

Karvan verran kauniimpi?

KARVATTOMUUDEN NORMIN HAASTAMISTA INSTAGRAM-KESKUSTELUISSA

Erica Åberg & Laura Salonen

Tässä tutkimuksessa tarkastelemme karvattomuuden normin haastamista kahden suosituksen suomalaisen lifestyle-vaikuttajan Instagramissa saamien kommenttien kautta. Analysoimme kommentteja ja niistä nousevia teemoja sisällönanalyysin keinoin. Tutkimuksemme luo uutta tietoa siitä, kuinka sosiaalinen media yhtäältä edesauttaa normien muutosta mutta toisaalta kytkee muutoksen entistä tiiviimmin tietynlaisiin ulkonäköihin. Karvaisuuden rajoittamisen sijaan kommentteissa pohdittiin paljon sitä, kenellä on oikeus kommentoida toisten karvoja ja onko muiden ulkonäöstä ylipäättään soveliasta kirjoittaa Instagramissa. Vaikka kielteisistä kommentteista keskusteltiin paljon, hyvin harva kuitenkin kommentoi karvoja negatiivisesti. Kommentteissa karvat miellettiin luonnollisiksi mutta niiden kasvataminen rohkeaksi, mikä aiheuttaa ristivetoa kauneustyön ja luonnollisuuden välille. Voidaankin olettaa, että osittain kieltäytyminen kauneustyöstä ja (rakennettu) luonnollisuus sallitaan niille, joilla on esteettisen pääoman lisäksi riittävästi sosiaalista tai kulttuurista pääomaa. Teoreettisesti artikkelimme sijoittuu niin feministiseen sosiaalisen median tutkimukseen, kehonormien tutkimukseen kuin kulttuurisosiologiseen pääomatutkimukseen.

AVAINSANAT: IHOKARVAT, INFLUENSSERIT, SOSIAALINEN MEDIA, ULKONÄKÖ, ULKONÄKÖNORMIT

Keväällä 2021 julkaistussa esseekokoelmassaan *Tie, totuus ja kuolema* kirjailija Silvia Hosseini kirjoittaa olevansa kyllästynyt siihen, kuinka naiset vielä 2000-luvulla kirjoittavat siitä, mistä naiset ovat kautta aikain kirjoittaneet: naiseudesta. Nais erityisiin aiheisiin keskittyvän kirjallisuuden yltärintonasta johtuen se, miten ”joku elämässään hyvät kortit saanut kirjoittaja” erittelee päätöstään olla ajel-matta säärikarvojaan tai pohtii, onko hänellä ”oikeutta puhua” (Hosseini 2021, 68), turhauttaa Hosseinia. Kirjailijan epäkiinnostuneisuus aiheeseen ei hänen mukaansa johdu niinkään siitä, etteikö hän tunnustaisi esimerkiksi ulkonäkönormien tai huijarisyndrooman olemassaoloa, vaan siitä, että hän näkee tämänkaltaisen sisällön olevan voimaantumispuheessaan ihmisiä tasapäistäväää ja infantilisoivaa ”rohkeuspisteiden keräämistä” (emt., 69).

Vaikka Hosseinin esseessä puhutaan kirjallisuudesta, on siinä nimetty ihokarvakeskustelu ja siihen liittyvä feministinen voimaantumispuhe viime vuosina ollut yksi vakituisista keskustelunaiheista sosiaalisen median vaikuttajamaailmassa. Lisäksi se, että tällä hetkellä luet karvoille omistettua teemanumeroa, kertoo ehkä kuitenkin siitä, että Hosseinin kiinnostuksen saavutettua saturaatiopisteensä karvaisuus yhä puhututtaa sekä digitaalisessa mediassa että sen ulkopuolella. Yksi tätä keskustelua ylläpitävä taho ovat sosiaalisen median vaikuttajat. Sosiaalisen median vaikuttajat voidaan nähdä eräänlaisina uuden ajan ”mikrojulkkiksina” (Abidin 2016; 2018), joiden työ on esittää omaa ”autenttista” itseään sosiaalisessa mediassa (Banet Weiser 2012; Dobson 2015). Heidät voidaan nähdä myös uuden ajan ulkonäkötyöläisinä (Kukkonen ym. 2019), joi-

den työnä on sekä näyttää ”autenttiselta itseltään” että ylläpitää ja uudistaa tiettyjä ulkonäkönormeja markkinoidakseen (ulkonäköönkin liittyviä) kaupallisia yhteistöitä omilla alustoillaan.

Sosiaalisen median mahdollistaman mikrojulisuuden ja kaupallisen mielipidevaikuttamisen lisäksi nykyinen mediakulttuuri avaa tilaa moniäänisyydelle tarjotessaan alustan myös monimuotoisen aktivismin ja erilaisten sosiaalisten liikkeiden nopealle leviämislle. Sosiaalisessa mediassa tapahtuvassa aktivismissa keskeinen pyrkimys on lisätä yhteiskunnassa marginalisoitujen kehojen näkyvyyttä (Sastre 2016).

Tämän artikkelin keskiössä ovat sosiaalisen median vaikuttajat ja (naisten) ihokarvat. Tutkimme karvattomuuteen liittyviä sanallistettuja sosiaalisia normeja, joita sekä ylläpidetään että haastetaan sosiaalisessa mediassa. Tarkastelemme sisällönanalyysin keinoin kommentteja, joita suomalaisen sosiaalisen median vaikuttajien Maiju Voutilaisen ja Jenni Rotosen karvattomuuden normeja haastavat Instagram-kuvat saivat. Tarkastelussa on kummaltakin yksi kuva, ja kuvat keräsivät yhteensä 838 kommenttia aikavälillä 2018–2020. Valitsimme nämä vaikuttajat heidän tunnettuutensa mutta myös postausten ajankohdan ja niiden oletettujen yleisöjen eroavaisuuksien vuoksi. Olemme kiinnostuneita siitä, miten karvattomuuden normia haastetaan mutta myös rakennetaan kommentteissa ja miten asema sosiaalisen median vaikuttajana vaikuttaa kommenttien sisältöön.

TEOREETTISIA NÄKÖKULMIA KARVOITUKSEEN: NORMITTAVA KATSE NAISRUUMIISEEN

Naisten ulkonäön normatiivinen säätely ja naisruumiiden sosiaalinen kontrolli ovat saaneet historiallisesti erilaisia muotoja eri yhteiskunnissa. Nykyisen länsimaisen kauneusihanteen mukaan naiskehon tulee olla hoikkia ja silkkisen sileitä ollakseen esteettisesti viehättäviä (esim. Bordo 1993; Widdows 2018). Ihmiskehon karvaisuuden luonnollisuudesta huolimatta karvanpoistolla on pitkä historia (Herzig 2015). Naisruumiin karvattomuus nähdään normina (mm. Basow 1991; Tiggemann & Kenyon 1998; Tiggemann & Lewis 2004; Widdows 2018), josta poikkeaa-

minen näyttäytyä ”kammottavan toiseuden” (Fahs 2011) sosiaalisena stigmana. Tässä mielessä voidaankin olettaa, ettei itsensä muokkaaminen karvanpoiston avulla oikeastaan näyttäytyä valintana vaan sosiaalisena vaatimuksena, jonka vanhemmat, kumppanit ja työtoverit mutta myös tuntemattomat ihmiset asettavat naisille sekä verkkovälitteisessä että arkisessa vuorovaikutuksessa. Karvattomuuteen liittyvät normit voidaankin nähdä ensisijaisesti sukupuolituneena, seksuaalisuuteen ja viehättävyyteen liitettyinä ilmiönä. Naiskehon sileyden arvostaminen vaikuttaa globaalilta rodullistamisen, etnisyyden ja yhteiskuntaluokat ylittävältä ilmiöltä (Widdows 2018, 81), mutta siinä on näihin intersektioihin liittyviä sisällöllisesti erilaisia painotuksia.

Parin viime vuosikymmenen aikana karvojaan ajavien ihmisten joukko on sekä lisääntynyt että nuorentunut (Tiggemann & Hodgson 2008) ja ajeltava pinta-ala on kasvanut (Lesnik-Oberstein 2006; Herzig 2015). Filosofi Heather Widdowsin (2018) mukaan karvoihin liittyvä asennemuutos voidaan yhdistää ensinnäkin kauneudenhoitoon liittyvien minimistandardien muutokseen mutta myös hyvään ulkonäköön liitettyyn ”eettiseen ideaaliin”. Samalla karvanpoistosta on tullut niin tavallinen ja arkinen asia, ettei sen tarpeellisuutta tai alkuperää mietitä, saati kyseenalaisteta. Tämä tekee siitä yhteiskunnassa hiljennetyin ”viimeisen tabun”, kuten aiempi tutkimus (Lesnik-Oberstein 2006; Smelik 2015) karvattomuuden normia kutsuu. Siinä missä naisten karvaisuus on sukupolvi kerrallaan vähentynyt, se on samanaikaisesti alettu yhdistää varsinaisesti siihen liittymättömiin asioihin, kuten puhtauteen ja seksikumppaneiden kunnioittamiseen, mutta myös mielenterveyteen (esim. Basow 2011). Tästä johtuen naiset raportoivat usein karvanpoiston syyksi halun näyttää feminiinisiltä, seksuaalisesti viehättäviltä ja haluttavilta (esim. Fahs 2011; Tiggeman & Lewis 2004; Tiggeman & Hodgson 2008), jolloin karvanpoisto nähdään keskeisenä tapana osoittaa ”oikeanlaista” naiseutta ja orientoitua (heteroseksuaalisille) parisuhdemarkkinoille. Erään tutkimuksen mukaan sekä miehet että naiset suhtautuvat naisten karvoitukseen kuvottuneesti, naiset tosin vain omiin karvoihinsa, liittäen niihin käsityksiä likaisuudesta mutta yllättäen myös pilaantuneisuudesta ja syöpäläisistä (Tiggemann & Lewis 2004, 386). Täs-

sä mielessä karvoitukseen ja karvaisuuteen liittyvää arvonmäärittelyä voidaan lähestyä myös abjektin (Kristeva 1982; katso myös Tyler 2009) käsitteen avulla, kuten Smelik (2015) tekee. Kun karvat luokitellaan likaisiksi, sotkuisiksi ja epähygieenisiksi, kehon sisäinen ja ulkoinen tila muodostavat epämääräisen, arvaamattoman ja uhkaavan yhteenliittymän, abjektiuden, jota ei pysty hallitsemaan. Samanlaisia liiallisuuden neuvottelua ja sosiaalista määrittelyä voidaan kuvata myös Mary Douglasin (1966) liian käsitteen kautta: määrittelyt sille, mikä on likaa, eli vaarallista tai väärin, vaihtelevat kulttuureista ja paikoista toiseen. Molemmat käsitteet kuvaavat sitä, millaista rajankäyntiä karvoista käydään: miten ne vastaanotetaan ja miten ne tulevat määrittelyiksi eri ihmisten ja tilanteiden välillä.

Ihokarvoilla on siis voimakas symbolinen merkitys, ja ruumiin sukupuolittunut karvaisuus tai karvattomuus nähdään julkilausuttuna ilmauksena ihmisen sitoutumisesta yhteiskunnassa vallitseviin arvoihin ja normeihin (Synnott 1987). Aiemmassa tutkimuksessa (esim. Basow 1991; seksuaalisuuteen liittyvistä ulkonäkönormeista lisää ks. Huxley & Halliwell 2014) naisten karvaisuus liitettiin osaksi lesboestetiikkaa ja feminismiä, jolloin karvanpoisto kytkeytyi vahvasti seksuaalisuuteen ja vallitsevan heteronormin ylläpitämiseen. Leslik-Obersteinin (2006) mukaan karvanpoistoon liittyvät toiminnot myös sekä osoittavat että rakentavat sukupuolten välisiä eroja patriarkalisessa yhteiskunnassa. Naiskehoa ylläpidetään kulttuurisesti ja sosiaalisesti feminiinisiksi mielletyn tavoin, ikään kuin rakentamalla siitä ”ei-mies” ja poistamalla siitä ”mieheys” ja maskuliiniseksi koetut asiat – kuten ihokarvat. Samanaikaisesti mieheys on neutraali kategoria, jota ei tarvitse rakentaa ja ansaita samalla tavalla kuin naiseutta. Ollakseen ulkoisesti norminmukainen ja osoittaakseen oikeanlaista feminiinisyttä naisten tulee muokata itseään monin tavoin ja piilottaa ”luonnollisuus” itsessään erilaisen keho- ja kauneustyön (esim. Gimlin 2002) avulla.

On selvää, etteivät yksilöt pysty valitsemaan kauneusihanteita, mutta he pystyvät demografioidensa, esimerkiksi ikänsä ja sukupuolensa, mukaan valitsemaan sen, millä intensiteetillä niihin mukautuvat, esimerkiksi samaistumalla erilaisiin ulkonäöllisiin alakulttuureihin (Widdows 2018). Nor-

minvastaisia kauneusihanteita menestyksekkäästi edustavat yhteisöt koostuvat useimmiten hyvin etuoikeutetuista yksilöistä, kuten esimerkiksi Giseline Kuipers (2015) tutkimuksessaan osoittaa: nuoremmat, korkeammin koulutetut ja kaupunkialueella asuvat henkilöt, joilla oli paljon kulttuurista pääomaa, pitivät useammin ”kiinnostavaa” tai ”autenttista” ulkonäköä, kuten androgyniyyttä, viehättävänä. Tässä mielessä on hyvin todennäköistä, että henkilöt, joilla on mahdollisuus myös menestyksekkäästi toistaa (tai hyödyntää) yleisesti yhteiskunnassa marginalisoitua ulkonäköä, ovat myös muilla tavoin etuoikeutettuja.

SOSIAALINEN MEDIA, VAIKUTTAJAT JA AKTIVISMI

Sosiaalinen media on tänä päivänä keskeinen osa ihmisten arkielämää. Vuonna 2020 jopa 69 % Suomen väestöstä ja 92 % alle 35-vuotiaista oli seurannut jotain yhteisöpalvelua viimeisten kolmen kuukauden aikana (Tilastokeskus 2020). Sosiaalisen median merkitys ja käyttötarkoitus ovat laajoja. Oman elämän dokumentoimisen lisäksi se mahdollistaa erilaiset löyhät yhteenliittymät esimerkiksi meemien ja kissavideoiden seuraamisen ja tuottamisen parissa, mutta myös ammatillisen verkostoitumisen sekä yhteydenpidon sukulaisiin ja ystäviin.

Sosiaalisen median nousun myötä esiin on nousut niin kutsuttujen sosiaalisen median vaikuttajien eli influenssereiden ammattikunta. Näiden vaikuttajien ja bloggareiden työ sekä työolot ovat kiinnostaneet tutkijoita laajasti (esim. Abidin 2016; Duffy 2017; Senft 2013). Kiinnostavaa onkin, että näennäisestä ”unelmaduunista” ja vapaudestaan huolimatta vaikuttajien voidaan myös ajatella edustavan uutta prekaaria työvoimaa, jonka työn haittapuolena on jatkuva ahdistus työn jatkuvuudesta, sisällön kiinnostavuudesta sekä paineesta uusiutua ollakseen relevantti toimija kentällä (esim. Duffy 2017). Toisaalta sosiaalisen median vaikuttajan kiinnostuvuutta lisääviä taktikoita ovat juuri henkilökohtaisten asioiden jakaminen ja tunnustuksellisuus (esim. Lehto 2021). Näitä toteutetaan usein oman jaksamisen kustannuksella. Vaikuttajat jakavat sosiaalisessa mediassa kotejaan, elämiään ja tunteitaan tuntemattomille seuraajilleen, mikä hämärtää

työn ja henkilökohtaisen elämän rajoja. Mari Lehto (2021) käyttää käsitettä ”neuroottinen vaikuttaja” kuvaamaan sukupuolittuneen vaikuttajatyön ambivalenttia luonnetta: sitä miten vaikuttajan täytyy sopeutua ristiriitaisiin odotuksiin ja piilottaa omat tunteensa, jotta olisi sopivalla tavalla samaistuttava. Myös karvojen kasvatus ja aiheen raportointi sosiaalisessa mediassa voidaan nähdä osana tällaisen henkilökohtaisen ja julkisen rajan hämärtymistä.

Sosiaalisen median mahdollistaman mikrojulkiisuuden ja kaupallisen mielipidevaikuttamisen (Abidin 2018; Senft 2013) lisäksi nykyinen mediakulttuuri mahdollistaa myös erilaisten aktivismien ja sosiaalisten liikkeiden nopean leviämisen, joista tunnetuimpia viimeaikaisia esimerkkejä ovat #metoo ja Black Lives Matter. Koska sosiaalinen media, erityisesti visuaalinen Instagram, keskittyy paljossa ihmisten visuaaliseen esittämiseen, on luontevaa, että sen kautta tapahtuva aktivismi liittyy usein kehollisuuteen tai ulkonäköön. Esimerkiksi kehopositivisuuteen keskittyvillä tileillä tai blogeissa (Hynnä & Kyrölä 2019; Sastre 2016; Puhakka 2018) ulkonäkönormia haastetaan lisäämällä yhteiskunnassa marginalisoitujen kehojen näkyvyyttä ja luomalla omia ulkonäöllisiä kuplia, jossa marginalisoidun ulkonäön estetisointi otetaan omiin käsiin (esim. Tiidenberg & Gomez-Cruz 2015). Tämä tapahtuu useimmiten itse otettujen kuvien, selfieiden, avulla; niillä haastetaan sekä toisten että omia mielikuvia omasta ruumiista. Kaisu Hynnän (2019) mukaan itsensä kuvaamisessa on samanaikaisesti kyse sekä oman kehon katsomisesta että sen kokemisesta. Samalla käsitystä siitä, mikä naisruumiissa mielletään ”valokuvaamisen arvoiseksi” (Tiidenberg 2018; ks. myös Bourdieu 1996, 6) laajennetaan estetisoimalla ”kiellettyjä” tai toisetutettuja kehonosia ja itsensä esittämisen tapoja.

Yksi karvoihin liittyvä esimerkki tällaisesta sosiaalisen median kehonormia rikkovasta sosiaalisesta liikkeestä on ollut vuonna 2018 alkanut *Januhairy*-kampanja. Kampanjassa naiset ympäri maailman kasvattavat ihokarvojaan ja kuvaavat niitä tammikuun ajan sosiaaliseen mediaan, liittäen oheen kampanjan tunnisteiden. Näin kukin kuva ja kuvaaja liittyvät sosiaalisen median huomiotalouteen (Marwick 2015), jolloin kaikki aiheesta kiinnostuneet pääsevät näkemään kuvan ja kommentoimaan

sitä. Voidaan olettaa, että tässäkin artikkelissa tarkastellut kuvat ainakin osittain liittyvät mainittuun kampanjaan, osuen samaan ajankohtaan ja lainaten samoja tunnisteita.

Olemme aiemmassa tutkimuksessamme (Åberg & Salonen 2022) perehtyneet *Januhairy*-kampanjaan ja todenneet, että suurin osa siihen vuoteen 2019 mennessä osallistuneista henkilöistä oli länsimaisen kauneusihanteen mukaisia: pääasiassa valkoisia, hoikkia ja muuten ”sileitä” kehoja. Kuvien alla olevia saatesanoja analysoidessamme löysimme erilaisia teemoja, joista yleisin oli jollakin lailla voimaantumiseen liittyvä teema, jonka alateemoissa korostuivat rohkeuden, itsensä hyväksymisen ja häpeämättömyyden aihealueet. Toiseksi yleisin tapa kuvailla karvoja oli luonnollisuus. Kuvien kommentteista suurin osa oli positiivisia ja rohkaisevia. Myönteisten kommenttien sisältö koostui lähinnä kuvaajan ulkonäköä, kauneutta tai seksikkyyttä ylistävistä sanallistuksista, mutta joukossa esiintyi myös mainintoja rohkeudesta ja luonnollisuudesta. Kiinnostavaa rohkeutta esiin nostavissa kommentteissa oli se, että niissä käytettiin esimerkiksi ilmaisua ”*yaaa queen*”, jota aiemmassa tutkimuksessa (Branfman 2020) on kuvattu drag-yhteisöltä lainatuksi *queer glamoriksi* mielletäväksi sanastoksi tai naismaskuliinisuudeksi (Habelstam 1998) nimetyksi itseilmaisuksi. Negatiivisia kommentteja oli huomattavasti vähemmän, ja niissä karvakuvia luonnehdittiin joko ällöttäviksi tai epähygieenisiksi. Kommentit saattoivat olla myös kuvan tallentanutta henkilöä muulla tavoin sosiaalisesti häpäiseviä, jopa rasistisia.

Käsillä olevan artikkelin asetelma eroaa aiemmasta tutkimuksestamme (Åberg & Salonen 2022) siten, että keskitymme nimenomaan suomalaisiin karvattomuuden normeihin. Olemme kiinnostuneita siitä, miten karvattomuuden normia haastetaan mutta myös rakennetaan kommentteissa ja miten asema sosiaalisen median influensserina vaikuttaa kommenttien sisältöön. Aikaisemmassa tutkimuksessa analysoimme kansainvälisten Instagram-tilien kommentteja, joissa tilit olivat pääosin ”tavallisten” ihmisten, eivät some-vaikuttajien tilejä. Lisäksi aiemmassa tutkimuksessamme analysoimme kommenttien ohella myös itse kuvia.

KAUNEUDEN JA KARVAISUUDEN PÄÄOMA SOSIAALISESSA MEDIASSA

Se, mikä mielletään kuvaamisen arvoiseksi tai sosiaalisen median kontekstissa ”instagrammattavaksi”, on aina osa ympäröivän yhteiskunnan arvoja ja esteettisiä arvostuksia (Tiidenberg 2018). Täten kuvat ja niiden saamat kommentit ovat yhteydessä valtaan, kuten luokkaan ja ammattiasemiin, jotka määrittävät ”oikeanlaisen” ja siten tavoiteltavan ulkoisen olemuksen.

Sosiaalisen median aikakautena on myös selvää, että sinne ladatut kuvat kiinnostavat myös yrityksiä, jotka seuraavat, osallistuvat ja myös luovat sosiaaliseen median kampanjoita, jotka näennäisesti haastavat kauneusihanteita. Yksi esimerkki tästä on *Doven Campaign for Real Beauty*, jonka perimmäinen tarkoitus on – kehonormien laajentamisen ohella – tutkijoiden (Gill & Elias 2014) mukaan pikemminkin ollut tunteisiin vetoavien mainosten avulla lähestyä aiemmin sivuutettujen kuluttajien arvoja ja asenteita. Samalla myös naisiin kohdistetut vaatimukset kasvavat: sen lisäksi, että naisten oletetaan työstävän ja kehittävän kehojaan, heidän tulisi olla myös ”mieleltään kauniita” ja rakastaa yhteiskunnassa ja mediassa epätäydellisiksi määriteltyjä kehojaan (ema.). Kulutuskulttuuri siis omii feminismin puhetavat ja estetiikan, kuten stereotyyppian ”karvaisesta feminististä”, ja liittää mielikuvaan uusia merkityksiä, luoden näin uuden tyylin tai arvoja signaloivan tuotemerkin (esim. Repo 2020). Tätä prosessia on kuvattu tavarafeminismin (Goldman ym. 1991) käsitteellä, joka viittaa siihen, miten uudessa kulutuskulttuurissa feministiset ihanteet tai ikonit tyhjennetään niiden poliittisesta merkityksestä ja myydään takaisin kuluttajalle kulutustuotteen muodossa, osana yrityksen kaupallista hyödyn tavoittelua.

Toisaalta on huomioitava, että siinä missä digitaalisen ajan ja mobiiliteknologian myötä kauneusihanteet ovat entistä nopeammassa muutoksessa, on niiden sisällön sanottu kaventuneen maailmanlaajuisesti (Jha 2016; Widdows 2018). Samalla on myös tuotu esiin, että perinteinen käsitys naisista avuttomina miesten katseen objekteina yksinkertaistaa liikaa visuaalisen sosiaalisen median logiikkaa ja siellä tapahtuvaa arvon muodostumista (Paasonen ym. 2021). Paasonen ja kumppanit nos-

tavat esiin sen, että selfieiden ymmärtäminen nimenomaan kulttuuri- tai mediatuotteena (ks. myös Hasinoff 2013) henkilökohtaisen sijaan tarjoaa mahdollisuuden nähdä mediassa tapahtuvan itseilmaisuuden myös potentiaalisesti arvokkaana sosiaalisena ja kulttuurisena pääomana (Dobson ym. 2018, 95; ks. myös Ringrose & Harvey 2015), jonka avulla on mahdollista saavuttaa myös muita pääomia. Itseilmaisuuden avulla luotu pääoma on kuitenkin henkilö- ja tilannesidonnaista: ainoastaan jotkut esityksistä pystytään muuttamaan sosiaaliseksi ja taloudelliseksi pääomaksi, kun taas toiset sysäyvät esittäjänsä vielä syvempään sosiaalisen unohtamisen tai sosiaalisesti stigmatisoiduksi. Tärkeää on tunnistaa nimenomaan alustalle ominainen kulttuurinen pääoma, jotta verkkoympäristössä tapahtuva itsen esittäminen on muutettavissa myös kentän ulkopuoliseksi sosiaaliseksi pääomaksi, esimerkiksi verkostoiksi ja sosiaaliseksi arvonnannoksi sekä verkoston sisällä että sen ulkopuolella (Schwarz 2010; ks. myös Åberg 2020). Toisaalta, vaikka sosiaalisen median ajatteluaan mahdollistavan kauneusihanteiden laajenemisen, on myös selvää, että algoritmit ohjaavat siellä sitä, minkälaista sisältöä näemme ja millaisille ulkonäöille altistumme. Se, millaisesta sisällyksestä olemme olleet aiemmin kiinnostuneita, ohjaa myös tulevaa sisältöä sosiaalisessa mediassa (esim. Pariser 2011). Tämän voi ajatella osaltaan kuplautettavan sisältöä ja kapeuttavan käyttäjien ajattelua (Flaxman ym. 2016) ja voimistavan länsimaisten kauneusihanteiden valta-asemaa entisestään.

MAIJU VOUTILAISEN JA JENNI ROTOSEN KARVOISTA KÄYTY INSTAGRAM-KESKUSTELU TUTKIMUSAINEISTONA

Tässä tutkimuksessa käytämme aineistona kommentteja, jotka koskevat sosiaalisen median elämäntapavaikuttajiksi laskettavien Maiju Voutilaisen ja Jenni Rotosen kahta Instagramiin lataamaa kuvaa ihokarvoistaan. Ensimmäinen analysoimamme kuva on tubettajana alun alkaen tunnetuksi tullut Maiju Voutilaisen 28.1.2018 Instagram-tililleen lataama kuva, jossa hän paljastaa ajamattoman kainalonsa. Kuvan teksti ei liity karvoitukseen ja esille asetettu ajelematon kainalo on näkyvyydestään huolimatta ikään kuin sivuosassa, päähuomion

keskittyessä Voutilaisen kädellään peittämiin kasvoihin (ilmeeseen kieli ulkona, nenälävistyksen), tatuointeihin ja kuvassa näkyviin banaaneihin. Saateteksti ”nyt on d-vitamiinit kohillaan ja voi palata takas pimeyteen [liekkiemoji]” vie sekin huomion muuhun kuin kuvassa näkyvään kainaloon. Voutilainen on yksi ensimmäisistä suomalaisista tubettajista, ja hänellä on yhteensä 139 000 Instagram-seuraajaa. Tämä kuva oli saanut 25 172 tykkäystä ja 625 kommenttia (mukaan lukien Voutilaisen omat vastaukset). Ajallisesti kuva sijoittuu tammikuuhun 2018 eli ennen kansainvälisen *Januhairy*-somekampanjan alkua.

Toinen valitsemamme kuva on alun alkaen *Pupulandia*-blogistaan tunnetuksi tulleen Jenni Rotosen jalkakarvoja käsittelevä ja englanniksi kirjoitettu Instagram-sisältö, joka on luotu 1.7.2020. Kuva oli saanut yhteensä 11 814 tykkäystä ja 513 kommenttia (mukaan lukien Rotosen omat vastaukset). Postaus koostuu kahdesta kuvasta, joista ensimmäisessä Jenni istuu yksityisasunnossa vaaleaksi maalatulla puulattialla, hymyillen ja kuvaajaan katsoen, vasen käsi hiuksissaan ja ajamattomat sääret näkyvillä. Sivun pyyhkäisemällä paljastuu lähikuva sääristä. Ajallisesti Jennin päivitys sijoittuu huomattavasti myöhempään aikaan kuin Maijun kuva, ja sen voikin englanninkielisen saatetekstin ja liitettyjen tunnisteiden (kuten esim. #feminism ja #hairylegs) puolesta ajatella tavoittelevan kansainvälistä feminismistä ja *Januhairy*-kampanjan myötä virinneestä karvakeskustelusta kiinnostunutta yleisöä. Rotosella on Instagramissa 43 800 seuraajaa. Molempien vaikuttajien seuraajamäärät on kirjattu toukuussa 2021.

SOSIAALINEN MEDIA TUTKIMUSKOHTENA

Sosiaalista mediaa ja muita vapaasti saatavilla olevia verkkoaineistoja on periaatteessa mahdollista käyttää samalla lailla kuin muutakin julkaistua materiaalia, toteavat verkkotutkimuksen eettisistä haasteista kirjoittaneet Riikka Turtiainen ja Sari Östman (2013, 56). Iso osa tähän mennessä tuotettua sosiaalisen median tutkimusta on tehty tätä periaatetta noudat-

taen. Tästä huolimatta katsoimme kuitenkin tarpeelliseksi kysyä Instagram-tilin omistajien lupaa kuvien ja kommenttien analysointiin tutkimuksessa, koska koimme sosiaalisen median aineistojen käyttämisen ohjeistuksen ja käytänteiden muuttuneen 2010-luvun kuluessa (ks. esim. AOiR:n eettiset ohjeet 2019)¹. Kumpikin vastasi myöntävästi kuvien käyttöön tutkimuksessa, ja näin voimme ajatella informoidun suostumuksen periaatteen täyttyneen kuvien julkaisijoiden kannalta. Sopii toki pohtia, pitäisikö vastavaa informoidun suostumuksen periaatetta noudattaa myös kuvien kommentoijien osalta.

Kaikki keräämämme ja aineistona hyödyntämämme kommentit olivat avoimesti luettavia ja julkisilla profiileilla, joita kuka tahansa saattoi lukea ja joiden kommentointiin kuka tahansa (Instagramiin kirjautunut toimija) saattoi osallistua. Aineiston keruun kohteena olleet profiilit lukijoiheen ja kommentoijineen eivät sinänsä muodostaneet suljettua yhteisöä, jonka jäsenet olisivat voineet kokea kirjoitavansa kommenttinsa vain toistensa nähtäväksi. Kommenttikenttien nimimerkkien perusteella ei ole mahdollista identifioida kommentoijia. Vaikka oletettavasti jotkut kommentoijista käyttävät omia nimiään nimimerkkeinä, näistäkin on mahdollonta päätellä, onko takana todellisia henkilöllisyyksiä. Vaikka tutkittavilla on oikeus tietää olevansa tutkimuksen kohteena, aineiston kerääminen profiiliin omistajien luvalla mutta ilman kommenttien kirjoittajien lupaa voidaan ajatella perustelluksi, koska tutkimus ei ole kiinnostunut henkilökohtaisen tason kommentteista.

AINEISTON ANALYYSI

Analysoimme aineistomme sisällönanalyysin menetelmin (Krippendorff 2004). Tämän menetelmän avulla etsimme kommentteista toistuvia merkitysyksiköitä, eli emojeita, sanoja ja virkkeitä, jotka keskenään viittasivat merkityksellisesti samankaltaiseen ilmiöön. Merkitysyksikkölistan luomisen jälkeen aineisto uudelleenkontekstualisoitiin, ja tämän pohjalta luotiin laajempia teemoja. Yksi merkitysyksikkö voitiin luokitella useampaan teemaan. Tässä

¹ Association of Internet Researchers -yhdistyksen (AoIR) eettinen ohjeistus löytyy osoitteesta: <https://aoir.org/reports/ethics3.pdf>.

tutkimuksessa etsimme teemoja kuviin saaduista kommentteista. Nämä aineistosta nousseet teemat kuvastavat esimerkiksi sitä, miten ilmiöstä (esim. naisten karvoituksesta) keskusteltiin ja millaisia diskursseja aiheesta syntyi, sekä sitä, ketkä keskusteluun saivat tai eivät saaneet osallistua. Analysoimme erikseen kuviin annetut pääkommentit ja näistä erkaantuneet kommenttiketjut, joihin myöhemmin viitataan nimellä ”metakeskustelu”. Metakeskusteluissa ei enää keskustella välttämättä suoraan tallentajan karvoista ja kuvasta, vaan keskustelut leviävät usein täysin eri aiheisiin.

Poistimme kommentteista kuvan tallentajan omat vastaukset sekä yksittäisiä kommentteja, jotka olivat esimerkiksi edellisen kommentin kirjoitusvirheen korjaamista tai duplikaatteja. Duplikaattien sisältö oli kaksi kirjainta tai toisen käyttäjän tägäystä. Näiden poistojen jälkeen tutkimusaineistoksi kertyi yhteensä 838 kommenttia: Maijulta 248 pääkommenttia ja 133 metakeskustelukommenttia ja Jenniltä 340 pääkommenttia ja 117 metakeskustelukommenttia. Raportoimme pääkommenttien ja metakeskustelujen analyysien tulokset pääosin yhdessä nostaan tarvittaessa esiin lähinnä yksittäisiä poikkeavuuksia. Tarkemmat kuvaukset näiden keskustelujen teemoista pää- ja metakeskustelukommentteihin jaoteltuina löytyvät liitetäulukoista 1 (Maijulle) ja 2 (Jennille).

Maijun pääkommenteista 198 oli positiivisia, 29 negatiivisia ja 22 sellaisia, joista oli vaikea sanoa, kumpaa ne edustivat. Löysimme pääkommenteista useita teemoja. Maijun kommentteissa korostuivat positiiviset, kannustavat ja Maijua kehuvat kommentit. Pääosin kommentteissa keskusteltiin siitä, miten jokaisella on oikeus omaan kehoonsa ja karvoihinsa ja miten karvat ovat oikeastaan luonnollisia. Toisaalta niissä pohdittiin sitä, miksi aiheesta edes keskusteltiin. Metakeskusteluissa kirjoitettiin näiden aiheiden lisäksi myös paljon toisten kommentoijien epä/legitiimiydestä, etenkin kommentoijan mahdollisesta nuoresta iästä.

Jennin pääkommenteista 333 oli positiivisia, 4 negatiivisia ja yksi vaikeasti luokiteltava. Jennin kommentteista suurin osa oli Maijun kommenttien tapaan positiivisia ja kannustavia. Maijun kommentteista poiketen Jennin kommentteissa keskusteltiin enemmän karvoihin liittyvistä sosiaalisista nor-

meista (kuten kauneusihanteista) ja omista karvatarinoista sekä kiiteltiin asian esiintuomisesta. Metakeskusteluissa nousivat näiden aiheiden lisäksi esiin myös oikeus omaan kehoon, kehorauha, ekotuotteet sekä karvojen epähygieenisyyden kyseenalaistaminen.

ONKO YKSILÖLLÄ VAPAAUS TEHDÄ OMALLA KEHOLLAAN MITÄ HALUAA?

Suurin osa Maijun ja Jennin saamista kommentteista oli heitä tai heidän kuviensa ihanuutta, rohkeutta, kauneutta tai seksikkyyttä kehuvia. Monet kommentit olivat positiivisia viestejä tai hymiöitä, jotka voidaan ajatella yleisiksi kannustusvieteiksi. Molempia kiitettiin asian esiin nostamisesta, ja useat kommentoijat kertoivat postauksen inspiroineen heitä tai avartaneen heidän maailmankatsomustaan. Monissa kommentteissa peräänkuulutettiin kehorauhaa ja nostettiin esille kaikkien oikeus omana itsenä olemiseen, karvojen kanssa tai ilman, sekä se, miten karvat ovat ”jokaisen oma asia”. Yhdessä kommentissa pidettiin surullisena sitä, että länsimaissa kainalokarvojen kasvattaminen nähdään rohkeutena.

Monissa kommentteissa painotettiin karvojen luonnollisuutta, ja usein nämä kommentit olivat yhdistettynä joko sosiaalisten normien kritiikkiin (”Miksi ylläpidetään tekaistuja/luonnottomia normeja”) tai karvoihin kielteisesti suhtautuvien kommentoijien kommentointiin (”Olet varmaan joku 6v kun et tiedä että naisilla kasvaa karvat”). Sosiaaliset normit nähtiin usein kontrollin välineinä, joiden avulla naisten ulkonäköä arvotetaan. Kommentteissa keskusteltiin karvoihin liittyvistä sosiaalisista normeista etenkin kauneuskäsityksen näkökulmasta: sekä omissa tai muiden silmissä haluttavan ulkonäön nähtiin näissä kommentteissa rakentuvan karvojen tai karvattomuuden avulla (vrt. esim. Fahs 2011). Karvoihin liittyvää sosiaalista normitusta kritisoitiin myös ”luonnollisuuden” näkökulmasta, jolloin naisten karvoitusten alleviivattiin olevan luonnollista. Toisaalta luonnollisuuden nimissä karvattomuuden ideaalia haastettiin myös vetoamalla biologiaan tai evoluutioon, joiden näkökulmasta karvattomuus on luonnontonta. Muutamat kommentoivat myös naisten karvojen tai ylipäänsä ihmisten karvojen olevan ällöttäviä. Karvaisuuden kommentointi ni-

menomaan biologisilla seikoilla tai luonnollisuudella kuvastaa hyvin karvanpoistoon liittyvää tabun (Lesnik-Oberstein 2006; Smelik 2015) tai kammotavan toiseuden (Fahs 2011) luonnetta. Nämä kommentit sivuuttivat sen seikan, että osoittaakseen oikealla tavalla feminiinisyyttään ja ollakseen oikealla tavalla karvaton naisten tulee kuitenkin monella tavalla muokata itseään (esim. Gimlin 2002). Tällöin feminiinisyyden on sosiaalisesti määriteltyä ja rakentunutta, ei luonnollista.

Osa koki karvoista nousseen kohun ylimitoitetuiksi, eivätkä kaikki edes olleet kiinnittäneet huomiota kuvissa näkyviin karvoihin. Muutamat innostuivat kertomaan myös omista karvankasvatustarinoistaan. Negatiivisissa kommentteissa karvat koettiin ällöttäviksi, epäsiesteiksi tai epähygieenisiksi ja naisten karvaisuus yhdistettiin muun muassa ”takapuolen pyyhkimättä jättämiseen”. Nämä negatiiviset keskustelut rinnastuvat aiemman tutkimuksen osoittamiin likaisuuden ja ällöttävyyden diskursseihin (Douglas 1966, ks. myös esim. Smelik 2015; Tiggemann & Lewis 2004) ja kuvotuksen kautta tapahtuvaan toiseuttamiseen (Kristeva 1982; ks. myös Tyler 2009).

Maijun metakeskustelussa korostui Maijun ja karvojen puolustaminen sekä muiden kommentoijien iän arvailu ja heidän nuoruudestaan naljailu. Se, minkä ikäisiksi muut kommentoijat arvioitiin, vaihteli, mutta logiikka oli sama: noin nuori ei ole oikeutettu kommentoimaan aikuisen naisen karvoitusta tai ulkonäköä, eikä nuorten kanssa ole syytä kinaata. Kommentoijien nuoruuden arvuuttelu saattaa selittyä Maijun omalla iällä ja tubettajataustalla ja sitä kautta sillä, että hänen seuraajansa ovat oletettavasti nuorempia kuin Jennillä. Jennin metakeskusteluissa keskustelunaiheeksi nousi myös mielipiteen- ja sananvapaus. Osa kommentoijista katsoi, että myös karvattomuudesta saa tykätä ja se pitää voida sanoa ääneen, kun taas osa kylläkin hyväksyi oikeuden tällaiseen mielipiteeseen mutta koki sen ääneen sanomisen ongelmallisena. Eräissä kommentteissa kritisoitiin Jennin tyyliä tuoda karva-asiaa esille ja pidettiin sitä liian provokatiivisena ja sellaisena ”aatteen” eteenpäin viemisen kannalta haitallisena. Karvojen epäsiisteystensä ja niiden rinnastamisesta kuukautisiin, kestopiteisiin ja kuukautiskuppeihin käytiin myös suhteellisen paljon keskustelua.

KARVATTOMUUDEN NORMIN MÄÄRITTELY JA UUELLEEN TUOTTAMINEN KOMMENTEISSA

Kommentoijat nostivat usein esiin kuvailuja siitä, miten kauneusihanteet ja yhteiskunnassa ylläpidetyt ideaalit ”oikeanlaisesta” naisesta ja miehestä ohjaavat naisia karvojen ajeluun. He kokivat, että karvattomuuden ideaalia opitaan lähipiiriltä ja ylläpidetään esimerkiksi karvoihin liitetyn katseen ja siihen yhdistyvän häpeän avulla. Kun karvattomuuden normia tukevat kauneusihanteet oli ensin tunnistettu ja määritelty kommentteissa, nähtiin asetettujen ideaalin rikkominen rohkeana. Vaikka kuvan tallentajan rohkeutta kehuva kommentointi oli tarkoitettu positiiviseksi, on sillä myös toinen puoli: se luo uudelleen karvattomuuden normia alleviivaten karvaisuuden erikoisuutta ja sitä, ettei kommentoija itse uskaltaisi tehdä ulkonäöllään vastaavaa tempua ja julkistaa sitä.

Rohkeuden lisäksi karvattomuuden äärellä keskusteltiin siitä, ketä normi eniten koskettaa ja kenellä näin ollen on oikeus kommentoida toisten karvoja. Kommenttien ja käydyn keskustelun mukaan karvaisuuteen liittyvät ulkonäkönormit rajoittavat lähinnä nuoria aikuisia naisia. Tämä johti keskusteluun siitä, kuka on oikeutettu ensinnäkin keskustelemaan aiheesta tai toisaalta kritisoimaan toisten (naisten) karvaisuutta tai karvattomuutta. Esimerkiksi yhteiskunnallisessa keskustelussa usein esiin nostetulla, erilaisia tiedostamattomia etuoikeuksia ja tietynlaista keskiluokkaista moukkamaisuutta edustavalla ”valkoisella heteromiehellä” ei koettu olevan oikeutta kommentoida asiaa, koska naiseen liittyvät normit eivät kosketa heitä. Samoin liian nuorien kommentoijien mielipiteen- ja sananvapaus karvojen suhteen kyseenalaistettiin. Tämä johtui siitä, ettei heitä nähdä vielä itsekriittisinä ajattelijoina vaan lähinnä vallitsevat valtakäsitykset omaksumeina ja niitä asenteissaan toistelevina ”lapsina”, joilla ei iästään johtuen ole oikeutta kommentoida muiden karvankasvua. Negatiivisia kommentteja oli kuitenkin todella vähän kaikista kommentteista.

Karvattomuuden normin rikkominen nähtiin kommentteissa myös feministisenä tekona, rohkeutena ja normin haastamisena riippumatta siitä, miten kuvan tallentaja oli toimintansa kirjallisesti kehystänyt, ja liittyen usein pikemminkin siihen, mi-

ten keskustelu muotoutui kommenteissa. Toisaalta sosiaaliseen mediaan ladattu kuva karvoituksesta nähtiin myös provokaationa tai ”vääränä tapana” edistää tasa-arvoa ja puolustaa karvojen luonnollisuutta sekä kritisoida sukupuolittuneita kauneushanteita tai ulkonäön perusteella arvottamista. Se nähtiin turhana ”huomion kerjäämisenä”, jossa karvojen shokkiarvoa pyrittiin hyödyntämään omiin tarkoituksiin, ei yhteiskunnallisena tekona tai haluna muutokseen. Kiinnostavaa kommenteissa oli myös se, miten karvaisuus liitettiin myös muihin vaihtoehtoihin kulutuskuultuureihin ja erityisesti kuukautisiin: kuukautiskuppeihin, kesto-siteisiin, tai suojattomuuteen. Tällaiset rinnastukset voi nähdä jatkumona aiempaan keskusteluun siitä, miten karvaisuus liitettiin myös likaisuuteen (esim. Tigge-mann & Lewis 2004): siihen, ettei karvansa luonnontilaan päästävä ihminen käy suihkussa tai käytä vesapaperia vessassa.

MAIJUN JA JENNIN KOMMENTTIEN EROAVAIUUDET

Kuvien kommenteissa oli selkeitä eroavaisuuksia sekä kommenttien sisällöissä, esiin nousseissa teemoissa että keskustelutyyleissä. Nämä erot voivat johtua useasta eri seikasta: postausten aikaerosta globaaliin karvatrendiin, eli esimerkiksi 2018 alkaneeseen *Januhairy*-liikkeeseen nähden, eri ikäisistä seuraajista tai postausten erilaisista saateteksteistä. Yleisesti Maijun osakseen saamat kommentit olivat keskimäärin lyhyempiä, vaikkakin yleisiä tsemppiviestejä oli Jennin saamiin kommentteihin verrattuna vähemmän. Kommentointitapa heijastanee sitä, että Maijun seuraajat ovat todennäköisesti keskimäärin nuorempia kuin Jennin seuraajat. Maijun kuvassa kommentit olivat useammin lyhyitä mutta runsaita, ja niissä esimerkiksi kyseenalaistettiin ylipäätään tarve puhua kenenkään karvoista. Tämän voi tulkita usealla tavalla. Yksi tulkinta on, että nuoremmille sosiaalisen median käyttäjille, joita Maijun seuraajat oletettavasti ovat, karvat (tai muu ulkonäöllinen itseilmaisus) ovat tavallinen asia, jolloin vaikiintunut normi on se, että oman kehon kanssa saa tehdä mitä itse haluaa.

Maijun kuvan saamiin verrattuna Jennin kuvan kommentit olivat pitkiä ja polveilevia. Jennin saa-

mista kommenteista suurin osa oli tsemppiviestejä, mutta varsinaiset kirjoitetut kommentit olivat usein pidempiä tai pohdiskelevampia kuin Maijun saamat. Jennin kuvan yhteydessä käytiin esimerkiksi syvällisempää keskustelua sosiaalisista normeista ja karvattomuuden ideaalista sekä kerrottiin oma-kohtaisia kokemuksia karvojen kasvattamisesta. Eroavaisuuksia oli myös karvaisuutta komppaavien kommenttien lukumäärässä: Jennillä komppauksia oli huomattavasti enemmän. Jennin postauksessa oli enemmän yhteiskunnallista pohdintaa ulkonäköön liittyvistä normeista, ja sen kirjoituskieli oli englantia, joten sen voi tulkita osoittavan tietynlaisista keskiluokkaista normaaliutta, refleksiivisyyttä ja kulttuurista pääomaa, kun taas Maijun postaus keskittyi enemmän vain näkymiseen ja esteettisesti kiinnostavan, autenttisen ulkonäön (esim. Kuipers 2015) digitaaliseen esittämiseen ilman analysoivaa sisältöä. Nämä sisällölliset erot voidaan nähdä tietyn kenttäsidonnaisen ja paikallisen kulttuurisen pääoman esittämisenä (Schwartz 2010; ks. myös Åberg 2020). Oikeanlainen itsensä esittäminen on mahdollista muuttaa myös kentän ulkopuoliseksi pääomiksi, sosiaalisiksi verkostoiksi tai arvonannoksi. Voidaan myös olettaa, että vaikuttajien tapauksessa oikeanlainen itsensä esittäminen kerryttää myös taloudellista pääomaa erilaisten yhteistöiden kautta.

Huolimatta kommenttien sisällöllisistä eroista keskustelu päättyi molempien kuvien osalta samaan lopputulokseen: jokaisen tulisi saada tehdä keholaan ja ulkonäöllään mitä haluaa. Tutkimustuloksena tämä ensisilmäyksellä vaikuttaa itsestään selvältä, jopa lattealta, mutta samalla kuitenkin paljastaa sen, miten ulkonäkönormeja lähestytään keskusteluissa yksilön näkökulmasta. Kommenttien välillä näkyy eroja kuitenkin myös siinä, miten sosiaalisen median kenttäsidonnaisten normien nähdään erovan ”oikean elämän” ulkonäkönormeista ja kuinka halukkaita normeja ollaan rikkomaan omassa elämässä. Sosiaalisessa mediassa kynnys normien haastamiseen on matalampi, koska esitystä ja sen saamia kommentteja on helpompi säädellä. Tämä esittämisen ja todellisen elämän ero näkyy esimerkiksi Jennin saamissa kommenteissa siinä, miten karvaisuudella osoitettua rohkeutta ihailaan, mutta samaa rohkeutta ei omassa elämässä kuitenkaan uskalleta toteuttaa. Toisaalta tämä saattaa selittyä myös sosi-

aalisen median vaikuttajuuteen liittyvällä, seuraajien, kaupallisten yhteistöiden ja muun sosiaalisen aseman mukanaan tuomalla suojalla. Tunnistamme myös sen, että koska molemmat sisällöntuottajat ovat alun alkaen tuottaneet ja yhä edelleen tuottavat myös muuta sisältöä Youtubeen ja blogiin, on Instagram heille kenties toissijainen päivittämisen kohde. Toisaalta heidän voi ikänsä mutta myös primäärialustansa (YouTube vs. blogi) perusteella ajatella houkuttelevan erilaisia yleisöjä, ja voi myös olettaa alustan ohjaavan sitä, millaisia keskustelut ylipäättään tapaavat olla.

Aiemmin keräämäämme kansainväliseen aineistoon (Åberg & Salonen 2022) verrattuna tätä artikkelia varten keräämässämme aineistossa oli vähemmän karvoihin liittyvää fetissipuhetta mutta myös vähemmän negatiivisia kommentteja. Tämä aineisto oli myös huomattavasti rikkaampi teemoiltaan. Kansainväliseen aineistoon verrattuna erityisesti metakeskusteluissa puhuttiin karvojen normeista ja niiden haastamisesta paljon vähemmän. Suurin osa kiihkeästäkin kommentoinnista oli aika yksimielistä siitä, että kuka tahansa saa olla karvaton tai karvainen ja kaikilla on sekä oikeus mielipiteeseensä että oikeus olla oma itsensä. Enemmän kommentointi koski sitä, kuka saa kommentoida ja miten muiden ulkonäköä on soveliasta kommentoida. Kiinnostavaa oli myös se, miten negatiivisista kommentteista keskusteltiin paljon, vaikka noita kielteisiä kommentteja oli suhteellisen vähän.

Käyttämämme sisällönanalyysi soveltuu tämän kaltaiseen ison sosiaalisen median aineiston analysoimiseen ja luokitteluun. Tämä menetelmä sopii myös uudehkon ilmiön tutkimiseen, jossa tavoitteena on kartoittaa, millaista keskustelua ilmiöstä käydään. Menetelmällä ei kuitenkaan pystytä pureutumaan tarkemmin esimerkiksi siihen, keitä kommentoijat ovat tai miksi he ovat jotakin mieltä. Tämä ei toisaalta ollut tutkimuksen tavoitteenaan. Valitsemamme vaikuttajat, heidän yleisönsä sekä yleinen tunnettuutensa vaikuttivat varmasti myös siihen, millaisia kommentteja he ylipäättään saivat, jolloin kommenttien tulkinnessa tulee ottaa huomioon, ettei kyseessä ole ”tavallisten ihmisten” ulkonäön kommentointi. On huomioitava, ettemme tiedä, keitä kommentoijat ovat ja mikä heidät on motivoinut kirjoittamaan kommentteja. Suuri

osa kommentoijista oli suurella todennäköisyydellä Maijun ja Jennin seuraajia, mutta osa oli todennäköisesti löytänyt kuvan joko huomattessaan ystäväänsä kommentoineen tai tykänneen kuvaa tai löytänyt sen algoritmin suosittelmana. Sosiaalisen median tutkimuksessa olisikin hyvä pohtia enemmän, miten paljon alustojen omat algoritmit vaikuttavat aineiston valikoitumiseen jo tutkimusaineiston kertyessä.

Artikkelin alun kysymyksenasetteluun liittyen voi myös kysyä, onko ihokarvoista keskustelu tarpeellista ja mistä ylipäättään puhutaan, kun puhutaan karvoista? Se, voidaanko karvojen katsoa tuovan ulkonäköön kytkeytyviä pääomia juuri näille hahmoille, ei sinänsä ole kiinnostavaa, vaan ihokarvojen esittäminen sosiaalisessa mediassa voidaan nähdä keskustelunavauksena siihen, kenellä ja missä on mahdollisuus rikkoa ulkonäkönormeja ilman sanktioita tai ketkä voivat jopa hyötyä normien rikkomisesta. Jos ja kun karvoilla on yhä iso symbolinen arvo ja feminismi ”on muodikasta”, tuottaa karvoilla saatu huomio etuusia influensserille, joka nähdään ”rohkeana”. Tykkäykset, kommentit ja seuraajien määrä ovat sosiaalisen median valuuttaa, joka vaikuttaa yksilöllisen ulkonäköitsetunnon lisäksi myös mainostajien kiinnostukseen ja sen myötä yhteistyötarjouksiin. Toisaalta aiemman tutkimuksen mukaan luonnolliseksi mielletty naiskeho tehdään ulkonäön avulla (esim. Bartky 1998; Gimlin 2002; Wolf 1991) ja tämä ulkonäkötyö kuuluu tehdä piilossa muilta. Tätä työtä eri naiset joutuvat tekemään eri verran ja eri syistä. Ihokarvojen näkyväksi tekeminen ei ainoastaan paljasta sitä ”viimeistä tabua” (Lesnik-Oberstein 2006; Smelik 2015), että naisilla ylipäättään on karvoja, vaan samalla tehdään näkyväksi myös tiettyyn kehoideaalin mukautumiseen käytetty aika ja eriarvoisuus sekä näihin toimintoihin liittyvä mahdollinen pääomallisuus. Karvoista keskustellessa keskustellaan esimerkiksi epätasa-arvoisesta kauneustyöstä ja luonnollisuusnormeista. Silloin kyse on myös luokasta, iästä ja sukupuolesta, joita ei voi häivyttää myöskään sosiaalisessa mediassa. Voidaan myös asettaa kriittisen katseen kohteeksi käsitys, että karvoja ajellaan ”itseä varten”, ja pohtia, mistä halu karvattomuuteen johtuu – puhtaasti omasta tahdosta vai ympäristön luomien ihanteiden vaikutuksesta? Lisäksi kyse on myös konventionaalisesta kauneudesta, sukupuolen ja seksuaalisuuden kaksijakoisuudesta sekä valkoisuu-

desta, jotka kytkeytyvät oikeanlaiseen (paikalliseen) kulttuuriseen tai esteettiseen pääomaan. Nämä seikat taas osaltaan linkittyvät siihen, nähdäänkö performanssi rohkeana tai ei-rohkeana, tahallisenä vai tahattomana, jolloin karvat auttavat kerryttämään muita pääomia: lisää seuraajia, tykkäyksiä, tägäyksiä tai jakoja. Näin ollen voisi ajatella, että vaikka sosiaalisen median vaikuttajat voivat karvattomuuden normia haastamalla tulla nähdyksi kumouksellisina, rohkeina ja kiinnostavina, ei normin haastaminen välttämättä toisi ”tavalliselle” kommentoijalle yhtä paljon positiivista huomiota.

AINEISTO

Väisänen, Maiju (2018) 28.1.2018 julkaistun Instagram-kuvan 625 kommenttia, <https://www.instagram.com/p/BefHlPgIQ3d/> (haettu 14.5.2021)

KIRJALLISUUS

Abidin, Christal (2016) “Aren’t These Just Young, Rich Women Doing Vain Things Online?”: Influencer Selfies as Subversive Frivolity. *Social media+ Society* 2:2.

Banet-Weiser, Sarah (2012) *Authentic™: The Politics of Ambivalence in a Brand Culture*. New York: NYU press.

Bartky, Sandra Lee (1998) Foucault, Femininity, and the Modernization of Patriarchal Power. Teoksessa Weitz, Rose (toim.) *The Politics of Women’s Bodies: Sexuality, Appearance, and Behavior*. New York: Oxford University Press, 25–45.

Basow, Susan (1991) Women and Their Body Hair. *Psychology of Women Quarterly* 15:1, 83–96.

Bengtsson, Mariette (2016) How to Plan and Perform a Qualitative Study Using Content Analysis. *Nursing-Plus Open*, vol. 2, 8–14.

Bordo, Susan (1993) *Unbearable Weight: Feminism, Western Culture, and the Body*. Berkeley: University of California Press.

Branfman, Jonathan (2020) “Plow Him Like a Queen!”: Jewish Female Masculinity, Queer Glamor, and Racial Commentary in Broad City. *Television & New Me-*

VTT Erica Åberg työskentelee erikoistutkijana Turun yliopistossa. Åberg on taloussosiologi, joka on kiinnostunut ulkonäköön liittyvästä sukupuolittuneesta eriarvoisuudesta, kulutuksesta sekä sosiaalisen median tutkimuksesta.

VTT Laura Salonen työskentelee erikoistutkijana Turun yliopistossa. Salonen on sosiologi, jonka tutkimusintresseinä on erityisesti sosioekonominen eriarvoisuus terveydessä ja työelämässä.

Rotonen, Jenni (2020) 1.7.2020 julkaistun Instagram-kuvan 513 kommenttia, <https://www.instagram.com/p/CCFo2dqjw3w/> (haettu 14.5.2021)

dia 21:8, 842–860.

Dobson, Amy Shields (2015) *Postfeminist Digital Cultures: Femininity, Social Media, and Self-Representation*. New York: Palgrave Macmillan.

Dobson, Amy Shields, Robards, Brady & Carah, Nicholas (toim.) (2018) *Digital Intimate Publics and Social Media*. Cham: Springer International Publishing.

Douglas, Mary (1966) *Purity and Danger*. London: Routledge.

Flaxman, Seth, Goel, Sharad & Rao, Justin (2016) Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption. *Public opinion quarterly* 80:1, 298–320.

Gill, Rosalind & Elias, Ana Sofia (2014) ‘Awaken Your Incredible’: Love Your Body Discourses and Postfeminist Contradictions. *International Journal of Media & Cultural Politics* 10:2, 179–188.

Gimlin, Debra (2002) *Body Work: Beauty and Self-Image in American Culture*. Berkeley: University of California Press.

Goldman, Robert, Heath, Deborah & Smith, Sharon (1991) Commodity Feminism. *Critical Studies in Communication* 8:3, 333–351.

- Halberstam, Jack (1998) *Female Masculinity*. Durham: Duke University Press.
- Hasinoff, Amy Adele (2012) Sexting as Media Production: Rethinking Social Media and Sexuality. *New Media & Society* 15:4, 449–465.
- Herzig, Rebecca (2015) *Plucked: A History of Hair Removal*. New York and London: New York University Press.
- Hosseini, Silvia (2021) *Tie, totuus ja kuolema*. Helsinki: Gummerus.
- Huxley, Caroline, Clarke, Victoria & Halliwell, Emma (2014) Resisting and Conforming to the ‘Lesbian Look’: The Importance of Appearance Norms for Lesbian and Bisexual Women. *Journal of Community & Applied Social Psychology* 24:3, 205–219.
- Hynnä, Kaisu (2019) Media ja kehoihanteet – selfiet selfiehelpinä. Teoksessa Kukkonen, Iida, Pajunen, Tero, Sarpila, Outi & Åberg, Erica (toim.) *Ulkonäköyhteiskunta: Ulkoinen olemus pääomana 2000-luvun Suomessa*. Helsinki: Into, 140–152.
- Hynnä, Kaisu & Kyrölä, Katariina (2019) “Feel in Your Body”: Fat Activist Affects in Blogs. *Social Media + Society* 5:4.
- Jha, Banhi (2016) Representation of Fair-Skin Beauty and the Female Consumer. *IOSR Journal Of Humanities And Social Science* 21:2, 1–12.
- Kanai, Akane (2019) On Not Taking the Self Seriously: Resilience, Relatability and Humour in Young Women’s Tumblr Blogs. *European Journal of Cultural Studies* 22:1, 60–77.
- Krippendorff, Klaus (2004) *Content Analysis: an Introduction to Its Methodology*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Kristeva, Julia (1982) Approaching Abjection. *Oxford Literary Review* 5:1, 125–149.
- Kuipers, Giseline (2015) Beauty and Distinction? The Evaluation of Appearance and Cultural Capital in Five European Countries. *Poetics* 53, 38–51.
- Kukkonen, Iida, Pajunen, Tero, Sarpila, Outi & Åberg, Erica (toim.) (2019) *Ulkonäköyhteiskunta. Ulkoinen olemus pääomana*. Helsinki: Into.
- Lehto, Mari (2021) Ambivalent Influencers: Feeling Rules and the Affective Practice of Anxiety in Social Media Influencer Work. *European Journal of Cultural Studies* 1–16, julkaistu 18.2.2021.
- Lesnik-Oberstein, Karin (toim.) (2006) *The Last Taboo: Women and Body Hair*. Manchester: Manchester University Press.
- Marwick, Alice (2015) Instafame: Luxury Selfies in the Attention Economy. *Public Culture* 27:1, 137–160.
- Paasonen, Susanna, Attwood, Fiona, McKee, Alan, Mercer, John & Smith, Clarissa (2020) *Objectification: On the Difference Between Sex and Sexism*. London: Routledge.
- Pariser, Eli (2011) *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. New York: Penguin books.
- Puhakka, Anna (2018) Can Ambivalence Hold Potential for Fat Activism? An Analysis of Conflicting Discourses on Fatness in the Finnish Column Series Jenny’s Life Change. *Fat Studies* 8:1, 60–74.
- Repo, Jemima (2020) Feminist Commodity Activism: The New Political Economy of Feminist Protest. *International Political Sociology* 14:2, 215–232.
- Ringrose, Jessica & Harvey, Laura (2015) Boobs, Back-Off, Six Packs and Bits: Mediated Body Parts, Gendered Reward, and Sexual Shame in Teens’ Sexting Images. *Continuum* 29:2, 205–217.
- Sastre, Alexandra (2016) Towards a Radical Body Positive: Reading the Online Body Positive Movement. *Feminist Media Studies* 14:6, 929–943.
- Schwarz, Ori (2010) On Friendship, Boobs and the Logic of the Catalogue: Online Self-Portraits as a Means for the Exchange of Capital. *Convergence* 16:2, 163–183.
- Senft, Theresa (2013) Microcelebrity and the Branded Self. Teoksessa Hartley, John, Burgess, Jean & Bruns, Axel (toim.) *A Companion to New Media Dynamics*. West Sussex: Wiley Blackwell, 346–354.
- Smelik, Anneka (2015) A Close Shave: The Taboo on Female Body Hair. *Critical Studies in Fashion & Beauty* 6:2, 233–251.
- Tiggemann, Marika & Hodgson, Suzanna (2008) The Hairlessness Norm Extended: Reasons for and Predictors of Women’s Body Hair Removal at Different Body Sites. *Sex Roles* 59:11–12, 889–897.
- Tiggemann, Marika & Kenyon, Sarah (1998) The Hairlessness Norm: The Removal of Body Hair in Women. *Sex Roles*, vol. 39, 873–885.
- Tiggemann, Marika & Lewis, Christine (2004) Attitudes toward Women’s Body Hair: Relationship with Disgust Sensitivity. *Psychology of Women Quarterly* 28:4, 381–387.
- Tiidenberg, Katrin (2018) Visibly Ageing Femininities: Women’s Visual Discourses of Being Over-40 and Over-50 on Instagram. *Feminist Media Studies* 18:1, 61–76.

- Tiidenberg, Katrin & Gómez Cruz, Edgar (2015) Selfies, Image and the Re-Making of the Body. *Body & Society* 21:4, 77–102.
- Tilastokeskus (2020) Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö. *Suomen virallinen tilasto*. Helsinki: Tilastokeskus. http://www.stat.fi/til/sutivi/2020/sutivi_2020_2020-11-10_tie_001_fi.html (haettu 3.5.2021).
- Turtiainen, Riikka & Östman, Sari (2013) Verkkotutkimuksen eettiset haasteet: Armi ja anoreksia. Teoksessa Laaksonen, Salla-Maaria, Matikainen, Janne & Tikka, Minttu (toim.) *Otteita verkosta. Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät*. Tampere: Vas-tapaino.
- Tyler, Imogen (2009) Against Abjection. *Feminist Theory* 10:1, 77–98.
- Widdows, Helen (2018) *Perfect Me: Beauty as an Ethical Ideal*. Princeton: Princeton University Press.
- Wolf, Naomi (2002/1991) *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women*. New York: Perennial.
- Åberg, Erica (2020) *Keeping up Appropriate Appearances. Physical Appearance, Social Norms, and Gender in Finland*. Väitöskirjatutkimus. Turun yliopiston julkaisu- ja Sarja B–Osa 525. Turku: Turun yliopisto.
- Åberg, Erica & Salonen, Laura (2022) Well Beshaved Women Rarely Make History – Exploring the Contestation of “the Hairlessness Norm” with Case #Janu-hairy. Teoksessa Sarpila, Outi, Kukkonen, Iida, Pajunen, Tero & Åberg, Erica (toim.) *Appearance as Capital. The Normative Regulation of Aesthetic Capital Accumulation and Conversion*. Bingley, UK: Emerald Publishing, 149–164.

LIITETAULUKOT

Liitetaulukko 1. Maijun kuvan kommenttien ja metakeskustelun teemat.	
Teema (kommenttien määrä)	Selite
Positiiviset	
Maijun kehuminen (83)	Kommenteissa keuhuttiin Maijun tai hänen kuvansa ihanuutta, kauneutta, rohkeutta tai seksikkyyttä.
Yleinen tsemppi (58)	Positiiviset kommentit ja emoji, jotka eivät selkeästi sopineet mihinkään muuhun teemaan, luokiteltiin tähän.
Omana itsenä olemisen tärkeys (25)	Kommenteissa alleviivattiin, että jokainen saa olla sellainen kuin haluaa ja että jokaisella on oikeus olla karvallinen tai karvaton, vaikka kommentoija itse ajelisikin karvansa.
Positiivinen luonnollisuus (12)	Kommenteissa korostettiin karvojen (ja naisten karvojen) luonnollisuutta ja täten niiden normaaliutta.
Sosiaaliset normit (10)	Keskustelua karvoihin liittyvistä sosiaalisista normeista, kauneusihanteista ja karvahäpeästä.

Miksi tästä edes keskustellaan? (11)	Kommenteissa ihmeteltiin aiheesta nousutta kohua ja pohdittiin, miksi näinkin arkisesta ja normaalista aiheesta pitää edes keskustella.
Ei huomannut karvoja kuvassa (6)	Kommentoijat eivät olleet edes huomanneet kuvan karvoitusta, ennen kuin näkivät postajaan story-videon tailukivat kuvan saamia kommentteja.
Oma karvatarina (4)	Kommentoijat kertoivat, miten ovat itsekin kokeilleet karvojen kasvattamista tai ovat edelleen ajelematta.
Epämääräisen positiivinen (9)	Kommenttia oli vaikea luokitella mihinkään teemoista, mutta se oli luonteeltaan selkeästi positiivinen.
Negatiiviset	
Epäsiistit karvat (9)	Karvat koettiin likaisiksi, hienhajua lisääviksi tai epähygieenisiksi.
Negatiivinen luonnollisuus (5)	Karvojen ajelematta jättäminen rinnastettiin suihkussa käymättömyyteen, takapuolen pyyhkimättä jättämiseen tai eläimellisyyteen.
Epämääräisen negatiivinen (17)	Kommenttia oli vaikea luokitella mihinkään teemoista, mutta se oli luonteeltaan selkeästi negatiivinen.
Neutraalit	
Kommentoijan legitimiisyys (11)	Kommentoijan ikää, sukupuolta tai muuta ominaisuutta arvuuteltiin, ja tämän oletetun ominaisuuden perusteella kyseisen kommentoijan oikeus kommentoida naisen karvaisuutta kyseenalaistettiin.
Epämääräisen neutraali (21)	Kommenttia oli vaikea luokitella mihinkään teemoista, eikä se ollut luonteeltaan selkeästi positiivinen tai negatiivinen.
Metakeskustelut	
Puolustava (38)	Kommenteissa puolusteltiin Maijua hyökkääviksi koetuilta kommenteilta.
Kommentoijan legitimiisyys (13)	Kommentoijan ikää, sukupuolta, kirjoitustaitoa tai muuta ominaisuutta arvuuteltiin, ja tämän oletetun ominaisuuden perusteella kyseisen kommentoijan oikeus kommentoida naisen karvaisuutta kyseenalaistettiin.
Oikeus omaan kehoon (6)	Kommenteissa alleviivattiin jokaisen oikeutta omaan kehoon ja peräänkuulutettiin kehopositiivisuutta.

Kauneusihanteiden kyseenalais-taminen (4)	Kommenteissa kyseenalaistettiin yhteiskunnassa vallitsevia kau-neusihanteita, jotka usein koettiin epäluonnollisina ja epäoikeu-denmukaisina.
Positiivinen luonnollisuus (3)	Kommenteissa korostettiin karvojen (ja naisten karvojen) luonnol-lisuutta ja täten niiden normaaliutta.
Epäsiistit karvat (3)	Karvat koettiin likaisiksi, hienhajua lisääviksi tai epähygieenisiksi.
Miksi tästä edes keskustellaan? (2)	Kommenteissa ihmeteltiin aiheesta nousutta kohua ja pohdittiin, miksi näinkin arkisesta ja normaalista aiheesta pitää edes keskus-tella.

Liitetaulukko 2. Jennin kuvan kommenttien ja metakeskustelun teemat.	
Teema (kommenttien määrä)	Selite
Pääkommentit	
Yleinen tsemppi (226)	Positiiviset kommentit ja emoji, jotka eivät selkeästi sopineet mi-hinkään muuhun teemaan, luokiteltiin tähän.
Sosiaaliset normit (45)	Keskustelua karvoihin liittyvistä sosiaalisista normeista, kauneusi-hanteista ja karvahäpeästä.
Kiitos (41)	Kiitettiin Jennin rohkeudesta ja asian esiin tuomisesta.
Jennin kehuminen (39)	Kommenteissa keuhuttiin Jennin tai hänen kuvansa ihanuutta, kau-neutta, rohkeutta tai seksikkyyttä.
Oma karvatarina (37)	Kommentoijat kertoivat, miten ovat itsekin kokeilleet karvojen kas-vattamista tai ovat edelleen ajelematta.
Inspiraatio (22)	Jennin postaus koettiin inspiraation ja voimaantumisen lähteenä.
Oikeus omaan kehoon (15)	Kommenteissa alleviivattiin jokaisen oikeutta omaan kehoon ja pe-räänkuulutettiin kehopositiivisuutta.
Positiivinen luonnollisuus (11)	Kommenteissa korostettiin karvojen (ja naisten karvojen) luonnol-lisuutta ja täten niiden normaaliutta.
Karvat yllättäviä (4)	Kommentoijat kertoivat yllättyneensä karvojensa määrästä tai vä-ristä, kun olivat niitä kasvattaneet.

Karvat epäsiistejä (1)	Karvat koettiin likaisiksi, hienhajua lisääviksi tai epähygieenisiksi.
Rinnastus ”ekotuotteisiin” (2)	Kommentoija epäili Jennin käyttävän myös kuukautiskuppia, kestopiteitä tai muita vastaavia ”ekotuotteita”.
Metakeskustelut	
Sosiaaliset normit (28)	Keskustelua karvoihin liittyvistä sosiaalisista normeista, kauneushanteista ja karvahäpeästä.
Oikeus omaan kehoon (26)	Kommenteissa alleviivattiin jokaisen oikeutta omaan kehoon ja peräänkuulutettiin kehopositiivisuutta.
Mielipiteen- ja sananvapaus (26)	Kommentoijat keskustelivat siitä, kenellä on oikeus ajatella tai kommentoida ääneen naisten karvoitusta.
Rinnastus ”ekotuotteisiin” (18)	Kommenteissa keskusteltiin sekä positiivisessa että negatiivisessa valossa ekotuotteista (kuukuppi, kestopiteet) ja <i>free flowsta</i> .
Karvat epäsiistejä (15)	Karvat koettiin likaisiksi, hienhajua lisääviksi tai epähygieenisiksi, tai karvojen epähygieenisyyden kokemisesta keskusteltiin yleisemmin.
Jennin rohkeus ja yleinen tsemppi (8)	Jennin rohkeutta keuhuttiin, ja häntä tsempattiin sanoin tai emojein.
Oma karvatarina (8)	Kommentoijat kertoivat, miten ovat itsekin kokeilleet karvojen kasvattamista tai ovat edelleen ajelematta.
Positiivinen luonnollisuus (7)	Kommenteissa korostettiin karvojen (ja naisten karvojen) luonnollisuutta ja täten niiden normaaliutta.
Kuva provokatiivinen (6)	Kuva koettiin provokatiiviseksi tai vääräksi tavaksi tuoda asia (naisten karvat) esille.
Karvojen epä/mukavuus (5)	Karvat koettiin mukaviksi tai epämukaviksi.

CONTESTATION OF THE HAIRLESSNESS NORM ON FINNISH INFLUENCERS INSTAGRAM DISCUSSIONS

This article discusses the contestation of the hairlessness norm of the female body on social media. Using content analysis, we explore how two Finnish social media influencers are commented about their body hair. Our research sheds light on how social media, on the one hand, contributes to changing appearance norms, but on the other hand, allows that change only for certain people. Instead of shaming the documented body hair, the comments focused mostly on discussing who can comment on other people's body hair or appearance in general, and the pictures received few negative comments. Certain friction was found in the comments when discussing naturalness and beauty work, as the commentator's perceived body hair as natural but growing them as brave. Our results indicate that breaking such a strong aesthetic norm is allowed for those who already possess significant amounts of aesthetic or other forms of capital.

KEYWORDS: APPEARANCE NORMS, BODY HAIR, INFLUENCERS, PHYSICAL APPEARANCE, SOCIAL MEDIA