁸ Elokuva näyttää muodostuneen osaksi nettirakkauden puhetapoja, minkä taas voi lukea hyvinkin laskelmoiduksi asemoinniksi. AOL on panostanut erityisesti treffi- ja romanssipalveluihin ja tarjoaa maksaville käyttäjilleen myös mitä erilaisempia keskusteluryhmiä, joissa haluttavia partnereita voi löytää iän, asuinpaikan, ammatin, harrastusten tms. kautta. Kathleen ja Joe tapaavat kolmikymmppisten chat-huoneessa³⁹ ja elokuva näyttää muutoinkin todistavan argumenttia, jonka mukaan Se Oikea saattaa löytyä sutjakkaasti AOL:n palveluiden kautta. Love@AOL esittelee sivuillaan "menestystarinoita", eli vakituiseen liittoon kulmineituvia rakkaustarinoita: "Näiden tarinoiden avulla Love@AOL juhlii verkossa rakastuneita pareja. Me haluamme kaikkien tietävän että rakkaus verkossa toimii! Olemme keränneet tänne joitain meille lähetetyistä tuhansista tarinoista, jotta nämä todella loistavat tarinat voisivat innostaa myös sinua."⁴⁰ Sivuston käyttäjä voi lukea romanssipalvelun kautta tavanneiden pariskuntien rakkaustarinoita onnellisine loppusulkeumineen ja AOL:lle osoitettuine kiitoksineen. Vastaavasti elokuvaa *Sinulle on postia* voi ajatella AOL:n romanssipalveluiden optimaalisena mainoksena, jossa palvelun ensikäyttäjä Kathleen löytää chat-kanavalta itsensä ikäisen, huumorintajuinen ja rakastavan miljonäärimiehen, joka kaiken lisäksi asuu aivan naapurissa. Kuten edellä on mainittu, myös elokuvan verkkosivuilla voi lukea käyttäjien omia, elokuvakertomusta tukevia nettirakkaustarinoita. Useat näistä kymmenistä rakkaustarinoista liittyvät AOL:n palveluihin, joita käyttäjät kiittelevät vuolaasti hyvin samaan tapaan kuin love@aol.com:n sivuillakin:

"Kun ajattelen miten me tapasimme, se kaikki hämmästyttää minua! Varmaan kaikille on olemassa se oikea ihminen ja sinä voit löytää sen... vaikka siihen menisikin kauemmin kuin luulet. Olen vain kiitollinen että AOL saattoi auttaa kohtaloa! KIITOS!"⁴¹

"Me menemme joka aamu AOL:n jos vain mahdollista ja chattailemme kuin 2 pientä kaverusta. Tullessani kotiin hänen luotaan myöhään illalla lähetän hänelle sähköpostia ja kerron miten ihana hän on ja miten onnelliseksi hän on minut tehnyt. Hän lähettää minulle

sähköpostia ollessani koulussa, jopa kännykkääni ja AOL-tililleni. On todella hämmästyttävää miten tämä kaikki on tapahtunut.⁴²

Tämä todistuslausunto antaa ymmärtää, että Internetin ja puhelimen kautta tapahtuva kommunikaatio on suhteen fyysisestä ulottuvuudesta huolimatta tunteiden ilmaisemisen ja romanssin ylläpidon ensisijainen väylä. Myös Laura Banksin AOL:n palveluiden ympärille kietoutuva opaskirja *Love Online* havainnollistaa niiden käyttöä hyvin samaan tapaan kuin palvelu omilla sivuillaan. Sekä elokuva että kirja paitsi vihjaavat paitsi verkon olevan oiva tila Sen Oikean löytämiselle, myös AOL:n olevan paras, onnistuneen etsinnän varmistava verkkopalvelu. *Sinulle on postia*, samoin kuin Banksin opaskin, sanoutuvat irti kyberseksistä. Elokuvasa kyberseksi nousee esille vitseinä (ikäntynyt Birdie olisi halunnut koittaa sitä, Kathleenin toinen työntekijä varoittelee siitä), joiden yhteydessä Kathleen voi korostaa, ettei ole itse harrastanut “mitään sellaista”. Vastaavasti Banks kehottaa lukijoitaan ohittamaan tiukasti kaikki seksuaaliset lähentymisyrietykset. Molemmat tekstit erottavat siis päättäväisesti todellisen romanssin seksileikeistä.⁴³

Love Online, *Sinulle on postia*, elokuvan kommentaarit sekä muut verkkorakkautta käsittelevä mediateksti siis kuvaavat verkkopariutumista. Entä millaisia ymmärryksiä sukupuolesta ja erosta niistä sitten voidaan lukea? Kysymykseen voitaisiin vastata vaikkapa muotoiluilla “teksteistä voi lukea oletuksia heteroseksuaalisen halun ohjaamasta naiseudesta, kiinteästä parisuhteesta naisen elämän keskeisenä päämääränä, todellisesta minuudesta sisäisenä ja romanssin kautta löydetävissä olevana olemuksena.” Toisaalta on syytä huomioida, että nämä tekstit edustavat hyvin eri tasoisia sukupuolen tekemisiä ja sukupuolitettujen mediaympäristön tuottamisia, eikä niistä voi lukea yhtä aukotonta sukupuolilymmärrystä tai -mallia. Lisäksi on huomioitava, että verkon käytöt ovat ratkaisevasti monimuotoisempia kuin palveluiden tarjoamien kehykset tai opaskirjojen antamat suuntaviivat ja kategoriat. Yleistasolla voidaan kuitenkin todeta, että palveluiden sukupuolittaminen pohjaa tietyille kaksinapaiselle sukupuolimallille ja hyödyntää romanssia kerronnallisena strategiana, jonka kautta voidaan puhua seksuaalisuudesta. Romanttisen retoriikan ja palveluiden seksipainotteisten käyttöjen välillä näyttääkin olevan käsitteellinen kuilu, tai ehkä paremminkin vapaa liuku, joka voidaan kuitenkin ymmärtää palvelukehyksiä jäsentävän sukupuolilymmärryksen kautta.

Laura Banksin teoksessa on muun muassa luku “Mars ja Venus kyberavaruudessa”. Alkuesittelyn mukaan “Kyberavaruus ei muuta todellisuutta. Luku 7 uppoutuu sukupuolten välisiin – jopa kyberavaruudessa –käytäviin peleihin ja kamppailuihin”.⁴⁴ Banks hyödyntää halki kirjansa samaista Mars ja Venus –logiikkaa, jossa sukupuoliero jäsentyy suurena erona ja naiset ja miehet näyttävät olevan kuin eri planeetoilta kotoisin. Viittauskohtana toimivat John Grayn populaarit parisuhdeoppaat, jotka ovat menestyneet Suomessakin. Banksin mukaan Grayn kirjat auttavat ymmärtämään “joitain sukupuolten välisiä fyysiset erot ylittäviä perustavanlaatuisia eroja. Tapamme kommunikoida, tarpeemme ja tapamme käsitellä läheisyyttä ja stressiä saavat miehet ja naiset usein käyttäytymään kuin he olisivat eri planeetoilta”.⁴⁵ Nämä erot eivät ole häivyttävissä vaan määrittävät Banksin mukaan kaikkea kommunikaatiota. Banks auttaa lukijoita kuvailemassaan sodassa tarjoamalla muun muassa turvallisen konventionaalaisia sääntöjä: miehen tulee ottaa

⁴² <http://www.youvegotmail.com/cmp/story168.html>

⁴³ *Sinulle on postia* eroaa parisuhteen kuvausessa(kin) muista 1990-luvun Internet-fiktioista (kuten *Ruohonleikkaaja*), joissa kierrätetään usein seksuaalisuuden ja uhan yhteyttä sekä paradoksaalista “ruumiittoman ruumiillisuuden” ajatusta: kyberavaruuteen soljahtanut ja siten ruumiinsa taakse jättänyt henkilöahmo saa uuden (“oikeaa sukupuoltaan” vastaavan) ruumiillisuuden harrastaakseen kyberseksiä. Ks. Claudia Springer, *Electronic Eros: Bodies and Desire in the Postindustrial Age*. Austin: University of Texas Press 1996, passim.

⁴⁴ Banks 1996, 14.

⁴⁵ *Ibid.*, 92

⁴⁶ Teemasta ks. Susanna Paasonen, "Naisongelma, eli kuinka naispuolisia verkkokäyttäjiä puhutellaan". *Tiedotustutkimus* 4/1999, 34-48. Liisa Tainio on tutkinut populaarien parisuhdeoppaiden sukupuoliymmärryksiä kielitieteen näkökulmasta. Ks. Liisa Tainio, "Opaskirjojen kieli ikkunana suomalaiseen parisuhteeseen". *Naisitutkimus – Kvinnoforskning* 1/1999.

⁴⁷ Kuten yllä mainitut iNET chatin kanavat, Saunalahden chat-kanavat tai Aatami ja Eeva – keskusteluryhmä.

johtorooli sähköpostiviesteihin vastaamisessa ja mahdollisessa puhelinkommunikaatiossa, eikä naisen tule olla liian helposti saatavilla.

Mars ja Venus -malliin sisältyy vahva komplementaarisuuden ajatus, eli sukupuolet nähdään toisiaan täydentävinä "puoliskoina", joiden erilaisuudet tukevat toisiaan. Samalla yksittäiset naiset ja miehet nousevat "lajinsa" geneeriseksi edustajiksi, joihin on sisäänrakennettu peruuttamaton ero. Niinpä malli ei jätä tilaa juurikaan muulle kuin heterohalulle ja kaksinapaiselle sukupuolikäsitykselle, jota interplanetaarinen määritelmä luonnollistaa.⁴⁶ Esimerkiksi iNETin chat-kanavat on luokiteltu lähtökohtaisesti akselilla tytöt ja pojat, miehet ja naiset, sedät ja tädit, urokset ja naaraat, josta on vaikea lukea muuta kuin kaksinapaisia sukupuolen muodostelmia. Kiinnostavaa kyllä, sukupuolen määrittely on keskusteluissa niin keskeistä, että sukupuoli saattaa toimia nimimerkinä. Tällöin viestin lähettäjä ottaa position sukupuolensa edustajana ja ikään kuin puhuu sen suulla esittäen "naisen" tai "miehen" mielipiteitä. Sukupuoli nousee tässä minän keskeisimmäksi määreeksi, jota voidaan täydentää esimerkiksi iän tai asuinpaikan avulla. Koska Mars ja Venus -logiikka pohjaa peruuttamattomaan ja sisäsyntyiseen eroon, voidaan sukupuolierolle jäsenneyissä palveluissa⁴⁷ nähdä eräänlainen sukupuolten välinen leikki, jonka kautta merkityksellistetään ja tuotetaan sukupuolieroa ja sukupuolikategorioita. Keskustelujen keskeisenä fokuksena onkin, mistä naiset ja miehet pitävät, mitä naiset ja miehet ajattelevat, tuntevat ja kokevat. "Mars" ja "Venus" siis vertailevat kokemuksiaan, kasvattavat tietämystään "vieraasta planeetasta" ja usein flirttailevat keskenään.

Kaikki seksiin ja parisuhteisiin keskittyvät keskustelut eivät suinkaan käsittele heteroseksuaalisuutta ja treffipalveluissa on runsaasti myös homo-seksuaalisia ilmoituksia. Voidaan kuitenkin sanoa heteroseksuaalisuuden toimivan normina, johon muita haluja ja seksuaalisuuksia peilataan ja jota vastaan niitä arvotetaan esimerkiksi Ellien ihmissuhdesivuilla. Love@aol:n mainoksena toimivat onnistuneet verkkoromanssit ovat poikkeuksetta heteroseksuaalisia, samoin kuin Laura Banksin opasteoksen esimerkkioromanssitkin. Elokuvan *Simulle on postia* kannalta on kiinnostavaa, ettei chat-suhteisiin usein liitettävä epävarmuus partnerin "todellisesta" sukupuolesta saa siinä mitään sijaa: vaihtoehto nostetaan esille, mutta hylätään saman tien. Näin elokuva kiertää muuhun kuin heterohaluun viittaamisen karikot. Samalla se näyttäisi todentavan Banksin oletusta siitä, että sukupuoliero leimaa peruuttamattomasti kaikkea kommunikaatiota, mistä johtuen Mars ja Venus tunnistavat toisensa "kuin luonnostaan".

Kesy media

Rakkautta kertomuksellistamiseen ja romanttiseen puheeseen keskittyminen on yksi keino domesticoida eli kotoistaa Internetin kaltaista mediaa, tehdä sen palveluita tutuiksi ja "vaarattomiksi". Elokuvan *Simulle on postia* ja teoksen *Love Online* kaltaiset mediatekstit osallistuvat tähän kotoistamiseen sekä Internet-palveluiden kohdentamiseen naiskäyttäjille. Toisaalta romanssi ja parisuhteet tuottavat turvalliset kehykset palveluiden hyvinkin seksipainotteisten keskustelujen lukemiselle ja niihin osallistumiselle. Romanssipuhe on myös eräänlainen sukupuoliteknologia, joka tuottaa ymmärrystä naisista yksityiselämän saloihin perehtyneinä ja niistä kiinnostuneina "emotioonaali-

suuden asiantuntijoina“, joiden nettikäytön keskeisenä motiivina voidaan esittää niin partnerin löytäminen (*Sinulle on postia*, *Love Online*) tai intiimeistä asioista keskusteleminen ja kokemusten jakaminen (Ellit). Uuteen mediaan liitettävät sukupuoliymärykset eivät siis ole väistämättä mitenkään uusia tai tuoreita

Vastaavasti Internet on julkisuuden kyllästävä ja usein tulevaisuuden lupauksiin kiedottu media, joka seksikkyydessään antaa elokuvalle lisäarvoa. Bolteria ja Grusinia mukaillen *Sinulle on postia* remedioi Internetiä ja siihen liittyviä romanttisen täyttymyksen lupauksia, jotka puolestaan juontuvat elokuvista ja muusta kerronnallisesta fiktiosta. Nämä remedioimiset ja kierrättämiset ovat peruuttamattomasti nivoutuneet kaupallisiin päämääriin ja yhteistyösopimuksiin, jotka kiertävät elokuvasta verkkopalveluihin, opaskirjoihin ja elokuvan verkkosivuilta moneenkin suuntaan. Eritoten elokuvan verkkosivusto www.youvegetmail.com tiivistää useita intermediaalisuuden, romanttisen kertomusmuodon ja rakkausideaalien kysymyksiä tavoissaan kierrättää elokuvakertomusta ja sen henkilöahmoja, verkkopalveluita ja romanttisia kertomuksia.

Sinulle on postia havainnollistaa osaltaan elokuvien ja muiden medioiden välisiä tiiviitä siteitä sekä mediatuotteiden samanaikaista sijaintia eri medioissa. Se havainnollistaa myös taloudellisten yhteyksien monitahoista verkkoa, joka kattaa niin elokuvakertomuksen, sen mainonnan kuin myöhemmän kierrätyksenkin. Kiinnostavaa kyllä, elokuva on muodostunut eräänlaiseksi nettiromanssin prototyypiksi, jonka avulla voidaan kuvittaa rakkauden mahdollisuuksia tietoverkoissa tai viitata niihin. Kathleenin ja Joen suhde kiertää eri medioissa nimenomaan ikonisena nettiromanssina, jolloin elokuvakertomuksen muut ulottuvuudet jäävät vähemmälle huomiolle. Itse asiassa elokuvassa esitettävä nettiromanssin *teema* onkin sen elokuvallista toteutusta kiinnostavampi ja ”seksikkäämpi”. Romanssi kääntyy elokuvassa ja siihen liittyvissä mediateksteissä kaupankäynniksi, jossa ei viime kädessä ole kyse niinkään rakkauden kaikkivoipaisuudesta kuin Internetin viestintämahdollisuuksista ja niiden todentamisesta.

Monet kiitokset Tarja Laineelle ja Tapio Mäkelälle artikkelia koskevista kommentista!