VERTAISARVIOITU
KOLLEGIALT GRANSKAD
PEER-REVIEWED
www.tsv.fi/tunnus

Ota itseäsi kädestä, älä niskasta

Postfeminismiä murtavat diskurssit Instagramin wellness-sisällöissä

Reetta Haverinen

Artikkelissani tarkastelen postfeministisen teorian valossa suomalaisten naispuolisten hyvinvointivaikuttajien tapoja puhutella naisyleisöään tuottamissaan wellness-sisällöissä Instagram-kuvapalvelussa. Tulkitsin aineistostani kriittisen diskurssianalyysin avulla postfeminismiä toisintavan diskurssin sekä kaksi postfeminismiä murtavaa diskurssia. Keskeisin tutkimustulokseni on, että postfeministisiksi luonnehdituissa naisille suunnatuissa hyvinvointisisällöissä rohjetaan myös haastaa ja murtaa postfeministisiä viestejä sekä suorittamista ja tehokkuutta ylistävää uusliberalistista eetosta. Postfeminismiä murrettiin aineistossani keskeneräisyyden ja epätäydellisyyden sekä herkkyyden ja hoivan merkitysten uudelleen neuvotteluissa. Tutkimukseni osoittaa myös wellnessin ja holistisesta henkisyydestä ammentavan hyvinvointiajattelun lähentyneen toisiaan. Analyysini perusteella väitän vaikuttajien wellness-sisältöjen heijastelevan naisten kokemaa väsymystä ja kapinaa sekä postfeministisiä viestejä että uusliberalistista tehokkuusajattelua ja suorituskeskeisyyttä kohtaan.

AVAINSANAT: HYVINVOINTI, POSTFEMINISMI, SOSIAALINEN MEDIA, VAIKUTTAJAT, WELLNESS

Kiinnostus hyvinvointia kohtaan on kasvanut yhteiskunnassa merkittävästi. Samalla itsestä huolehtiminen on muuttunut huomattavan yksilökeskeiseksi, mikä on luonut erinomaiset olosuhteet hyvinvointi- ja terveyspalvelumarkkinoiden sekä hyvinvointiteollisuuden kasvulle ja kukoistukselle. (Crawford 2006; Grénman 2019; Harjunen 2017.) Hyvinvointitrendistä kertoo myös terapeuttisen itseapukirjallisuuden (*self help*) räjähdysmäinen kasvu (Rimke 2020, 38) sekä erilaisten hyvinvointi- ja terveysasiantuntijoiden esiinmarssi ja palvelutarjonta muun muassa sosiaalisessa mediassa. Hyvinvoinnin merkitykset ovat myös muuttuneet ja moninaistuneet: hyvinvointia edistävillä teoilla ihmiset rakentavat identiteettiään, viestivät arvoistaan, elämänhallinnastaan ja itsekuristaan. Elinvoimaisemman minäversion luomisesta on tullut suorastaan moraalinen velvoite ja mitta hyvälle ihmisyydelle. (Crawford 2006; Harjunen 2017.) Niin sanottu *wellness* onkin saanut yhteiskunnassa vahvan jalansijan.

Wellnessillä viitataan usein itsestä huolehtimiseen keskittyneeseen elämäntapaan, jossa yksilöllisillä keinoilla tavoitellaan kokonaisvaltaisesti optimaalista ja tasapainoista terveyden tilaa (Grénman 2019). Nämä itsestä huolehtimisen vaatimukset tuntuvat kohdistuvan etenkin naisiin, ja median wellness-sisällöt vetävätkin puoleensa erityisesti naisyleisöä (esim. Beijbom, Fabricius & O'Doherty 2023; Conor 2021; Dubriwny 2012; Evans, Riley & Robson 2020; O'Neill 2020; 2021; Tiusanen 2021; 2022). Naisilla viittaan artikkelissani naisiksi identifioituviin henkilöihin. Sukupuolta ei analysoimassani aineistossa juurikaan määritellä, mutta suhtautumista sukupuoleen luonnehtii siinä binäärisyys ja staattisuus. Sukupuolta ei tulkintojeni mukaan kyseenalaisteta, ja kahta eri sukupuolta, miestä ja naista,

tuotetaan aineistossani varsin selkeästi, kuten analyysilläni osoitan.

Wellness on kietoutunut tiukasti yhteen *uusliberalismin* kanssa. Uusliberalismilla tarkoitetaan usein talouspoliittista suuntausta, mutta termillä voidaan luonnehtia myös kulttuurista eetosta, joka ulottaa tehokkuusajattelun ihmisiin ja heidän ruumiisiinsa (Harjunen 2017). Artikkelissani viittaan uusliberalismilla jälkimmäiseen: nyky-yhteiskunnan lävistämään tehokkuusajatteluun, joka painottaa yksilön vapautta ja vastuuta niin uralla menestymisessä kuin omasta hyvinvoinnista huolehtimisessa. Yhteiskuntatieteilijä Hannele Harjusen (2017, 164) sanoin on paradoksaalista, että uusliberaalin ajan suhtautuminen ruumiiseen ei ole lainkaan ”liberaali” vaan pikemminkin tuntuu ruokkivan ”ahdistavaa itsekontrollia, asketismia ja jatkuvaa huolta”. Uusliberalistinen hyvinvointiajattelu kannustaa kuluttamiseen mitä suuremmissa määrin. Kun hyvinvointi nähdään moraalisesti toimivan yksilön omana ansiona, on hän myös altis tarttumaan yksilöllisiin apukeinoihin aina itseapuoppaista lisäravinteisiin tullakseen uusliberalistisen tehostamistalouden ihannekansalaiseksi.

Uusliberalistinen ajattelu pohjautuu vinoutuneelle käsitykselle yhteiskunnan todellisesta luonteesta ja ihmisyydestä: se ummistaa silmänsä epätasa-arvolta, yksilöiden erilaisilta taloudellisilta, sosiaalisilta, fyysisiltä ja psyykkisiltä resursseilta ja suuntaa kritiikin aina yksilöön yhteiskunnan sijasta (Rimke 2020, 37). Uusliberalismin henkilöitymänä pidetäänkin kunnianhimoista, aikaa ja rahaa itseensä käyttävää kapitalismin ”huipputyttöä” eli nuorta naista, joka tekee kaikkensa täyttääkseen sosiaalisesti hyväksytyt normit ja pärjätäkseen patriarkaatin perinnölle nojaavassa kilpailuhenkisessä kulttuurissa (McRobbie 2007). Media suorastaan tulvii naisille suunnattuja uraneuvoja, hyvinvointivinkkejä ja elämänohjeita, jotka usein ilmentävät vahvalle itsehallinnalle perustuvaa *postfeminististä feminiinisyyttä* (Gill 2007; 2017). Kaikilla elämän osa-alueilla loistavan, tehokkaan ja suorituskyvyltään lähes maskuliiniseksi luonnehditun naiseuden ihannoinnissa on kuitenkin havaittu säröjä, etenkin itsehoivaan ja hyvinvointiin liittyvissä konteksteissa (Salmenniemi & Kemppainen 2020; Plancke 2022; Poutiainen 2024; Tiusanen 2022).

Kiinnostukseni kohdistuu näihin postfeministisen naiseuden murtumakohtiin. Pureudun artikkelissani wellness-kulttuurissa tuotettuun naiseuteen kuvapalvelu Instagramin vaikuttajasisällöissä kysymällä, miten Instagramin wellness-sisällöissä puhutellaan naisyleisöä. Analysoin, minkälaista itsehoivan pariin houkutteleva puhe on tarkasteltuna kriittisen diskurssianalyysin ja postfeministisen teorian kehyksissä. Tutkimuksellani osallistun etenkin niihin keskusteluihin, joita käydään wellnessin uusliberaalista ja sukupuolittuneesta luonteesta sekä naisten hyvinvointisisällöissä tuotetuista feminiinisyyksistä sosiaalisen median kontekstissa.

Seuraavaksi avaan tutkimukseni keskeisintä teoreettista käsitettä, postfeminismiä, jonka jälkeen taustoitan lyhyesti wellnessin ja itsehoivan moniulotteista tutkimuskenttää sekä sosiaaliseen mediaan ja vaikuttajatyöhön liittyviä keskusteluja. Näitä osioita seuraavan aineisto- ja metodiluvun jälkeen siirryn tutkimukseni varsinaisiin analyysiosioihin. Ensimmäisessä analyysiluvussa, jossa esitän tulkintani postfeminismiä toisintavasta diskurssista, jatkan myös postfeminismin käsitteen avaamista. Ensimmäinen analyysiluku toimii toisin sanoen myös tutkimustani taustoittavana ja postfeminismiä wellness-sisältöihin kontekstualisoivana osiona. Lopuksi vedän havaintojani yhteen vastaamalla tutkimuskysymykseeni ja pohtimalla hyvinvointivaikuttajien sisällöissä tuotettuja merkityksiä.

Postfeminismi, wellness-kulttuuri ja sosiaalinen media

Feministiteoreetikoiden Angela McRobbien (2004; 2007; 2015) ja Rosalind Gillin (2017; 2007) näkemyksiä mukaillen käsitän artikkelini teoreettisena kehyksenä toimivan postfeminismin postmoderniksi ja erityisesti mediakulttuurissa näkyväksi ilmiöksi, joka on nostanut naiset huomion keskipisteeksi sekä hyvässä että pahassa. Postfeministiset sisällöt voimaannuttavat naisia oman elämänsä sankarittariksi, mutta samalla ne myös kohdistavat kaiken kritiikin yksinomaan naiseen vaikenemalla esimerkiksi yhteiskunnassa vallitsevista rakenteellisista tai kulttuurisista ongelmista. Postfeminismin lähtökohta on, että kaikilla naisilla on yhtäläiset mahdollisuudet unelmiensa toteuttamiseen, jos he vain ovat itse valmiita työskentelemään menestyksensä eteen,

mihin heitä kannustetaan – suorastaan velvoitetaan. Näin ollen postfeminismi mieltää feminismin tarpeettomaksi ja tasa-arvon saavutetuksi. Postfeminismin suhde feminismiin onkin ristiriitainen ja jännitteinen. (Gill 2007; McRobbie 2007.)

Postfeministiset mediasisällöt kannustavat naisia tyypillisesti oman ulkonäkönsä, mutta myös sisäisen puheen muokkaukseen. Gillin (2017, 618) mukaan kontrollin pääkohde on vuosien saatossa muuttunut niin, että naisen kehon sijaan hänen mielestään on tullut enenevissä määrin asia, jota täytyy hallita. Tämän postfeminismin *psykologisen käänteen* (Gill & Orgad 2018) ymmärrän osaksi laajempaa yhteiskunnan psykologisoitumisen ja terapeuttisten diskurssien trendiä. Tällä viittaan yleistyneisiin uusliberalistisiin puhetapoihin, joissa kannustetaan esimerkiksi itsen kehittämiseen, parantamiseen, positiivisuuteen ja itsetutkiskeluun sekä alleviivataan kaiken riippuvan yksilön omasta asenteesta ja kyvystä hallita itseään (Brunila ym. 2021; Illouz 2008).

Uusliberalistista ideologiaa myötäilevää terapeuttista puhetta on pidetty ongelmallisena muun muassa siksi, että yhteiskunnallisten muutosten sijaan yksilöille myydään (kirjaimellisesti) ajatusta, että heidän tulee muuttua itse (esim. Brunila ym. 2021; Rimke 2020). Terapeuttisiksi, holistisiksi ja henkisiksi luonnehditut itsehoivan käytänteet ja menetelmät voivat tarjota yksilöille kuitenkin myös positiivisia toimijuuden, elämänhallinnan ja voimaantumisen kokemuksia sekä uudenlaisia näkökulmia omaa terveyttä ja hyvinvointia kuormittaviin tilanteisiin (Sointu 2006; Salmenniemi, Nurmi & Jaakola 2020). *Terapeuttisilla käytänteillä* (Salmenniemi & Kemppainen 2020) tai *holistisella henkisyydellä* (Sointu & Woodhead 2008) viitataan usein joukkoon erilaisia vaihtoehtoisia ja täydentäviä hoito- ja terapiamuotoja, ajatuksia ja menetelmiä, joista etsitään ratkaisuja oman hyvinvoinnin edistämiseen julkisen ja virallisen terveydenhoitojärjestelmän ulkopuolelta. Artikkelissani pitäydyn termissä holistinen henkisyys viitatessani tähän moniulotteiseen hyvinvointia tukevien käytänteiden kenttään, jota on luonnehdittu myös femiininisellä tavalla sukupuolittuneeksi (Salmenniemi & Kemppainen 2020; Sointu & Woodhead 2008; Sointu 2006).

Holistisesta henkisyydestä ammentava ajattelu, jossa hyvinvoinnin nähdään olevan yhteydessä yksilön subjektiiviseen kokemukseen tasapainosta, täyttymyksestä ja oman merkityksen löytämisestä (Sointu 2006), tuntuu lipuneen myös wellness-kulttuuriin. Wellnessiä markkinoinnin kontekstissa tutkinut Miia Grénman (2019) on todennut, että merkityksellisyyden kokemukset ja tasapainon löytäminen ovat alkaneet haastaa wellnessissä materialismin ja hedonismin merkityksiä. Wellnessillä viittaan artikkelissani elämäntapaan, jossa on Grénmanin (2019) määritelmään nojautuen kyse aktiivisesta, optimaaliseen terveyteen tähtäävästä, yksilön vastuuta ja sairauksien ennaltaehkäisyä korostavasta toiminnasta.

Wellnessissä optimaalinen terveys käsitetään usein oman potentiaalin täyden toteutumisen kautta, jolloin itsensä johtamiselle, kehittämiselle ja itseen investoimiselle annetaan paljon painoarvoa. Wellnessiin liittyykin olennaisesti kuluttaminen sekä *itsensä brändääminen* – eli ajatus hyvän, terveen, aidon ja tasapainoisen minuuden rakentamisesta, viestimisestä ja esiintuomisesta muille. (Grénman 2019, 14–17.) Wellnessiä voi näin ollen luonnehtia itsestä ja omasta terveydestä huolehtimisen trendikkääksi ja markkinaystävälliseksi muodoksi. Se on näkyvästi esillä kuvapalvelu Instagramissa, joka sosiaalisena ja visuaalisena mediaympäristönä tarjoaa areenan erityisesti naisia puoleensa vetäville trendikkäille wellness-yhteisöille (esim. Conor 2021; O'Neill 2021; Tiusanen 2022).

Instagram on tänä päivänä merkittävä terveystiedon ja inspiroivien hyvinvointisisältöjen lähde. Se on yksi suosituimmista visuaaliseen sisältöön keskittyneistä somepalveluista, jonka käyttäjistä suurin osa on 18–34-vuotiaita (Statista 2024a; 2024b). Tarjoamansa tiedon, viihteen ja inspiraation lisäksi Instagram on myös sosiaalinen ympäristö ja tärkeä vuorovaikutusareena monille hyvinvointivaikuttajille. *Vaikuttajat* tienaavat elantonsa tuottamalla sisältöjä omaa elämäänsä lähellä olevista aiheista, ja kaupalliset yhteistyöt kietoutuvat osaksi tätä elämäntavan ja -tyylin esittämistä. He ovat sometähtiä, henkilöbrändejä ja ammattimaisia sisällöntuottajia. (Abidin 2018, 71.) Etenkin wellness-vaikuttajat ovat useimmiten naisia, joiden yleisöt saattavat olla kooltaan hyvinkin suuria (esim. Conor 2021; O'Neill 2021).

Työnsä puolesta vaikuttajien tulee tasapainoilla kulttuuristen ja yhteiskunnallisten normien ja trendien sekä yleisön ja yhteistyökumppaneiden odotusten välillä, mikä usein painostaa heitä kier-

rättämään sisällöissä yleisöön vetoavia ja yleisesti hyväksyttyjä aiheita ja kokemuksia (Duffy & Hund 2019; Lehto 2022; Savolainen, Uitemark & Boy 2022). Vaikka vaikuttajan positio antaa mahdollisuuden myös neuvotella esimerkiksi naiseuden normeja uudelleen (Åberg & Salonen 2021), voi yleisen mielipiteen ja normien haastaminen johtaa etenkin naisvaikuttajien kohdalla negatiiviseen kommenttimyrskyyn ja olla emotionaalisesti raskasta (Duffy & Hund 2019; Lehto 2022).

Äitivaikuttajien työtä tutkinut Mari Lehto (2022) on osoittanut, että vaikka hyvin aidolta ja rehelliseltä tuntuva sisältö vetoaakin yleisöön, tulee vaikuttajien silti jakaa asioita hyvin hallitusti. Julkaisut eivät saa olla esimerkiksi liian kuormittavia, vaan rehellisyydestään ja autenttisuudestaan huolimatta vaikuttajien tulee säilyttää niissä inspiroiva sävy (myös Reade 2021, 548–549). Laura Savolainen, Justus Uitemark ja John D. Boy (2022) ovat todenneet jopa feministeinä itseään pitävien suodattavan julkaisujaan Instagramiin sopivammaksi muun muassa itsesuojeluun ja Instagramin visuaalisesti kaunista sisältöä suosivaan luonteeseen nojaten. Hegemonisen postfeministisen feminiinisyyden (Gill 2017) vastustus onkin sosiaalisessa mediassa usein hyvin varovaista (Tiusanen 2022; Savolainen ym. 2022).

Aineisto ja metodit

Aineistoni koostuu 490 Instagram-julkaisusta, jotka olen kerännyt suomalaisten naispuolisten hyvinvointivaikuttajien julkisilta Instagram-tileiltä. Valitsemani vaikuttajat, joita on yhteensä seitsemän, ovat iältään noin 20–40-vuotiaita. Olen perustanut ikäarvion omaan tulkintaani, joka nojaa muun muassa vaikuttajista kirjoitettuihin verkkojuttuihin ja vaikuttajien omiin mediasisältöihin. Vaikuttajien hyvinvointia käsittelevien sisältöjen painopisteet ovat erilaisia: jotkut ovat painottuneet sisällöissään fyysiseen treenaamiseen, yksi vaikuttajista on keskittynyt sokeririippuvuuden teemoihin ja eräs taas palautumiseen ja jaksamiseen. Keräsin jokaiselta vaikuttajalta aineistooni 70 tuoreinta julkaisua aloittaessani aineistonkeruun heinä–elokuussa 2023.

Vaikuttajavalinnan kriteereissä huomioin, että vaikuttajalla on 2000–100 000 seuraajaa ja että häntä voi tituleerata hyvinvointivalmentajaksi tai -yrittäjäksi tai alalla tunnetuksi vaikuttajaksi tai toimijaksi Suomessa. Edellytin, että vaikuttaja tarjoaa esimerkiksi hyvinvointipalveluita (kuten valmennuksia) tai että hän kutsuu itseään termeillä, jotka kertovat hänen uransa ja henkilöbrändinsä liittyvän keskeisesti hyvinvointiin. Lisäksi edellytin, että vaikuttajan Instagram-sisällöistä välittyi hänen kiinnostuksensa hyvinvointia ja sen edistämistä kohtaan. Rajasin tarkasteluni ulkopuolelle tutkijat, lääkärit ja terveydenhoitajat sekä ammattimaiseen urheiluun keskittyneet vaikuttajat. En myöskään ottanut huomioon vaikuttajia, joiden tuottama sisältö muodostui lähes ainoastaan treeni- ja ruokavaliovinkeistä sekä kaupallisista postauksista. Edellytin, että vaikuttajan julkaisut raottivat verhoa myös hänen henkilökohtaiseen elämäänsä sekä heijastelivat esimerkiksi hänen arvomaailmaansa, hyvinvointi-ideologiaansa ja persoonaa.

Otin analyysissäni huomioon kaupalliset yhteistyöt sekä videot, mutten huomioinut seuraajien kommentteja. Tallensin ja vein kuva- ja tekstisisällöt Word-tiedostoon, mutta tarkastelin julkaisuja myös alkuperäisympäristössään Instagramissa, jossa pystyin käymään läpi myös video- ja äänimateriaaleja. Ihmistieteiden eettisen ohjeistuksen ja EU:n tietosuoja-asetuksen (GDPR) kehotuksen mukaisesti informoin vaikuttajia aineistonkeruustani (Laaksonen 2021). Pyysin ja sain vaikuttajilta informointiini sähköpostitse kuittauksen. Yksi vaikuttajista kuittasi asian Instagramissa yksityisviestillä. Kuittauspyynnölläni pyrin varmistamaan, että he ovat lukeneet viestini ja ymmärtäneet sen sisällön. Koska aineistoni sisältää vaikuttajien henkilötietoja, edellytti tämä minulta henkilötietojen hallussapitäjänä ja käsittelijänä – eli rekisterinpitäjänä – myös tietosuojaselosteen laatimista. Suojellakseni paremmin vaikuttajien yksityisyyttä en ole analyysiosioiden aineistoesimerkkien yhteydessä eritellyt tarkemmin, kenen vaikuttajan julkaisusta on kyse, vaan viittaan aina ainoastaan vaikuttajaan.

Keskityin analyysissäni pääasiassa julkaisujen tekstisisältöihin, sillä vaikuttajat olivat sanallistaneet ajatuksiaan niissä toisinaan hyvinkin pitkästi. Hyvin geneerisen omakuvan julkaisutekstistä saattoi paljastua esimerkiksi pitkä kirjoitus vaikuttajan kohtaamista hyvinvointihaasteista. Julkaisujen alkuperäisympäristön (Instagram-kuvapalvelu) huomioiminen kuitenkin edellytti, etten voinut jättää sisältöjen visuaalisuutta analyysissäni täysin sivuun.

Otin huomioon myös julkaisutekstejä sävyttäneet emojit, jotka olen säilyttänyt mukana myös analyysilukujen aineistoesimerkeissä.

Luin aineistoani kolmekymmentä ikävuottaan jo ohittaneen suomalaisnaisen silmin ja koin oman tutkijapositioni vahvuudekseni, sillä pystyin mielestäni samaistumaan vaikuttajien kohdeyleisöön. Analysoin aineistoani *kriittisen diskurssianalyysin* avulla. Tämän Michel Foucault'n ajatteluun nojaavan metodin mukaisesti tulkitsin aineistoni heijastavan yhteiskunnassa yleisesti hyväksyttyjä ideologioita, ajatuksia ja normeja sekä ihmisten välisiä valtasuhteita, mutta toisaalta myös tuottavan, uudistavan, neuvottelevan ja muovaavan niitä uudelleen (Fairclough 2001, 14; Suoninen 2021). Esimerkiksi julkaisuissa käytetyillä sanavalinnoilla – etenkin suositun vaikuttajan positiosta tuotetussa puheessa – on vaikutusta siihen, minkälaista käytöstä hyvinvoinnistaan huolehtivan naisen kohdalla pidetään normaalina tai tavoiteltavana. Näitä julkaisuissa esiintyviä puhetapoja analysoimalla muodostin aineistostani diskursseja, jotka diskurssiteoreetikko Norman Fairclough'n (2001, 18–22) ajatuksiin nojaten ymmärrän erilaisiksi kontekstisidonnaisiksi ja sosiaalisesti tuotetuiksi merkityksenannon prosesseiksi, joilla todellisuutta rakennetaan ja tehdään ymmärrettäväksi.

Seuraavissa analyysikappaleissa havainnollistan wellness-kulttuurissa käytäviä neuvotteluja feminiinisyyksistä, joita hyvinvointivaikuttajat tuottavat puheissaan. Muodostin aineistostani vahvasti postfeminismiä toisintavan itsestään huolehtivan supernaisen diskurssin sekä kaksi postfeminismiä murtavaa diskurssia, jotka nimesin keskeneräisen ja epätäydellisen naisen sekä haavoittuvan ja hoivattavan naisen diskursseiksi. Koska naisille suunnattujen hyvinvointisisältöjen postfeministinen luonne on aiemmassa tutkimuksessa laajalti tunnistettu (esim. Aho 2017; Beijbom ym. 2023; Dubriwny 2012; Evans, Riley & Robson 2020; Tiusanen 2021), liittyy artikkelini merkittävin kontribuutio niihin diskursseihin, jotka murtavat postfeministisiä oletuksia. Näin lisään ymmärrystä etenkin wellness-tutkimuksen, feministisen mediatutkimuksen ja sukupuolentutkimuksen kentille.

Itsestään huolehtiva supernainen

Tässä diskurssissa vaikuttaja myötäilee postfeminismiä viesteissä, joissa hän rakentaa itsestään ongelmitta mieltään ja kehoaan hallitsevaa supersankarimaista hahmoa. Vaikuttaja kertoo esimerkiksi nöyristelemättä itsekuristaan ja saavutuksistaan haastaen samalla yleisöä työskentelemään tavoitteidensa eteen ja venyttämään mukavuusalueensa rajoja. Eräs vaikuttaja esimerkiksi toteaa, kuinka hän on kovalla työllä saavuttanut kilpaurheilussa "huikeaa kehitystä" huolimatta siitä, että aloitti kilpailemisen vasta 27-vuotiaana. Hän myös toteaa, kuinka on uskonut itseensä ja jaksanut työskennellä tavoitteidensa eteen, vaikkei se ole ollut aina helppoa. Tässä vaikuttajassa henkilöityy uusliberaalin hallinnan malliesimerkki: itsevarma feminiininen subjekti, jonka menestys on itsekontrollin ja ahkeruuden ansiota (McRobbie 2007). Itsekuri ja tavoitteellisuus rinnastetaan diskurssissa myös hyvään oloon, terveyteen ja hyvännäköisyyteen, kuten alla oleva aineisto-ote havainnollistaa:

> Jos mä haluan olla terve, vahva ja hyvännäköinen bikineissä niin se on vaan tehtävä asioita. Se on vaan valittava vissy skumpan sijaan ja kanapihvi makkaran sijaan (ei toki joka kerta). Eikä mua oikeestaan harmita se yhtään. Niin mä haluankin tehdä. Nimittäin terveyttä ja tätä helvetin mahtavaa oloa ei voi ostaa mistään. SE PITÄÄ TEHDÄ IHAN ITSE! Ja se jos joku tuntuu hyvälle!

Kauneuden, vahvuuden, hyvinvoinnin ja naiseuden yhteen kietoutuneisuutta diskurssissa alleviivaavat julkaisun yhteydessä jaetut tunnisteet, kuten #healthylifestyle, #choosehappiness ja #strongisbeautiful, sekä kuva, jossa timmivartaloinen nainen treenaa suurten painojen kanssa. Kaikki tämä julistaa uusliberalismin ilosanomaa: kehonsa eteen tavoitteellisesti ja kurinalaisesti työskentelevä nainen menestyy, voi hyvin ja näyttää hyvältä. Yllä olevassa aineisto-otteessa postfeministiselle naiseudelle tyypillisesti itsen eteen tehty työ kehystetään tavalla, jossa nainen toimii vapaasta halustaan – tai ainakin hänen tulee esittää asian olevan näin. Hallinta ja kontrolli verhotaan toisin sanoen vapauden, voimaantumisen ja itsensä rakastamisen narratiivien alle. (Gill 2007, 153–154.)

Oman kehon rakastamiseen kannustava puhe – niin kutsuttu LYB-puhe (lyhenne sanoista *love your body*) – onkin esimerkki tyypillisestä postfeministisestä viestistä, jota on vaikea kritisoida, mutta myös elää todeksi. LYB-puhe voi kannustaa yleisöä reflektoimaan kehosuhdettaan, mutta myös tuntemaan syyllisyyttä oman kehon kohtelusta tai sitä kohtaan tunnetuista vaikeista tunteista. (Gill & Elias 2014.) Esimerkiksi julkaisu, josta alla oleva tekstiote on peräisin, voi aiheuttaa yleisössä ristiriitaisia ajatuksia:

> Miten sinä puhut kehollesi? Entäpä miten sinä huolehdit kehostasi? Annatko sille sitä mitä se kaipaa? Ravitsevaa ruokaa, liikettä ja lepoa?
>
> Arvosta sitä, ennen kuin on liian myöhäistä. Se on tärkein kulkuneuvosi ja pääsylippusi huvitteluun❤️

Toisenlaisen kuvan kanssa teksti voisi puhutella yleisöä eri tavalla, mutta kun oman kehon arvostamiseen kannustava kehote tulee veistoksellisen kropan omaavalta vaikuttajalta, joka poseeraa kuvassa valkea hammasrivi hohtaen ja hymyilee niukasti pukeutuneena, voi julkaisu saada yleisössä aikaan vaikeita tunteita. Vaikuttajien hyvät tarkoitusperät eivät aina saavutakaan yleisöä halutulla tavalla. Kehopositiivisiksi ja inspiroiviksi tarkoitetut julkaisut saattavat itseasiassa tulla ruokkineeksi ja tuottaneeksi ongelmallisia ruokaan, painoon ja ulkonäköön kytkeytyviä ajatuksia ja normeja (Pfender, Wanzer & Bleakley 2023).

Diskurssissa esiintyy myös rehellistä postfeminististä kehonmuokkauspuhetta (Gill 2007, 155–156): yleisöä houkutellaan muun muassa polttamaan rasvaa, kasvattamaan lihaksia ja karistamaan kesäkiloja. Viestien sukupuolittuneisuus ja naisille asetetut kapeat ulkonäkönormit tulevat esiin sekä julkaisujen teksteissä että visuaalisuudessa. Vaikuttajat esiintyvät useissa kuvissa itse luoden samalla samaistumispintaa eritoten länsimaisille hyvässä sosioekonomisessa asemassa oleville naisille: he esimerkiksi kuntoilevat trendikkäissä treenivaatteissa, lomailevat ulkomailla ja syövät ravintoloissa. Myöskään kauneusoperaatioissa käymistä ei piilotella: eräs vaikuttajista kertoo esimerkiksi hampaiden valkaisustaan, toinen taas huulien täytöstään.

Itsestä huolehtimisen, hyvinvoinnin ja naiseuden rinnastus postfeminismille ominaisesti kuluttamiseen (Beijbom ym. 2023, 12–14; Gill 2007, 149–150) ilmenee diskurssissa monin tavoin. Vaikuttajat markkinoivat esimerkiksi palveluitaan, jotka lupaavat ”pysyvää kevyttä ja raikasta oloa” ja ”voimaa, lihasmassaa, liikkuvuutta ja urheilullista kyvykkyyttä”. Sponsoroiduissa yhteistöissä esitellään myös erilaisia tuotteita houkuttelevin puhein. Esimerkiksi eräs vaikuttajista kertoo piristävän ja virkistävän ”aamunaloitusjuoman” lisäävän kollageenin tuotantoa elimistössä. Wellness-kulttuurissa vaikuttajien markkinoimissa tuotteissa on mukana paljon symbolista arvoa, jolloin kuluttamiseen kannustava puhe voi olla erityisen vetoavaa. Esimerkiksi tietyn wellness-kulttuurissa tunnetun vaatebrändin asuun pukeutumalla yleisön on mahdollista ikään kuin lunastaa paikkansa trendikkäiden itsestään huolehtivien naisten yhteisöstä ja viestiä halutunlaisesta minuudesta (Horton, Ferrero-Regis & Payne 2016).

Ongelmallista on, että hyvinvointi kavennetaan tässä diskurssissa uusliberalistiselle ajattelulle ominaisesti individualistiseksi valintakysymykseksi tai ostopäätökseksi. Postfeministisen diskurssista tekee ennen kaikkea puhuttelun perusvire: yleisön oletetaan olevan homogeeninen ryhmä kaikin puolin terveitä naisia, jotka ponnistavat hyvästä sosioekonomisesta taustasta. Toisin sanoen viesti yleisölle on, että halutessaan tulla vaikuttajan kaltaiseksi heidän ei tarvitse muuta kuin elää kuten vaikuttaja esimerkillään havainnollistaa. Puhuttelu ei kuitenkaan tällöin ota huomioon yhteiskunnassa vallitsevaa epätasa-arvoa ja ihmisten erilaisia taustoja sekä yksilöiden sosiaalisten, taloudellisten, psyykkisten tai fyysisten resurssien eroavaisuuksia.

Keskeneräinen ja epätäydellinen nainen

Naisena olemisen keskeneräisyyttä ja epätäydellisyyttä korostavassa diskurssissa vaikuttaja puhuttelee yleisöään pääosin reflektionomaisen pohdinnan kautta. Hän puhuu läpikäymistään haasteista, pohtii omaa kasvuaan muun muassa äitinä ja naisena sekä kertoo etsineensä omaa polkuaan – ja toisaalta etsii sitä yhä. Eräs vaikuttajista kertoo, kuinka hän joutui uupumuksen myötä keskeyttämään ravitsemustieteen opintonsa, eikä ole varma seuraavista ura-askelistaan:

> En totta puhuen tiedä, minne olen ammatillisesti menossa. Ehkä se polku tässä alkaa selkiintyä, kun saan vähän etäisyyttä vauvavuoteen ja tähän pikkulapsiaikaan (joka kuormittavuudessaan on kyllä ihan omaa luokkaansa).

Omien kokemustensa kautta vaikuttaja havainnollistaa, kuinka elämä ei ole aina suoraviivaista, ja toimii ikään kuin esimerkkinä jatkuvasti oppivasta naisesta, joka ymmärtää koko ajan enemmän sekä itsestään että elämästä. Etenkin hyvinvointiin kytkeytyvän tiedon esitetään karttuvan ja muuttuvan kokemuksen kautta. Yksi vaikuttajista kuvailee esimerkiksi olleensa alle kolmekymppisenä varsinainen ”ravintohifistelijä”, jonka ajatusmaailma oli tuolloin hyvin mustavalkoinen. Hän kertoo sittemmin oivaltaneensa, ettei hyvistä pyrkimyksistään huolimatta ymmärtänyt, ”mikä ihan oikeasti on olennaista hyvinvoinnissa ja hyvässä syömisessä”. Hyvinvointia koskevan ymmärryksen muutosta ilmentää myös seuraava tekstiote toisen vaikuttajan julkaisusta:

> Näiden vuosien sisään on toki mahtunut myös paljon alamäkiä ja matkani kohti parempaa oloa ei ole aina ollut nousujohteinen. On ollut loppuun palamista, ongelmia syömisen kanssa, ”liikatreenaamista” ja pakkomielteitä. Niiden kautta olen kuitenkin ymmärtänyt sen, ettei ruoka ja liikunta yksinään riitä, vaan vähintään yhtä suuressa roolissa on meidän mieli 💭 Siksi painotan työssäni yhä enemmän sitä, kuinka me jokainen olemme yksilöitä ja kaikille ei missään nimessä toimi samat asiat.

Omien hyvinvointihaasteiden selättäminen elämäntapojen korjaamisella ja läpikäydystä muutoksesta kertominen on sosiaalisen median hyvinvointivaikuttajille tyypillinen narratiivi (Huovila & Saikkonen 2015, 390–392; Tiusanen 2021, 1395). Toisin kuin postfeministisessä muutospuheessa, jossa paremmaksi ja täydellisemmäksi tuleminen on muutoksen ja itsetyön suurin kannustin ja motivaatio, tässä diskurssissa keskeneräisyydestä tuotetaan hyvä ja hyväksyttävä osa naiseutta. Eräs vaikuttaja kertoo esimerkiksi verhoutuneensa ”itse perfektionistiksi aiemmin vuosien ajan”, mutta toteaa nyt sisäistäneensä “sen paradoksin, että olen aina keskeneräinen ja silti minussa on jo kaikki”. Samaisessa julkaisussa hän kirjoittaa itsensä hyväksymisen lisäävän ymmärrystä muita kohtaan ja nostaa esiin, että ihmisillä on erilaiset lähtökohdat elämään, mikä haastaa uusliberalistista ideologiaa:

> Kun oppii hyväksymään kaikki värit itsessään ja elämässä, hyväksyy niitä paremmin myös muissa. Tuomitseminen ja ihmettely vähenee, tilalle tulee ymmärrystä ja empatiaa. Ei minulla ole vara tuomita yhtään ketään. Olemme kaikki täällä oppimassa ja jokainen jääneet vaille jotain elämämme aikana – toiset enemmän ja toiset vähemmän. Tämä taas näkyy jokaisessa eri tavoin.

Maria José Camacho-Miñanon ja Shirley Grayn (2021) mukaan naisen virheiden ja epätäydellisyyksien normalisointi myötäilee postfeminismiä tilanteissa, joissa puutteet kehystetään mahdollisuuksiksi kehittyä. Tällöin epätäydellisyys sulautuu saumattomasti osaksi ”täydelliseksi tulemisen prosessia”, jota tutkijakaksikko (ema.) nimittää postfeministiseksi täydellisyyden pedagogiikaksi (*pedagogies of perfection*). Tässä diskurssissa muutospuhe ei kuitenkaan tarjoile yleisölle lupauksia horisontissa siintävästä eheydestä. Lisäksi verrattuna tavoitteelliseen uurastukseen nojaavaan postfeministiseen muutospuheeseen, tässä diskurssissa naisen muutos ja kasvu tapahtuvat ilman ankaraa ahertamista. Joskus tämä tapahtuu lempeämmin, joskus kasvukipujen kautta:

> Aina kun sitä ajattelee olevansa ’valmis’ jonkin asian kanssa, avautuu sipulikerroksista seuraava. – Joskus lempeästi ja toisinaan vähemmän lempeästi.🍑

> Ensin mukaan voi astua turhautuneisuus tai pettymys, mutta kun uudelle kerrokselle ja sen tuomille opeille avautuu, löytyy elämään jälleen jotain uutta ja arvokasta. 🍉

Merkittävänä erona postfeministiseen puheeseen myös on, ettei haasteiden ja kasvukipujen vahvistavasta vaikutuksesta tehdä itsestään selvää asiaa. Se, että naisen tulisi koettelemusten jälkeen ponnistaa

jaloilleen aina entistä vahvempana, on postfeminististä resilienssipuhetta (Gill & Orgad 2018), jota tämä diskurssi murentaa. Yleisölle tarjotaan sen sijaan ajatus, että poroksi palaneesta tuhkakasasta ei tarvitse nousta feenikslinnun lailla aiempaa upeampana ja voimaantuneempana olentona. Asiaa havainnollistaa alla oleva aineisto-ote. Esimerkissä muistutetaan yleisöä kuitenkin lohdullisesti, että vaikeatkin kokemukset voivat opettaa jotain, vaikka ne eivät tekisikään naisesta varsinaisesti vahvempaa ja parempaa:

> Tekikö seitsemän vuoden takainen uupumus minusta paremman ihmisen?
>
> Totta puhuen en oikein usko. Hiukan erilainen on ehkä parempi kuvaus. Jotkut asiat menivät ehkä peruuttamattomasti rikki. Monista voi toipua.

Verrattuna postfeminismiä myötäilevään puhutteluun tässä diskurssissa vaikuttaja on yleisölleen pikemminkin samaistuttava vertainen kuin supersankarimainen esikuva. Kaverillisesti arjestaan palasia paljastaen hän myös neuvottelee naisille tilaa olla muutakin kuin aina hallitusti ja korrektisti käyttäytyvä sekä yleisesti hyväksyttyjä naiseuden normeja myötäilevä kympin tyttö. Eräs vaikuttajista iloitsee esimerkiksi julkaisutekstissä, jossa hän kertoo ”tosi kivan” viikon tapahtumista ja pinkistä luomiväristään, mutta toteaa samalla myös viikon pitäneen sisällään ”perus perseilyä”, olutta ja ”järkkyhyvää ruokaa”. Naiseudessa yhdistyy tällöin söpö tyttömäisyys (pinkki luomiväri) ja ronskin rehellinen, jopa maskuliiniseksi luonnehdittava ilakointi oluesta, ruoasta ja ”perseilystä”.

Videossa ”MAKE GYM FAILS GREAT AGAIN” samainen vaikuttaja taas jakaa treenimokiaan, tuottaen omista epäonnistumisistaan viihdettä. Vaikuttajan julkaisut ovat kuin kepeitä muistutuksia, ettei elämää ja itseään tule ottaa liian tosissaan. Akane Kanain (2019) tutkimukseen tukeutuen pidän edellä mainitun kaltaista itseironiaa ja huumoria esimerkkinä selviytymisstrategiasta, joka auttaa naisia käsittelemään heihin kohdistuvia paineita ja odotuksia sekä niistä aiheutuvia vaikeita tunteita yhteisöllisesti sosiaalisessa mediassa. Jaettu tunne epäonnistuneesta naiseudesta saadaan muutettua huumorilla voimauttavaksi, jopa terapeuttiseksi yhteisölliseksi kokemukseksi (ema.). Myös Mari Lehto (2020) on esittänyt, että ”huonon äidin” performointi on äitivaikuttajille eräänlainen selviytymiskeino, jolla kohdata ja käsitellä nykyvanhemmuuden ristiriitaisia paineita. Lehdon tapaan näen, että kun suositut vaikuttajat haastavat vakiintuneita normeja ja nostavat päivänvaloon asioita, joihin useat yleisöstä voivat samaistua mutta joista ei uskalleta puhua, voidaan ”epäonnistuneesta” feminiinisyydestä neuvotella normaalia ja hyvää. Esimerkiksi seuraavassa aineisto-otteessa eräs vaikuttajista jakaa vaikeita äitiyteen liittyviä tunteita, joita ei luultavasti ole helppo pohtia julkisesti:

> Ne hetket, kun mietin.
>
> - Onko minulla enää koskaan omaa aikaa
> - Palautuuko tai tuntuuko kehoni jälleen ”omalta”, vahvalta
> - Löytyykö tasapainoa perheen, työn, parisuhteen, vapaa-ajan välille
> - Miten selviän niin pätkittäisillä unilla
> - Milloin olen jälleen oma energinen itseni
> - Tuleeko luovuuteni takaisin
> - Onko aivoissa enää tilaa muulle kuin äitiydelle
> - Miten jaksaa niiden hetkien yli, kun tarvitsisi itse kannattelua ja hoivaa, mutta on kannateltava muita
> - Milloin voin olla hetken pidempään poissa – vaikka haluan olla myös paikalla
> - Kuinka sanoitan sitä kaikkea uutta, jolle ei oikein ole sanoja

Edellä mainitun kaltainen rehellinen tunnustus voi altistaa vaikuttajan arvostelulle ja kritiikille (Lehto 2020). Silti juuri niissä julkaisuissa, joissa naiseus ei olekaan odotusten tai normien mukaista, neuvotellaan tilaa moninaisemmille feminiinisyyksille sekä horjutetaan postfeminismin hegemonista asemaa.

Herkkä ja hoivattava nainen

Jos postfeministisissä mediasisällöissä ylistetään menestyksen ja hyvinvoinnin olevan palkkio kovasta työstä, herkän ja hoivattavan naisen diskurssissa individualistinen tanssi suorituksia ja tehokkuutta

ylistävän yhteiskunnan tahtipuikon tahdissa on tie kohti pahoinvointia ja oman feminiinisyyden kadottamista. Diskurssissa itsestään huolehtiva nainen on kuin vastakohta Eeva Jokisen (2015) luonnehtimalle uusliberaalin hallinnan *tohkeiselle* ihanneyksilölle, joka haluaa kaiken ja pystyy kaikkeen. Esimerkiksi seuraavassa aineistolainauksessa haastetaan ja neuvotellaan uudelleen uusliberalistisia tehokkuuden ja aikaansaamisen moraalimerkityksiä:

> Vielä hetki sitten harmittelin, kun oma jaksaminen on edelleen paljon heikompaa, mitä oli vuosia sitten. Olen odottanut sitä hetkeä, kun olisin taas yhtä jaksava ja aikaansaava, mitä joskus olin. Sitä ei ole vielä tullut vastaan.
>
> Uuvun ja väsyn edelleen tavallista helpommin, mutta onneksi osaan jarruttaa ja mulla on mahdollisuus arjessa joustaa. Lisäksi olen opetellut sanomaan moneen asiaan ei, etten vetäisi itseäni äärimmilleen. Koska musta ei ole kenellekään (saati itselleni) mitään iloa väsyneenä ja stressaantuneena.
>
> Nyt olen kuitenkin todennut, että eihän tämä hassumpaa ole näinkään. Oikeastaan aika kivaakin, kun jää aikaa itselle, olemiselle ja rennommille asioille. Perheelle ja ystäville. Elämä on selkeämpää, kun olen riisunut pois ylimääräiset kuormitustekijät, vaikka osa niistäkin oli ihan kivoja. Mutta kivempaa on oikeasti jaksaa.
>
> En siis oikeastaan tiedä, haluaisinko sittenkään edes jaksaa enempää. Rutistaa lujemmin. Suorittaa lisää. Aikatauluttaa tarkemmin. Olla mukana aivan joka paikassa. Tää on aika hyväkin näin. 👌🏼

Katkelma ilmentää, kuinka syvälle jatkuvan tekemisen ja aikaansaamisen ylistys ovat yhteiskunnassa juurtuneet, sillä vaikuttaja tuntuu käyvän painia omien tunteidensa ja yhteiskunnan odotusten välillä. Vaikka tehokkuusajattelun haastaminen on varovaista, vähemmän tekemisestä ei puhuta huonona tai hävettävänä toimintana. Sitä ei myöskään pidetä väliaikaisena hengähdystaukona, jotta menestyksen eteen ahertaminen luistaisi pian entistä tehokkaammin. Diskurssissa tehokkuusajattelua myös sukupuolitetaan. Esimerkiksi eräs vaikuttajista kertoo, kuinka häntä valmentaneet mieskehonrakentajat eivät ymmärtäneet hänen toiveitaan ja tavoitteitaan, vaan laittoivat hänet tekemään kaiken ”räkillä”. Tämä tarkoitti muun muassa ”parsakaalia ja seitiä lounaaksi” ja rankkoja treenejä. Vasta naispuolisen valmentajan, Kristan, tapaaminen avasi hänelle oven ”naisten valmentamisen maailmaan”. Yrittäessään sopeutua maskuliinisen maailman suorituskeskeiseen muottiin nainen toisin sanoen tekee vain vahinkoa itselleen.

Tässä diskurssissa rakennettua todellisuutta luonnehtii holistiselle henkisyydelle tyypillinen ilmapiiri, jossa itsestään huolehtiva nainen suojelee feminiinistä haavoittuvuuttaan ja herkkyyttään (esim. Salmenniemi & Kemppainen 2020; Salmenniemi ym. 2020). Tämä tarkoittaa muun muassa rajojen asettamista, kuten eräs vaikuttaja sanoittaa: ”Oman jaksamisen suojeleminen edellyttää usein tiukkaa priorisointia: sitä että opettelee sanomaan enemmän ei kuin kyllä.” Diskurssissa itsestä huolehtimiseen ei liitykään ajatusta, että sen avulla naisesta tulee tehokkaampi ja tuottavampi. Pikemminkin itsehoiva on tapa suojella itseä. Kiinnostavaa on, että Henri Hyvösen (2019) tutkimuksen mukaan miehet suhtautuvat itsestä huolehtimiseen myönteisesti sen tähdätessä suorituskyvyn ylläpitämiseen tai kasvattamiseen työelämässä. Tämä diskurssi toisin sanoen haastaa maskuliinisia itsehoivan motiiveja, jotka myötäilevät suorituskeskeistä kulttuuria ja tehostamistalouden arvomaailmaa.

Postfeminististä ajattelua murretaan myös viesteissä, joissa yhteiskunnan tai kulttuurin vaikutukset yksilöön tunnistetaan, kuten alla olevassa julkaisuotteessa. Siinä haastetaan yleisöä muuttamaan yhteiskuntaa – eikä itseä ja omaa kehoa – ja viestiä voisi luonnehtia eetokseltaan suorastaan feministiseksi:

> Ollaan osa muutosta ja ei enää mennä järjettömien kauneusihanteiden mukana. Sun ja sun kehon ei tarvitse muuttua pinnallisten ja vaarallisten trendien vuoksi. 🙇‍♀️

Tämä diskurssi viestittää, että naisen tulee pysyä uskollisena itselleen, eikä taipua yhteiskunnan normeihin. Yhteys itseen on naisen hyvinvoinnin ja ku-

koistuksen avaintekijä, mikä kuvastaa holistiselle henkisyydelle ominaista ajattelua (Sointu 2006). Eräs vaikuttajista toteaa esimerkiksi, että ”[k]un meillä ei ole yhteyttä itseen ja omaan keholliseen kokemukseen, ei meillä ole yhteyttä omiin tarpeisiin, rajoihin ja todellisiin voimavaroihin.” Yleisön puhuttelua voi luonnehtia jopa uushenkiseksi. Yksi vaikuttajista puhuu esimerkiksi itseään ympäröivästä energiasta ja kannustaa luottamaan elämään ja ”prosessiin”. Asioille haetaan myös syvällisiä ja mystisiä merkityksiä. Diskurssissa yleisölle tarjoillaan postfeministiselle todellisuudelle vaihtoehto, jossa kaikki ei olekaan naisen hallinnassa tai riippuvaista hänen mielenlujuudestaan.

> Ihmisyys & ihmissuhteet, traumat, hermosto, ylisukupolvisuus, keho-mieli yhteys, aivojen plastisuus... mm nämä ovat teemoja, jotka vievät mukanaan – hyvällä tavalla. Oma elämäni muuttui aivan 360 vuosia taaksepäin, kun ymmärsin kuinka iso rooli minun ja sukulinjassani tapahtuneilla asioilla on siihen, kuinka koen tämän maailman. Millaisessa kehossa ja mielessä elän, kuinka hermostoni ja energiani reagoi ympärillä olevaan. Millaisia tapahtumia ja asioita vedän elämääni.

Diskurssi merkityksellistää naisen henkisiä kokemuksia ja henkiseen tietoisuuteen perustuvaa toimijuutta, minkä tulkitsen ilmentävän Ella Poutiaisen (2024, 15) sanoin *feminiinistä henkisyyttä*, jota yllä oleva aineisto-ote hyvin havainnollistaa. Lilli Aini Rokkonen (2020, 114, 258–259) katsoo, että tällaiset uushenkiset merkityksenannot ja *feminiinisen mystisyyden tarinavarannoista* ammennetut selitykset tarjoavat naisille keinoja rakentaa kestävää tarinaa epävarmassa maailmassa. Niiden avulla he voivat löytää merkityksiä omalle toiminnalleen ja vaikeillekin tapahtumille. Se, että asioiden taustalla on intuitio tai mystinen kohtalo, on Rokkosen mukaan erityisesti naisiin vetoava ja naisille mahdollistettu kerrontatapa. Tämä tarjoaa naisille lepohetken vahvasta toimijuudesta ja voi toimia myös lohtuna ristiriitaisten vaatimusten täyteisessä, epävakaalta ja hallitsemattomalta tuntuvassa maailmassa. (Emt.)

Tulkitsen näiden uushenkisten sävyjen kertovan väsymyksestä postfeministisiin viesteihin, joissa nainen saa halutessaan kaiken, jos vain jaksaa noudattaa kaikkia hänelle saneltuja neuvoja. Kapinahenkisyydestä ja turhautumisesta joka puolelta satelevia hyvän elämän neuvoja sekä absoluuttisia ratkaisuja kohtaan kertoo mielestäni myös se, että tässä diskurssissa yleisöä rohkaistaan luottamaan omaan tietämiseensä, jota seuraava aineisto-ote havainnollistaa:

> Minä tiedän, mikä meille on parasta.❤️
>
> Me tiedämme perheenä, mikä meille on parasta.❤️🔥
>
> Ja jos emme vielä tiedä, opetellaan ja otetaan selvää. 🌿🥰

Tässä diskurssissa itsehoivan itsekkyyttä myös neuvotellaan uudelleen. Itsestä huolehtimalla voi levittää enemmän hyvää myös ympärilleen, kuten yksi vaikuttajista asian ilmaisee: ”Kun itse voi hyvin, on enemmän mistä antaa myös muille. 🧡.” Vaikka Tasha Dubriwnyn (2012, 32) mukaan edellä mainitun kaltainen puhuttelu voi lisätä naisten itsehoivan moraalitaakkaa, tässä diskurssissa ohjailu itsestä huolehtimiseen on sävyltään kuin hyvältä ystävältä tulevaa lempeää ja lohdullista rohkaisua. ”Ota itseäsi kädestä. Älä niskasta. 👆🏼💌”, muistuttaa esimerkiksi yksi vaikuttajista. Edellä mainitun kaltaiset kuin ystävältä saadut terapeuttiset viestit voivat kannustaa yleisöä itsereflektioon ja hillitä esimerkiksi itsekritiikkiä (Marttinusen & Wetherell 2022, 1180).

Tässä diskurssissa hoiva voi olla myös muilta saatua hoivaa. Postfeminististä yksinpärjäämisen eetosta horjutetaan puheessa, jossa toisiin tukeutumista ei selitellä tai hävetä. Eräs vaikuttaja kertoo esimerkiksi, kuinka toisen apu ja tuki on tuntunut hänestä haastavissa hetkissä korvaamattomalta. Hän kertoo avoimesti myös terapiasuhteestaan ja halustaan ”vähentää mt-haasteiden [mielenterveyshaasteiden] stigmaa ja tabuja”. Edellä mainitun kaltaisilla ulostuloilla itsestään huolehtivaan feminiinisyyteen liittyviä normeja, tabuja ja stigmaa on mahdollista neuvotella uudelleen, etenkin sitkeiden toistojen myötä.

Lopuksi

Olen edellä tarkastellut suomalaisten naispuolisten hyvinvointivaikuttajien tapoja puhutella yleisöään postfeministisen teorian valossa kiinnittämällä huomiota erityisesti siihen, miten hyvinvoinnistaan huolehtiva naiseus toisintaa tai haastaa postfeminismiä wellness-sisällöissä. Tulkitsemillani postfeminismiä murtavilla diskursseilla olen osoittanut wellness-kulttuurin tarjoavan myös vaihtoehtoja suorittamista, itsevarmuutta ja tehokkuutta ylistävälle uusliberalistiselle eetokselle, mikä on tutkimukseni tärkein ja keskeisin havainto. Tutkimukseni kuitenkin vahvistaa samalla myös aiempia tutkimuksia, joiden mukaan wellness-sisällöt toisintavat postfeministisiä viestejä. Hyvinvointivaikuttajien tuottamat wellness-sisällöt Instagramissa ovat toisin sanoen luonteeltaan ristiriitaisia. Ilmiö korostuu etenkin silloin, jos kyseisessä kuvapalvelussa seuraa monien erilaisten hyvinvointivaikuttajien julkaisuja.

Postfeminismi ilmeni aineistossani muun muassa viesteinä, joissa esitettiin uusliberalistisen hallinnan, suorittamisen ja tehokkuuden olevan portteja menestykseen ja hyvinvointiin. Postfeminismi ilmeni aineistossani myös sukupuolittavina käytäntöinä, kapeita ulkonäkönormeja toistavissa viesteissä, hyvinvoinnin, kauneuden ja naiseuden rinnastamisena kuluttamiseen sekä kehon ja mielen hallinnan merkitystä korostavassa puheessa. Vaikka postfeminismi elää naisille suunnatuissa wellness-sisällöissä yhä vahvasti, hyvinvointivaikuttajat aukaisevat yleisöä puhutellessaan oven myös toisenlaiseen todellisuuteen: sellaiseen, jossa naisten ei tarvitse olla täydellisiä äitejä, kaiken jaksavia ja kestäviä tehopakkauksia tai perinteiseen naisen rooliin mukautuvia muiden hoivaajia.

Väitän kahden tulkitsemani postfeminismiä murtavan diskurssin kertovan naisten kokemasta väsymyksestä ja kapinasta postfeminististä naisfiguuria kohtaan, jonka odotetaan venyttävän rajojaan, loistavan kaikilla elämän osa-alueilla, sopeutuvan suorituskeskeiseen, tehokkuutta ja yksinpärjäämistä palvovaan kulttuuriin kivuttomasti sekä pystyvän hallitsemaan kaikkea ympärillään. Artikkelissani olen myös osoittanut, että sosiaalisen median wellness-sisällöt kietoutuvat holistiseen ja erityisesti feminiiniseen henkisyyteen, mikä alleviivaa wellness-kentän sukupuolittunutta luonnetta. Tulkitsen näiden henkisten sävyjen myös kertovan siitä, että naiset kaipaavat oikeutusta tauolle ja levolle vahvasta kontrolloijan roolista ja kilpailuhenkisestä tehostamiskulttuurista.

Tutkimukseni tuo näkyviin, että itsehoivan motiiveista ja merkityksistä käydään wellness-sisällöissä neuvottelua – jopa kamppailua. Wellness-sisällöt voivat toisaalta ruokkia hyvinvointi-ideologiaa, jossa itsestä huolehtiminen on moraaliteko ja keino virittää oma keho jaksavaksi ja kapeita ulkonäkönormeja mukailevaksi koneeksi, joka myötäilee suoritusyhteiskunnan vaateita. Wellness-julkaisut tarjoavat kuitenkin myös vaihtoehtoisia näkökulmia hyvinvoinnista huolehtimiseen: itsehoivaa osataan merkitykselliseksi myös keinoksi suojella herkkää ja haavoittuvaa feminiinisyyttä ja kapinoida uusliberalistisia ajatuksia vastaan.

Aineistossani otettiin kuitenkin vain varovasti feminismin hengessä kantaa kulttuuristen tai yhteiskunnallisten muutosten tekoon, vaikka vaikuttajat osasivat kohdistaa kritiikkiä myös ympäristöön. Rajojen asettaminen, itsen muuttaminen ja itsestä huolehtiminen tuntuvat olevan naisten ainoita vaihtoehtoja tilanteissa, joissa omaa hyvinvointia koetellaan. Tähän trendiin on mielestäni syytä kiinnittää huomiota: jos arjesta selviytymistä ja oman jaksamisen suojelua aletaan merkitykselliseksi mediasisällöissä naisten itsestä huolehtimisen pääasialliseksi motiiviksi, alamme olla jo huomattavan kaukana feminististen arvojen mukaisesta maailmasta, jossa yksilökeskeisyyden sijaan etusijalla on kollektiivinen poliittinen toiminta ja solidaarisuus.

Feminismin hengen voi toki nähdä väreilevän aineistossani viesteissä, joissa vaikuttajat muistuttivat, ettei naisen tarvitse sopeutua kulttuuriin, joka tuntuu rikkovan hänet. On myös hyvä muistaa, ettei vastuu puhetapojen muutoksesta lepää vain vaikuttajien harteilla. Se miten vaikuttajien viestit otetaan vastaan, heijastuu väistämättä julkaisusisältöihin tulevaisuudessa (esim. Lehto 2022). Naiseuden neuvottelut wellness-kulttuurissa jatkuvatkin julkaisutekstien ja kuvien ulkopuolella; niin kommenttikentissä, julkaisuille annetuissa reaktioissa kuin myös arjen toiminnassa. Itsehoivan motiivit ja toteutustavat sanelevat, kuinka vahvasti itsestä huolehtiminen myötäilee uusliberalistista ideologiaa – ja onko hyvinvoinnista huolehtiminen itseä niskasta vai kädestä ottamista.

FM Reetta Haverinen työskentelee väitöskirjatutkijana Itä-Suomen yliopistossa. Haverisen väitöskirja käsittelee wellness-kulttuuria sosiaalisessa mediassa feministisen mediatutkimuksen näkökulmasta.

Kirjallisuus

Abidin, Crystal (2018) *Internet Celebrity: Understanding Fame Online*. 1. painos. Bingley: Emerald Publishing.

Aho, Kaisa-Riitta (2017) Postfeministinen kehopositiivisuus Fit-kuntoilulehdessä ja kuntosaliliikunnan arjessa. *Sukupuolentutkimus–Genusforskning* 30:4, 23–37.

Beijbom, Mikaela, Fabricius, Alexis & O'Doherty, Kieran C. (2023) Women's Health Magazines and Postfeminist Healthism: A Critical Discourse Analysis. *Feminism & Psychology* 33:4, 604–21.

Brunila, Kristiina, Harni, Esko, Saari, Antti & Ylöstalo, Hanna (2021) *Terapeuttinen valta: onnellisuuden ja hyvinvoinnin jännitteitä 2000-luvun Suomessa*. Tampere: Vastapaino.

Camacho-Miñano, Maria José & Gray, Shirley (2021) Pedagogies of Perfection in the Postfeminist Digital Age: Young Women's Negotiations of Health and Fitness on Social Media. *Journal of Gender Studies* 30:6, 725–736.

Crawford, Robert (2006) Health as a Meaningful Social Practice. *Health* 10:4, 401–420.

Conor, Bridget (2021) "How Goopy are you?" Women, Goop and Cosmic Wellness. *European Journal of Cultural Studies* 24:6, 1261–1281.

Dubriwny, Tasha (2012) *The Vulnerable/Empowered Woman: Feminism, Postfeminism, and Women's Health*. New Brunswick, New Jersey: Rutgers University Press.

Duffy, Brooke Erin & Hund, Emily (2019) Gendered Visibility on Social Media: Navigating Instagram's Authenticity Bind. *International Journal of Communication* 13, 4983–5002.

Evans Adrienne, Riley Sarah & Robson, Martin (2020) Postfeminist Healthism. Pregnant with Anxiety in the Time of Contradiction. *Jura Gentium* 17:1, 95–118.

Fairclough, Norman (2001) *Language and Power*. 2. painos. Harlow, England: Longman.

Gill, Rosalind (2007) Postfeminist Media Culture: Elements of a Sensibility. *European Journal of Cultural Studies* 10:2, 147–166.

– – (2017) The Affective, Cultural and Psychic Life of Postfeminism: A Postfeminist Sensibility 10 Years on. *European Journal of Cultural Studies* 20:6, 606–626.

Gill, Rosalind & Orgad, Shani (2018) The Amazing Bounce-Backable Woman: Resilience and the Psychological Turn in Neoliberalism. *Sociological Research Online* 23:2, 477–95.

Grénman, Miia (2019) *In Quest of the Optimal Self: Wellness Consumption and Lifestyle – A Superficial Marketing Fad or a Powerful Means for Transforming and Branding Oneself?* Turun yliopiston julkaisuja. Sarja E, Oeconomica, osa 47. Väitöskirjatutkimus. Turku: Turun yliopisto.

Harjunen, Hannele (2017) Terveys, talous ja tehokkaat ruumiit. Teoksessa Eskelinen, Teppo, Harjunen, Hannele, Hirvonen, Helena & Jokinen, Eeva (toim.) *Tehostamistalous*. Jyväskylän yliopisto: SoPhi, 163–180.

Horton, Kathleen, Ferrero-Regis, Tiziana & Payne Alice (2016) The Hard Work of Leisure: Healthy Life, Activewear and Lorna Jane. *Annals of Leisure Research* 19:2, 180–193.

Huovila, Janne & Saikkonen, Sampsa (2015) Establishing Credibility, Constructing Understanding: The Epistemic Struggle over Healthy Eating in the Finnish Dietetic Blogosphere. *Health* 20:4, 383–400.

Hyvönen, Henri (2019) Men's Work-Related Self-Care in the Finnish Media. *Finnish Journal of Social Research* 12, 7–22.

Illouz, Eva (2008) *Saving the Modern Soul: Therapy, Emotions, and the Culture of Self-Help*. Berkeley: University of California Press.

Jokinen, Eeva (2015) Tohkeisuus. Teoksessa Jokinen, Eeva & Venäläinen, Juhana (toim.) *Prekarisaatio ja affekti*. Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja 118. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 31–51.

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.

Laaksonen, Salla-Maria (2021) Sosiaalinen media tutkimusaineistona. Teoksessa Vuori, Jaana (toim.) *Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/ (haettu 12.11.2024).

Lehto, Mari (2020) Bad is the New Good: Negotiating Bad Motherhood in Finnish Mommy Blogs. *Feminist Media Studies* 20:5, 657–671.

––(2022) Ambivalent Influencers: Feeling Rules and the Affective Practice of Anxiety in Social Media Influencer Work. *European Journal of Cultural Studies* 25:1, 201–216.

Martinussen, Maree & Wetherell, Margaret (2022) Friends Tell it Like It Is: Therapy Culture, Postfeminism and Friendships between Women. *European Journal of Cultural Studies* 25:4, 1174–1190.

McRobbie, Angela (2004) Post-Feminism and Popular Culture. *Feminist Media Studies* 4:3, 255–264.

––(2007) Top Girls? Young Women and the Post-Feminist Sexual Contract. *Cultural Studies* 21:4–5, 718–737.

––(2015) Notes on the Perfect: Competitive Femininity in Neoliberal Times. *Australian Feminist Studies* 30:83, 3–20.

O'Neill, Rachel (2020) Pursuing "Wellness": Considerations for Media Studies. *Television & New Media* 21:6, 628–634.

––(2021) "Glow from the Inside Out": Deliciously Ella and the Politics of "Healthy Eating". *European Journal of Cultural Studies* 24:6, 1282–1303.

Pfender, Emily J., Wanzer, Claire & Bleakley, Amy (2023) A Content Analysis of Social Media Influencers' "What I Eat in a Day" Vlogs on YouTube. *Health Communication* 39:11, 2244–2255.

Plancke, Carine (2021) Nurturing the Female Body: Notions of Wellbeing in Womb Yoga. *Medical Anthropology* 40:8, 732–744.

Poutiainen, Ella (2024) Feminismin henki?: *Naisten voimaantuminen ja yhteiskunnallinen muutos 2010-luvun feminiinisessä henkisyydessä*. Turun yliopiston julkaisuja, Sarja B, Humaniora, osa 679. Väitöskirjatutkimus. Turku: Turun yliopisto.

Reade, Josie (2021) Keeping It Raw on the 'Gram: Authenticity, Relatability and Digital Intimacy in Fitness Cultures on Instagram. *New Media & Society* 23:3, 535–553.

Rimke, Heidi (2020) Self-Help, Therapeutic Industries, and Neoliberalism. Teoksessa Nehring, Daniel, Madsen, Ole Jacob, Cabanas, Edgar, Mills, China & Kerrigan, Dylan (toim.) *The Routledge International Handbook of Global Therapeutic Cultures*. Abingdon, Oxon: Routledge, 37–50.

Rokkonen Lilli Aini (2020) *Prekaari äitiys – Kertomuksia palkkatyön reunamilta*. Publications of the University of Eastern Finland. Dissertations in Social Sciences and Business Studies, no 235. Väitöskirjatutkimus. Joensuu: Itä-Suomen yliopisto.

Salmenniemi, Suvi & Kemppainen, Laura (2020) Masculine Performers and Good Girls: Negotiating Gender Norms in Therapeutic Engagements. Teoksessa Nehring, Daniel, Jacobsen, Ole, Cabanas, Edgar, Mills, China & Kerrigan, Dylan (toim.) *The Routledge International Handbook of Global Therapeutic Cultures*. London: Routledge, 278–292.

Salmenniemi, Suvi, Nurmi, Johanna & Jaakola, Joni (2020) "Living on a Razor Blade": Work and Alienation in the Narratives of Therapeutic Engagements. Teoksessa Salmenniemi, Suvi, Nurmi, Johanna, Perheentupa, Inna & Bergroth, Harley (toim.) *Assembling Therapeutics: Cultures, Politics and Materiality*. London: Routledge, 155–171.

Savolainen, Laura, Uitermark, Justus & Boy, John, D. (2022) Filtering Feminisms: Emergent Feminist Visibilities on Instagram. *New Media & Society* 24:3, 557–579.

Sointu, Eeva (2006) The Search for Wellbeing in Alternative and Complementary Health Practices. *Sociology of Health & Illness* 28:3, 330–349.

Sointu, Eeva & Woodhead, Linda (2008) Spirituality, Gender and Expressive Selfhood. *Journal for the Scientific Study of Religion* 47:2, 259–276.

Statista (2024a) *Most Popular Social Networks Worldwide as of April 2024, Ranked by Number of Monthly Active Users*. https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/ (haettu: 12.6.2024).

––(2024b) *Distribution of Instagram Users Worldwide as of April 2024, by Age and Gender*. https://www.statista.com/statistics/248769/age-distribution-of-worldwide-instagram-users/ (haettu: 12.6.2024).

Suoninen, Eero (2021) Diskurssianalyysi. Teoksessa Vuori, Jaana (toim.) *Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/ (haettu 24.1.2023).

Tiusanen, Kaisa (2021) Fulfilling the Self Through Food in Wellness Blogs: Governing the Healthy Subject. *European Journal of Cultural Studies* 24:6, 1382–1400.

––(2022) Feeling Grateful, Kind, and Empowered. Rules of Feeling in Instagram's #womenswellness Digital Intimate Public. *Feminist Media Studies* 23:8, 3687–3704.

Åberg, Erica & Salonen, Laura (2021) Karvan verran kauniimpi? Karvattomuuden normin haastamista Instagram-keskusteluissa. *Sukupuolentutkimus–Genusforskning* 34:4, 31–47.

Take Yourself by the Hand, Not by the Neck – Disruptive Discourses against Postfeminism in Wellness Content on Instagram

In this article, I examine how Finnish female wellness influencers address female audiences in their wellness content on the image service Instagram, applying postfeminist theory as a framework. Through critical discourse analysis, I identified one reiterative and two disruptive discourses targeted towards postfeminism. My key finding is that wellness content targeted at women, often described as postfeminist, also dares to challenge and break postfeminist messages as the neoliberal ethos that glorifies performance and efficiency. In my data, postfeminism was disrupted through renegotiations of meanings related to incompleteness and imperfection, as well as vulnerablility and care. Furthermore, my research indicates that wellness and holistic approaches to well-being based on spirituality have become increasingly intertwined. Based on the analysis, I propose that the wellness content produced by influencers reflects women's fatigue and rebellion toward both postfeminist messages and the neoliberal performance-oriented mindset.

KEYWORDS: INFLUENCERS, POSTFEMINISM, SOCIAL MEDIA, WELL-BEING, WELLNESS