



# KIRJEENVAIHTOA VAI ILTAPÄIVÄKAHVEJA — KONTAKTI-ILMOITUSTEN IHANNEIHMISET JA -SUHTEET

**K**aksi kolmasosaa väestöstä elää parisuhteessa (Haavio-Mannila ja Kontula 2001: 98), mutta vielä useampi tavoittelee sitä. Yksi tapa hankkia itselleen seuraa tai jopa puoliso on kontaktien etsintä lehdistössä. Näin yksityisestä tulee julkista, mikä muutenkin on tyypillistä modernissa maailmassa (Näre 1999).<sup>1</sup> Sanomalehti-ilmoittelu on vanhimpia medioituneita kontaktihakemiskeinoja, minkä vuoksi sitä tutkivan on mahdollista hahmotella myös ilmiön kehitystä. Ajallisen ulottuvuuden perusteella voidaan kysyä: Ovatko etsityn ja etsivän ihannoidut ominaisuudet säilyneet samoina noin kuudenkymmenen vuoden ajan? Realisoituuko yksittäisissä teksteissä tiettyjä diskurssikäytänteitä muuttumattomina, ja mitkä ovat tekstilajin potentiaalisten muutosten sosiaaliset vaikuttimet? On kiinnostavaa selvittää, näkyykö esimerkiksi naisen tasa-arvoistuminen mil-

---

<sup>1</sup> Parinetsinnässä julkisuus ei ole aivan uusi asia. Kun nykyisin kontakti-ilmoituksen laatija joutuu itse keuhmaan itseään, 1800-luvulla ja 1900-luvun alussa myönteisten puolien listaamisen hoiti puhemies. Joskus tämän palveluksiin turvautuneilla ei ollut tiettyä kohdetta tiedossa, jolloin esiteltävänä saattoi olla useampikin ehdokas. Myös välittäjävaimo tai -eukko saattoi toimia nuorten — salaisenaikin — yhdistäjänä. (Heikinmäki 1981: 51.)

lään tavoin ilmoituksissa. Myös tabuja ja ylipäänsä yhteisöllisiä rajoituksia voidaan tarkkailla.

Aineistonani on kontakti-ilmoituksia Helsingin Sanomista ja Joensuussa ilmestyvää maakuntalehti Karjalaisesta. Otos koostuu 50:stä satunnaisesti valitusta ilmoituksesta vuosilta 1942,<sup>2</sup> 1951, 1961, 1971, 1981 ja 1991 sekä 477 ilmoituksesta vuodelta 2001. Karjalaisesta ei vielä 40-luvun alussa juuri ole löydettävissä ilmoituksia, joten ensimmäinen 50 ilmoituksen otos on vuodelta 1951; vuoden 2001 otos on 476 ilmoitusta. Vuoden 2001 otokset ovat huomattavasti suurempia kuin edeltävien vuosien. Tämä johtuu siitä, että olen aiemmin verrannut pelkästään kyseisen vuoden Helsingin Sanomien ja Karjalaisen ilmoituksia, ja näin materiaalia on voinut olla enemmän (Muikku-Werner 2002). Olen hyödyntänyt jo olemassa olevaa aineistoa myös tässä artikkelissa.<sup>3</sup>

Kontakti-ilmoituksia niihin sisältyvine ihmis- ja ihmissuhdekuvineen voidaan lähestyä monesta näkökulmasta. Koska tekstit ja ilmoittajat ovat alttiita sekä ajan että yhteisön arvomaailman vaikutukselle, tutkimuksen täytyy pohjautua teoriaan, joka liittyy kielen sosiaalisiin yhteyksiin ja funktioihin. Tällainen kontekstin huomioon ottava suuntaus on diskurssianalyysi, jonka olen valinnut tämän artikkelin väljäksi teoreettiseksi viitekehyyksi. Oletan kontakti-ilmoitusten toimivan paitsi interaktion välineenä myös osana merkityssuhteiden systeemiä, joka muotoutuu sosiaalisissa käytännöissä ja johon kulttuurisessa vallitsevilla arvojäsenyksillä on vaikutusta mutta joka samalla rakentaa sosiaalista todellisuutta (yhteiskuntatieteilijöiden diskurssimääritelmistä ks. Jokinen, Juhila ja Suominen 1993: 27; funktionalistisesta lähestymistavasta ks. Luukka 2000). Hypoteesina on, että kontakti-ilmoitukset omassa tekstikehyksessään osallistuvat ihmissuhteiden perusedellytysten määrittelyyn sekä lähettäjä- ja vastaanottajaidenteettien tuottamiseen ja muokkaamiseen, jopa sukupuolittuneiden stereotyyppien vahvistamiseen (kielenkäytön konstruktiivisuudesta ks. Fairclough 1992: 64). Näissä teksteissä ilmentyvät kirjoittajan ja yhteisön arvojärjestelmät. Lisäksi uskon ilmoitusten jo luoneen omat diskurssikäytännönsä, jotka ohjaavat ennen kaikkea laatijan toimintatapoja.

*Itsen ja toisen* luonnehdintoja havainnoidessa huomio kiinnittyy myös tietyn sosiaalisen version »ajamiseen» (Jokinen ja Juhila 1999: 70, 77). Osittain ilmoitusten tulkintakehys onkin retoriikassa (uudesta retoriikasta ks. tarkemmin Jokinen 1999: 46–47, 50; Perelman 1996: 11–12; Summa 1995: 78–84). Retorisen analyysin tavoitteenahan on perehtyä niihin keinoihin, joilla vakuutetaan ja taivutellaan. Se keskittyy niin tekstien sisällön kuin niiden ilmiänsunkin erittelyyn. Myös puhujan ja kuulijan suhdetta osoittavat ilmaukset ovat kiinnostuksen kohteina, samoin kuin tekstin laajempi sosiaalinen yhteys. (Kakkuri-Knuutila 1999: 233–235.) Retoriikkaa hyödynnetään ihmisten pyrkiessä yksimielisyyteen. Suostuttelu on kuviteltavissa kontakti-ilmoittelussa helpoksi, koska vaikutettava on altis houkuttelulle jo jaetun lähtötilanteen vuoksi: osallistujien tavoitteet ovat

<sup>2</sup> Helsingin Sanomien ensimmäinen ilmoitus on vuodelta 1907 (Rinnekanngas 1996: 50), riittävän runsaan materiaalin tarjoava ilmoituspalsta vuodelta 1942.

<sup>3</sup> Tutkitussa aineistossa ei ole mukana sellaisia ilmoituksia, joista ei voi päätellä ilmoittajan sukupuolta. Samoin analyysin ulkopuolelle ovat jääneet harvalukuiset ryhmäseksistä kiinnostuneiden ilmoitukset, sillä niitä ei kyetä luokittelemaan lähettäjä- ja vastaanottajan sukupuolen mukaan. Karsintaa ei sen sijaan ole tehty tavoitellun suhteen laadun perusteella, joten mukana ovat sekä kirjeenvaihtoa että tilapäistä seuraa kaipaavat.



pitkälle samat. Taivuttelussa lähdetään liikkeelle yhteisesti hyväksytyistä, mikä osaltaan on omiaan edistämään keinojen vakiintumista (ks. seuraava luku).

Tekstien tulkintaan tarvitaan teoreettisten lähtökohtien lisäksi käytännöllisiä erittelymetodeita. Pälli (2003: 27) toteaa, että »diskurssianalyysi on antanut lingvisteille vain suunnan mihin katsoa, mutta ei konkreettisia työkaluja, miten analysoida kieltä». Oma menetelmäni on vertaileva: pyrin selvittämään Helsingin Sanomien ja Karjalaisen ilmoituksissa eri aikoina käytetyn kuvailun tyypillisimmät piirteet (suurtaajuisimmat adjektiivit ja niiden sisältökategoriat) sekä kuvaamaan suhdeodotusten laadun. Kielellisen analyysin pohjalta arvioin taustamuuttujien — ajan, sukupuolen ja lehden — mahdollista vaikutusta *minä–sinä*-representaatioon ja meisyyden konstruointiin. Tutkimusotteeni on voittopuolisesti kvalitatiivinen, mutta vertailun täsmentämiseksi olen päätenyt tiettyjen ilmiöiden klassifointiin ja luokkien frekvenssien määrittämiseen. Kvantitatiivisia kartoituksia on tehty ilmoitusten kohde- ja lähettäjäryhmistä, suosituimmista adjektiiveista ja adjektiivien sisältökategorioista. Mistään johdonmukaisesti toteutetusta tilastollisesta analyysistä ei kuitenkaan ole kyse.

Kielen tasoista on valittu tarkastelun kohteeksi laatusanat. Nimenomaan adjektiivien poiminta johtuu useasta syystä. Ensinnäkin ne ovat tavanomaisin deskription väline. Toiseksi adjektiiveihin sisältyy tiettyä »värittäväälle» ilmaisulle (Kakkuri-Knuutila 1999: 258) tyypillistä arvo- tai tunnelatausta, joten niiden avulla on jäljitettävissä lähettäjän tapoja houkuttaa vastaanottaja asennoitumaan myönteisesti (retorisuus). Kolmanneksi *minän* ja *sinän* kategoriointi substantiivein niin tekstiosuudessa kuin nimimerkeissäkin (*leijonamies*, *yksinhuoltajaäiti*, »*Isäntämies*», »*Jimmy Dean*») on tarkoitus käsitellä muussa yhteydessä (toistaiseksi julkaisematon käsikirjoitus).

## MINÄN JA SINÄN ASEMOINTI

Ilmoitusten ydin on *itsen* reflektointi ja etsityn *toisen* luonnehdinta, etsivän ja etsityn identiteetit. Hallin mielestä on tärkeää muistaa representaation ja kulttuurisen identiteetin välinen suhde. Representaation käytännöt sisältävät positioita, joista lähtien ihmiset puhuvat tai kirjoittavat tietynä aikana, tietyn erityisen historian ja kulttuurin kehuksesta. (Hall 1999: 223–224.) Kontakti-ilmoitteluun osallistuvatkaan eivät hae toistaiseksi kadoksissa olevaa täysin umpimähkäisesti. Laatijoiden »individualismia» rajoittaa eräänlainen kollektiivinen käsitys niistä ominaisuuksista, jotka ovat toivottavia ja tuntuvat sopivan yhteen, samoin kuin muista suhteen rakentumista edistävästä seikoista. Myös toimijoiden roolit ovat vakiintuneet. Laatijoiden osuus on yhdessä suhteessa lähes muuttumaton: he ovat aloitteellisia ja aktiivisia. He luovat haaveillun suhteen onnistumisen minimiehdot. Kuvitteellinen interaktio asettuu tiettyihin tapahtumaympäristöihin, jolloin joskus kyse on viikonlopun risteilystä, joskus yhteisestä matkasta kohti vanhuutta. Kielen avulla luonnostellaan yhdessäolon idylli. Siitä huolimatta ilmoittajan agenttius ei ole yksiselitteistä, sillä hän tekee itsestään myös tavoiteltavan kohteen. Lukija asemoituu valitsijan rooliin: hän poimii tarjokkaista soveliaimman. Siten kontaktin luomisen päämäärä ja tekstin interaktiivisuus korostavat myös *toisen* läsnäoloa tekstissä, ja ilmoituksissa sitoutuneisuus suuntautuu sekä *minään* että *sinään*. Ne edustavatkin poikkeuksellista kirjoittelua, koska sitoutuneisuus on Chafen (1985: 116–118) mukaan tyypillistä nimenomaan puhutulle

kielille, ei kirjalliselle.

Ilmoittaja konstruoi tekstissään paitsi omaansa myös vastaanottajan identiteettiä. Sosiologisen käsityksen mukaan identiteetti muodostuu minän ja yhteiskunnan välisessä vuorovaikutuksessa, joten subjektin sisäinen ydin ei ole autonominen vaan muokkautuu dialogissa kulttuuristen maailmojen kanssa. Modernissa yhteiskunnassa yksilö samautuu useaan ryhmään. Näin ollen subjekti ei ole yhtenäinen vaan koostuu useista identiteeteistä. (Hall 1999: 20–22.) Jos yhteiskunta on pirstonut henkilöyttä, näkyykö se ilmoitusten ihmiskuvassa? Varoiko »olemuksellinen keskus» vuosikymmenten kuluessa, sisällytetäänkö instituutioiden muuttuvat arvot osaksi omaa ja toisen identiteettiä? Esimerkiksi Cameronin mielestä on ylipäänsä problemaattista väittää kielenkäytön suoraan heijastelevan yhteiskunnallista identiteettiä (1996: 58). Joka tapauksessa representaatiota rakentavan ilmoittajan on hyödynnettävä lingvistisiä valintoja, joiden avulla voi yleensäkin merkitä tietyt ainekset tyypillisiksi, oikeiksi ja hyväiksi (Fairclough 1989: 91–93; Tainio 2001: 135). Onko kontakti-ilmoituksista löydettävissä hyvän suhteen kannalta optimaalinen yksilö, millaisia ominaisuuksia hänellä on, ja kuinka muuttumaton käsitys ihanneihmisestä on? Luonnostelulla on suuri merkitys, koska kontaktin ensimmäiset siirrot ovat vain luettavissa ja muiden aistien välittämä tieto puuttuu kokonaan. Esimerkiksi omakuvaa ei voi kaunistella liikaa, sillä jossain vaiheessa se on kenties paljastettava.

Henkilöstä saatava tieto asettaa hänet ryhmien jäseneksi esimerkiksi sukupuolen, iän, kansallisuuden ja seksuaalisen suuntautuneisuuden mukaan, vaikka nämäkään luokat eivät takaa enää niin vankkoja asemia kuin aikaisemmin (Hall 1999: 20, 190). Henkilökohtaista-palstojen kirjoittaja luokituu tietyn sukupuolen edustajaksi (määrittämisiongelmiä ks. Butler 1990: 6–13 ja Bing ja Bergvall 1996: 8–10), ja hänen lähettämänsä viesti on suunnattu joko eri tai saman sukupuolen edustajalle. Siten kategoriat ovat ainakin tämän artikkelin aineistossa vakioisia: ilmoittajat konstruivat suhteen perinteisellä mies–nainen-jaottelulla (aineistossa on vain yksi transseksuaalin ilmoitus). Biologinen sukupuoli näkyy konkreettisesti, eikä sen relevanttiutta voi kiistää (relevanttiuden tilansidonnaisuudesta ks. Tainio 2001: 19). Miten sukupuolittuminen kielennetään ilmoituksissa, on kiintoisa kysymys: vahvistavatko kuvaukset jollain tavoin nais–mies-dikotomiaa feminiinisten ja maskuliinisten ominaisuuksien perinteisen sukupuolittamisen kautta? Kontakti-ilmoituksissa tavoitellaan myönteisen kuvan antamista *itsestä*, mikä saattaa johtaa todellisesta poikkeavan minäkuvan esittämiseen: naiset toisintavat naisellisuuden, miehet miehekkyyden stereotyyppiä, koska uskovat juuri näiden ominaisuuksien viehättävän toista sukupuolta.<sup>4</sup> Tällöin tallentuvat vain sukupuolittuneet ennako-odotukset, eivät välttämättä todelliset mielipiteet naiseuden tai mieheyden laadusta.

## TEKSTILAJISTA TIEDETTYÄ

Kieli muuntaa kokemuksen merkitykseksi niiden valintojen kautta, joita puhuja tai kirjoittaja tekee lingvistisen systeemin tarjonnasta (Halliday 1978: 60–92). Mikäli useiden kielenkäyttäjien intentiot ovat yhtäläiset, kielelliset ratkaisut muistuttavat toisiaan.

<sup>4</sup> Butler (1990: 67) toteaa, että myös autobiografisten narratiivien identifikaatiot ovat osittain seipitettyjä.



Toistuva samankaltaisuus synnyttää vähittäin yhteisön genret,<sup>5</sup> jotka ihmiset oppivat sosiaalistumisprosessin myötä. Maksullisen ilmoituksen laatijan on taloudellisinta turvautua tuloksekkaaksi uskomaansa menettelytapaan, mikä entisestään pysyvöittää käytänteitä. Kontakti-ilmoituksia voidaankin pitää omiana tekstilajinaan, koska niillä on kaavamainen muoto ja tyypillisiä tilanteisia, kommunikatiivis-funktionaalisia ja rakenteellisia tunto-merkkejä. Kieliyhteisön jäsenet kykenevät orientoitumaan ilmoituksiin vakioisesti ja tunnistavat niiden retoriset muodot samoin kuin päämäärät. (Brinker 1988: 124; Swales 1990: 58.) Jaettu lingvistinen ja ei-lingvistinen tieto mahdollistaa myös vähemmän eksplisiitisten viestien tulkinnan, esimerkiksi vihjailun nimenomaan seksiseuran tarpeesta (*iltapäiväkahvit*).

Tekstilaji on rakennepotentiaali, tekstit aktuaalisia rakenteita (Kalliokoski 1995: 27–29). Vaikka eri tekstilajeilla on pakollisia semanttisia elementtejä (skemaattisesta struktuurista ks. Fairclough 1997: 111–119), yksittäisillä teksteillä on liikkumavaraa. Kontakti-ilmoituksissakin eri piirteet vakioituvat eri tavoin. Esimerkiksi tilan säästämisen vuoksi suosittu ja lähes prototyyppiseksi ominaisuudeksi hahmotettu lyhenteiden käyttö on aiheuttanut jopa leikinlaskua. Käytettyjen verbifraasien määrä on hyvin rajallinen: *halutaan kirjeenvaihtoon, halutaan tutustua*. Variaatio on löydettävissä lähinnä substantiiveista ja adjektiiveista; niiden valinta mahdollistaa periaatteessa yksilöllisyyden. Silti keski-vertoilmoitukset muistuttavat ensisilmäyksellä toisiaan, ja sekä laadulliset että määrälliset (varsinkin tekstin huomattava pituus) poikkeamat erottuvat heti. Kontakti-ilmoitusten tekstilaji on käytössä melko laajalla kulttuurialueella, joten Couplandin (1996: 189) esittämä brittiläisilmoitusten rakennekuvaus soveltuu myös suomalaisen prototyypin luonnehdintaan:

1. Ilmoituksen laatija	Sukupuoli, ikä, siviilisäätty, ominaisuudet, seksuaalinen suuntautuneisuus, ammatti ym.
2. Ilmoituksen kohde	Samat kuin edellä
3. Suhteen tavoitteet	Pysyvä suhde, ystävyys, tilapäissuhde, seura määrätarkoitukseen tms.
4. Kommentteja	Perusteluja ilmoitteluun turvautumiselle, aikaisempia kokemuksia, elämäntilanteen luonnehdintoja tms.
5. Yhteydenottotiedot	Nimimerkki, koodinumero tms.

Kontakti-ilmoitusten kansainvälisen tutkimuksen yhtenä lähtökohtana on ollut niiden mieltäminen osaksi kaupankäyntiä. *Itseään* markkinoivan on saatava tekstinsä erottumaan

<sup>5</sup> *Genre-* ja *tekstilaji-*käsitteitä on käytetty tässä artikkelissa synonyymeinä.

joukosta, kuten kenen tahansa mainostajan. Tällä »torilla» brittinaisten on havaittu omak-suvan ensisijaisesti myyjän roolin, kun taas miehet asemoituvat ostajiksi. Coupland (1996) ja Marley (2000) perustelevat päätelmäänsä sillä, että naisten ilmoituksissa *itse* on iden-tifioitu selvästi: »tuotetta» kaupataan antamalla yksityiskohtaista informaatiota. Miesten vähäsanaisuutta Marley (2000: 298) pitää osoituksena pienemmästä tarpeesta herättää huomiota potentiaalisissa ostajissa.

Eri tutkimuksista välittyvä hieman ristiriitainen kuva ilmoittajien kielellisten valinto-jen tavoitteista. Ilmoitusten nomineja tutkinut Marley (2000: 298) päättelee ilmoittajien uskovan, että seikkaperäisyys edistää osumista oikeaan kohteeseen. Shalom on puoles-taan sitä mieltä, että kuvauksessa käytetyt adjektiivit ovat semanttisesti hyvin yleisluon-toisia (esim. *attractive*), lähes »deleksikaalistuneita», jolloin ne jättävät lukijalle lähes rajoittamattoman mahdollisuuden sovittautua annettuun kehykseen. Tämän tulkinna-lisen liikkumavaran hän katsoo johtuvan ennen kaikkea ilmoitusten tavoitellusta interaktii-visuudesta: päämääränä on useiden vastausten saaminen valinnanvaran takaamiseksi. (Shalom 1997: 202.)

Koestnerin ja Wheelerin mukaan nais- ja miesilmoittajien tekstien välinen ero heijas-telee niiden implisiittisten näkemysten vaikutusta, joita ihmisillä on sukupuolten välises-tä vetovoimasta ja rooliodotuksista. Rooliodotusten vastaisesti miehet kuitenkin korosta-vat itsessään feminiinisiä piirteitä, kuten hellyyttä ja huolehtivuutta, naiset maskuliinisia, kuten päättäväisyyttä ja riippumattomuutta. Näin molemmat sukupuolet pyrkivät ilmei-sesti maksimoimaan viehätysvoimansa mukauttamalla omakuvansa toisen oletettujen toiveiden suuntaan. (Koestner ja Wheeler 1988.)

Suomessa Passi (1990) on tutkinut erityisesti nuorten kontakti-ilmoituksista löytyviä anglismeja. Niiden suosion yhtenä syynä hän pitää snobismia. Joskus on kyse ikään kuin tietyn koodin käyttämisestä: taustalla saattavat olla muun muassa pelit ja musiikki, joiden maailmasta siirtyy ryhmän ulkopuolisille salaiseksi jäävää tietoa. Vieraalla kielellä herä-tetään lisäksi huomiota, tai siihen liittyy annos huumoria. Pesonen (1995) pyrkii selvittä-mään, eroavatko *City*-lehdessä miesten ja naisten ja homo- ja heteroseksuaalien käyttä-mät adjektiivit toisistaan. Hänen mukaansa kuvailevat sanat eivät kerro kovinkaan paljon ilmoittajista; ainoita selviä eroja on se, että homoseksuaalit käyttävät enemmän adjekti-i-veja kuin heteroseksuaalit.

Lavaste (1994) vertailee suomalaisia ja englantilaisia ilmoituksiin sisällytettyjä piilo-merkityksiä (*hieronta*). Häntä kiinnostavat erityisesti viestin välittyminen ja välittämisen tapa. Rinnekangas (1996) puolestaan kontrastoi saksalaisten ja suomalaisten avioliitto-ilmoitusten sisällöllisiä ja rakenteellisiä ominaisuuksia. Molemmissa maissa aluelehtien ilmoitukset ovat stereotyyppisempiä kuin laajalevikkisten lehtien. Saksassa ilmoittaja usein rajaa toivekohteensa sosiaalisen statuksen, kun taas Suomessa yhteiskunnallista asemaa korostetaan erittäin harvoin.

## KUKA ETSII KETÄ?

Ystävän tai puolison etsintään lehti-ilmoittelun avulla ei ole aikaisemmin suhtauduttu kovinkaan suopeasti. Television parinhakuohjelmat, Napakymppi ja Videotreffit, Inter-netin kontaktipalstat ja median runsaat suhteita käsittelevät kirjoitukset ovat kuitenkin

▷

muuttaneet asenteita. Onpa kiireisen nykyihmisen sosiaalinen tausta mikä tahansa, ilmoittelua pidetään täysin kelvollisena välineenä löytää yhteys toiseen ihmiseen. Vuonna 1992 tehtyyn kyselyyn vastanneista kuitenkin vain prosentti oli tavannut kumppaninsa kontaktipalvelun kautta. (Kontula ja Palosuo 1993: 221–224; Haavio-Mannila 1993: 47.)

Nimenomaan Helsingin Sanomien ja Karjalaisen valinnan taustalla on halu kontrastoida kaupunkilaisten ja maaseudulla asuvien arvomaailma. Helsingin Sanomissa 1900-luvun ilmoitukset sijoittuvat henkilö- ja osoiteasioita -palstalle. Niitä ympäröivät muut vapaa-aikaan liittyvät pikkuilmoitukset, joissa tarjotaan hierontaa, yksityistunteja, erilaisia työsuorituksia ja huvituksia. Vuoden 2001 ilmoitusten lähistöllä mainostavat palvelujaan selvännäkijät ja prostituoidut; yhteisenä yläotsikkona on sana *viihde*. Karjalaisen ilmoitukset ovat 1900-luvulla sekalaisen kokouskutsujen, asuntojenetsintäilmoitusten ynnä muiden sellaisten joukossa, mutta vuonna 2001 ne paikantuvat omaan lähes sivun laajuiseen, auvoisen pariskunnan kuvittamaan Ystävä Kutsuu -kokonaisuuteensa. Hodgen ja Kressin (1988: 68) mukaan tekstin ilmestymisympäristö opastaa sen lukemistapaan ja merkitysten etsintään. Ensisijainen lukuohje tuntuu sijoittavan kontakti-ilmoitukset kaupanteon viitekehykseen.

Taulukko 1. Kontakti-ilmoitusten esiintymät lähettäjä- ja kohderyhmittäin Helsingin Sanomissa.

Vuosikerta	♀ → ♂	♂ → ♀	♀ → ♀	♂ → ♂	Yhteensä
1942	25 / 50 %	25 / 50 %	-	-	50 / 100 %
1951	19 / 38 %	31 / 62 %	-	-	50 / 100 %
1961	17 / 34 %	33 / 66 %	-	-	50 / 100 %
1971	23 / 46 %	27 / 54 %	-	-	50 / 100 %
1981	20 / 40 %	30 / 60 %	-	-	50 / 100 %
1991	27 / 54 %	23 / 46 %	-	-	50 / 100 %
<b>Yhteensä</b>	131 / 43,7 %	169 / 56,3 %	-	-	300 / 100 %
2001	155 / 32,5 %	295 / 61,9 %	3 / 0,6 %	24 / 5,0 %	477 / 100%

Taulukko 2. Kontakti-ilmoitusten esiintymät lähettäjä- ja kohderyhmittäin Karjalaisessa.

Vuosikerta	♀ → ♂	♂ → ♀	♀ → ♀	♂ → ♂	Yhteensä
1951	10 / 20 %	40 / 80 %	-	-	50 / 100 %
1961	15 / 30 %	35 / 70 %	-	-	50 / 100 %
1971	11 / 22 %	39 / 78 %	-	-	50 / 100 %
1981	16 / 32 %	34 / 68 %	-	-	50 / 100 %
1991	15 / 30 %	35 / 70 %	-	-	50 / 100 %
<b>Yhteensä</b>	67 / 26,8 %	183 / 73,2 %	-	-	250 / 100 %
2001	148 / 31,1 %	302 / 63,4 %	6 / 1,3 %	20 / 4,2 %	476 / 100 %

Taulukot 1 ja 2 osoittavat, että Helsingin Sanomien ilmoittajista enemmistö on vuotta 1991 lukuun ottamatta miehiä. Vuoden 1991 poikkeuksellisuudelle ei ole löydettävissä selitystä, mutta otoksen pienuuden vuoksi yksittäinen vinouma on aina mahdollinen. Sotavuosien olettaisi lisäävän naisten ilmoittelua, jäihän leskiksi runsaasti nuoria naisia. Vuonna 1942 Helsingin Sanomissa miestä etsivien naisten lukumäärä onkin tavallista suurempi. Pohjois-Karjalan poikamiesten usein mainittu runsaus ei ilmoittelussa näy vuonna 2001, mutta 1900-luvulla Karjalaisessa miesten osuus ilmoitusten laatijoista on selvästi suurempi kuin Helsingin Sanomissa.

Kokonaisuudessaan prosenttijakaumat ovat varsin vakioisia. Samansuuntaisia havain- toja on tehnyt Marley (2000: 272) The Guardian -lehden aineistostaan: 584 ilmoituksesta 62 % oli miesten lähettämiä. Passin (1990: 20) mukaan useiden eri lehtien ilmoittajista noin 57 % oli miehiä. Tulosta voi pitää yllättävänäkin, sillä nimenomaan naisten olettaisi suosivan kirjoittamista, ainakin Suomessa. Toisaalta miehen aloitteellisuutta korostetaan edelleen monessa muussa kontekstissa, esimerkiksi ravintolan tavanomaisimmassa tanssiinkutsujärjestelmässä. Ainakin iäkkäämmät hahmottavat vielä miehen ensi siirron teki- jäksi kontaktien solminnassa.

Ei-heteroseksuaalisten ilmoituksia on aineistoistani löydettävissä vasta vuonna 2001. Homoseksuaalisuus lakkasi olemasta rikos Suomessa vuonna 1971, mutta Helsingin Sa- nomat salli samalle sukupuolelle kohdistetun ilmoittelun vasta 1980-luvun puolivälissä. Mahdollisia peiteltyjä ilmoituksia on vaikea tunnistaa. Osa niistä ilmoituksista, joissa ei mainita kohteen eikä lähettäjän sukupuolta, on kenties tarkoitettu jollekin koodit tietäväl- le ryhmälle. Esimerkiksi Ruotsissa ja Norjassa lesboromaaneihin vihkiytyminen auttoi tulkitsemaan nimimerkit vihjeiksi (Norrhem 2001: 97). Vuosina 1969–1986 ilmestynyt homoseksuaaleille suunnattu '96,-lehti ja myöhemmin Seta- ja Z-lehdet ovat taanneet »oikean» lukijakunnan, mikä lienee vähentänyt valtaalehtien käyttöä. Koska samaa suku- puolta etsivien ilmoituksia on aineistossa niukasti, niihin ei analyysissä juuri puututa. Hetero- ja homoilmoittajien tekstejä vertailen tarkemmin julkaistavaksi tarjoamassani kirjoituksessa.

## HOIKAT NAISET JA LUOTETTAVAT MIEHET: ITSE JA TOINEN KONTAKTI-ILMOITUKSISSA

### SUOSITUIMMAT ADJEKTIIVIT

Identiteettejä voidaan konstruoida muutenkin kuin adjektiivien avulla. Substantiivit, kuten *leski*, *neiton*, *kaunotar* ja *herrasmies*, kertovat ihmisen tavasta asemoida itsensä. Kun- ten tehtävänrajoituksen yhteydessä mainitsin, käsittelen *minää*, *sinää* ja *meitä* kuvailevia nimisanoja toisessa yhteydessä. Toisaalta myös partisiipit, kuten *elokuvista kiinnostunut* tai *kulttuuriharrastuksia omaava*, luonnehtivat ihmistä yksiselitteisesti. Huolimatta par- tisiippisten sanaliittojen deskriptiivisyydestä olen analysoinut vain adjektiiveja. Pidän ra- jausta tarkoituksenmukaisena, koska useimmat yksittäiset partisiipit esiintyvät vain ker- ran, joten ne eivät sijoitu suosituimpien luonnehdintojen kärkeen; lisäksi niiden koko- naismäärä on kaiken kaikkiaan pieni.

Litteen I taulukoihin 3 ja 4 (ks. s. 346) on listattu adjektiiveista suurtaajuisim-

▷



mat frekvensseineen, siten että mukaan on otettu kymmenen suosituinta, mikäli tarjolla on ollut riittävästi enemmän kuin kerran esiintyviä sanoja.

Jotkin adjektiivit tuntuvat luokittuvan käyttäjiensä — tai kuvitellun vastaanottajansa — mukaan miehiseksi tai naisiseksi.<sup>6</sup> Tyypillisimpiä arvostettuja miehekkäitä ominaisuuksia ovat *raittius*, *pituus*, *rehellisyys*, *luotettavuus* ja *varakkuus*, naisellisia *miellyttävyyys*, *naisellisuus*, *viehättävyys*, *hoikkuus*, *sievvyys* ja *eroottisuus*. Kiinnostavasti adjektiivi *naisellinen* ilmestyy listoille 1900-luvun viimeisinä vuosikymmeninä. On vaikea tietää, onko tarkoituksena korostaa jotain feminiinisenä pidettyä luonteenpiirrettä (hellyys, lempeys, huolehtivuus) vai sisältyykö naisellisuuteen tiettyjä ulkonäköön liittyviä odotuksia, esimerkiksi muodokkuus.

Jos tarkastelee miehiltä toivottujen ominaisuuksien kestoosuosikkeja molemmissa lehdissä halki vuosikymmenten, huomaa naisten vaatineen miehiltä ennen kaikkea *vapautta*, joka on tietysti pitempiaikaisen suhteen olennainen edellytys. Tärkeää on ollut *raittius* ja luonteenominaisuuksista *kunnollisuus*. *Raittius* putoaa pois ehkä yllättävästikin vuoden 2001 lehdistä — oletetaanko opitun kohtuukäyttäjiksi vai myönnetäänkö realiteetit? *Kunnollinen*-sanana asemasta ja rinnalla käytetään vuosina 1991 ja 2001 sanoja *rehellinen* (Karjalainen) ja *luotettava* (sekä HS että Karjalainen). Ainoa ulkonäköön viittaava laatusana ennen vuotta 2001 on ollut *pitkä*. Myös *varakas* on usein mukana listoissa. Vuosi 2001 tuo mukanaan muutamia uutuuksia: nyt Karjalaisessakin arvostetaan miehen *huumorintajuutta*. Helsingin Sanomissa toivotaan lisäksi *sivistyneisyyttä* (ensimmäisen kerran jo vuonna 1971) ja *fiksuutta*, Karjalaisessa *kivannäköisyyttä*. 1900-luvun lopussa molemmissa lehdissä kiipeää karkisijoille *tupakoimattomuus* (*savuttomuus*).

Naisilta toivotaan osittain samoja piirteitä kuin mieheltäkin: *kunnollisuutta* (myöhemmin *luotettavuutta* ja *rehellisyttä*) ja *vapautta*. *Naisellisuus* puolestaan on itsestään selvä sukupuolten välinen ero. Kiinnostavaa on, että *miellyttävyyys* (HS ja Karjalainen), *kilttiys* (HS) ja *reippaus* (Karjalainen) naisen ominaisuuksina menettävät suosiotaan vähitellen. Ehkä varsinkin *miellyttävyyteen* ja *kilttiyteen* liittyy liian vahvoja assosiaatioita naisen varhaisemmasta alisteisesta asemasta ja miellyttämisen halusta, joten ne ovat saaneet väistyä. *Reipas*-sanaan sisältyy ahkeruuden lisäsävy, etsitäänhän kirjeenvaihtoilmoituksen lähistöllä olevissa työpaikkailmoituksissa (vuoden 1951 Karjalainen) nimenomaan *reipasta* karjakkoa tai taloudenhoitajaa. Tämä kytkentä toimeliaisuuteen on voinut edistää sanan katoamista, sillä miehet eivät usko houkuttelevansa vastaajia, mikäli nämä epäilevät tulewansa valittua utteruutensa vuoksi. Karjalaisessa vuonna 1971 suosittu *pirteäkin* on lyhytkestoinen suosikki. Vuoden 2001 uutuudet liittyvät sekä Helsingin Sanomissa että Karjalaisessa osittain luonteenlaatuun: *mukavuutta* ja *kivuutta* arvostetaan. Helsingin Sanomien ilmoittajat toivovat naiselta *hoikkuutta* ja *tasokkuutta* sekä lisäksi vielä *eroottisuutta*; naisen *suomalaisuus* on monen erityistoive. Karjalaisessa *huumorintajuus* ja *savuttomuus* ovat avaimia suhteeseen. Ennen vuotta 2001 on useita mainintoja edellytetystä *yksinäisyydestä*, mutta se putoaa listoilta vuosituhannen vaihtuessa. Suhtau-

<sup>6</sup> Monet sanakirjoista toisintavat sukupuolittuneita stereotyyppioita (Cameron 1996: 142–145). Miehet kuvataan lähes poikkeuksetta positiivisesti, ja esimerkeistä välittyvät valtasuhteet ovat mieskeskeisiä. Nykysuomen sanakirjassa miehiä luonnehditaan *vaikutusvaltaisiksi* ja *määrätietoisiksi*, kun taas naisia kuvataan *lempeäluonteiksi* ja *nöyriksi* (Siirinen 1988: 44–45).

tuminen ikään on muuttunut. Kieli minimoi vanhenemista: *keski-ikäisestä* tulee *aikuinen* (Karjalainen).

Naisten omakuvat ovat monivärisempiä kuin miesten, eikä vuosikausia säilyviä aivan ilmeisiä kärkisijan varaajia ole kuin *kunnollinen*, *yksinäinen* ja *vapaa*. Naisilmoittaja uskoo nuoruuden markkinoivuuteen: ennen vuosia 1991 ja 2001 sitä korostetaan Helsingin Sanomissa, ja vuonna 2001 *nuorekkuus* esiintyy molemmissa lehdissä. Karjalaisessa luovutaan mainostamasta *reippautta* 1900-luvun loppupuolella, mikä saattaa edistää sanan katoamista myös miesten ihanneominaisuuslistoilta (vrt. edellinen kappale). Vuonna 2001 on selvästi havaittavissa molemmissa lehdissä ensinnäkin ulkomuotoon liittyvien ominaisuuksien korostaminen: uutuuksia ovat *siro*, *viehättävä*, *tyylikäs*, *nätti* (HS) ja *vaalea*, *kaunis* (Karjalainen) sekä *naisellinen* (molemmat lehdet). Toiseksi naiset arvostavat koulutustaan: *akateeminen* ja *koulutettu* ovat aivan kärkisijoilla. Karjalaisten ilmoittajien mielestä myös *iloisuus* ja *huumorintajuisuus* kannattaa mainita. *Kunnollisuus* ja *yksinäisyys* väistyvät — ainakin ilmoitusten suosikkilistoilta.

Miehen omakuvassa säilyy ennen vuotta 2001 lähes muuttumattomana kolmen arvostetun ominaisuuden kärki: *varakas*, *kunnollinen* ja *raitis*. *Kunnollisuus* korvautuu taas myöhemmin *rehellisyydellä* ja *luotettavuudella*. Karjalaisessa on korostettu myös *yksinäisyyttä*. Vuoden 2001 uutuuksia, tai ainakin entistä tiheämmin esiintyviä, ovat *vapaa* sekä — rehellisesti julkistettuna — *ei-vapaa*. Molemmissa lehdissä mies korostaa *mukavuuttaan*. Nuorennusleikkaukseen turvautuvat myös miehet, joten *keski-ikäisen* korvaa *nuorekas*. Helsingin Sanomissa *pituuden* ja *komeuden* mutta toisaalta *akateemisuuden* uskotaan olevan eduksi, kun taas Karjalaisessa tukeudutaan *hellyyteen*. Karjalaisen miesilmoittajien suosion menettää yllättävästi *varakas*; Helsingin Sanomien ilmoituksista häipyi *raittius*, mutta se säilyy Karjalaisessa.

Kysyntä ja tarjonta kohtaavat parhaiten ikää ja siviilisäätystä kuvaavissa adjektiveissa. Miehen omakuva muistuttaa naisen ihannemiestä enemmän kuin miehen unelmanainen naisen omakuvaa. Mukauttavatko miehet naisia enemmän kuvaustaan toisen toiveiden suuntaan, jää vastaamattomaksi kysymykseksi. Kelvollisen miehen toivotaan olevan ennen kaikkea *raitis*, *kunnollinen* ja *pitkä*. Kahden ensimmäisen kriteerin täyttäjiksi ilmoitetaan monet miehistä. »Miehen pitää olla pitempi kuin nainen» -näkemys tuntuu heijastuvan teksteissä, ja samaisen maksimiin suosion ovat todentaneet myös Koestner ja Wheeler (1988: 156). Helsingin Sanomien naisilmoittajat pitävät tärkeänä ulkonäköään (*hyvännäköinen*, *tyylikäs*) ja koulutustaan (*akateeminen*, *koulutettu*), ja näitä ominaisuuksia heissä arvostavat miehetkin. Karjalaisen naisilmoittajat ovat varsin niukkasaniaisia itseä kuvatessaan: *pirteys*, *kivuus* ja *huumorintajuisuus* ovat kuitenkin sekä omakuville että miesten ideaalikuville yhteisiä piirteitä.

Jotkin käytetyistä adjektiveista kuvastavat yhteiskunnan muutosta. 1900-luvun lopussa naisten alkoholinkäyttö yleistyy, minkä jälkeen raittius ei ole enää pelkästään mieheltä vaadittu ominaisuus.<sup>7</sup> Samoin maahanmuutto jättää oman jälkensä. Usein kielitaidotto-

<sup>7</sup> Veblen (1969: 395) pitää naisten pidättymistä nautintoaineista patriarkaalisen perinteen heijastumana: nainen on omaisuutta, eikä hänestä haluttu koituvan liikaa kustannuksia.

mat naismuuttajat etsivät seuralaisia, mikä tuo Helsingin Sanomien miesilmoittajien suosikkilistaan myös kansallisuuden määrittelyn: osa heistä kaipaa nimenomaan suomalaista kumppania. »Seksuaalisen vallankumouksen» jälkeen 1960-luvulta lähtien on ihmisillä ollut entistä suurempi vapaus päättää omista sukupuoliasioistaan (Kontula ja Haavio-Mannila 1993: 469), mikä näkyy myös ilmoituksista. Avioliiton ulkopuolisten suhteiden lisääntymisestä kertoo naimisissa olevien ilmoittajien määrällinen kasvu. Haaveilluksi ominaisuudeksi kipuaa *eroottisuus*. Karjalaisessa uskalletuin sana kärkilistassa on *estoton*. Samalle sukupuolelle ilmoittavien teksteissä ei hevin voi puhua suosituimmista adjektiiveista. Ainoastaan *luotettava* toistuu useamman kerran homomiesten ilmoituksissa.

Useimmat suomalaisten *itseä* kuvaavat adjektiivit ovat imartelevia, mikä on luonnollista retoristen tavoitteiden vuoksi. Pesosen tutkimissa City-lehden ilmoituksissa on yllättävän paljon samoja suosikkeja kuin Helsingin Sanomissa ja Karjalaisessa, esimerkiksi *luotettava*, *rehti*, *huumorintajuinen*. Joukkoon mahtuu kuitenkin joukko harvinaisempia määritteitä, kuten *haaveileva*, *hupsu*, *pirtsakka*, *seikkailumielinen*. (Pesonen 1995: 177.) Käytettyjen adjektiivien taajuutta ei mainita, joten jälkimmäiset voivat esiintyä vain kerran.

Myös brittilehtien suurtaajuisimmat attributit ovat myönteisiä: *viehättävä*, *sievä*, *ystävällinen*, *hoikka*, *hyväkuntoinen*, *hellä*, *rehellinen*, *älykäs* ja *pitkä* (Coupland 1996: 192; Shalom 1997: 201–202). Rinnekankaan (1996: 83) saksalaisten lehtien avioliittoilmoituksissa miesten toivotaan olevan *hoikkia*, *tupakoimattomia*, *urheilullisia* ja *hyvännäköisiä*, naisten *mukavia*, *tupakoimattomia*, *tasokkaita* ja *urheilullisia*. Siten ainakin eurooppalaisessa kontekstissa on yhtäläisyyksiä; raittius ei kuitenkaan muualla ole yhtä ehdoton vaatimus kuin Suomessa, eroavathan tietysti juomatavatkin. Koestnerin ja Wheelerin (1988: 158) mukaan brittinaiset eivät korosta omaa mutta kylläkin miehen koulutuksellista ja ammatillista statusta. Aineistoni — ainakin Helsingin Sanomien osalta — antaa toisenlaisen tuloksen, mikä osittain johtunee suomalaisen naisen korkeasta koulutustasosta ja sen arvostamisesta.

#### ÄLYN VOIMA VAI ULKONÄKÖ — KONTAKTI-ILMOITUSTEN ADJEKTIIVIKATEGORIAT

Jotta saataisiin käsitys paitsi suosituista myös harvinaisemmista laatusanoista, esittelen kaikkien adjektiivien sijoittumista erilaisiin sisältökategorioihin; kunkin ryhmän prosenttijakaumat ovat nähtävissä liitteessä II (ks. s. 348). Eri vuosikymmenet poikkeavat toisistaan niin kvalitatiivisesti kuin kvantitatiivisestikin. Helsingin Sanomissa 1940-luvulta 1970-luvulle korostuu muutaman luokan tärkeys, kun taas 1980-luvulta lähtien hajonta on suurempi. Karjalaisessa suunta on sama. Suurin osa adjektiiveista kuvaa ikää, suhteen edellytyksiä, luonteenpiirteitä, asennoitumista elämään, elämäntapoja ja ulkonäköä. Molemmissa lehdissä erilaisiin kategorioihin kuuluvia adjektiiveja käyttävät eniten miehet — nimenomaan luonnehtiessaan itseään.

Seuraavat esimerkit (1–6) havainnollistavat toista muutosta: 1900-luvun ensimmäisten vuosikymmenien aineistossa laatijasta ja potentiaalisesta kohteesta annetaan vain vähän tietoa. Näin jokin aiemmin esitetyn kaavion kohdista (ks. s. 326) voi jäädä lähes »tyhjäksi» (esimerkki 1). Kun suhteen tarkoitukseksi ilmoitetaan kirjeenvaihto, *itsen* tai *toisen* yksityiskohtainen kuvailu ei ole tarpeellista — periaatteessa vain kiintoisien kirjeiden sommittelun taito on relevanttia. Tietysti myös pitkän tekstin kalleudella on merkitystä, mikä

näkyvyyden suosimisena (esimerkki 2). Esimerkit 3–5 todistavat lisääntyvästä kuvailevuudesta. Pelkkää seksiä etsivät eivät kuitenkaan useimmiten tuhlaa turhiin riveihin (esimerkki 6). Myös Lavaste (1994: 8) on kiinnittänyt huomiota oman aineistonsa vastaavien ilmoitusten niukkasanaisuuteen.

- (1) Leskirouva hal. kirjeenvaihtoon vanhemman herran kanssa, nim. »40-v.» Vaasankatu 4, paperikauppa. HS41
- (2) Keski-ikänen siv. maanvilj. leskim. hal. kirjeenvaiht. neitien tai leskir. kanssa. Vast. 4 päiv. aik. t.l. kontt. nimim. »Tositark.». K61
- (3) Kunnollinen (45 v.) leskirouva odottaa kirjeitä raittiilta, vap. kunnollisilta miehiltä. Arv. vast. Joensuun pt. 2 viikon aikana nimim. »Kesällä kerran». K61
- (4) 50-kympp. hellä savuton mies maaseudulta. Olet terve, romanttinen koti-ihminen. Tule ystäväksi kivalle tytölle. Vast. pt. Varkaus nim. »Niittykukka». K91
- (5) Iloinen, kielitaitoinen, akat. koulutettu, osittain Sveitsissä asuva leskirouva haluaa ystäväystä tosimielessä 60+ vuotiaan miehen kanssa, joka on vapaa, rehellinen ja sivistynyt. Vast. HS, PL 18, 00089 Sanomat »Mielenkiintoinen tulevaisuus». HS01
- (6) Varakas herra etsii salaista naisseuraa. HS01

Luokat eroavat toisistaan tarkkuudeltaan. Ikä, siviilisääty tai koulutuksen taso on hahmottamassa ilmaistavissa täsmällisesti. Joissakin tapauksissa mahdolliselle vastaajalle ei jätetä liikkumavaraa (*lapseton*), toiset rajaukset ovat tulkinnanvaraisempia: *punatukkaisuudessa* ja *XXL-kokoisuudessa* on vielä aste-eroja. Osa luokista on objektiivisempia kuin toiset: koulutus ja asuinpaikka (*akateemisuus* ja *mikkiläisyys*) saattavat luoda lähinnä stereotyyppisiä mielteitä, mutta luonteenpiirteitä ja ulkoisia ominaisuuksia (*hellyyttä*, *tasokkuutta* ja *sievyyttä*) on lähes mahdoton määritellä yksiselitteisesti.

*Ikä* ilmaistaan odotuksenmukaisesti kaikkein useimmin. Valtaosa ilmoittajista etsii suunnilleen samanikäistä seuraa. Miehen mielestä tosin ihannenainen voi olla 10, jopa 25 vuotta häntä itseään nuorempi; naiselle sopii itseä vähän vanhempikin mies. Vuoden 2001 aineistossa perinteiset asenteet ovat osittain kadonneet: mies saattaa kelpuuttaa itseään vanhemmat naiset (esimerkki 7) ja naiset puolestaan itseään nuoremmat miehet (esimerkki 8):

- (7) Olen 35-v. mies pääkaupunkiseudulta, etsin tositarkoituksella 30–45-v. naisellista naista. Harrastan urheilua kuten esim. golfi ja tennis, myös henkistä kultta. kuten esim. teatteri ja ooppera. HS01
- (8) Sinä elämää ymmärtävä ja itsesi löytänyt n. 35–45-v. mies, kiinnostaako tutustua aitoon, myönteiseen, rehevään ja fiksuun 44-v. naiseen Lahden suunnalta. HS01

Haaveillun vastaanottajan ikä esitetään yleensä melko epätarkasti (25–40-vuotias), mutta se voidaan täsmentääkin. Itseä kuvattaessa voidaan täsmällisyyttä vältellä varsinkin runsaasti liikkumatilaa jättävillä ilmauksilla, kuten *40+*, *nuori*, *nuorempi* tai *nuorekas*.

Suhteen solmimista edistävät — tai haittaavat — seikat olen kategorioinut luokkaan *edellytykset*. Suhtautuminen lapsiin on tärkeää seuraa etsiville yksinhuoltajille. Moni eläke-

▷

läinen etsii toista, jolloin kumpaakaan eivät häiritse työelämän rajoitukset. Myös naimisissa olo säätelee suhteen laatua. Naisilmoittajat paljastavat oman siviilisäätynsä useammin kuin miehet lukuun ottamatta Helsingin Sanomien vuosia 1981 ja 2001 ja Karjalaisen vuosia 1951, 1981 ja 2001. Miehiä taas kiinnostaa ennen kaikkea potentiaallisen partnerin vapaus tai varattuus. Berghaus (1985: 10) sai vuonna 1980 tekemästään kyselystä kiinnostavan tuloksen: 62 % ilmoittajista ei ollutkaan parittomia, vaan hakemalla uutta kumppania he jo etukäteen ennakoivat tulevaa eroa ja senjälkeistä yksinäisyyttä. Tämän aineiston ilmoittajien aidosta »vapausasteesta» ei ole tietoa, mutta siviilisäätty saatetaan jättää mainitsematta tämäntapaisen tunnustelun vuoksi. Toisaalta seksuaalisen vapautumisen myötä avioliiton ulkopuoliset suhteet lisääntyvät. Monet ilmoittajista — ennen kaikkea miehet — etsivätkin piristystä uusien ulottuvuuksien avulla (esimerkki 9):

- (9) Olen kulissiaviol. el., tumma, sporttinen, yli 40-v. mies, joka kaip. erotiikkaa pitävää naista, ja jonka kanssa saisi sisältöä elämään. Älä tyydy yksinäisyyteen tai huonoon suhteeseen, soita. HS01

Haavio-Mannila (1970: 185–188) pitää naisten yhteiskunnallisen osallistumisen vilkastumista avioliiton ulkopuolisten sukupuolikontaktien yleistymisen syynä. Silti naisilta vielä 1970-luvulla odotettiin yleisemmin aviollista uskollisuutta kuin miehiltä, ja siirryttäessä maaseudulta kaupunkiin uskollisuuden vaatimukset vähenevät. Nämä suuntaukset ovat nähtävissä ilmoituksistakin.

*Kansallisuuden* ryhmään olen sijoittanut myös asuinpaikkaa määrittävät attribuutit, kuten *helsinkiläinen* tai *mikkililäinen*, sillä kyseisiä mainintoja on kaiken kaikkiaan melko vähän. Kotiseudun paikantaminen on rationaalista, koska varsinkin laajalevikkisen Helsingin Sanomien ilmoittajan on syytä rajata hakua maantieteellisesti. Suomen kokoisessa maassa liian pitkä välimatka hankaloittaa turhaan suhteen kehittymistä. Suomalaisuutta toivotaan vuoden 1991 ja 2002 lehdissä nimenomaan naisilta, mikä johtunee osittain aiemmin mainitusta ulkomaisten — ennen kaikkea venäläisten — naisten erityisestä kontaktintensiteettiäaktiivisuudesta.

*Tiedot*-kategoriaan olen luokittanut muun muassa koulutustasoa ja älykkyyttä kuvaavat adjektiivit; *taitoihin* saattaa sisältyä vaikkapa kieli- tai tanssitalo. Helsingin Sanomissa miehet korostavat naisia harvemmin omaa tai toisen koulutuksellista taustaa (poikkeuksena vuosi 1961); naispuoliset ilmoittajat sen sijaan arvostavat sivistyneisyyttä, erityisesti akateemisuutta. Karjalaisen ilmoituksissa tietojen (koulutuksen) merkitys on vähäinen, ja vasta vuonna 2001 niistä tavataan enemmän kuin pelkkiä satunnaisia mainintoja. Luokan prosenttiosuudet ovat kaiken kaikkiaan pienempiä Karjalaisessa kuin Helsingin Sanomissa. Taitoja puolestaan suosivat molemmissa lehdissä miehet naisia useammin.

*Taloudellinen asema* on joillekuille tärkeä kriteeri suhteen edellytyksiä tai päämääriä punnittaessa. Saattaisi olettaa, että vastikään käyty sota nostaisi 1950-luvulla taloudellisen turvallisuuden arvostusta, mutta mitenkään erityisen tavoitteellista vakavaraisen kumppanin etsintä ei ole. Helsingin Sanomissa vain noin 5 % kaikista naisilmoittajien adjektiiveista suuntaa tämänkaltaisia odotuksia miehelle; Karjalaisessa ei ole yhtään esiintymää. On kuitenkin muistettava, että tuolloin suuri osa etsii kirjeenvaihtoveria, mikä kaiken

kaikkiaan vähentää deskriptiota (ks. esimerkit 1 ja 2). Helsingin Sanomien naisilmoittajat toivovat miesvastaajalta varakkuutta läpi vuosikymmenten,<sup>8</sup> vaikka naisten työssäkäynnin olettaisi takaavan heille aineellisen riippumattomuuden. Karjalaisen naisilmoittajia miehen ekonomisen asema kiinnostaa vain vuosina 1961 ja 2001, mikä on yllättävää, koska nimenomaan kaupungeissa naisten otaksuisi itsenäistyvän omien tulojen vuoksi. On kuitenkin muistettava, että varsinkin vuoden 2001 Helsingin Sanomien naisilmoittajista osa tarjoaa palveluja, joista toivoo rahallistakin vastinetta, joten ilmoitusten ensisijaisena kohderyhmänä ovat vauraat miehet. Molemmissa lehdissä miehet kuvaavatkin naisia useammin omaa talouttaan kaikkina vuosina.

*Luonteenpiirteistä* osa on varsin stabiileja ominaisuuksia, ja ne paljastavat elämänarvoja, sosiaalisen lahjakkuuden, moraalisuuden ja niin edelleen (*seurallinen, luotettava, rehellinen, kunnollinen*). Naiset kirjaavat lukuisia piirteitä luonnehtiessaan *toista*, mutta ovat varsin säästeliäitä kuvatessaan *itseään*, paitsi vuoden 1961 Karjalaisen ilmoituksissa. He saattavat tarvita adjektiiveja jopa kymmeniä prosentteja enemmän luonnostellessaan ihannemiestä kuin itseään (HS 1961: mies 38,5 % <—> itse 0 % ja HS 1981: mies 24,1 % <—> itse 2,6%). Miehet eivät toteuta tätä periaatetta yhtä johdonmukaisesti, sillä vuoden 1981 ja 1991 Helsingin Sanomissa sekä vuoden 2001 Karjalaisessa nimenomaan omia luonteenpiirteitä esitellään yksityiskohtaisemmin. Ylipäänsä naiset tietävät miehiä paremmin, mitä toisessa arvostavat (naisten ilmoituksissa tämän luokan esiintymiä aina enemmän Helsingin Sanomissa, 66,6 %:ssa tapauksista Karjalaisessa), eivätkä arkaile paljastaa mieltymyksiään. Tulos tuntuu viittaavan siihen, ettei *itsen* tyypittäminen ole helppoa. Tämä ei olekaan yllättävää, koska *toisen* deskriptiossa voidaan listata kaikki sopivilta tuntuvat ansiot, kun taas omien piirteiden erittelyssä on tasapainoteltava totuudellisuuden ja markkinoivuuden välillä.

*Asenteiden* kategoriassa korostuvat ominaisuudet, jotka ovat jossain määrin tilannesidoksia ja ilmaisevat suhtautumista asioihin ja ilmiöihin (*huumorintajuinen, positiivinen, eloisa*). Kysyntä ja tarjonta kohtaavat melko hyvin: miehet etsivät aktiivisia, eloisia ja elämänmyönteisiä naisia, jotka omissa ilmoituksissaan pyrkivät viehättämään juuri tämääntapaisilla ominaisuuksilla. Karjalaisessa tämä luokka on suosittu (K 0–25,0 %; HS 0–15,5 %), samoin kuin maininnat *elämäntavoista* (K 0–27,6 %; HS 0–21,2 %). *Elämäntapa*-ryhmään sisältyvät päätökset, jotka koskevat fyysisen kunnon ylläpitämistä tai päihteiden käyttämättömyyttä (*urheilullinen, raitis, tupakoimaton*). Juomattomuus ja tupakoimattomuus tuntuvat olevan hyvin keskeisessä asemassa naisilla *toista*, miehillä *itseä* kuvattaessa. Vaikka naisten alkoholinkäyttö on lisääntynyt 1950-luvulta lähtien, naisten ilmeisesti uskotaan olevan kohtuukäyttäjiä — ainakaan heiltä ei edellytetä raittiutta kovin usein. Miehet vakuuttavat paljon useammin kuin naiset (Helsingin Sanomissa naiset mainitsevat elämäntapansa vuodesta 1981 lähtien, Karjalaisessa vain vuonna 2001), että he noudattavat terveitä elämäntapoja ja kuntoilevat tunnollisesti, osittain vastaten naisten tämänsuuntaisiin odotuksiin. 1900-luvulla Karjalaisessa 14,0–27,6 % naisten ihannemiehiä

<sup>8</sup> Lukkarinen (1933: 10) toteaa, ettei 1800-luvulla naimaikäisen pojan ulkonaisista edellytyksistä paljon puhuttu, sillä pääpaino pantiin hänen taloudelliseen asemaansa. Vielä 1960-luvulla 87 % helsinkiläisistä ja 82 % maaseudulla asuvista haastatelluista oli sitä mieltä, että »on ennen kaikkea miehen velvollisuus vastata perheen elättämisestä» (Haavio-Mannila 1970: 171).

kuvaavista adjektiiveista sijoittuu tähän luokkaan, Helsingin Sanomissa vain 2,6–13,5 %, vuonna 2001 Karjalaisessa enää 5,8 %, Helsingin Sanomissa yllättäen 7,4 % (lähinnä *savuton*).

*Ulkonäkö*-kategoriassa mainitaan paitsi melko objektiivisia ominaisuuksia (*punatukkainen, hoikka, pitkä*) myös ulkoista olemusta arvottavia subjektiivisia adjektiiveja (*kaunis, tyylikäs, komea*):

- (10) PUNATUKKAINEN NEITONEN! Iloista seuraasi kaipaa autoileva poikamies. Vast. muutokuvin keskiv. mennessä. HS kontt. Nimim. »Lennokas leijona». HS61
- (11) Oletko vapaa lääkäri tai lääkäriopiskelijamies, sinua etsii tositarkoituksella 28-v. kaunis, akateeminenkin yrittäjänainen. HS01

Erityisesti korostuvat mitattavat fyysiset ominaisuudet, kuten pituus ja paino. Helsingin Sanomissa miehet ovat hiukan naisia kiinnostuneempia potentiaalisen partnerin kuin omien ulkoisten ominaisuuksiensa listaamisesta (miehet: *toinen* 7,8–20,4 %, *itse* 5,7–14,8 %; naiset: *toinen* 5,1–19,2 %, *itse* 0–22,9 %). Karjalaisessa on kaiken kaikkiaan Helsingin Sanomia niukemmin tähän luokkaan sisältyviä mainintoja (miehet: *toinen* 1,9–15,5 %, *itse* 1,5–8,0 %; naiset: *toinen* 0–11,8 %, *itse* 0–17,3 %).

*Aistillisuus*-luokkaan olen sisällyttänyt sellaiset attribuutit kuin *eroottinen, estoton* ja *hallitseva*. Aistillisuus näyttää olevan tabu vielä 1940–1960-luvulla. Helsingin Sanomat on valtalehden asemassa melko konservatiivinen (0–7,9 % käytetyistä adjektiiveista), ja Karjalainen vaikuttaa vielä hiukan varovaisemmalta (0–6,8 % käytetyistä adjektiiveista). Lisäksi rohkeille ilmoituksille on ollut omiakin kanavia, kuten varsinaiset erotiikka-osastot ja miestenlehdet. Silti miesilmoittajat arvostavat estottomuutta, ja ilmeisesti osa naisista reagoi näihin toiveisiin, koska heidän omakuvissaan, lähinnä Helsingin Sanomissa, esiintyy *aistillisuus*-luokkaan liittyviä attribuutteja. Kategoriaan sijoittuu kuitenkin niin vähän mainintoja, ettei niiden perusteella voi päätellä mitään varmaa.

Joskus *toiselta* toivotaan samoja ominaisuuksia, joiden mainintaa on pidetty tärkeänä *itsen* kuvauksessa, tai vaihtoehtoisesti *itseä* kuvataan samanlaiseksi kuin *toista*. Tällaiset tapaukset on kirjattu *samankaltaisuus*-luokkaan. Merkitsee melkoista säästöä riveissä, jos vain toteaa arvostavansa molempien yhtäläisiä piirteitä. Liitteessä esiintyvään *muu*-kategoriaan on paikoitettu toisaalle sopimattomat adjektiivit.

Suomalaisista ja ulkomaisista ilmoituksista löytyy toisiaan muistuttavia piirteitä, esimerkiksi iän keskeisyys. Erojakin on: Lavaste (1994: 87–88) havaitsi tarkastellessaan suomalaisia ja amerikkalaisia ilmoituksia, että suomalaiset naiset mainitsevat koulutuksensa paljon useammin kuin amerikkalaiset. Tämän hän katsoo johtuvan naisen työssäkäynnin arvostuksesta. Hänen mukaansa amerikkalaiset puolestaan korostavat ulkonäköseikkoja suomalaisia enemmän. Ulkonäköä kuvaavien adjektiivien määrä tosin lisääntyy 1900-luvun lopun ja vuoden 2001 Helsingin Sanomissa sekä vuoden 2001 Karjalaisessa. Marleyn (2000: 297–298) mukaan miesten tarve herättää huomiota on vähäisempi kuin naisten. Samansuuntaisia havaintoja on tehnyt myös Pesonen (1995: 179–180), jonka City-lehden aineiston ilmoittajat ovat olennaisesti nuorempia kuin Helsingin Sanomien ja Karjalaisen. Oma aineistoni ei kiistatta tue väitettä naisen ensisijaisuudesta myyjänä: suomalainen miesilmoittaja tuntuu olevan melko monisanainen, jopa omaa ulkonäköään

luonnehtiessaan.

Vakavuus on useimmille ilmoituksille yhteinen piirre, vaikka adjektiivilistojen perusteella sekä *itsessä* että *toisessa* arvostetaan huumorintajua. Ihmissuhteiden kustannuksella ei olekaan mitään syytä irvaillla, vaikka pilke silmäkulmassa tehdyt ilmoitukset tuskin karkottavat vastaajia (esimerkki 12). Ironian käyttö on harvinaista, joten esimerkkien 13 ja 14 ilmoitukset varmasti huomataan.

- (12) Vilhakka, sportti mies, pyydystä elämäsi suttura. Käy tasaiseen eikä savuta. Väri ice blond, vm. 69. Laatatuu. K01
- (13) Laiska, raihmainen, saamaton ja lievästi alkoholisoitunut nainen kaipaa seuraavaa syksyn pimeneviin päiviin. K01
- (14) Laiska, rupsahanut, persaukainen nainen etsii n. 45-v. miestä, joka hallitsee sohvalla makaamisen kaljapullon ja kaukosäätimen kanssa. Taakankantajalle syntipukki. K01

Varsinkin omakuvan myönteisiä sävyjä voidaan pitää heijastumana puoleensa vetämisen retorisisesta päämäärästä. Mukavat ja katseen kestävät ihmiset kansoittavat ilmoitukset. Silti kaavasta on poikkeuksia (esimerkit 15–16). Koska valhe paljastuisi ensitapaamisen aikana, epäedullisina pidettyjä piirteitäkään ei salata. Jotkut ovat perin vaatimattomia; ehkä he uskovat siihen, että rehellisyys tekee hyvän vaikutuksen (ks. myös Coupland 1996: 192):

- (15) Hyvässä toimessa oleva sotatuberkuloottinen **MIES** haluaa kirjeenvaiht. tub. sairastavan, sivistyneen 20–35 v. neidin tai leskirouvan kanssa. Vast. miel. valok. kera viikon aikana. H.S. kontt. nimim.: »Evp. upseeri». HS51
- (16) Erikoisuuksista kiinnostunutta, luotettavaa, aikuista naista etsii ujo ja kokematonkin, varh. keski-ikässä oleva, keskimittainen ja keskimääräistä hoikempi mies. K01

Monesti vaaditut ominaisuudet eivät jätä paljonkaan neuvottelun varaa, vaan lukijan on sovittauduttava tiukkaan kehikkoon. Siten materiaalini ei kauttaaltaan verifioi Shalomin (1997: 202) omasta aineistostaan tekemiä päätelmiä, joiden mukaan käytettyjen määrittelyjen väljyys ja epämääräisyys on suosittua, jotta mahdollisimman moni vastaaja kykenisi samaistumaan etsityn kuvaan.

#### TOSITARKOITUSTA VAI PÄIVÄKAHVIA VARTEN: MEISYYDEN ULOTTUVUUDET

*Minästä* ja *sinästä* on tarkoitus rakentaa *meisyys*. Yhteisyyttä konstruoidaan hahmottamalla haaveillun parillisuuden laatua ja asemoimalla osalliset. Deskriptio yksityiskohtaisuudessa on vaihtelua: Jotkut ovat hyvinkin epämääräisiä luonnehdinnoissaan (*ystävyyys*, *kaveruus*). Toiset eksplikoivat määrätarkoituksia ja antavat pitkiäkin listoja oletettujen tapaamisten ympäristöistä (*teatteri-*, *matka-* tai *lenkkiseura*). Jatkuvuuden ulottuvuudella ääripäitä ovat *vakinaiset suhteet* avioliitosta ystävyteen ja *tilapäissuhteet*. Suhteen fyysinen jatkumo varioi *kirjeenvaihdosta seksiin*. Sanan *seksi* käyttö kontaktin tavoitteen

▷



kuvauksessa on kärjistettyä sikäli, etteivät varhemmat ilmoittajat yleensä ole näin suorasanaisia vaan kätkevät päämääriään ja puhuvat iltapäiväkahveista tai hieronnasta. On muistettava, että ilmoitukset jätettiin toimitukseen aikaisemmin henkilökohtaisesti. Varsinkin pienellä paikkakunnalla, jossa useimmat ihmiset tuntevat toisensa, ei todennäköisesti kovin mielellään ole viety liian paljastavaa ilmoitusta. Yhteiskunnallinen keskustelu sukupuoliasioista 1960-luvulla mursi tabuja, mutta piilottelua jää silti näihin teksteihin.

Läheskään kaikki ilmoittajista eivät julkista suhteen laatuun kohdistuvia toiveitaan. Keskimäärin nais- ja miesilmoittajat ovat yhtä halukkaita nimeämään tavoitteensa. Karjalaisessa ollaan haluttomampia kuin Helsingin Sanomissa avoimuuteen. Marleyn (2000: 274) mukaan »päämäärättömyyden» selittää se, että perusteet kontaktien etsintään ovat helposti pääteltävissä ja täysin tavanomaisia. Siten ilmoitusten konventionaalisen mallin mukaista kohtaa *tavoite* ei olekaan pakko täyttää. Joidenkin suosima yksityiskohtaisuus on vain tietyn tyyppistä hienosäätöä, vaikka selväksi on tietysti tehtävä, kaipaako vain päiväväkähveja vai etsiikö niille vakituista keittäjää.

Erityinen varovaisuus suhteen tavoitteen nimeämisessä on ymmärrettävää silloin, kun ratkaisuun osallistuu, ainakin epäsuorasti, useampia henkilöitä (esimerkki 17) tai kun aikaisemmat kokemukset ovat tuottaneet pettymyksiä (esimerkki 18). Epämääräisyydestä on hyötyä. Turhien toiveiden herättäminen saattaa ilmoittajan kiusalliseen asemaan, ja luvatus sitoutumisen »peruuttaminen» uhkaa osallistujien kasvoja. Monet ovat kuitenkin määrätietoisesti valmiita paljastamaan haaveensa (esimerkki 19).

- (17) Hei sinä yksinäinen yh-äiti pk-seudulta. Tule kaveriksi 4-kymp. yh-isälle. Et pety. Ei tuhl. voimia pimeyteen. »Yritetään yhdessä». HS91
- (18) Avioliitossa pettynyt 48 v. 190 sm kohtal. ulkom. om., itsen. liikk. harj., raitis ja tupakoim., mukav. varust. omakotitalon omist. reh. mies, sinä kotona viihtyvä, siisti, yksin., hyväluont. ja pidät lapsista, ikä 35–47-v. Oletko koditon, niin kerro itsestäsi ja toiveistasi luottam. 8/3 61 menn. ja mahd. puh.n:olla nimim. »Yksityisyrittäjä». HS61
- (19) Viikon tai kahden kuluessa nuorehko isäntämies haluaa ottaa emännäkseen terveen ja reilun tytön tai leskirouvan. Osoite: Uimaharju p.t. nimim. »Isäntämies». K51

1940- ja 1950-luvun ilmoituksissa toivotaan lähes yksinomaan kirjeenvaihtoystävyyttä (esimerkki 20). Epäilemättä osa ilmoittajista kaipasi vuorovaikutusta ainoastaan kirjeitse, sillä kirjeenvaihto oli 1900-luvun alkupuolella yleisempää kuin loppupuolella. Usein se on kuitenkin ensi askel läheisempään suhteeseen. Monissa teksteissä korostuu kirjeenvaihdon välinearvo, jonka paljastavat elementit kuten *maatilan omistava ja tositarkoituksella* (esimerkki 21). Esimerkki 22 herättää orastavan epäilyn: löytäisikö naisvastaaja itsensä heinätöistä?

- (20) 26-v. VÄNRIKKI, joka ei saa koskaan postia, hakee kirjeenvaihtotov. vaatimattom., 22–25 helsinkiläisistä neitosista. Vast. H.S. k. nim. »Viikon ajalla». HS42
- (21) POIKAMIES haluaa tutustua kirjeellisesti maatilan omistavaan neitiin tai leskeen tositarkoituksella. Vastaukset viikon aikana: Ruokola p.t. nimim. »Ystävää yksinäiselle». K51
- (22) 35-v. poikamies haluaa kirjeenvaihtoon neitien ja leskirouvien kanssa. Vast. viikon aj. Vihdin pt. nimim. »Peltotöihin». HS42

Vaikka kontakti-ilmoituksia ei alun perin ole tarkoitettu seksipalvelujen tarjontaan tai kysyntään, vihjailevia ilmoituksia on jo vuoden 1951 Karjalaisessa (esimerkki 23). Ensimmäiset varsin yksiselitteiset ilmoitukset tavataan 1960-luvulla. Yhä lisääntyvä seksuaalinen vapautuminen 1970-luvulla kasvattaa tällaisten ilmoitusten määrää (esimerkki 24).

- (23) Vapaamieliset NEIDIT ja ROUVAT! Haluaisin viihtyisyyttä syysiltojen ratoksi, jos tekin haluatte, niin kirjoittakaa yksinäiselle 45 v. miehelle 10/8 mennessä nimim. »Rakennusmestari». K51
- (24) Vallaton vaaleaverikkö vailla **VARAKKAAN HERRASMIEHEN** miellytt. seur. Yst. vast. pääk. puh. no:lla. »Fair play luottam.». HS71

Iltapäiväkahveja haluavien määrä on Karjalaisessa pienempi kuin Helsingin Sanomissa. Sukupuoliasioita koskevat mielipiteet vaihtelevatkin sosiaaliryhmittäin, ja kristillinen moraalitietäminen, sukupuolielämän sitominen avioliittoon, on perinteisesti ollut elinvoimaisinta maanviljelijäväestössä (Kontula 1993: 56). Karjalaista lukevista monet ovatkin maanviljelijöitä.

Helsingin Sanomissa 1900-luvun lopussa ja vuonna 2001 osa naisten ilmoituksista muistuttaa ammattilaisten ilmoituksia, joissa nainen asemoituu selvästi seksiobjektiksi. Nainen konstruoi itsensä tai konstruoituu kohteeksi joko suorasti (esimerkit 25 ja 26) tai epäsuorasti (esimerkki 27), jolloin nainen on näennäisesti toimijana. Karjalaisen naisilmoittajat eivät tekstiensä perusteella pelkkää seksiseuraa kaipaa, vaikka voivatkin kohdistaa miehen (esimerkki 28). On kiinnostavaa nähdä, lisääkö seksipalveluilmoitusten kieltäminen »peiteltyjen» ilmoitusten määrää henkilökohtaista-palstoilla.

- (25) Hyvä mies! Sinulla kirkas katse ja vapaus ja taito tahtoa; täällä 48 v. rakastettava ja käytettävä, akat., pitkä, lämmin, täyspuinen rakentelupakkaus. »Hyvä nainen» HS01
- (26) Sinun hunajaasi haluaa maistella 38-v., mukava ja kiva nallekarhunen. Soittelethan. Jookos. HS01
- (27) Povekas, estoton suomalainen aito blondi tarjoaa kahvia varakkaalle herralle. Vamma tai vammainen ei este. Nimim. Blondi». HS01
- (28) Helsingitär haluaa seurata Kolille joensuul. ups. tai herrasmiehestä 25-40 v. Vast. Lieksan p.t. nim. »Kesäloma». K51

Myös miehet tarjoavat eroottisia palveluksiaan 1900-luvun lopulta lähtien. Useimmiten he varaavat kuitenkin itselleen aktiivisen toimijan roolin onnen ja tyydytyksen tuottajina (esimerkki 29) ja tyytyvät vain harvoin asettumaan passiiviseksi kohteeksi (esimerkki 30).

- (29) Estottomat naiset, ottakaa yht. ei ammatil. »hier.pojka» täytän toiveesi. Vast. t:n Outokummun toim. nimim, »100 % vaitiolo». K81
- (30) Nainen, pidätkö vallasta. 47-v., nuorekas, kookas, siisti mies etsii seuraasi. HS01

Meisyys muuntuu vuosikymmenten myötä. Myöhemmät kontakti-ilmoitukset eivät välttämättä uusina johdonmukaisesti miehen ja naisen perinteistä asemoitumista parisuhteessa tai mies–nais–diktomiaa ylipäänsä. Vuosisadan vaihteen miehillä voi olla heik-

▷

kouksia, eikä heidän tarvitse täyttää sovinnaisimpia maskuliinisuuden, esimerkiksi seksuaalisen kokeneisuuden, tunnusmerkkejä (esimerkki 31). Toisaalta naiseltakaan ei aina odoteta sopeutumista perinteisimpiin rooliodotuksiin (esimerkki 32).

- (31) Olen rehti 39 v. kokematon mies. Etsin rakkauteni kohteeksi mukavaa naista. »Yksin». HS01
- (32) Hei pieni, siro nainen. En etsi leiväntekijää, pyykinpesijää, ruuanlaittajaa, nämä minulta käy. Vaan naista, joka antaa virtaa minulle, minä sinulle. Olen 6-kympp. vapaaherra 016-alk. K01

Aineiston viimeisimmissä otoksissa meisyyden ulottuvuudet eivät myöskään ole täysin heteroseksuaalisia, vaan niistä ilmenee yhteisön moniarvoistuminen (esimerkit 33 ja 34). Seksuaalinen suuntautuneisuus ja eroottiset mieltymykset eivät enää ole tabuja, ja ilmoittajat kertovat avoimesti toiveistaan ja mieliteoistaan potentiaalisissa suhteissa (esimerkit 35 ja 36):

- (33) Sinä toimistotyössä tai vastaavassa työskentelevä nainen, sinuun haluaisi tutustua nätti 41 v. nainen. Vastaathan? HS01
- (34) Olen 41-v. mies Itä-Suomesta. Etsin vanhempia, tukevia, lihavia miehiä Itä-Suomesta. K01
- (35) Tässä hyvinsäilynyt transu. Ota yhteys Olliin. HS01
- (36) Hei sinä aikuinen, kookas nainen. Jos sinulta löytyy vielä kunnan kokoliivit ja sukat, otapa yhteyttä terveeseen, aikuiseen mieheen. K01

Giddensin (1991: 186) mukaan ihmissuhteen perusta on itsensä ymmärtäminen. Lehti-ilmoittelukin lähtee itsetutkiskelusta. Tarkkaan on pohdittava, mitkä omista piirteistä ovat sellaisia, jotka kiinnostaisivat nimenomaan *itseä* kiehtovaa ihmistä. Liika kaunistelu ei ole hyväksi, sillä rehellisyys on ihmissuhteen tärkeimpiä aineksia. Valinnan onnistuminen on tärkeää hyvinvoinnin kannalta jatkossa, joten potentiaalisen vastaajan on kyettävä luottamaan annettuun informaatioon meisyyden edellytyksiä punnitessaan.

## POHDINTAA

Tässä artikkelissa keskeisin tavoitteeni on ollut kuvata *itsen* ja *toisen* representaatiota sanomalehtien Helsingin Sanomat ja Karjalainen kontakti-ilmoituksissa. Ilmoittajia ja heidän kohteitaan luonnehditaan ilmoituksissa monin eri adjektivein, joista suurtaajuisimmat säilyttävät suosionsa kauan. Ilmoittajan lingvistisiä valintoja ohjaa monta kilpailuvaa voimaa. Ensinnäkin on oltava riittävän yksilöllinen erottuakseen muiden joukosta, minkä vuoksi kielennykset eivät kopioidu sellaisinaan ilmoituksesta toiseen. Ainutlaatuisuutta voi korostaa esimerkiksi huumorilla. Toiseksi on tasapainoitava kuvauksen tarkkuuden ja epämääräisyyden välillä: jonkun muttei kenen tahansa toivotaan vastaavan. Muutama ilmoittaja kirjaa hyvinkin tarkasti toivottuja ominaisuuksia (*punatukkainen, isopovinen*), mikä osittain rajoittaa lukijoiden sovittautumista ihannemalliin. Sen sijaan useimmat frekventeistä adjektiveista ovat semanttisesti väljiä (*kunnollinen, mukava*), jotta mahdollisimman monet voisivat liittää mainitut ominaisuudet itseensä. Lisäksi omakuvaa

näky mukautettavan jossain määrin *toisen* odotuksia vastaavaksi, kuten miehet sanaan *hellä* tai naiset sanoihin *naisellinen* ja *eroottinen* turvautuessaan.

Vaikka kontakti-ilmoitukset tuntuvat osittain hahmottavan naiseutta ja mieheyttä melko sovinnaisesti, ei heteroseksuaalisuutta kategoriana luonnollisteta eikä mitään luokkaa täysin homogeenisteta. Miehellä saattaa olla diskursseissa perinteisesti feminiinisinä pidettyjä piirteitä, naisella maskuliinisia. Sen sijaan Hallin (1999) mainitsemasta identiteetin pirstoutumisesta ei näy selvää jälkeä: tekstien retorisuuden vuoksi tarjolla on useimmiten eheitä ja oivilla ominaisuuksilla varustettuja ihmisiä.

Paitsi *itseään* ja *toista* ilmoittajat luonnehtivat myös meisyyttä, keskinäisen suhteen laatua. Suurin osa ilmoituksista jättää yhteyden kehittymiselle varaa: haussa on ensisijaisesti ystävä. Aktiivisia toimijoita suhteessa voivat olla sekä miehet että naiset. Nainen asemoituu tai asemoidaan pelkästään objektina vain harvoissa seksi-ilmoituksissa. Miehet korostavat naisia useammin rooliaan onnellistuttajina.

Naiset eivät myöskään asemoidu tässä aineistossa — toisin kuin brittitutkimusten mukaan — selkeästi myyjiksi. Kaiken kaikkiaan hämmästyttävän harvat aineiston ilmoituksista näyttävät pyrkivän herättämään huomiota. *Itsen* markkinointi poikkeaa siten tyyppillisestä mainonnasta, jonka tavoitteena on erottaa tuote toisten joukosta. Kontakti-ilmoitusten laatijat luottavat siihen, että »kuluttajat» selailevat joka tapauksessa läpi kaikki tekstit, vaatiihan »ostos» erityistä harkintaa. Brittiläisissä tutkimuksissa korostuva kaupallisuuden näkökulma ei tarjoa yksiselitteistä tulkintakehystä, sillä myymään ei pyritä keinolla millä hyvänsä kenelle tahansa.

Voidaanko tämän aineiston perusteella puhua suomalaisten kontakti-ilmoitusten genrestä? Yleensä sekä kielelliset muodot että sisällölliset elementit luovat tekstin maailmankuvaa, jota kielenkäyttäjät puolestaan tulkitsee tietyssä kulttuurisessa, sosiaalisessa ja intertekstuaalisessa kontekstissa (Tainio 2001: 163). Kontaktia haluavien teksteihin punoutuvatkin suomalaisen mediakulttuurin todellisuus, oma yksinäisyys ja muiden ilmoitukset. Ilmoittaja tuskin jättää tutustumatta aiempien tekstien laatuun, tähdätäänhän elämäntilanteen muutokseen tositarkoituksella. Vuoroparin ensimmäinen siirto edellyttää läsnä olevaksi toistaiseksi tuntematonta, jolta vastausta odotetaan. Mikäli sitä ei tule, ilmoittaja luultavasti punnitsee tekstinsä interaktiivista ja -persoonaista soveltuvuutta ja saattaa pyrkiä hahmottamaan strategiat, jotka olettaa tuloksellisiksi. On todennäköistä, että ilmoittelu heijastaa yhteisöllistä todellisuutta ja sen muutoksia mutta myös kielenkäyttö on konstruoinut ja edelleen konstruoi medioitunutta partnerin etsintää: ilmoittelusta tulee oma genrensä.

Tekstien ilmeisin yhteinen piirre on rakenteellinen kaavamaisuus: niissä on tietyt samat asiat, joskaan ei aina samassa järjestyksessä. Konventionaalisuuden toivotaan takaaavan sen, että pitkiä selontekoja kaihtavat tekstit ymmärretään edes suurin piirtein lähettäjän haluamalla tavalla. Silti kieliyhteisön jäsenet voivat tulkita kielen merkityksiä eri tavoin. Esimerkiksi monet naimisissa olevista miehistä mainostavat luotettavuuttaan — arkiajattelussa melkoinen oksymoron. Sanat saavat myös ajan mittaan erilaisia ulottuvuuksia. Varakkuus merkitsee alun perin takuuta parisuhteen taloudellisten edellytysten olemassaolosta, kun taas myöhemmin se on vakuutus maksuvalmiudesta. Toisaalta tietyt ilmaukset, kuten *100 %:n luottamuksella*, implikoivat kontakti-ilmoitusten kontekstissa vakiintuneita sisältöjä. Genren salakieli tulee tutuksi sosiaalisen oppimisen kautta. Kiinnostavasti leksikon tasolla sievistely jatkuu seksuaalisten tabujen hölymisestä huolimatta

▷

ta. Edelleen puhutaan päiväkahveista sukupuoliaktin asemesta, vaikka toisaalla lehdissä seksipalveluja tarjotaan hyvinkin siekailemattomasti.

Miten sitten aika muokkaa ilmoitusten laatua? Vaikka sosiaaliset rakenteet vaikuttavat diskursseihin (Fairclough 1989: 17), kaikki diskurssit eivät reagoi esimerkiksi muutoksiin yhtä nopeasti, eivät kontakti-ilmoituksetkaan (ks. myös Marley 2000: 299). Pikkemminkin niiden käytänteet ovat luoneet normeja, jotka ovat vakiintuneet vähitellen ja ylläpitävät omalta osaltaan rutiineja. Siten ilmoitusten erilaistuminen siirryttäessä 40-luvusta vuoteen 2001 ei ole kovin ilmeistä. Esimerkiksi sukupuolisen tasa-arvon kasvu ei manifestoidu kovin selvästi. Naisten taloudellinen itsenäisyys ja naimattomuuden kielteisyyden häviäminen eivät muuta haaveiden suuntaa ratkaisevasti: vakinainen suhde on edelleen varsin tavoiteltua. Silti ilmoituksiin kirjautuu väistämättä jotain sosiaalisen todellisuuden muuttumisesta. Naisten miehille kohdistamien laatuvaatimusten lisääntyminen ja suhteen erittelyn tarkentuminen viestivät itsetietoisuudesta ja omavaraisuudesta: miestä ei enää tarvita elättäjäksi vaan täsmätarkoituksiin, seuraksi mitä moninaisimpiin toimiin. Yllättävästi miehet eivät välttämättä reagoi muutokseen vaan uskovat heiltä yhä odotettavan taloudellisen taustan turvaamista. Näin tekstien kyky konstruoida ilmoittajien käsitystä suhteista ja niiden edellytyksistä on vähäinen, tai ainakin vaikutus on hidasta. Vähittäisen seksuaalisen vapautumisen jälki sen sijaan on tasa-arvoistumista selvemmin havaittavissa ilmoittelusta. Esimerkiksi avioliiton ulkopuolisiin suhteisiin asennoidutaan aikaa myöten suvaitsevasti. Erojakin on: Karjalaisessa — toisin kuin Helsingin Sanomissa — lyhytaikaista sukupuolisuhdetta ei juuri etsitä. Kaiken kaikkiaan vuosikymmenen kuluessa suhtautuminen seksuaaliseen orientoitumiseen ja erilaisiin eroottisiin mieltymyksiin liberalisoituu.

Tutkimustulokseni verifioivat monia sekä ulkomaisista että suomalaisista ilmoituksista aiemmin tehtyjä päätelmiä. Eri teksteissä adjektiivien sukupuolittunut käyttö ja kategorioituminen on hyvinkin yhdenmukaista. Aineistoni implisiittiset merkitykset ovat useimmiten genreen vähänkään perehtyneelle yksiselitteisiä, ja ne ovat samantapaisia kuin Lavasteenkin (1994) materiaalissa. Sen sijaan Passin (1990) havaitsemaa anglismien suosimista ei Helsingin Sanomien eikä Karjalaisen ilmoituksista hevin löydy; harvinaisia poikkeuksia ovat jotkin nimimerkit. Osittain anglismien puuttuminen johtuu valitsemieni lehtien ilmoittajien iästä: he eivät tyypillisimmillään edusta niitä ryhmiä, jotka ovat tottuneet lainaamaan englannista. Rinnekankaan (1996) väitettä maakuntalehtien kaupunkilehtiä suuremmasta stereotyyppisyydestä en pysty materiaalini pohjalta todentamaan, sillä Helsingin Sanomien ja Karjalaisen ilmoitukset eivät juuri poikkea toisistaan. Lehtien välinen ero on kaikkien havainnoimieni muuttujien osalta melko vähäinen.

Ilmoituksissa hahmoteltuun vuorovaikutukseen kohdistetaan erilaisia laadullisia odotuksia. Materiaalin pohjalta on mahdoton sanoa, kuinka moni onnistuu tavoitteissaan, kuinka monen etsintä päättyy ystävän tai kumppanin löytämiseen. Aina eivät kysyntä ja tarjonta ilmoituksissa kohtaa. Nuorekkaat, akateemiset naiset unelmoivat pitkistä, huumorintajuisista miehistä, joiden kanssa voi matkustaa, nauttia hyvästä ruuasta ja oopperasta; mies kaipaa erotiikkaa tai mukavan naisen seuraa luontopoluille tai rantasaunan lölyyn. Yksinhuoltajaäiti toivoo löytävänsä luotettavan miehen itselleen ja soveliaan isän lapsilleen, kun taas kulissiavioliitossa elävä mies etsii piristystä päiväkahveista. Kaikille ilmoittajille on kuitenkin yhteistä halu tavoitella yhteyttä toiseen ihmiseen, hetkeksi tai loppuelämäksi.

## LÄHTEET

- BERGHAUS, MARGOT 1985: *Partnersuche angezeigt. Zur Soziologie privater Beziehungen*. Frankfurt am Main: Ullstein.
- BING, JANET M. – BERGVALL, VICTORIA M. 1996: The question of questions: Beyond binary thinking. – Victoria M. Bergvall, Janet M. Bing & Alice F. Freed (toim.), *Rethinking language and gender research: Theory and practice* s. 1–30. London: Longman.
- BRINKER, KLAUS 1988: *Linguistische Textanalyse*. 2. painos. Berlin: Schmidt.
- BUTLER, JUDITH 1990: *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. London: Routledge.
- CAMERON, DEBORAH 1996: *Sukupuoli ja kieli. Feminismi ja kielentutkimus*. Tampere: Vastapaino.
- CHAFE, WALLACE 1985: Linguistic differences produced by differences between speaking and writing. – David R. Olson, Nancy Torrance & Angela Hildyard (toim.), *Literacy, language, and learning* s. 105–123. Cambridge: Cambridge University Press.
- COUPLAND, JUSTINE 1996: Dating advertisements: Discourses of the commodified self. – *Discourse and society* 7 (2) s. 187–207.
- FAIRCLOUGH, NORMAN 1989: *Language and power*. London: Longman.
- 1992: *Discourse and social change*. Cambridge: Polity Press.
- 1997 [1995]: *Miten media puhuu. [Media discourse.]* Suom. Virpi Blom ja Kaarina Hazard. Tampere: Vastapaino.
- GIDDENS, ANTHONY 1991: *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity Press.
- HAAVIO-MANNILA, ELINA 1970: *Suomalainen nainen ja mies. Asema ja muuttuvat roolit*. Toinen, tarkistettu painos. Helsinki: WSOY.
- 1993: Yhteiskunnan ja parisuhteen muutos. – Osmo Kontula & Elina Haavio-Mannila (toim.), *Suomalainen seksi* s. 35–49. Helsinki: WSOY.
- HAAVIO-MANNILA, ELINA – KONTULA, OSMO 2001: *Seksin trendit meillä ja naapureissa*. Helsinki: WSOY.
- HALL, STUART 1999: *Identiteetti*. Suom. ja toim. Mikko Lehtonen ja Juha Herkman. Tampere: Vastapaino.
- HALLIDAY, M. A. K. 1978: *Language as social semiotic*. London: Edward Arnold.
- 1994: *An introduction to functional grammar*. London: Edward Arnold.
- HEIKINMÄKI, MAIJA-LIISA 1981: *Suomalaiset häätävät. Talonpoikaiset avioliitonsolminta-perinteet*. Helsinki: Otava.
- HODGE, ROBERT – KRESS, GUNTHER 1988: *Social semiotics*. Cambridge: Polity Press.
- JOKINEN, ARJA 1999: Diskurssianalyysin suhde sukulaistraditioihin. – Arja Jokinen, Kirsi Juhila & Eero Suoninen (toim.), *Diskurssianalyysi liikkeessä* s. 37–53. Jyväskylä: Gummerus.
- JOKINEN, ARJA – JUHILA, KIRSI 1999: Diskurssianalyttisen tutkimuksen kartta. – Arja Jokinen, Kirsi Juhila & Eero Suoninen (toim.), *Diskurssianalyysi liikkeessä* s. 54–97. Jyväskylä: Gummerus.
- JOKINEN, ARJA – JUHILA, KIRSI – SUONINEN, EERO 1993: *Diskurssianalyysin aakkoset*. Tampere: Vastapaino.
- KAKKURI-KNUUTTILA, MARJA-LIISA 1999: *Retoriikka*. – Marja-Liisa Kakkuri-Knuuttila

- (toim.), *Argumentti ja kritiikki: lukemisen, keskustelun ja vaikuttamisen taidot* s. 233–271. Gaudeamus: Helsinki.
- KALLIOKOSKI, JYRKI 1995: Johdanto. – Jyrki Kalliokoski (toim.), *Teksti ja ideologia: kieli ja valta julkisessa kielenkäytössä* s. 8–36. Kieli 9. Helsinki: Helsingin yliopiston suomen kielen laitos.
- KOESTNER, RICHARD – WHEELER, LADD 1988: Self-presentation in personal advertisements: The influence of implicit notions of attraction and role expectations. – *Journal of social and personal relationships* 5(2), s. 149–160.
- KONTULA, OSMO 1993: Suomalaisten sukupuolimoraali. – Osmo Kontula & Elina Haavio-Mannila (toim.), *Suomalainen seksi* s. 52–85. Helsinki: WSOY.
- KONTULA, OSMO – HAAVIO-MANNILA, ELINA 1993: Suomalainen seksi 1990-luvulla. – Osmo Kontula & Elina Haavio-Mannila (toim.), *Suomalainen seksi* s. 451–488. Helsinki: WSOY.
- KONTULA, OSMO – PALOSUO, HANNELE 1993: Yksineläjien sukupuolielämä. – Osmo Kontula & Elina Haavio-Mannila (toim.), *Suomalainen seksi* s. 210–237. Helsinki: WSOY.
- LAVASTE, TURKKA 1994: *Contrastive study of personal advertisement in American and Finnish newspapers with special reference to meaning and explicitness of utterances*. Pro gradu -tutkielma. Joensuun yliopiston käännöstieteiden laitos.
- LUKKARINEN, J. 1933: *Suomalaisten naimatapoja. Aineksia suomalaisten kansojen avioliiton historiaan I*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- LUUKKA, MINNA-RIITTA 2000: Näkökulma luo kohteen: diskurssintutkimuksen taustaole-  
tuksset. – Kari Sajavaara & Arja Piirainen-Marsh (toim.), *Kieli, diskurssi ja yhteisö* s. 133–160. Jyväskylä: Soveltavan kielentutkimuksen keskus.
- MARLEY, CAROL 2000: Beyond the usual: The modification of gender in a British dating ads column. – *Text* 20 (3) s. 271–306.
- MUIKKU-WERNER, PIRKKO 2002: Minä, sinä ja me — kontakti-ilmoitusten ihmis- ja ihmis-  
suhdekuva. – Anna Mauranen & Liisa Tiittula (toim.), *Kieli yhteiskunnassa — yhteiskunta kielessä* s. 207–229. AFinLAn vuosikirja n:o 60. Jyväskylä: Suomen soveltavan kielitieteen yhdistys AFinLA.
- NORRHEM, SVANTE 2001: *Den hotfulla kärleken. Homosexualitet och vanlighetens betydelse*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.
- NÄRE, SARI 1999: Sukupuolten tunnekulttuuri ja julkisuuden intimisoituminen. – Sari Näre (toim.), *Tunteiden sosiologiaa I. Elämyksiä ja läheisyyttä* s. 263–299. Tietolipas 156. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- PASSI, MIA 1990: *Anglicisms in personal columns*. Pro gradu -tutkielma. Joensuun yliopiston käännöstieteiden laitos.
- PERELMAN, CHAÏM 1996 [1977]: *Retoriikan valtakunta. [L'empire rhétorique. Rhétorique et argumentation.]* Suom. Leevi Lehto. Tampere: Vastapaino.
- PESONEN, HENNA 1995: »Jos värähdit, ota yhteyttä» — City-lehden kontakti-ilmoitusten analyysia. – Seija Aalto & Susanna Shore (toim.), *Kelaa vähä — kirjoituksia nuorista ja kielestä* s. 173–188. Helsinki: Helsingin yliopiston suomen kielen laitos.
- PÄLLI, PEKKA 2003: *Ihmisyryhmä diskurssissa ja diskurssina*. Acta Universitatis Tampereensis 910. Tampere: Tampereen yliopistopaino.
- RINNEKANGAS, ARJA 1996: *Der unpersönliche Markt für das persönliche Glück. Deutsche*

*und Finnische Heiratsanzeigen im Vergleich*. Pro gradu -tutkielma. Oulun yliopiston germaanisen filologian laitos.

- SHALOM, CELIA 1997: That great supermarket of desire: Attributes of the desired other in personal advertisements. – Keith Harvey & Celia Shalom (toim.), *Language and desire* s. 186–203. London: Routledge.
- SIROINEN, MARI 1988: Aito naisellinen tunteenpurkaus eli Nykysuomen sanakirjan naiskuva. – Lea Laitinen (toim.), *Isosuinen nainen. Tutkielmia naisesta ja kielestä* s. 41–46. Helsinki: Yliopistopaino.
- SUMMA, HILKKA 1995: Retoriikka ja argumentaatioanalyysi yhteiskuntatutkimuksessa. – Jaakko Leskinen (toim.), *Laadullisen tutkimuksen risteysasemalla* s. 67–89. Helsinki: Kuluttajatutkimus.
- SWALES, JOHN 1990: *Genre analysis: English in academic and research settings*. Cambridge: Cambridge University Press.
- TAINIO, LIISA 2001: *Puhuvan naisen paikka. Sukupuoli kulttuurisena kategoriana kielenkäytössä*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- VEBLEN, THORSTEIN 1969: Conspicuous consumption. – Lewis A. Coser & Bernard Rosenberg (toim.), *Sociological theory: A book of readings* s. 393–403. Kolmas painos. New York: Macmillan Publishing Co.



## LIITE I

TAULUKKO 3: HELSINGIN SANOMIEN SUOSITUIMMAT ATTRIBUUTIT JA NIIDEN FREKVENSSEI ERI AIKONA ERI RYHMISSÄ.

**Lihavointi** = yhteiset sanat, joita naiset käyttävät kuvatessaan itseään ja miehet kuvatessaan ihannepartneria.

**Kursiivi** = yhteiset sanat, joita miehet käyttävät kuvatessaan itseään ja naiset kuvatessaan ihannepartneria.

Vuosi- kerta	♀ → ♂		♂ → ♀	
	Toinen ♂	Itse ♀	Toinen ♀	Itse ♂
1942	<i>vanhempi</i> 7, <i>kunnollinen</i> 5, <i>x-vuotias</i> 5, <i>sivistynyt</i> 4, <i>pitkä</i> 2	<b>x-vuotias</b> 14, <i>kunnollinen</i> 4, <i>yksinäinen</i> 3, <i>nuori</i> 3, <i>reipas</i> 3	<b>x-vuotias</b> 7, <i>keski-ikäinen</i> 2	<i>x-vuotias</i> 11, <i>raitis</i> 3, <i>reipas</i> 3, <i>vanhempi</i> 3, <i>sivistynyt</i> 2, <i>yksinäinen</i> 2
1951	<i>kunnollinen</i> 10, <i>x-vuotias</i> 9, <i>vapaa</i> 7, <i>raitis</i> 5, <i>sivistynyt</i> 3, <i>yksinäinen</i> 3, <i>pitkä</i> 3, <i>varakas</i> 2	<b>x-vuotias</b> 10, <b>kunnollinen</b> 5, <b>yksinäinen</b> 4, <i>eronnut</i> 2	<b>x-vuotias</b> 5, <b>yksinäinen</b> 4, <i>miellyttävä</i> 3, <b>kunnollinen</b> 2, <i>kiltti</i> 2	<i>x-vuotias</i> 13, <i>raitis</i> 9, <i>kunnollinen</i> 3, <i>koditon</i> 2, <i>yksinäinen</i> 2, <i>keski-ikäinen</i> 2, <i>hiljainen</i> 2, <i>vapaa</i> 2
1961	<i>x-vuotias</i> 5, <i>kunnollinen</i> 4, <i>pitkä</i> 3, <i>varakas</i> 2	<b>x-vuotias</b> 6, <i>tumma</i> 2	<b>x-vuotias</b> 9, <i>naisellinen</i> 3, <i>miellyttävä</i> 3, <i>vapaa</i> 3, <i>yksinäinen</i> 2, <i>iloinen</i> 2, <i>sievä</i> 2	<i>x-vuotias</i> 15, <i>raitis</i> 5, <i>vapaa</i> 4, <i>keski-ikäinen</i> 3, <i>varakas</i> 3, <i>kunnollinen</i> 2, <i>siisti</i> 2, <i>rehellinen</i> 2, <i>nuorekas</i> 2
1971	<i>x-vuotias</i> 6, <i>raitis</i> 5, <i>kunnollinen</i> 4, <i>vapaa</i> 4, <i>varakas</i> 4, <i>rehti</i> 3, <i>autoileva</i> 2, <i>pitkä</i> 2, <i>sivistynyt</i> 2, <i>tupakoimaton</i> 2	<b>x-vuotias</b> 15, <i>huumorintajuinen</i> 3, <i>nuori</i> 3, <i>kunnollinen</i> 2, <i>hyvännäköinen</i> 2, <i>eläkkeellä oleva</i> 2, <i>samanlainen</i> 2	<b>x-vuotias</b> 8, <i>vapaa</i> 5, <i>varakas</i> 4, <i>keski-ikäinen</i> 2, <i>kiltti</i> 2, <i>miellyttävä</i> 2, <i>elämänmyönteinen</i> 2, <i>terve</i> 2,	<i>x-vuotias</i> 11, <i>raitis</i> 5, <i>nuori</i> 4, <i>varakas</i> 3, <i>rehellinen</i> 2, <i>tupakoimaton</i> 2, <i>vakavarainen</i> 2
1981	<i>vapaa</i> 9, <i>x-vuotias</i> 7, <i>varakas</i> 4, <i>kunnollinen</i> 3, <i>huumorintajuinen</i> 2, <i>raitis</i> 2	<b>x-vuotias</b> 10, <i>akateeminen</i> 3, <b>vapaa</b> 3, <i>eronnut</i> 2, <i>estoton</i> 2, <i>samanlainen</i> 2, <i>nuori</i> 2	<b>x-vuotias</b> 13, <b>vapaa</b> 4, <i>naisellinen</i> 2, <i>pienikokoinen</i> 2, <b>samanlainen</b> 2	<i>x-vuotias</i> 17, <i>raitis</i> 5, <i>eronnut</i> 4, <i>vapaa</i> 4, <i>autoileva</i> 3, <i>rehti</i> 3, <i>varakas</i> 3, <i>kunnollinen</i> 2, <i>keski-ikäinen</i> 2, <i>mukava</i> 2
1991	<i>x-vuotias</i> 13, <i>vapaa</i> 9, <i>pitkä</i> 4, <i>luotettava</i> 4, <i>varakas</i> 4, <i>savuton</i> 3, <i>menestyvä</i> 3, <i>huumorintajuinen</i> 2, <i>kiltti</i> 2, <i>kunnollinen</i> 2	<b>x-vuotias</b> 14, <b>vapaa</b> 7, <i>naisellinen</i> 4, <b>hoikka</b> 3, <i>viehättävä</i> 2, <i>tumma</i> 2, <i>tyylikäs</i> 2, <i>iloinen</i> 2, <i>vastaava</i> 2	<b>x-vuotias</b> 14, <i>savuton</i> 4, <i>eroottinen</i> 2, <i>yksinäinen</i> 2, <b>vapaa</b> 2, <b>hoikka</b> 2, <i>raitis</i> 2	<i>x-vuotias</i> 16, <i>luotettava</i> 2, <i>vastaava</i> 2
2001	<i>x-vuotias</i> 73, <i>vapaa</i> 30, <i>luotettava</i> 13, <i>sivistynyt</i> 13, <i>tasokas</i> 13, <i>pitkä</i> 11, <i>varakas</i> 11, <i>huumorintajuinen</i> 7, <i>fiksu</i> 7, <i>kunnollinen</i> 7	<b>x-vuotias</b> 88, <b>vapaa</b> 17, <i>akateeminen</i> 12, <i>nuorekas</i> 12, <i>koulutettu</i> 9, <i>nätti</i> 9, <b>naisellinen</b> 8, <i>siro</i> 8, <i>viehättävä</i> 8, <i>tyylikäs</i> 7	<b>x-vuotias</b> 93, <b>vapaa</b> 30, <i>hoikka</i> 14, <b>naisellinen</b> 13, <i>mukava</i> 12, <i>luotettava</i> 11, <i>tasokas</i> 10, <i>eroottinen</i> 9, <i>rehellinen</i> 9, <i>suomalainen</i> 9	<i>x-vuotias</i> 167, <i>vapaa</i> 37, <i>luotettava</i> 27, <i>nuorekas</i> 25, <i>varakas</i> 18, <i>mukava</i> 17, <i>komea</i> 15, <i>akateeminen</i> 14, <i>ei-vapaa</i> 13, <i>pitkä</i> 12

TAULUKKO 4: KARJALAISEN SUOSITUIMMAT ATTRIBUUTIT JA NIIDEN FREKVENSSSI ERI AIKOKOINA ERI RYHMISSÄ.

Vuosi- kerta	♀ → ♂		♂ → ♀	
	Toinen ♂	Itse ♀	Toinen ♀	Itse ♂
1951	<i>x-vuotias</i> 4, <i>kunnollinen</i> 3, <i>raitis</i> 3, vapaa 2	<b>x-vuotias</b> 7, <b>kunnollinen</b> 3, <b>reipas</b> 2	<b>x-vuotias</b> 10, <b>kunnollinen</b> 6, <b>reipas</b> 2, vapaamielinen 2, yksinäinen 2	<i>x-vuotias</i> 12, varakas 10, <i>raitis</i> 7, yksinäinen 7, <i>kunnollinen</i> 5,
1961	<i>raitis</i> 7, <i>kunnollinen</i> 4, vapaa 4, <i>x-vuotias</i> 3, lapseton 2	<b>x-vuotias</b> 6, <b>kunnollinen</b> 3, keski-ikäinen 2	<b>x-vuotias</b> 20, vapaa 4, <b>kunnollinen</b> 5, vakavamielinen 3, reipas 2, vaatimaton 2	<i>raitis</i> 11, <i>x-vuotias</i> 11, yksinäinen 5, <i>kunnollinen</i> 3, keski-ikäinen 2, varakas 2
1971	<i>raitis</i> 5, vapaa 5, <i>x-vuotias</i> 5	<b>pirteä</b> 3, <b>x-vuotias</b> 3, <b>yksinäinen</b> 3, <b>kunnollinen</b> 2, reipas 2	vapaa 15, <b>x-vuotias</b> 15, vaatimaton 3, <b>yksinäinen</b> 3, keski-ikäinen 2, <b>kunnollinen</b> 2, <b>pirteä</b> 2, reipas 2	<i>x-vuotias</i> 16, vapaa 8, autoileva 5, <i>raitis</i> 4, yksinäinen 3, keski-ikäinen 2, <i>kunnollinen</i> 2, samanlainen 2, tupakoimaton 2
1981	<i>x-vuotias</i> 13, vapaa 8, <i>kunnollinen</i> 6, <i>raitis</i> 4, tupakoimaton 2	<b>x-vuotias</b> 4, <b>samanlainen</b> 2	<b>x-vuotias</b> 19, vapaa 7, yksinäinen 6, <i>kunnollinen</i> 3, <b>samanlainen</b> 3, luotettava 2, reipas 2	<i>x-vuotias</i> 18, <i>raitis</i> 10, vapaa 5, <i>kunnollinen</i> 4, eläkeläinen 3, keski-ikäinen 3, yksinäinen 3
1991	<i>x-vuotias</i> 7, vapaa 4, savuton 3, <i>raitis</i> 2, <i>rehellinen</i> 2	<b>x-vuotias</b> 5, yksinäinen 4, <b>keski-ikäinen</b> 3, kiva 2, vapaa 2	<b>x-vuotias</b> 17, vapaa 5, <b>keski-ikäinen</b> 4, luotettava 3, estoton 2, <i>raitis</i> 2	<i>x-vuotias</i> 9, keski-ikäinen 7, <i>raitis</i> 7, fiksu 3, luotettava 2, nuori 2, <i>rehellinen</i> 2
2001	<i>x-vuotias</i> 88, vapaa 35, <i>rehellinen</i> 22, <i>luotettava</i> 16, pitkä 14, rehti 9, savuton 8, huumorintajuinen 7, kivannäköinen 7, <i>kunnollinen</i> 7	<b>x-vuotias</b> 89, vapaa 20, nuorekas 12, vaalea 9, akateeminen 7, iloinen 6, kaunis 6, naisellinen 6, savuton 6, <b>humorintajuinen</b> 5	<b>x-vuotias</b> 155, vapaa 48, <b>humorintajuinen</b> 16, kiva 16, varattu 15, luotettava 13, <i>rehellinen</i> 13, mukava 12, aikuinen 11, savuton 10	<i>x-vuotias</i> 203, vapaa 59, <i>luotettava</i> 35, <i>raitis</i> 31, <i>rehellinen</i> 23, nuorekas 22, ei-vapaa 20, mukava 19, x-kympinen 18, hellä 16

LIITE II

TAULUKKO 5: HELSINGIN SANOMIEN ATTRIBUUTTILOUKAT ERI RYHMISSÄ ERI VUOSINA (PROSENTTEINA).<sup>1</sup>

Vuosik. / sukup.	Ikä	Edel- lytys	Kan- sall.	Tie- dot	Tai- dot	Tal. as.	Luont- piirteet	Asen- teet	Eläm- tapa	Ulko- näkö	Aistil- lisuus	Sam- kalt.	Muut
42 s = ♂	35,9	2,6	-	10,2	2,6	5,1	28,2	2,6	2,6	5,1	2,6	2,6	-
m = ♀	48,6	11,4	2,8	-	-	-	25,7	8,6	-	-	-	2,8	-
s = ♀	45,8	-	8,3	4,2	4,2	-	20,8	-	4,2	8,3	-	4,2	-
m = ♂	42,8	8,6	-	5,7	-	5,7	2,8	11,4	14,3	5,7	-	-	2,8
51 s = ♂	18,5	14,8	-	7,4	-	5,6	33,3	3,7	9,3	5,6	-	1,8	-
m = ♀	39,3	21,4	-	-	-	-	28,6	3,6	-	3,6	-	3,6	-
s = ♀	22,2	13,9	8,3	5,5	-	-	27,8	2,8	2,8	16,7	-	-	-
m = ♂	28,8	7,7	1,9	3,8	1,9	3,8	17,3	-	21,2	9,6	1,9	1,9	-
61 s = ♂	23,1	3,8	-	-	-	11,5	38,5	-	3,8	19,2	-	-	-
m = ♀	40,0	15,0	5,0	-	-	5,0	-	10,0	-	20,0	-	5,0	-
s = ♀	22,2	11,1	6,7	-	-	4,4	11,1	15,5	-	15,5	6,7	6,7	-
m = ♂	41,3	10,7	2,7	4,0	1,3	6,7	9,3	4,0	8,0	6,7	1,3	1,3	2,7
71 s = ♂	11,5	7,7	-	9,6	-	9,6	23,1	3,8	13,5	9,6	-	5,8	5,8
m = ♀	43,9	12,2	-	2,4	-	-	7,3	14,6	-	9,7	2,4	4,9	2,4
s = ♀	25,5	11,8	1,9	3,9	-	7,8	17,6	13,7	7,8	7,8	1,9	-	-
m = ♂	39,1	2,2	-	2,2	-	17,4	15,2	-	15,2	6,5	-	2,2	-
81 s = ♂	12,9	18,5	-	7,4	1,8	9,2	24,1	7,4	9,2	5,6	1,8	-	1,8
m = ♀	31,6	13,2	-	10,5	-	-	2,6	5,3	2,6	15,8	7,9	7,9	2,6
s = ♀	31,8	9,1	-	4,5	-	2,3	6,8	6,8	-	18,2	4,5	9,1	6,8
m = ♂	30,2	14,3	-	4,8	1,5	4,8	12,7	6,3	9,5	7,9	1,5	-	6,3
91 s = ♂	21,7	9,8	-	6,5	1,1	10,9	18,5	6,5	10,9	10,9	-	1,1	2,2
m = ♀	25,7	9,4	1,4	8,1	-	1,4	12,2	5,4	4,0	17,5	6,7	6,7	1,4
s = ♀	32,6	8,2	4,1	2,0	2,0	-	4,1	4,1	16,3	20,4	6,1	-	-
m = ♂	34,1	2,3	4,5	9,1	-	2,3	20,5	-	4,5	11,4	-	11,4	-
01 s = ♂	21,8	9,4	1,5	10,4	1,3	6,1	19,0	7,4	7,4	11,4	2,0	1,5	0,8
m = ♀	27,1	8,3	1,2	8,1	0,9	1,8	9,7	9,2	3,7	22,9	3,2	2,3	1,4
s = ♀	24,6	9,5	5,0	3,9	-	2,3	12,4	8,3	1,7	20,0	7,7	2,3	1,9
m = ♂	30,3	11,2	1,9	5,0	0,7	4,8	13,2	5,8	7,7	14,8	1,8	1,8	0,8

Ensimmäisessä sarakkeessa *s* tarkoittaa 'sinä' ja *m* 'minä'.

<sup>1</sup> Samaa sukupuolta etsivien ilmoitusten vähäisyyden vuoksi niiden adjektiiviluokkien määrä oli minimaalinen, eikä niitä ole tässä siitä syystä edes eritelty.

TAULUKKO 6: KARJALAISEN ATTRIBUUTTILOUKAT ERI RYHMISSÄ ERI VUOSINA (PROSENTTEINA).

Vuosik. / sukup.	Ikä	Edellytys	Kansall.	Tiedot	Taidot	Tal. as.	Luont.-piirteet	Asen-teet	Eläm.-tapa.	Ulko-näkö	Aistil-lisuus	Sam.-kalt.	Muut
51 s = ♂	33,3	11,1	-	5,6	-	-	33,3	-	16,7	-	-	-	-
m = ♀	43,7	6,3	-	-	-	-	18,7	25,0	-	-	-	-	6,3
s = ♀	29,5	9,1	-	-	-	4,5	25,0	13,6	2,3	6,8	6,8	2,3	-
m = ♂	28,4	10,4	-	3,0	1,5	20,9	8,9	7,5	14,9	1,5	1,5	1,5	-
61 s = ♂	10,3	31,0	-	3,4	-	3,4	17,2	3,4	27,6	-	-	3,4	-
m = ♀	36,4	18,2	-	-	-	9,1	27,3	-	-	4,5	4,5	-	-
s = ♀	45,1	11,8	-	-	-	1,9	23,5	13,7	-	1,9	-	-	1,9
m = ♂	25,9	11,1	-	-	1,9	18,5	11,1	-	24,1	3,7	1,9	1,9	-
71 s = ♂	27,3	27,3	-	-	-	-	18,2	-	22,7	-	-	4,5	-
m = ♀	29,4	23,5	-	-	-	-	17,6	23,5	-	-	-	5,9	-
s = ♀	30,5	32,2	-	1,7	-	-	15,3	-	11,9	8,5	-	-	-
m = ♂	32,3	22,6	1,6	-	-	3,2	9,7	3,2	9,7	6,6	-	3,2	8,1
81 s = ♂	32,6	20,9	-	-	-	-	18,6	9,3	14,0	2,3	-	-	2,3
m = ♀	35,7	7,1	-	-	-	-	14,3	21,4	-	7,1	-	14,3	-
s = ♀	37,3	22,0	-	-	1,7	-	16,9	6,8	1,7	3,4	5,1	5,1	-
m = ♂	33,3	19,7	1,5	1,5	1,5	9,1	10,6	1,5	16,7	1,5	1,5	-	1,5
91 s = ♂	26,5	14,7	-	-	-	-	14,7	8,8	20,6	11,8	-	2,9	-
m = ♀	29,2	33,3	-	-	-	4,2	4,2	16,7	-	4,2	-	4,2	4,2
s = ♀	43,4	11,3	-	-	-	-	22,6	5,7	3,8	9,4	3,8	-	-
m = ♂	37,3	9,8	1,9	5,9	1,9	5,9	11,8	3,9	17,6	1,9	-	1,9	-
01 s = ♂	28,4	13,2	1,6	6,9	0,8	1,4	22,4	8,0	5,8	9,4	0,3	0,8	0,8
m = ♀	36,4	10,5	1,3	4,5	-	1,3	8,8	7,2	4,9	17,3	2,9	3,9	1,4
s = ♀	32,6	13,6	1,2	2,6	0,2	0,7	14,0	9,8	4,4	15,5	3,0	1,7	0,7
m = ♂	34,3	15,7	0,9	3,0	0,5	1,9	16,9	7,7	8,7	8,0	0,5	0,7	1,1

## IDEAL PARTNERS AND DREAM RELATIONSHIPS IN PERSONAL ADVERTISEMENTS

The article compares personal advertisements published between the mid-1900s and the start of the new millennium in two newspapers: *Helsingin Sanomat* and the provincial *Karjalainen*. The aims of the study were to examine how 'self' and 'other' are described in the advertisements, how male and female descriptions vary and how social change is reflected in this. The study focused on the most common means of description — adjectives — and their different categories. It also looked at the descriptions of the imagined time spent together.

The results indicate that throughout the period covered the advertisements have been formulated in very much the same way. Custom has generated norms that have gradually established themselves and helped per-

▷

petuate the practices. Some adjectives have remained long-time favourites: a *reliable* person, for example, will always be valued in creating a sense of 'we-ness'. The advertiser's linguistic choices are also driven by the desire for sufficient individuality, allowing him/her to stand out from the crowd. Despite the conventions, personal advertisements have been adapted to new demands. For example, the relationship between a man and a woman is now represented in more ways than before: a financially independent woman is not necessarily looking for a partner for life but may instead seek companionship for particular purposes, such as travel or hobbies. With greater sexual freedom, there are also few inhibitions about looking to meet for 'coffee at noon' (euphemism for sexual rendezvous), and the heterosexual norm is also receding.

On a more general level, the study reveals that the advertiser looks to find a balance between detail and generality in the description, hoping to attract a reply from someone but not just anyone. Although an advertisement will, in principle, allow contact with many potential 'others', demand and supply will not always match, and so there is no guarantee of achieving the goal of pairing up. ■

Kirjoittajan osoite (address):

*Suomen kielen ja kulttuuritieteiden laitos*

*Joensuun yliopisto*

*PL 111*

*80101 Joensuu*

Sähköposti: *pirkko.muikku-werner@joensuu.fi*