

# Promotionaalinen persoona semioottisena käyttäytymisenä

Verkon deitti-ilmoitukset lingvistiksestä, semioottisesta  
ja antropologisesta näkökulmasta

TOMI VISAKKO

## Väitöksenalkajaisitelmä Helsingin yliopistossa 11. syyskuuta 2015

Ihmislunnon määrittelevistä piirteistä on väännetty kättä vuosituhansien ajan ilman, että suurta yksimielisyyttä olisi useinkaan saavutettu. Tämä vuosituhansien väittely itsessään lienee kuitenkin vahva osoitus yhdestä sellaisesta piirteestä: ihminen on olento, joka uskoo kiihkeästi omiin tarinoihinsa ja teorioihinsa itsestään ja maailmastaan – siitä huolimatta, että tällaiset tarinat tai teorit voivat vastata todellisuutta korkeintaan hyvin rajallisilla ja valikoivilla tavoilla.

Väitöskirjatutkimuksessani kohtaavat ihmisten teorit itsestään, sosiaalisista maailmoistaan ja kielestään. Olen tutkinut deitti-ilmoitusten genreä kulttuurisena työkaluna, jolla voidaan monin tavoin siivilöidä sosiaalista todellisuutta ja ihmistyyppejä toivotuun ja ei-toivotuun, ihanteelliseen ja epäihanteelliseen (ks. myös Kockelman 2013b). Kirjoittajan tehtävänä on muuntaa itsensä ruumiillisesta olomuodosta tekstuaaliseen olomuotoon tavalla, joka vetoaa tavoiteltuun kohderyhmään. Aineistoni sisältää siis ihmisten uskomuksia siitä, millaisia he ovat ja millaisia muut ovat. Lisäksi – tai ennen kaikkea – aineistoni kertoo kieleen ja vuorovaikutukseen liittyvistä uskomuksista: siitä, mitä erilaisten kielenkäytön muotojen ajatellaan paljastavan käyttäjistään henkilöinä, sekä siitä, millaisia kielellisiä kuvauksia itsestä kuuluu tuottaa ja millaisia seurauksia niillä voi olla. Toisin sanoen deitti-ilmoitukset ilmentävät kulttuurisia käsityksiä siitä, miten itse kuuluu esittää positiivisessa valossa toivotunlaisten henkilöiden tavoittamiseksi ja toisenlaisten ulkopuolelle sulkemiseksi.

Olen halunnut keskittyä tutkimuksessani nimenomaan kielelliseen vuorovaikutukseen ja niihin vapaamuotoisiin teksteihin, joilla itseään voi deittiprofiileissa esittää

(erotuksena esimerkiksi kuvista ja vakio- tai monivalintakysymyksistä). Kaikessa rajallisuudessaankin kielellä on ominaisuuksia, joita muilla ihmisen käyttäytymismuodoilla ei ole. Kieli on merkittävimpiä *teoreettisen agenttiivisuuden* ilmentymiä. Teoreettisella agenttiivisuudella tarkoitan ihmisen kykyä luonnehtia, järkeillä ja jäsentää maailmaa kulttuurisista symboleista koostuvien representaatioiden avulla (ks. esim. Kockelman 2013a). Kielenkäyttö ankkuroi symbolien avulla sosiaalisen todellisuuden objektit – esimerkiksi henkilöiden ominaisuudet – kulttuuriseen tietoon ja päätelmiin. Kielellisten merkkien käyttö tuo sosiaalisen todellisuuden objektit julkisen neuvottelun ja selontekovelvollisuuden piiriin erilaisille kulttuurisille areenoille. Kieli on kuitenkin myös *käytännöllisen agenttiivisuuden* väline. Kielellä on aina performatiivinen ulottuvuus. Kielellisillä merkeillä luodaan sosiaalisia faktoja: välitetään sosiaalisia suhteita ja persoonallisuuspiirteitä, esitetään kulttuurisia rooleja. Jokainen representaatio on upotettu johonkin toimintaan ja toimintatyyppiin. Itseään voi representoida esimerkiksi tarinoilla, taksonomioilla tai tajunnanvirralla. Tutkimukseni lähestymistavassa itsensä esittämisessä ei olekaan kyse ensisijaisesti siitä, millaisia faktoja itsestä kerrotaan, vaan siitä, miten kielellisen käyttäytymisen muodot jäsenyivät performansseiksi – sellaisiksi tekstuaalis-semioottisiksi rakenteiksi, jotka ovat tulkittavissa merkeiksi henkilön sosiaalisista ja intentionaalisista statuksista, persoonallisuudesta, asenteista ja arvoista.

Tutkimukseni yhtenä perimmäisenä motivaationa ja päämääränä on ollut arvon ja arvottamisen ymmärtäminen: Miten ihmisiä ja ihmistyyppejä arvotetaan? Miten ihmiset ja ihmistyytit arvottavat sosiaalista todellisuutta? Mitä esimerkiksi ”positiivisuus” ja ”negatiivisuus” lopulta ovat? Mistä ne kumpuavat maailmaan? Mikä on kielellisten merkkien rooli niiden muovaamisessa ja levittämisessä? Termillä *promotionaalisuus* on viitattu erilaisiin markkinoiviin kielenkäytön muotoihin: mainoksiin ja niiden sukulaistekstilajeihin, kuten työhakemuksiin tai deitti-ilmoituksiin. Kyse on siis sellaisesta kielenkäytöstä, jossa pyritään hallitusti luomaan positiivinen mielikuva tavoitellun yleisön silmissä ja pitämään negatiiviset näkökulmat tiukasti kurissa. Sen erityistapaus on itsepromootio, jossa henkilöllä on valta itse kontrolloida kielellisesti omaa arvoaan. Jos *sosiaalisella persoonalla* tarkoitetaan erilaisia empiirisesti havaittavia henkilöä olemisen moodeja (ks. Agha 2007a, 2011), voidaan sanoa, että deitti-ilmoituksissa astutaan esittämään *promotionaalista persoonaa*. Halusin tutkimuksessani selvittää tarkasti kielellisten ja kulttuuristen yksityiskohtien tasolla, millaisia oikeuksia ja velvollisuuksia, tai mahdollisuuksia ja välttämättömyyksiä, promotionaalisen persoonan esittämiseen deitti-ilmoituksissa liittyy. Olen pyrkinyt selvittämään, millaisia kulttuurisia uskomuksia ja ideologioita tällaisiin performansseihin liittyy ja millainen on näiden uskomusten ja empiirisen todellisuuden välinen jännite: Miten ihmiset kuvittelevat, että heidän pitäisi esittää itseään positiivisessa valossa ja tulkita toisten vastaavia esityksiä? Mitä ilmoituksissa ja niiden tulkintaprosesseissa todella tapahtuu?

## Deitti-ilmoitukset sosiaalisena vuorovaikutuksena

Deitti-ilmoitusten välittämän sosiaalisen vuorovaikutuksen rakennetta voisi yksinkertaistetusti kuvata näin: Kirjoittaja esittää ennakoimilleen ja kuvittelemilleen luki-

joille promotionaalista persoonaa tekstiartefaktin välityksellä. Kirjoittajat valikoivat niitä aineksia, joista he uskovat koostuvansa (mm. tottumuksiaan, ominaisuuksiaan, sosiaalisia suhteitaan, muistojaan, halujaan, arvojaan), ja tulkitsevat niitä pukemalla ne kulttuuristen symbolien avulla tekstuaalisiksi performansseiksi. Tällaisten performanssien kantamat ”minuuden merkit” (*signs of the self*, ks. Singer 1984; myös Kockelman 2013a) välittävät käsityksiä siitä, kuka ja millainen kirjoittaja on henkilönä. Toisin sanoen ne välittävät kielellisessä muodossa kirjoittajan identiteettiä ja persoonallisuutta niin lukijoille kuin kirjoittajalle itselleen. Samalla kirjoittajat ennakoivat lukijoiden tulkintoja sitoutuen tietynlaisiin tulkintoihin ja pyrkien välttämään toisenlaisia tulkintoja. He esittävät itseään omien arvojensa ja uskomustensa valossa tavalla, jonka he uskovat toisten tulkitsevan positiivisesti omien arvojensa ja uskomustensa valossa. Minuuden merkit ovat siis refleksiivisessä suhteessa sekä henkilön omaan historiaan ja koostumukseen että toisten ennakoituihin tulkintoihin ja toivottuihin seurauksiin ylipäänsä.

Prosessin kulkuun liittyy karkeastikin ajatellen vähintään neljänlaista agenttiivisuutta. Ensinnäkin kirjoittaja itse voi verrattain tietoisena olentona itseymmärryksensä ja itsekontrollinsa avulla valikoida, mitä merkkejä itsestään hän haluaa ilmentää. Toisaalta kirjoittaja verrattain habituaalisena olentona tulee myös nojautuneeksi monenlaisiin sisäistettyihin ja ruumiillistuneisiin tottumuksiin, rutiineihin ja maneereihin. Lisäksi hyödynnetyt instrumentit ja infrastruktuurit – niin verkkoteknologia sinänsä kuin deitti-ilmoitusten genreen liittyvät ja muut kulttuuriset normit – toimivat siivilöivinä agentteina, jotka mahdollistavat vain tietynlaisten merkkien välittymisen. Kavana muun muassa siivilöi kaikki ruumiilliset merkit ja päästää läpi vain aakkosiksi koodattuja merkkejä. Lopulta nämä valikoidut ja siivilöidyt minuuden merkit synnyttävät erilaisia tulkitsimia erityyppisissä lukijoissa. Merkit voivat tulkittua verrattain spontaanisti ja habituaalisesti esimerkiksi tunnereaktioina, tai niitä voidaan tulkita verrattain kontrolloidusti ja rationaalisesti esimerkiksi erilaisin päätelmin.

Tutkimukseni ytimessä ovat nämä metasemioottiset suhteet henkilöobjektien, tekstuaalisten merkkien ja toisten tulkintojen välillä sekä näitä suhteita välittävät semioottiset infrastruktuurit ja ontologiat. Semioottisilla ontologioilla tarkoitan niitä oletuksia, jotka mahdollistavat tietynlaisten merkkien havaitsemisen ja tulkitsemisen tietynlaisilla tavoilla (ks. Kockelman 2013a). Pohjimmainen kysymys siis on, millaisia mahdollisuuksia henkilöillä on tuottaa, kontrolloida, idealisoida ja tulkita minuuden merkkejä ja millaisten kulttuuristen uskomusten ja arvojen valossa tämä tapahtuu.

Tutkimukseni analyysiluvuissa olen tutkinut sitä, millaisia inhimillisiä ominaisuuksia, arvottavia asenteita ja sosiaalisia suhteita deitti-ilmoitusten tekstuaaliset rakenteet voivat välittää. Olen myös kyselytutkimuksen avulla selvittänyt, missä määrin ja millä tavoin tulkinnat voivat hajaantua eri suuntiin. Erilaisten merkkien näkyvyys ja tulkittavuus – tai emblemaattisuus (Kockelman 2013a: 74–81) – nimittäin vaihtelee sen refleksiivisen mallin mukaan, jonka valossa niitä lähestytään. Eri henkilöt voivat nähdä samassa tekstissä hyvin erilaisia asioita yhtä perustellusti.

Pystyn tässä esittämään vain muutaman yksinkertaisen esimerkin tutkimuksessa analysoiduista ilmiöistä. Deitti-ilmoituksissa on ensinnäkin mahdollista välittää erilaisia lupauksen kaltaisia ”kuvailtavia” ominaisuuksia, joiden todenmukaisuuden ja toi-

vottavuuden lopullinen arviointi on lukijalle mahdollista vasta myöhemmissä kasvokkaisissa vuorovaikutustapahtumissa. Lukuhetkellä lukija voi arvioida tällaisten ominaisuuksien ja niiden yhdistelmien toivottuutta ja sisäistä koherenssia vain verrattain yleisellä tasolla kulttuuristen stereotyyppien valossa. Tyypillisiä ovat esimerkiksi tiukasti kontrolloidut ja hierarkkiset listat tai taksonomiat, joissa luetellaan henkilökohtaisia ominaisuuksia tai kuvauksia aikaan ja paikkaan sijoittuvista elämänmuodoista – tai kronotoopeista (ks. Bahtin 1986; Agha 2007b). Kuvailtavien ominaisuuksien lisäksi tekstit välittävät ”esitettäviä” ominaisuuksia, jotka perustuvat kirjoittajan tapaan käyttää ja sommitella kielellisiä merkkejä – tai tekstitason indeksikaalisuuteen (ks. Agha 2007a: 24–27). On siis eri asia esimerkiksi esittää vitsi kuin vain kuvailla olevansa ”hauska”. Koska esitettävät ominaisuudet perustuvat tavalla tai toisella kielenkäyttöön, niitä on mahdollista kuvailun sijaan tai lisäksi performoida suoraan käytettyyn kanaavaan. Ne välittyvät suuremmin infrastruktuurissa ja ovat lukijan koettavissa – ja arvotettavissa – jo ilmoituksen lukuhetkellä. Esitettävien ja kuvailtavien ominaisuuksien vuorovaikutuksellinen dynamiikka on siis varsin erilaista, ja näitä ominaisuustyyppiä arvioidaan anonyymissa tilanteessa eri tavoin suhteessa esimerkiksi totuuteen ja edustavuuteen tai teeskenneltävyyteen ja manipuloitavuuteen. Kielenkäyttö hajautuu deitt ilmoituksissa erilaisiin semioottisiin tasoihin, joiden tulkittavuus ja seuraukset ovat osittain erilaiset.

Esimerkkinä esitettävästä ominaisuudesta voimme tarkastella tutkimukseni poimittua aineistokatkelmaa (esim. 1; Visakko 2015: 90–91). Se tulkittiin kyselytutkimuksessa laajalti muun muassa ”tajunnanvirraksi”. Tajunnanvirta ymmärretään tekstuaaliseksi rakenteeksi, joka ikään kuin virtaa suoraan tajunnasta ja viestii kirjoittajan mielen toiminnasta ja sen ominaispiirteistä. Tällaisen tulkinnan mukaan teksti on siis jollain tavalla spontaania ja vähemmän kontrolloitua.

- (1) Nää kerro itestäs jutut on aina vaikeita,,ainakaan valokuvissa en tykkää olla yksin, jos ollenkaan. Tuokin kuva on muutaman vuoden takaa kun kaveri sai jotenkin puhuttua ittellensä meikkimalliksi valmistuessaan maskeeraajaks, joten maskaran määrä on siks aika suuri:) Avoeron olen kokenut tuossa vuosi sitten ja nyt vaan alkaa sosiaalinen elämä kiinnostaa uudelleen,,aattelin kokeilla sit tällastakin kun ei tule niin usein tuolla baareissa pyörityä. Kavereitten kanssa tykkään kyllä iltaa viettää ” syöpötellen ja juopotellen”. Kotisohva ei myöskään oo pöllömpi tapa viettää aikaa ja siinä kai tulee töitten jälkeen ihan mukavasti aikaa vietettyäkin, vaikka virtapiikkejäkin tulee ja pidän kuntoilustakin kävellen, rullaluistellen jne. olen avoin kaikelle liikunnalle. Murteesta huomaa että itä-suomen kasvatteja oon, vaikka oon ollu sieltä pois 10 vuotta, asustellu Tampesterissä, Kreikassakin käyny pyörähtämässä (ei,,ei Jorgoksen perässä, töitten:) ja nyt sitten 4 vuotta täälä Helsingissä. Mie tykkään nauramisesta,,saatan heittää aika hurttiakin huumoria, vähän sellanen räväkänpuoleinen varmaan,,joten ehkä se on parempi että toinenkaan osapuoli ei ainakaan hirrvn ujo ole ( vaikka sekin voi olla söpöä) huumorintaju ja itseironismi on aina plussaa! Mie osaan kyllä ujestellakkii, varsinkin sillon kun jostakin kiinnostun, se on aika persiistä:)

Jos kiinnostuit ja olet suhteellisen normaali kaikin puolin, eli olet muuttanut kotoa pois ja työpaikallekin on raahauduttava, otappa yhteyksiä:) Vaikeeta sanoo jotain fiksua ja kiinnostavaa tähän loppuun, joten mie sanon vaan Hellurei!

Kirjoittaminen ymmärretään kulttuuristen stereotyyppien valossa yleensä sellaiseksi semioottisen käyttäytymisen muodoksi, jossa mielestä kumpuavia merkkejä on mahdollista tiivistää, jäsentää, kirkastaa, hioa ja korjata (ks. myös esim. Wogan 2004). Riippumatta yksittäisen tekstin todellisesta syntyprosessista tai tekstin tuottamiseen oikeasti käytetystä ajasta – josta lukijalla harvoin voi olla mitään tietoa – kirjoittajaa on mahdollista pitää vastuullisena tämän oletetun mahdollisuuden käyttämättä jättämisestä. Tajunnanvirta voidaan tästä syystä tulkita joko positiivisesti esimerkiksi ”rennoksi” tai ”aidoksi” tai negatiivisesti ”lapselliseksi” tai ”huolimattomaksi”. Tällaiset tulkinnat heijastavat erilaisia kulttuurisia arvoja ja ideologioita. Ne kertovat siitä, millaiseksi oikeanlainen mielen toiminnan ja julkisen puheen tai kirjoituksen välinen suhde ymmärretään: mikä on riittävä tai liiallinen kontrollin ja hiomisen määrä itseilmaisussa? Esimerkin 1 kaltaisten katkelmien analyysit osoittavat myös sen, että kaikki mahdolliset tekstien ainekset, kokonaisrakenteista yksilölliseen tai norminmukaiseen oikeinkirjoitukseen, voivat tulla – ja tulevat – tulkituksi minuuden merkkeinä. Tutkimus osoittaa, että vaikka tulkinnat usein hajaantuvat jopa täysin vastakkaisiin suuntiin, niitä voidaan selittää eri tulkitsijoiden suuntautumisella erilaisiin merkkeihin tai erilaisiin kulttuurisiin olettamuksiin. Kielen tulkinta kietoutuu erottamattomasti etnopsykologiseen, etnososiologiseen ja etnopoettiseen päättelyyn ja arviointiin.

## Sosiaalinen vuorovaikutus ja kulttuuriset uskomukset

Teorioihinsa uskovana olentona ihminen pyrkii usein käyttäytymään teorioidensa mukaisesti tai vähintäänkin arvioimaan tai rationalisoimaan omaa ja toisten käyttäytymistä suhteessa niihin. Siksi tällaisten etnoteorioiden ja varsinaisen käyttäytymisen välinen jännite on otettava huomioon niin teoreettisesti kuin empiirisesti ihmistä tutkittaessa. Voisi väittää, että tämä refleksiivinen suhde – tai epäsuhta – on lopulta ihmisen ymmärtämisen ytimessä. Sosiaaliset faktat ovat jäsenyneet refleksiivisesti ja dialektisesti. Ne hajautuvat merkkien ja kilpaileviin tulkintamalleihin perustuvien asteittain eroavien tulkitsinten ketjujen välille. (Vrt. esim. Silverstein 2001, 2003; Urban 2001; Agha 2007a.) Kielentutkimuksen näkökulmasta yksi metodologisesti olennainen – ja haasteellinen – kysymys on tällöin kielellisten käytänteiden ja niitä tulkitsevien refleksiivisten metakäytänteiden välinen suhde (ks. esim. Kockelman 2010). Haasteellista on muun muassa se, että esimerkiksi kieli-ideologiat, yhtenä esimerkkinä refleksiivisistä metakäytänteistä, elävät usein eri aikaskaaloilla ja ilmenevät eksplisiittisesti eri tilanteissa kuin ne kielelliset käytänteet, joita ne tavalla tai toisella muovaavat. Saman sosiokulttuurisen prosessin eri osia on joskus etsittävä eri paikoista. Olenkin halunnut tutkia myös sellaisia kulttuurisia metadiskursseja, joissa käsitellään deitti-ilmoituksia vuorovaikutuksen tyyppinä. Aineistoni sisältää esimerkiksi verkko-

keskusteluja ja nettideittailun oppaita, joissa arvioidaan ja reflektoidaan sitä, miten esittää itseä ja tulkita toisia deitti-ilmoituskontekstissa. Tällaisissa – Goffmania (1990 [1959]) mukaillen – ”kulissien takaisissa” vuorovaikutustapahtumissa päästään käsiksi muun muassa sellaisiin tulkinnallisiin olettamuksiin, uskomuksiin ja arvoihin, joita varsinaisten promotionaalisten performanssien aikana ei välttämättä voida tuoda julki.

Deitti-ilmoituksia ja itsepromootiota koskevista stereotyyppisistä kulttuurisista käsitelyissä huomio keskittyy usein sellaisiin eksplisiittisesti arvottaviin ilmauksiin (tai fenomenologisesti emblemaattisiin arvon merkkeihin), joissa keuhetaan itseä positiivisia ominaisuuksia kuvailemalla tai kritisoidaan ei-toivottuja toisia. Kilpailevat käsitelyt tällaisten ilmausten luotettavuudesta tai soveliaisuudesta ovat usein varsin erisuuntaisia. Se, mikä joillekin on terveen itsetunnon merkki, voi olla toisille itsekeskeisyyden tai harhaisuuden merkki. Eri tulkitsijoilla on hyvin erilaisia – mutta usein varsin tiukkoja – käsityksiä siitä, missä esimerkiksi normaalin ja epänormaalin arvottamisen tai kaunistelun ja valehtelemisen välinen raja kulkee. Vaikka uskomusten mukaan itsepromootiossa on tarkoitus etupäässä vaikuttaa ”positiivisesti uniikilta” – eli erota riittävän selvästi kilpailevista yksilöistä –, käytäntö kuitenkin osoittaa, että lisäksi on syytä vaikuttaa toisten silmissä ”positiivisesti normaalilta” – eli riittävän samankaltaiselta ja norminmukaiselta. Kiinnostavaa on sekin, että samaan aikaan deitti-ilmoituksissa esiintyy paljon sellaista verrattain vahvaa (tai episteemisesti emblemaattista) positiivisen arvon ilmaisua, josta ei joko olla yhtä tietoisia tai joka ei näyttäyty yhtä ongelmallisena kuin esimerkiksi edellä käsitelty itsekehu. Tällaisia ovat esimerkiksi halujen ja toiveiden ilmaukset, joilla sitoudutaan ideaalisiin maailmoihin ja niiden toteuttamiseen. Ihmisten uskomukset omasta kielellisestä käyttäytymisestäään ovat siis vaihtelevassa määrin rajallisia ja kiinnittävät huomion vain tietynlaisiin ilmiöihin (ks. Silverstein 2001; Urban 2001). Tällaiset vinoutuneet stereotyyppit voivat osaltaan vaikuttaa siihen, että avoimesti arvottava asennoituminen on ilmoituksissa samaan aikaan sekä odotuksenmukainen että ongelmallinen toiminto. Tämä jännite purkautuu aineistossani usein sovitteluvina performansseina, joissa kirjoittaja tekee korostetun selväksi, että nyt esitetään itseään keuhvaa roolihahmoa – mutta vain koska niin kuuluu tehdä. Näin osoitetaan, että oma sitoutuminen arvottavaan asenteeseen on joko jollain tarkemmin spesifoidulla tai lukijan päättelyn varaan jätetyllä tavalla suhteellista. Vastaavasti erilaisilla ”inhimillisyyden” tai ”rehellisyyden” performansseilla voidaan implisiittisesti kommentoida ja sovitella erilaisten promotionaalisten ja ei-promotionaalisten arvottamismien välisiä ristiriitoja.

Eri tulkitsijat voivat myös esimerkiksi ymmärtää deitti-ilmoitusten luonteen intersubjektiivisena kohtaamisena lähes täysin vastakkaisin tavoin. Yleinen uskomus on, että kielenkäyttö deitti-ilmoituksissa on ”epäluotettavaa” ja että ilmoitusten välittämä kontakti toiseen ihmiseen on ”epäautenttinen”. Niin sanottu totuus on tietyn logiikan mukaan pääteltävissä jostain markkinoivien ja kaunistelevien ilmausten takaa. Toisaalta on löydettävissä täysin päinvastaisia näkemyksiä, joiden mukaan nimenomaan ruumiista irrotettujen tekstiartefaktien kautta on mahdollista saada ”luotettava” ja ”autenttinen” kontakti suoraan henkilön ajatuksiin tai rationaaliseen mieleen, kun lihallinen puoli vuorovaikutuksesta on eliminoitu. Tällaisessa uskomuksessa ruumis näyttäytyy nimenomaan häiriön lähteenä. Uskomusten välinen ero ankkuroituu toi-

sin sanoen muun muassa siihen, millaiseksi ruumiillisuuden rooli ymmärretään sosiaalisessa vuorovaikutuksessa ja henkilöiden välisessä yhteensopivuudessa. Sosiaalista vuorovaikutusta ohjaavilla kulttuurisilla uskomuksilla, arvoilla ja ideologioilla on siis deitti-ilmoitusten ja ylipäänsä kielen tulkinnaassa suuri merkitys.

Itsepromootio – jota on kielentutkimuksessa usein käsitelty verrattain huolettomasti – hajaantuu tarkasti katsottuna hyvin monenlaisten ja jopa keskenään ristiriitaisten semioottisten prosessien verkostoksi, jota on kuitenkin mahdollista jäsentää oikeanlaisin työvältein. Tutkimukseni teoreettisena tavoitteena on ollut löytää sellainen lähestymistapa, joka mahdollistaa kielenkäytön tarkastelemisen holistisesti osana ihmisen sosiaalisen, kognitiivisen ja kulttuurisen käyttäytymisen kokonaisuutta. Olen paneutunut Charles Peirsen semioottiseen pragmatismiin ja pohdiskellut sitä inhimillisen käyttäytymisen ja kokemuksen metateorianana. Peirsen anti-kartesiolainen, naturalistinen metafysiikka sekä näkemys hajautuneesta semioosista sosiaalisen todellisuuden perustana ovat sofistikoituneita ja yhä modernin tuntuisia, mutta usein (ehkä erityisesti Euroopassa) heikosti tai väärin ymmärrettyjä. (Ks. myös Colapietro 1989; Kockelman 2005.) Tutkimukseni ensisijaisena teoreettisena lähtökohtana on toiminut peirseläisen pragmatismien sekä amerikkalaisen lingvistisen ja kulttuuriantropologian kohtaamisen tuloksena syntynyt semioottinen antropologia. Semioottisen antropologian kehityksessä kielenkäyttö näyttää yhtenä semioottisen käyttäytymisen muotona, erottamattomasti muihin semioottisen käyttäytymisen muotoihin lomittuneena ja linkittyneenä. Niin tieteelliset kuin etnoteoreettiset käsitykset ”kielestä” nähdään sosiohistoriallisesti ja ideologisesti muotoutuvina tapoina refleksiivisesti rajata ja jäsentää ihmisen käyttäytymistä (ks. esim. Agha 2007c; myös Määttä 2000). Kielellisten prosessien tarkasteleminen suhteessa niihin laajempiin semioottisiin prosesseihin, joiden osia ne ovat, auttaa näkemään kirkkaammin sekä kielellisten merkkien erityispiirteet sosiaalisessa ja kulttuurisessa käyttäytymisessä että kielen (ja siihen liittyvien rajausten) inherentin refleksiivisyyden. Toisin sanoen ”kielen” roolin ymmärtäminen kytkeytyy elimellisesti ”ei-kielen” ymmärtämiseen. Uskon, että semioottisen antropologian holistisella lähestymistavalla ja käsitteistöllä voisi olla paljon annettavaa erilaisten tutkimustraditioiden keskinäiselle dialogille ja yhteistyölle.

## Lähteet

- AGHA, ASIF 2007a: *Language and social relations*. Cambridge: Cambridge University Press.  
— 2007b: Recombinant selves in mass mediated spacetime. – *Language & Communication* 27 s. 320–335.  
— 2007c: The object called “language” and the subject of linguistics. – *Journal of English Linguistics* 35 s. 217–235.  
— 2011: Large and small scale forms of personhood. – *Language & Communication* 31 s. 171–180.  
BAHTIN [BAKHTIN], M. M. 1986: *Speech genres and other late essays*. Austin: University of Texas Press.  
COLAPIETRO, VINCENT 1989: *Peirce’s approach to the self. A semiotic perspective on human*

- subjectivity*. Albany: State University of New York Press.
- GOFFMAN, ERVING 1990 [1959]: *The presentation of self in everyday life*. London: Penguin Books.
- KOCKELMAN, PAUL 2005: The semiotic stance. – *Semiotica* 157 s. 233–304.
- 2010: *Language, culture, and mind. Natural constructions and social kinds*. New York: Cambridge University Press.
- 2013a: *Agent, person, subject, self. A theory of ontology, interaction, and infrastructure*. New York: Oxford University Press.
- 2013b: The anthropology of an equation. Sieves, spam filters, agentive algorithms, and ontologies of transformation. – *HAU: Journal of Ethnographic Theory* 3 (3) s. 33–61.
- MÄÄTTÄ, URHO 2000: Kielitieteen emergenttinen metateoria. – *Virittäjä* 104 s. 498–517.
- SILVERSTEIN, MICHAEL 2001: The limits of awareness. – Alessandro Duranti (toim.), *Linguistic anthropology. A reader*. Malden: Blackwell.
- 2003: Indexical order and the dialectics of sociolinguistic life. – *Language & Communication* 23 s. 193–229.
- SINGER, MILTON 1984: *Man's glassy essence. Explorations in semiotic anthropology*. Bloomington: Indiana University Press.
- URBAN, GREG 2001: *Metaculture. How culture moves through the world*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- WOGAN, PETER 2004: *Magical writing in Salasaca. Literacy and power in highland Ecuador*. Westview case studies in anthropology. Boulder: Westview Press.

**Tomi Visakko:** *Self-promotion as semiotic behavior. The mediation of personhood in light of Finnish online dating advertisements*. Helsinki: Helsingin yliopisto 2015. Väitöskirja on luettavissa osoitteessa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-51-1399-3>.

Kirjoittajan yhteystiedot:  
etunimi.sukunimi@helsinki.fi